

**stec
groep**



Ladder voor duurzame verstedelijking Coppelmans Valkenswaard

Stec Groep aan Tuincentrum Coppelmans Valkenswaard

Hub Ploem
3 oktober 2017

Inhoudsopgave

1	Inleiding	2
2	Marktanalyse	4
2.1	Verzorgingsgebied Tuincentrum Coppelmans	4
2.2	Plan tuincentrum Coppelmans in relatie tot relevant beleid	4
2.3	Aanbod in verzorgingsgebied	6
2.4	Trends & ontwikkelingen branche voor tuincentra	7
3	Ladder	10
3.1	Is er behoefte?	10
3.2	Welke (ruimtelijke) effecten ontstaan als gevolg van de ontwikkeling?	12
3.3	Is de behoefte binnen bestaand stedelijk gebied op te vangen?	14

1 Inleiding

U – Tuincentrum Coppelmans – werkt aan de uitbreiding van het tuincentrum te Valkenswaard. U streeft naar uitbreiding van uw huidige bedrijfs- en winkelpand aan Nieuwe Waalreseweg in Valkenswaard. Dit rapport gaat in op de (regionale) markt voor tuincentra. Om een afweging te maken ten aanzien van goede ruimtelijke ordening is het noodzakelijk om aan te tonen dat sprake is van een actuele regionale behoefte en effecten op de bestaande (winkel)structuur.

Nieuwbouw en uitbreiding voegt beperkt meters toe

In uw plannen gaat het concept-bestemmingsplan uit van een uitbreiding met circa 2.600 m² winkelvloeroppervlakte (overdekte – voor publiek toegankelijke – winkelvloeroppervlakte / binnenruimte). In totaal is het tuincentrum in de nieuwe situatie dan 7.150 m² vvo (voor publiek toegankelijk) groot. Ten opzichte van het bestaande tuincentrum zal met name de oppervlakte voor kamerplanten (+380 m²), overdekte tuinplanten (+850 m²), grint/hout (+250 m²), gereedschappen/meststoffen (+50 m²), sfeer/interieur (+ 420 m²), vijvers (+100 m²), dierbenodigdheden (+150 m²) en barbecue, tuinmeubelen, kerst (+450 m²) toenemen. In feite betreft het dus een versterking en modernisering van het gebruikelijke tuincentrum-assortiment. Ook in het bestemmingsplan is de planologische ruimte voor ‘overige artikelen’ gemaximeerd. Daarnaast zal de opslagcapaciteit van het magazijn toenemen met circa 600 m².

Ladder voor duurzame verstedelijking

We lichten in deze paragraaf kort toe wat de Ladder voor duurzame verstedelijking (hierna: de Ladder) inhoudt. De Ladder is opgenomen in de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (hierna: SVIR) van het Rijk en per eind 2012 als motiveringseis in het Besluit ruimtelijke ordening (hierna: Bro). Overheden moeten op grond van het Bro alle nieuwe stedelijke ontwikkelingen motiveren aan de hand van de drie treden van de Ladder. In 2017 is de Ladder-tekst aangepast. Deze luidt nu als volgt:

“De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.”

Belangrijke begrippen bij de Ladder:

Nieuwe stedelijke ontwikkeling

Een stedelijke ontwikkeling wordt omschreven als een “ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen.” Beoordeeld moet worden of sprake is van een nieuw beslag op de ruimte. Daarvan is sprake als het nieuwe ruimtelijke besluit meer bebouwing mogelijk maakt dan er op grond van het voorheen geldende planologische regime aanwezig was, of kon worden gerealiseerd.

Behoeft

Kort gezegd is de behoefte het saldo van de vraag naar de voorgenomen ontwikkeling (de komende tien jaar) verminderd met het aanbod. Het is aan het bevoegd gezag om op basis van het ruimtelijk verzorgingsgebied van de stedelijke ontwikkeling te bepalen tot welk gebied de beschrijving van de behoefte zich moet uitstrekken.

Bestaand stedelijk gebied

Als bestaand stedelijk gebied wordt aangemerkt: “bestaand stedenbouwkundig samenstel van bebouwing ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca, alsmede de daarbij behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur.” Bij ligging buiten het bestaand stedelijk gebied is een extra motivering vereist.

PLAN COPPELMANS IN RELATIE TOT LADDER

Ten aanzien van de drie begrippen (nieuwe stedelijke ontwikkeling, behoefte en bestaand stedelijk gebied) merken we voor het plan Coppelmans in Valkenswaard op:

- Het betreft een verruiming van de planologische mogelijkheden die nu gelden op het perceel. Hoewel in het gebied een bestaande stedelijke voorziening aanwezig is, taxeren we de uitbreiding van het tuincentrum als een nieuwe stedelijke ontwikkeling.
- Omdat het plan een nieuwe stedelijke ontwikkeling betreft is het noodzakelijk om de behoefte te beschrijven in het relevante marktgebied. In het vervolg van deze Ladder-toets gaan we hier op in.
- Het plan Coppelmans ligt in het buitengebied van Valkenswaard. Conform de provinciale verordening ligt het gebied in de 'groenblauwe mantel'. Los van eventuele Ladder-jurisprudentie betekent dit dat het tuincentrum 'te gast' is in het buitengebied en zal hier in de planvorming rekening mee gehouden moeten worden. In de plannen dient een locatiebeoordeling en -afweging te geschieden.

Leeswijzer

In de navolgende onderdelen leest u achtereenvolgens het marktbeeld, de marktruimte en de belangrijkste conclusies ten aanzien van de Ladder voor duurzame verstedelijking.

2 Marktanalyse

2.1 Verzorgingsgebied Tuincentrum Coppelmans

Marktregio: A2 als scheiding marktgebieden

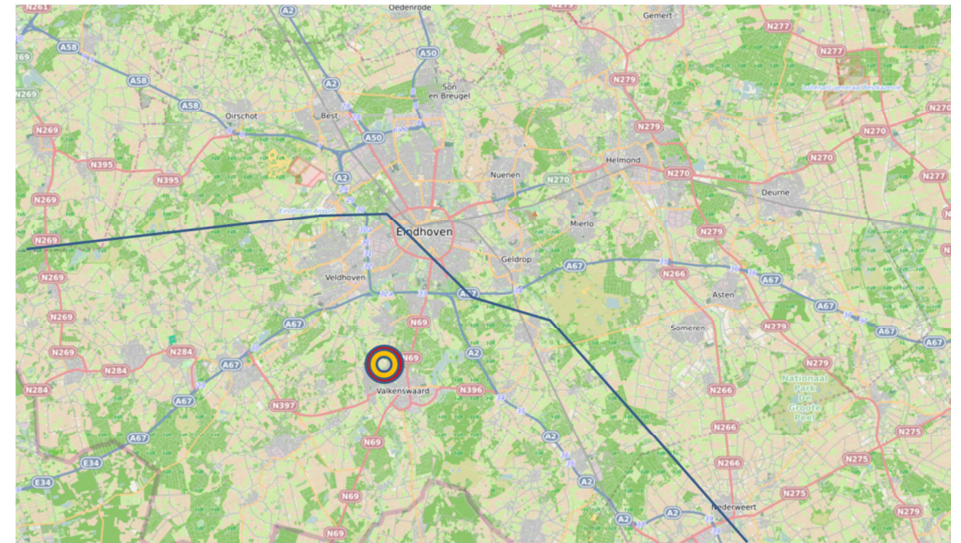
De reikwijdte van een tuincentrum is vooral afhankelijk van de bereikbaarheid/infrastructuur en de bestaande winkelstructuur (verspreiding van tuincentra) in de omgeving. Valkenswaard ligt ten zuiden van de stad Eindhoven in Zuidoost-Brabant. Gezien de verspreiding van tuincentra in de directe omgeving, de bestaande verbindingen en reisafstand tussen de verschillende kernen verwachten we het grootste deel van de marktvraag vanuit de gemeenten Valkenswaard, Waalre, Bergeijk, Cranendonck en Heeze-Leende. Een deel van de klanten komt uit België. We baseren ons hierbij op een lijst met postcodegebieden van folders die verspreid worden door Coppelmans en bureau-expertise.

Met een uitbreiding van het aantal vierkante meters zal het tuincentrum Coppelmans Valkenswaard qua reikwijdte mogelijk interessant worden voor consumenten uit een bredere regio. Vandaar dat we ook een groter gebied beschouwen in onze analyse.

De A2 vormt globaal de scheiding tussen de marktgebieden (voor tuincentra).

Zeker voor inwoners van Eindhoven is er beperkt aantal meters tuincentrum binnen de eigen gemeentegrenzen aanwezig. Vanuit Eindhoven is de toestroom naar beperkt, zo verwachten wij. De inwoners van Eindhoven Zuid zullen geneigd zijn naar plekken ten zuiden en zuidwesten van Eindhoven te reizen (overwegend Veldhoven), terwijl mensen uit Eindhoven Oost eerder geneigd zijn om naar Nuenen en Helmond te reizen. Eindhoven Noord heeft weer meer een oriëntatie richting Best. Hier is ook aanbod van tuincentra, deels gericht op Eindhovense consumenten. Gelet op deze 'kooporiëntatie' bakenen we de marktregio af op basis van de A2-gemeenten (en De Kempen).

Figuur 1: Primaire marktregio Coppelmans Valkenswaard (ten zuiden van lijn en grens met België)



Bron: Stec Groep op basis van deskresearch en klantgegevens Coppelmans Valkenswaard.

Naast het primaire verzorgingsgebied vinden we het belangrijk om de ontwikkelingen in breder perspectief te beschouwen. We kijken daarom ook naar de regio Zuidoost-Brabant.

2.2 Plan tuincentrum Coppelmans in relatie tot relevant beleid

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

Relevante beleidstekst	
Provinciaal beleid	<ul style="list-style-type: none"> In de provinciale verordening is opgenomen dat ontwikkelingen in de detailhandel zoveel mogelijk geconcentreerd worden in bestaande winkelgebieden, mits dit in schaal en maat mogelijk is (in te passen is). Ontwikkelingen die het lokale niveau overstijgen maar die niet bovenregionaal zijn, worden besproken in de regionale ruimtelijke overleggen. Ruimtelijke ontwikkelingen moeten voldoen aan de uitgangspunten van de Ladder voor duurzame verstedelijking
Regionaal beleid (MRE)	De MRE heeft in 2015 een detailhandelsvisie opgesteld en hierin afgesproken dat de subregio's (onder andere A2) een verdere uitwerking van beleid maken. Specifiek voor tuincentra wordt in deze visie aandacht gevraagd bij de uitwerking. Bovendien is aangegeven dat uitzonderingen op de bestaande structuur getoetst dienen te worden in een detailhandelscommissie.
Subregionaal (A2-gemeenten)	<p>Recent hebben de A2-gemeenten een detailhandelsvisie opgesteld. Clustering van winkelvoorzieningen in de belangrijkste centra staat hierbij voorop. Echter, van een ontwikkeling buiten de aangewezen centra kan nog steeds sprake zijn als sprake is van dermate groot oppervlak dat de winkelvoorziening ruimtelijk niet inpasbaar is.</p> <p>In de regionale visie wordt in dit verband ook de positie van tuincentra genoemd. <i>"Tuincentra zijn qua verschijningsvorm en ruimtegebruik bijzondere vormen van detailhandel. Uitgangspunt is een concentratie van winkelvoorzieningen. Indien een vestiging niet ruimtelijk inpasbaar is wordt een vestiging buiten de aangewezen winkelgebieden en perifere locaties niet op voorhand uitgesloten. Ook in de huidige situatie is hiervan sprake, bijvoorbeeld tuincentrum Coppelmans in Valkenswaard. Met name locaties in de</i></p>

	<p><i>randzones van de bebouwde kom van kernen kunnen eventueel in aanmerking komen. Concrete initiatieven worden (door de gemeente waarin het initiatief zich afspeelt) op basis van de locatievoorwaarden en effecten op de (lokale en regionale) detailhandelsstructuur beoordeeld."</i></p> <p>Met deze beleidsafspraken wordt voorkomen dat tuincentra een bedreiging vormen voor de centra van de dorpskernen in de A2 zone.</p>
Gemeente	<p>De gemeente Valkenswaard heeft geen specifiek detailhandelsbeleid. Het beleid is afgestemd in de regio (A2 gemeenten) en breder in de regio Zuidoost-Brabant/provincie. In het economisch beleid (2017-2020) staat dat terughoudend wordt omgegaan met nieuwe detailhandelsmeters buiten het centrum van Valkenswaard (met name op bedrijventerreinen). Voor tuincentra wordt in het economisch beleid specifiek genoemd dat het logisch is dat deze buiten het centrum gevestigd zijn.</p> <p>Binnen Valkenswaard is wel een centrumvisie opgesteld. Januari 2014 is een Masterplan voor het centrum vastgesteld.</p> <p>De belangrijkste doelen van het programma zijn:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. een kleiner en compacter winkelgebied 2. aanpak van structurele leegstand 3. meer functiemenging (winkels, horeca en wonen) 4. meer groen 5. meer ruimte voor voetgangers en fietsers 6. de auto is 'te gast' <p>Uitvoering van de diverse projecten is volop in gang. Het Masterplan sluit aan bij de uitgangspunten in de regionale visie op detailhandel.</p>

2.3 Aanbod in verzorgingsgebied

Doorgaans wordt voor het inventariseren van het aanbod gebruik gemaakt van de gegevens van Locatus, zo ook in dit onderzoek. We hebben echter duidelijke verschillen geconstateerd tussen de data van Locatus en de werkelijke situatie en plannen in de regio. We hebben daarom de cijfers gecorrigeerd.

We geven daarbij ook aan in welke marktregio het tuincentrum gevestigd is (primair – tussen A2 en A58 en secundair – ten noorden van A2).

Tabel 1: Aanbod tuincentra in Zuidoost-Brabant¹

Naam tuincentrum	Adres	Plaats	wvo Locatus	wvo correctie Stec Groep	Marktgebied
Neutkens	Eerselseweg 35	Knegsel	850	-	Primair
Arie Snoeijen	Leenderweg 31C	Heeze	815	-	Primair
Coppelmans	Nieuwe Waalreseweg 199	Valkenswaard	2.400	4.300	Primair
Bannenberg	Hoeve 1	Valkenswaard	345	-	Primair
Coppelmans	Kapelstraat Zuid 31	Veldhoven	435	-	Primair
GroenRijk De Heikant	Polderstraat 17	Veldhoven	3.800	-	Primair
Coppelmans	Sondervick 17	Veldhoven	4.000	5.800	Primair
Hus en tuin Outlet Veldhoven	De Run 4202	Veldhoven	4.670	-	Primair
Groenen	Hulselseweg 11	Bladel	1.900	-	Primair
Hornbach	Zandstraat 15	Best	-	3.000	Secundair
Praxis Megastore en Tun		Eindhoven	-	3.000	Secundair
Coppelmans	Helmondseweg 116	Deurne	4.500	-	Secundair
Soontjens	Oude Doornakkersweg 2	Eindhoven	3.000	-	Secundair
Collse Waterlelie	Loostraat 9	Eindhoven	80	300	Secundair

¹ Het betreft hier voor publiek toegankelijke winkelvloeroppervlakte. In de regel zijn kantine, ruimte achter toonbanken, etc. niet toegankelijk voor publiek. Dit betekent bijvoorbeeld in het geval van Coppelmans Valkenswaard dat de ruimte 4.500 m² groot is, maar 'slechts' 4.300 m² toegankelijk is voor publiek. Bovendien kijken we hier naar de bestaande – gebouwde – tuincentra en niet naar de mogelijkheden die bestemmingsplannen bieden (zonder dat daar gebouwd is).

Groenrijk Geldrop	Zwembadweg 6	Geldrop	2.500	-	Secundair
Van der Velden	Weg naar Bakel 4	Helmond	3.500	0*	Secundair
Coppelmans	Akkerweg 70	Helmond	3.500	-	Secundair
Coppelmans	Vorsterdijk 12	Nuene	3.000	8.900**	Secundair
Intratuin	Collse Hoefdijk 7	Nuene	3.000	9.500	Secundair
Wijnen J	Hazeldonk 12	Asten	600	-	Secundair
Kwekerij de Mortelen	Aarleseweg 50	Best	5.000	-	Secundair
't Bluumke	Zandstraat 29	Gemert	2.500	-	Secundair
Coppelmans	Bestseweg 54	Oirschot	2.900	-	Secundair
Milheeze	Schutboomsestraat 2	Milheeze	40	-	Secundair
Rens van Dijk	Houtsestraat 67	Helmond	1.500	-	Secundair
D'n Heikant	Bakelseweg 1	Aarle-Rixtel	2.350	-	Secundair
De Biezen	Biezenweg 2A	Beek En Donk	2.500	-	Secundair
CJ Brekelmans	Boskantseweg 59	Sint-Oedenrode	300	-	Secundair
Totaal (primair en secundair)				78.805	

* deze outlet is geopend na sluiting van het tuincentrum Van der Velden. De outlet is van maart tot mid zomer geopend en verkoopt seizoensbloemen en –planten.
** de locatie verdwijnt aan de Vorsterdijk en opent nieuw aan de Kapperdoes, met een gewijzigde omvang)

De volgende correcties zijn doorgevoerd:

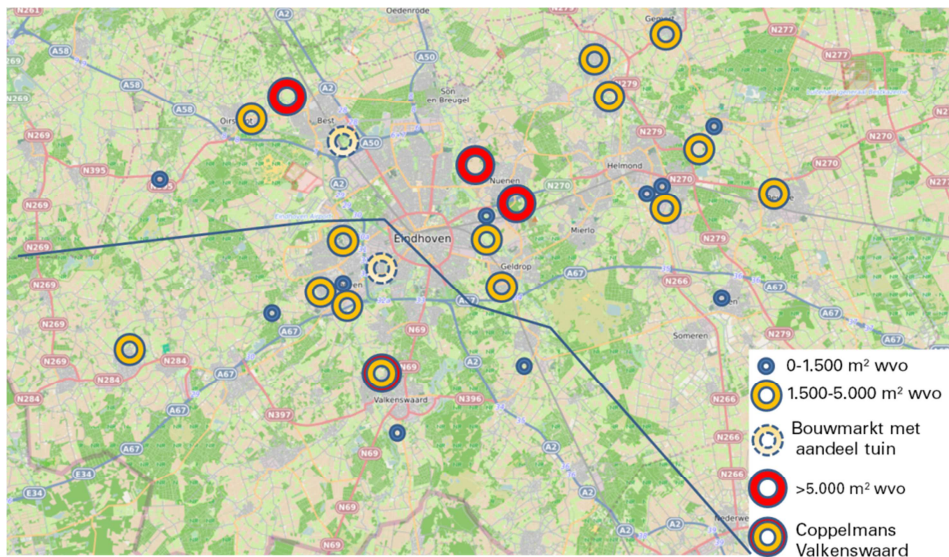
- Tuincentrum Collse Waterlelie blijkt ook over een groter totale vloeroppervlak te beschikken, namelijk zo'n 300 m² in plaats van 80 m².
- Bij het aanbod nemen we ook de in november 2015 geopende bouwmarkt, met tuincentrum van Hornbach (in Best) mee bij het aanbod (ruim 3.000 m² wvo tuincentrum²). We doen hetzelfde voor de Praxis Megastore en Tuin, gevestigd in Eindhoven (ook 3.000 m² wvo)
- Het Tuincentrum van Coppelmans in Veldhoven is 5.800 m² wvo groot in plaats van 4.000 m² wvo.
- Het Tuincentrum van Coppelmans in Valkenswaard is 4.300 m² wvo (voor publiek toegankelijke ruimte) groot in plaats van 2.400 m² wvo.

² Op basis van het bestemmingsplan, verbeelding en bouwplan op www.ruimtelijkeplannen.nl

Het totale aanbod aan tuincentra in Zuidoost Brabant komt daarmee op 73.355 m² wvo. In het primaire marktgebied vinden we 9 verkooppunten die een gezamenlijke oppervlakte hebben van 22.915 m² wvo.

Landelijk zijn circa 1,61 miljoen vierkante meters winkelruimte aan tuincentra. Dit betekent dat per 1.000 inwoners circa 95 m² wvo beschikbaar is. In het primaire marktgebied³ blijkt dat dit circa 103 m² wvo per 1.000 inwoners bedraagt.

Figuur 2: Tuincentra Zuidoost-Brabant (naar marktgebied)



Bron: Stec Groep op basis van Locatus 2016 en eigen research

³ Berekening is als volgt: in het primaire marktgebied (incl. Eindhoven Zuidwest) wonen 250.000 mensen (naast Valkenswaard, Waalre, Bladel, Eersel, Reusel-de Mierden, Bergelijk, Cranendonck, Heeze-Leende, Veldhoven en de Eindhovense wijken Stratum en Gestel) en is 22.915 m² wvo tuincentrum beschikbaar. Dit maakt 103 m² wvo per 1.000 inwoners.

2.4 Trends & ontwikkelingen branche voor tuincentra

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

Detailhandel in non-food is een branche die tot voor kort flink onder druk stond en door diverse ontwikkelingen, zoals internetverkoop en branchevervaging, grote veranderingen ondergaat. De omzet daalde vanaf 2010 jaarlijks, maar liet in 2014 voor het eerst een stabilisatie zien⁴. Deze lijn heeft zich in 2016 versterkt doorgezet. Ten opzichte van 2014 is de omzet circa 10% hoger.⁵ De vooruitzichten voor de komende jaren zijn gunstig, mede gelet op de economische groei en aantrekkende bouwproductie in de woningbouw.

Tuincentra schalen op: steeds groter en diverser

Het aantal tuincentra in Nederland neemt al een aantal jaren af (-9% sinds 2013) en de verwachting is dat dit de komende jaren nog doorzet⁶. De gemiddelde omvang van tuincentra nam tegelijkertijd sterk toe (+3,5% sinds 2013). Deze tegengestelde bewegingen zijn het gevolg van schaalvergroting en concentratie, waardoor er in de tuinbranche minder vestigingen zijn, maar een gelijkblijvend of zelfs hoger aantal vierkante meters. Als gevolg van verbreding van het aanbod spelen tuincentra in op de wensen van de consument (producten voor in en om het huis) en beleving (dagje uit). Hoewel tuincentra het belangrijkste kanaal voor de levende productcategorieën blijven (bijv. kamerplanten, snijbloemen, bollen, zaden), is een toename te zien in verkoop van aanverwante artikelen (zoals potten, vazen, etc.). Bovendien neemt de diversiteit in productgroepen toe. Het assortiment wordt hierdoor dieper. In plaats van vijf verschillende potten, worden tegenwoordig 30 verschillende potten aangeboden (kleuren, maten, materiaal, etc.). Ook de presentatie van producten is ruimer opgezet dan voorheen. Volume- of palletverkoop zorgen voor een aanvullende ruimtebehoefte in tuincentra.⁷

⁴ Rabobank Cijfers & Trends, 2015

⁵ www.detailhandel.info

⁶ www.detailhandel.info

⁷ Structuurnota Tuincentra 2.0 (2013-2018), Tuinbranche Nederland, 2013

Daarnaast neemt het aantal bestedingen via internet toe. In 2015 was het totaal online aandeel in bestedingen binnen tuinproducten 16,6% (met name in niet-levend categorieën).⁸ Een groot deel van de online verkochte producten komt voor rekening van de bestaande (fysieke) retailers.

Overwegend verspreide bewinkeling en breder dan alleen productgroep 'planten'

Tuincentra zijn voornamelijk gevestigd op locaties buiten de stad. Het aandeel 'verspreide winkels' in het totaal aantal verkooppunten is bijna 94%. Bijna 4% is gevestigd op grootschalige concentraties. Dat een tuincentrum bij voorkeur solitair gelegen is, heeft te maken met de omzet per m² in relatie tot huur/koopprijzen op grootschalige concentraties. Voor een tuincentrum is het niet mogelijk om bij hogere huur- en koopprijzen een rendement te behalen. De structuurnota Tuincentra 2013-2018 geeft een beeld van de omzet van tuincentra. Hieruit blijkt dat in tuincentra verreweg de meeste omzet halen in productgroepen gericht op tuin, tuinonderhoud en tuinartikelen. Zie onderstaande tabel.

Tabel 2: Omzet per productgroep tuincentrum

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

Bron: Structuurnota Tuincentra 2013-2018

Meer beleving en inspelen op totaalbehoefte van de consument

Gemak en beleving spelen een steeds grotere rol bij consumenten om een tuincentrum te bezoeken. Grootschalige tuincentra beschikken steeds vaker over horecagelegenheden en een steeds groter en diverser assortiment. Een tuincentrum wordt door veel consumenten als een 'dagje uit' gezien. De consument bezoekt tuincentra ook als leisure activiteit en wenst verrast te worden. Grotere tuincentra trekken mensen uit een groter gebied (regionaal).

Vier typen tuincentra, kleinere centra specialiseren of verdwijnen

Tuincentra zijn ontstaan vanuit verschillende bedrijfstakken (zoals hoveniers, boomkwekerijen, bloemisterijen en zaadhandel) waardoor er verschillende type tuincentra zijn. In de tuinbranche worden tegenwoordig vier typen tuincentra onderscheiden⁹.

Type tuincentra conform Structuurnota 2013-2017

Type I

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

Type II

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

⁸ GfK, Tuinbranche Nederland

⁹ Structuurnota Tuincentra 2013-2018, Tuinbranche Nederland, 2013.

Type III

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

Type IV

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

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

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

In onderstaande tabel de belangrijkste kenmerken.

Tabel 3: Kenmerken typen tuincentra

	Type I	Type II	Type III	Type IV
Omvang perceel	Max. 5.000 m ²	4.000 - 7.000 m ²	5.000 - 10.000 m ²	> 7.000 m ²
Overdekt wvo	500 - 2.000 m ²	1.000 - 2.500 m ²	2.000 - 6.000 m ²	> 6.000 m ²
Niet overdekt m ²	500 - 2.500 m ²	500 - 2.500 m ²	500 - 2.500 m ²	500 - 2.500 m ²
Aantal parkeerplaatsen	10 - 50	25 - 60	50 - 150	> 150
Aankoopgedrag	Doelgerichte aankopen	Doelgerichte aankopen	Doelgerichte aankopen en recreatief winkelen	Recreatief winkelen
Horeca	Koffiecorner	Lunchroom	Restaurant	Restaurant

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

3 Ladder

3.1 Is er behoefte?

We gaan eerst via Distributieplanologisch onderzoek (DPO) in op de marktsituatie in het verzorgingsgebied.

Uitgangspunten bij berekening DPO

Hieronder kort de uitgangspunten voor het DPO. We beschouwen hierbij hoofdzakelijk de marktsituatie in het verzorgingsgebied cq. marktregio. De verwachting is namelijk dat het leeuwendeel van de koopkracht uit deze regio afkomstig zal zijn. Gelet op de spreiding van de inwoners van Eindhoven over het marktgebied nemen we de instroom van koopkracht mee in de toevloeiing en niet in de autonome koopkrachtbinding.

Bevolkingsomvang:

Daar deze marktonderbouwing naar de toekomst (ten minste 10 jaar vooruit) kijkt, wordt een inschatting gemaakt van het aantal inwoners in het verzorgingsgebied eind 2027. Volgens de bevolkingsprognose van de Provincie Noord-Brabant (uitgaande van de meest recente prognoses mei 2017) stijgt het inwoneraantal van 199.000 op 1 januari 2018 naar 201.500 eind 2027.¹⁰ Indien we kijken naar heel Zuidoost-Brabant dan stijgt de bevolking is dezelfde periode van 763.000 naar 788.000 inwoners.

Omzet per inwoner:

Om de omzet per inwoners in de verschillende detailhandel segmenten te bepalen, baseren we ons op cijfers van Panteia (2017)¹¹ en CBS (2015). Indien

sprake is van een bovengemiddeld besteedbaar inkomen mag een correctie op de bestedingscijfers worden toegepast. Voor het verzorgingsgebied is dit niet het geval, het gewogen gemiddelde besteedbaar inkomen ligt gelijk aan het nationale gemiddelde.

Landelijk wordt – zo blijkt uit cijfers van Panteia (2017) - 72 euro per inwoner uitgegeven in tuincentra. We houden de bestedingen per inwoner naar de toekomst constant. Of dit reëel is moet in de toekomst blijken. In het verleden lagen de bestedingen hoger (circa 80 euro per inwoner). Recent waren de bestedingen per inwoner juist lager (circa 60 euro per inwoner). Sinds het einde van de recessie stijgen de bestedingen weer. De berekening betreft dus een momentopname.

Koopstromen

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

De koopkrachtbinding betreft de omzet die door inwoners van het verzorgingsgebied in het verzorgingsgebied gegenereerd worden. Detailgegevens over de koopstromen van tuincentra zijn niet voorhanden. We baseren ons daarom op diverse praktijkvoorbeelden. We verwachten een koopkrachtbinding van circa 90-95% voor het marktgebied. Immers, er is een grote fysieke afstand tot andere tuincentra buiten de marktregio en bovendien blijkt uit het koopstromenonderzoek een hoge binding. Gelet op versterking van het aanbod – zowel in de primaire als secundaire marktregio – verwachten we dat de binding rond 95% komt te liggen.

Ten aanzien van de koopkrachttoevloeiing hanteren we het uitgangspunt dat inwoners van Eindhoven hoofdzakelijk buiten de eigen gemeente tuinartikelen kopen. In het meest recente koopstromenonderzoek SRE uit 2009 weten we dat inwoners van Eindhoven circa 70% van de uitgaven in Doe het zelf en tuincentra in de eigen gemeente doen. We verwachten dat dit getal hoger ligt

¹⁰ De provinciale bevolkingsprognose van Noord-Brabant meet de bevolkingsomvang per 1-1 van dat jaar. Omdat de planperiode loopt van 2018 tot en met 2027 hanteren we 1-1-2028 als uitgangspunt. Voor de uitkomst van de berekening betekent dit een verschil van 100 m² wvo (kortom een verwaarloosbaar verschil).

¹¹ Beschikbaar via www.detailhandel.info en Omzetkengetallen 2016

bij Doe het zelf dan bij Tuincentra. Immers, Eindhoven kent een beperkt aantal vierkante meters tuincentrum (lager dan landelijk gemiddelde¹²). We verwachten dat er relatief veel koopkracht afvloeit, bijvoorbeeld naar Best, Veldhoven, Nuenen en Valkenswaard, waar wel aanbod van tuincentra beschikbaar is. Bovendien is sprake van enige instroom vanuit België. We gaan voor het benoemde verzorgingsgebied uit van een groei van 20 naar 25% in toevloeiingspercentage van buiten het verzorgingsgebied voor de categorie tuincentra. Het sterke aanbod is hierbij een belangrijke trekker van omzet van buiten het verzorgingsgebied. Ook heeft de ontwikkeling in de regio Zuidoost-Brabant tot gevolg dat sprake is van een lichte aantrekkingskracht van buiten de regio (van 5 naar 10%).

Gemiddelde omzet per m²

Voor de omzet per m² baseren we ons op de meest recente cijfers van Panteia (2016). Deze bedraagt €715 per m² wvo. Een kanttekening hierbij: recent onderzoek (uit 2014 uitgevoerd door het Hoofdbedrijfschap Detailhandel – voorloper van de door Panteia opgestelde Ruimtelijke Omzetkengetallen) gaf een aanzienlijk lagere omzet per vierkante meter aan. Stel dat oudere kengetallen worden gehanteerd (bv. € 550 per m² wvo – tot voor kort gebruikelijk) dan is er veel meer marktruimte dan hierna gepresenteerd. Dit geeft aan dat de berekening een momentopname betreft. Juist op basis van de daadwerkelijk gerealiseerde omzetten bij tuincentra in de marktregio komen we tot de conclusie dat deze bovengemiddeld functioneren.

Tabel 4: Marktruimte primaire marktregio

	2017	2027
Inwoners	199.000	201.500
Bestedingen (in €)	73	73
Fysieke bestedingen (in €)	14.527.000	14.709.500
Koopkrachtbinding	90%	95%
Gebonden omzet (in €)	13.074.300	13.974.025

¹² Gemiddeld is 95 m² per 1.000 inwoners, in Eindhoven ligt dit op circa 30 m² per 1.000 inwoners.

Toevloeiing	20%	25%
Totale omzet (in €)	16.342.875	18.632.033
Gemiddelde omzet in NL per m ² (in €)	715	715
Haalbaar aanbod in m ² wvo	22.857	26.059
Gevestigd aanbod in marktregio m ² wvo	22.915	22.915
Marktruimte in m² wvo	-58	3.144

Tabel 5: Marktruimte secundaire marktregio (Zuidoost-Brabant)

	2017	2027
Inwoners	763.000	788.000
Bestedingen (in €)	73	73
Fysieke bestedingen (in €)	55.699.000	57.524.000
Koopkrachtbinding	90%	95%
Gebonden omzet (in €)	50.129.100	54.647.800
Toevloeiing	5%	10%
Totale omzet (in €)	52.767.474	60.719.778
Gemiddelde omzet in NL per m ² (in €)	715	715
Haalbaar aanbod in m ² wvo	73.801	84.923
Gevestigd aanbod in marktregio m ² wvo	78.805	78.805
Marktruimte in m² wvo	-5.004	6.118

Op basis van bovenstaande tabellen kunnen we de conclusie trekken dat er binnen de planperiode voldoende marktruimte is in zowel de primaire als secundaire marktregio om de verruiming van de winkel van Coppelmans Valkenswaard te verantwoorden. Binnen Zuidoost-Brabant is bovendien nog extra ruimte voor de plannen, schaalvergroting van bestaande aanbieders in de tuincentrummarkt.

3.2 Welke (ruimtelijke) effecten ontstaan als gevolg van de ontwikkeling?

Van belang is om de ruimtelijke effecten als gevolg van de uitbreiding van Coppelmans Valkenswaard te taxeren. Hierbij hanteren we een tweedeling. Enerzijds zoomen we in op de effecten op andere tuincentra en anderzijds de effecten op bestaande winkelgebieden, waarvan Valkenswaard centrum het meest voor de hand liggend is (vanwege de afstand).

Ruimtelijke effecten op tuincentra in de marktregio en in Zuidoost-Brabant

Op basis van de trends en ontwikkelingen zagen we dat sprake is van schaalvergroting binnen de branche van tuincentra. Dit zien we terug in de ontwikkeling van het aantal tuincentra (dalend) en oppervlakte van een gemiddeld tuincentrum (stijgend). Deze ontwikkeling maakt dat tuincentra met een gemiddelde of te kleine omvang in de concurrentiestrijd met grote tuincentra zich in toenemende mate specialiseren om te kunnen overleven. Dit is ook terug te zien in de recente omzetcijfers van de grotere tuincentra (denk aan Intratuin en enkele zelfstandige grote tuincentra). Omzetten liggen boven het landelijk gemiddelde en stijgen. Dit betekent dat omzetten bij middelgrote tuincentra onder druk staan. Juist in deze groep zijn de afgelopen periode enkele faillissementen te betreuren geweest.¹³ Deze voorbeelden laten zien dat autonoom de markt verandert en dat tuincentra moeten investeren in de toekomst om de bedrijfsvoering duurzaam te versterken.

Tuincentrum Coppelmans speelt in op deze (kwalitatieve) trend in de tuincentrumbranche. Steeds meer tuincentra zijn genoodzaakt om in te spelen op beleving en attractiviteit om de consument te behouden en aan te trekken. De tuincentra – type IV, zoals eerder is toegelicht – kennen doorgaans een oppervlakte van meer dan 6.000 m² winkelvloeroppervlakte en op solitaire locaties een perceel van circa 2,5 hectare.

Landelijk is circa 20-25% van de aangesloten tuincentra bij Tuinbranche Nederland een type IV tuincentrum. Circa twee derde van de tuincentra in Nederland is aangesloten bij de beroepsvereniging, hoofdzakelijk de grotere tuincentra. 95% van alle type IV tuincentra zijn aangesloten bij Tuinbranche Nederland.

We zien dat het aanbod van Type IV tuincentra in Zuidoost-Brabant sterk ondervertegenwoordigd is ten opzichte van andere regio's. Het blijkt dat landelijk circa 1 type IV tuincentrum aanwezig is op circa 150.000-175.000 inwoners. In Zuidoost-Brabant zijn – met de realisatie van Coppelmans in Nuenen – 2 type IV tuincentrum op 750.000 inwoners.

In de nieuwe situatie zal Coppelmans circa 2.600 m² wvo erbij krijgen. Dit betekent dat de omzet met circa 1,5 mln. euro zal stijgen, gelet op landelijke kengetallen. Geconstateerd is dat er marktruimte is in en buiten de marktregio om een dergelijke groei op te vangen. Indien we de toename in omzet met circa 1,5 miljoen relateren aan de omzet die benodigd is voor de tuincentra in het marktgebied (in de nieuwe situatie), dan gaat het om een omzet van circa 18.5 miljoen, oftewel circa 8%.

De effecten (maximaal 8% omzetzerving) zullen zich spreiden over meerdere aanbieders. De kans dat er daar direct als gevolg van de uitbreiding bestaand aanbod verdwijnt, is klein. Immers, er ontstaat op middellange termijn marktruimte zowel in als buiten de primaire marktregio. Bovendien functioneren deze tuincentra in de huidige situatie ook al samen met Coppelmans in Valkenswaard.

Hoewel de kans klein is dat er als gevolg van de uitbreiding van Coppelmans zaken verdwijnen, zal het eventueel verdwijnen niet resulteren in een aantasting van de voorzieningenstructuur: er blijven altijd nog veel keuzemogelijkheden voor de consument over. Bovendien zijn tuincentra niet essentieel voor de eerste levensbehoeften.

¹³ We denken onder andere aan tuincentrum Van der Velden in Helmond (circa 5.000 m² wvo) en GroenRijk in Veldhoven en Asten (circa 4.500 m² wvo)

Zoals hiervoor beargumenteerd, zal zich geen substantieel omzet- of merkbaar effect voordoen. Immers de effecten worden verspreid over meerdere aanbieders en bovendien is sprake van marktruimte. Daar waar de uitbreiding van Coppelmans leidt tot een beperkt omzeteffect zullen aanbieders de tegenvallende exploitatiecijfers proberen te verbeteren door kostenreductie (bijvoorbeeld door verlaging van huisvestings- of personeelslasten) en/of verhoging van de omzet (acties, scherper of collectief inkopen, etc.).¹⁴

Overigens is het kenmerk van alle tuincentra in de marktregio dat deze 'verspreid' gelegen zijn. Dit betekent dat deze tuincentra niet in een winkelconcentratiegebied gelegen zijn. Ze liggen overwegend aan de rand of buiten de bebouwde kom. Zelfs al zou een tuincentrum in de marktregio verdwijnen, dan leidt dat niet tot onaanvaardbare leegstand en doet dat ook geen afbreuk aan de consumentenverzorging: de consument blijft de beschikking houden over een voldoende diversiteit aan tuincentrum-aanbieders. Juist omdat tuincentra overwegend solitair gevestigd zijn is de kans op een (grootschalig) ruimtelijk effect (bijvoorbeeld het leeg komen staan of de waardedaling van een totaal winkelgebied) als gevolg van de uitbreiding van Tuincentrum Coppelmans niet aanwezig.

Mogelijke effecten op centrum Valkenswaard

Maximaal 5% van de vloeroppervlakte van het tuincentrum Coppelmans wordt ingericht voor nevenassortiment. Dit om te voorkomen dat er andere producten worden verkocht en concurrentie met andere winkelgebieden ontstaat. 5% nevenassortiment betekent dat maximaal 350 m² vwo ingericht mag worden voor deze producten.

In tuincentra worden diverse branchevreemde producten verkocht. Ook in de bestaande vestiging van Coppelmans worden dergelijke producten verkocht. Het gaat bijvoorbeeld om wenskaarten, tuinspeelgoed, hobbyartikelen en snoepgoed. Vaak betreft het een enkele stelling of rek waar de producten verkocht worden. De omzet van het nevenassortiment (<5%) is zeer beperkt.

¹⁴ Overigens hebben een groot deel van de tuincentra in Nederland de crisis overleefd. Tijdens de crisis zijn omzetten gedaald en dit heeft niet evenredig geleid tot de sluiting van tuincentra.

Ten opzichte van de huidige situatie gaat het om toevoeging van maximaal 150-200 m² vwo. Een tuincentrum (en ook Coppelmans) voert geen volledig aanbod aan nevenassortiment, maar juist een heel specialistisch aanbod dat bovendien gericht is op impulsaankopen of enigszins past bij het gevoerde hoofdassortiment. Dit betekent dat consumenten niet speciaal naar het tuincentrum gaan om een wenskaart of snoep te kopen. Dit zijn eerder extra bestedingen als gevolg van een bezoek aan het tuincentrum (impulsaankopen). Dergelijke bestedingen gaan niet ten koste van de bestedingen van consumenten in winkels in centra of daarbuiten in het marktgebied. Overigens merken we hierbij op dat een groot deel van de bezoekers aan het tuincentrum Coppelmans van buiten de gemeente komt. Dit betekent dat eventuele omzeteffecten (het nevenassortiment genereert een omzet van circa € 250.000 op jaarbasis = 5%) verspreid worden over het marktgebied en dus absoluut niet merkbaar zijn voor de diverse winkels die regulier dagelijks- en niet-dagelijks aanbod verkopen.¹⁵ Hieruit concluderen we dat in elk geval is het behoud van het kernwinkelgebied van Valkenswaard niet in gevaar door de uitbreiding van het tuincentrum. Er is immers geen effect te verwachten als gevolg van de ontwikkeling.

Gemeente zet in op versterken van het centrum en kernwinkelgebied

De gemeente Valkenswaard is zich bewust van de – ten opzichte van enkele jaren geleden – verslechterde positie van het kernwinkelgebied. Deze ontwikkeling heeft zich autonoom voorgedaan als gevolg van verslechterd perspectief van winkelcentra in Nederland. Het kernwinkelgebied is zowel in de regionale visie als in gemeentelijk beleid een belangrijk winkel- en voorzieningengebied. In de regionale detailhandelsvisie (A2 gemeenten, 2015) is het winkelgebied ook als kwetsbaar bestempeld. Vanuit de gemeente wordt het beleid nagestreefd om het kernwinkelgebied te versterken. Dit betekent dat ontwikkelingen die de positie van het centrum schaden niet wenselijk zijn. De

¹⁵ Ter illustratie: de totale detailhandelsomzet in de gemeente Valkenswaard ligt op circa € 150 miljoen op jaarbasis. Het gaat dus om een aandeel in deze omzet van 0,15%. Voor het centrum van Valkenswaard geldt dat het circa 0,3% van de omzet betreft.

gemeente heeft hiervoor een Masterplan opgesteld (2014) om het centrum te versterken.

Het Masterplan Centrum kent 23 deelprojecten verdeeld over 4 onderdelen:

1. Herinrichting centrum
2. Verkeer en parkeren
3. Stimuleren economie
4. Beeldkwaliteit

Een aantal projecten is nu al uitgewerkt en dient als basis voor de verdere versterking van het centrum.

De gemeente werkt dus actief aan het behoud en versterken van de voorzieningenstructuur in Valkenswaard. De leegstand in het kernwinkelgebied is toegenomen, mede als gevolg van algemene ontwikkelingen in de detailhandel (en niet te wijten aan tuincentra in de omgeving). In 2009 stond circa 4.000 m² wvo leeg, in 2014 stond bijna 11.000 m² wvo leeg. Het Masterplan uit 2014 moet dit tij keren.

Mede als gevolg van het geringe nevenassortiment bij Tuincentrum Coppelmans achten we het legitiem te stellen dat de uitbreiding van dit tuincentrum geen effect heeft op de positie van het kernwinkelgebied van Valkenswaard. Consumenten gaan niet doelgericht voor het nevenassortiment naar een tuincentrum, maar zullen eerder impulsaankopen verrichten.

3.3 Is de behoefte binnen bestaand stedelijk gebied op te vangen?

Omdat de uitbreiding van Coppelmans conform de Verordening van de provincie Noord-Brabant niet in bestaand stedelijk gebied gelegen is onderzoeken we in deze paragraaf alternatieven.

Verplaatsing van het tuincentrum Valkenswaard is voor het bedrijf niet aan de orde. Hiervoor zijn meerdere redenen aan te voeren, namelijk:

- Er is op dit moment geen pand beschikbaar (in bestaand stedelijk gebied) waar het tuincentrum haar activiteiten naar toe kan verplaatsen (in het verzorgingsgebied/marktregio).
- Ook op onbebouwde locaties binnen bestaand stedelijk gebied (in het verzorgingsgebied) is geen plek van voldoende omvang beschikbaar – of via herstructurering beschikbaar te maken – om de vestiging van Coppelmans mogelijk te maken.
- Als gevolg van een verplaatsing komt het bestaande Coppelmans-pand in Valkenswaard leeg te staan. Dan is kapitaalvernietiging aan de orde. Bovendien kost de uitbreiding een fractie van nieuw- of verbouw op een andere locatie.

Een locatie in bestaand stedelijk gebied is het in de gemeente Valkenswaard gelegen perceel (aan de Geenhovensedreef 26) waar in het vigerende bestemmingsplan de bouw van een tuincentrum mogelijk is. Voor dit perceel wordt op termijn een nieuw bestemmingsplan opgesteld. Bovendien is het perceel te klein (circa 1,5 hectare) om een modern tuincentrum te beginnen.

CONCLUSIE

Gelet op voorgaande concluderen we dat de uitbreiding van Coppelmans in Valkenswaard past binnen de Ladder voor duurzame verstedelijking. Er is een behoefte, die niet kan worden opgevangen in bestaand stedelijk gebied. De (ruimtelijke) effecten voor zowel de tuincentra in de omgeving alsmede het centrum van Valkenswaard zijn bovendien minimaal. Gelet op de ligging in de groenblauwe mantel is het aan te bevelen om bij de inpassing zorgvuldigheid te betrachten zodat het tuincentrum 'te gast' is in de groene en landelijke omgeving.