

gemeente Cranendonck

uitbreiding Van Cranenbroek Budel

ruimtelijk-economisch onderzoek

identificatie

projectnummer:

400048.19504.00

projectleider:

drs. G. Welten

auteur(s):

M. Geerts MSc

planstatus

datum:

12-11-2015

opdrachtgever:

Van Cranenbroek b.v.

Inhoud

1. Inleiding	3
2. Trends en ontwikkelingen detailhandel	5
2.1. Ontwikkelingen in de detailhandel	5
2.2. Internet en koopgedrag van consumenten	6
2.3. Winkelgebieden specialiseren op bezoekmotief	7
2.4. Relatie tussen trends en ontwikkelingen en initiatief Van Cranenbroek	8
3. Uitbreiding Van Cranenbroek Budel	9
3.1. Positionering Van Cranenbroek	9
3.2. Locatie Van Cranenbroek Budel	10
3.3. Opzet beoogde uitbreiding	11
4. Ruimtelijke analyse	13
4.1. Lokaal: gemeente Cranendonck	13
4.2. Relevante regio	15
4.3. Omvang winkelaanbod in verzorgingsgebied	17
4.4. Regionale ruimtelijke spreiding bouwmarkten	19
4.5. Regionale ruimtelijke spreiding aanbieders tuincentra en agri-retail	20
4.6. Conclusie	21
5. Economische analyse	23
5.1. Omzetclaimbenadering	23
5.2. Ontwikkeling in omzetclaim (%) door uitbreiding Van Cranenbroek	24
5.3. Mogelijke ruimtelijk-economische effecten uitbreiding	24
5.4. Ladder voor duurzame verstedelijking	27
6. Conclusie	31

Bijlagen:

- 1 Uitgangspunten economische analyse

1. Inleiding

Aanleiding

Van Cranenbroek is voornemens om haar vestiging aan de A. Fokkerweg/Randweg-Zuid op het bedrijventerrein Airpark in Budel uit te breiden. De huidige winkel heeft een oppervlak van 9.486 m² winkelvloeroppervlak (opgave Van Cranenbroek d.d. 12 januari 2015). De beoogde uitbreiding is gericht op het uitbreiden van het volumineuze assortiment in de branches 'tuin' en 'doe-het-zelf' (volgens de branche-indeling van Detailhandel.info). Met de beoogde uitbreiding (circa 10.000 m² wvo) krijgt de detailhandelsfunctie een omvang van 19.300 m² wvo. In ruimtelijk-economisch onderzoek wordt gerekend met de winkelvloeroppervlak (wvo), zijnde het toegankelijke/zichtbare deel van de winkel (dus exclusief (afhaal)magazijn, kantoor, sociale en technische ruimten). Er wordt van dit oppervlak uitgegaan, omdat alleen het productieve (verkoop-)deel van een bedrijf relevant is voor de economische analyse.

In dit onderzoek wordt onderzocht of de ruimtelijk-economische effecten van de beoogde uitbreiding per saldo aanvaardbaar zijn. Hierbij wordt tevens de vraag beantwoord of de ontwikkeling voldoet aan de eisen uit de ladder voor duurzame verstedelijking (art. 3.1.6. lid 2 Bro).

Onderzoek

Van Cranenbroek is een onderneming die is gespecialiseerd in volumineuze tuinartikelen (zoals tuinmeubelen, tuinmachines, afrasteringen) en gereedschappen. Het overgrote deel van het assortiment van Van Cranenbroek sluit aan op het assortiment van agri-retailers, bouwmarkten en tuincentra. Producten uit de branches 'tuin' en 'doe-het-zelf' (volgens de branche-indeling van Detailhandel.info) zijn dan ook het hoofdassortiment van de Van Cranenbroek-formule. De uitbreiding van circa 10.000 m² wvo wordt volledig ingericht met volumineuze producten in de branches 'tuin' en 'doe-het-zelf'. Om de aanvaardbaarheid van de beoogde uitbreiding van de winkel te kunnen toetsen wordt de volgende hoofdvraag beantwoord in dit onderzoek:

“Is de beoogde uitbreiding van Van Cranenbroek in de gemeente Cranendonck aanvaardbaar in relatie tot een goed woon-, leef- en ondernemersklimaat?”

Om de hoofdvraag te beantwoorden komen de volgende deelvragen aan de orde:

- Hoe is de regionale verzorgingsstructuur voor bouwmarkten en tuincentra opgebouwd?
- Is Van Cranenbroek complementair qua positionering en schaalgrootte ten opzichte van bouwmarkten en tuincentra/agri-retail in de regio?
- In hoeverre is er in de regio een (ruimtelijk-economische) behoefte aan de beoogde uitbreiding van Van Cranenbroek?
- Voldoet de beoogde ontwikkeling van Van Cranenbroek aan de eisen uit de ladder voor duurzame verstedelijking?

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 staat de relatie beschreven van de beoogde ontwikkeling met de actuele trends en ontwikkelingen binnen de detailhandel. In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op de beoogde uitbreiding van Van Cranenbroek op de locatie aan de A. Fokkerweg/Randweg-Zuid in Budel.

De analyse van de ruimtelijke effecten is aan de orde in hoofdstuk 4. De economische analyse is opgenomen in hoofdstuk 5, waarna tot slot in hoofdstuk 6 de onderzoeksvragen worden beantwoord.

2. Trends en ontwikkelingen detailhandel

Het samenspel van ontwikkelingen en trends heeft een sterke invloed op het koopgedrag van consumenten. Op de alsmaar ontwikkelende behoeften van consumenten probeert de detailhandel in te spelen. Niet ieder bedrijf doet dit op dezelfde wijze (of slaagt daar goed in), wat zich vertaalt in een sterke dynamiek in de detailhandel.

In het navolgende wordt bekeken hoe de beoogde ontwikkeling van Van Cranenbroek zich verhoudt tot het consumentengedrag.

2.1. Ontwikkelingen in de detailhandel

Schaalvergroting

- *Vestigingen.* Veel winkelbedrijven realiseren steeds grotere winkels om de veeleisende consument een zo groot mogelijk assortiment en veel comfort (veel kassa's, ruime gangpaden en extra diensten) te kunnen bieden.

Vooraf winkels gericht op producten voor in-en-om-het-huis groeien de laatste jaren sterk. Denk hierbij aan de steeds grotere bouwmarkten, tuincentra, woonwinkels en dergelijke. In de woninginrichtingsbranche en bij de tuincentra zijn winkels van meer dan 25.000 m² wvo geen uitzondering meer. Ook modewarenhuizen realiseren steeds grotere winkels in de centrumgebieden van grote steden. Dit doen zij deels in reactie op de toenemende verkopen via internet (zie onder).

- *Winkelketens.* Schaalvergroting vindt eveneens plaats op het niveau van winkelketens. Er komen meer en meer ketenbedrijven en deze krijgen ook steeds meer filialen: de zogenaamde filialisering. De consument ervaart de aanwezigheid van de bekende (grootschalige) ketens in een winkelgebied als aantrekkelijk.

Tegelijk met de toename van het aantal vestigingen van ketenbedrijven is een afname gaande van het aantal zelfstandige winkeliers, maar dat vooral het gevolg is van een gebrek aan opvolging.

- *Winkelgebieden.* Niet alleen afzonderlijke winkels groeien, ook winkelgebieden willen groter worden. Consumenten willen namelijk kunnen vinden wat ze zoeken en hoe groter het winkelgebied, hoe groter de kans dat dit lukt. Hierbij is wel sprake van specifieke wensen ten aanzien van de omvang van winkelgebieden gericht op boodschappen, mode & luxe of woninginrichting. Winkelgebieden specialiseren zich namelijk steeds meer op een afzonderlijk bezoekmotief van consumenten (zie paragraaf 2.3).

Dit proces kent winnaars en verliezers. Winkelgebieden die de schaa sprong niet kunnen maken verliezen aan aantrekkingskracht. Deze dynamiek wordt aangestuurd door enerzijds het keuzep proces van de steeds mobielere consument en anderzijds door de partijen die de kwaliteit van een winkelgebied bepalen: ondernemers in de detailhandel en horeca en de gemeenten als beheerder van openbare ruimte.

Superspecialisatie

Nieuwe ketens en zelfstandige winkeliers zoeken 'niches' in de markt die niet gedekt worden door de steeds grotere winkels van de ketenbedrijven. In de centrumgebieden duiken interessante winkels op die in kleinere kernen bijvoorbeeld de vorm hebben van een atelier met een winkel of er worden

nichemarkten bediend, zoals een winkel in versproducten van lokale producten (al dan niet in combinatie met onlineverkoop).

Voor plaatselijke ondernemers met goed zicht op de lokale markt zal altijd plaats zijn – ook in de kleinere kernen. Deze ontwikkeling is een tegenbeweging tegen de eerder genoemde filialisering door de grote ketenbedrijven.

De aanwezigheid van bijzondere en dikwijls vernieuwende detailhandel geeft extra aantrekkingskracht aan een winkelgebied. Het zijn winkels die de consument onthoudt en die een winkelgebied bijzonder maken.

2.2. Internet en koopgedrag van consumenten

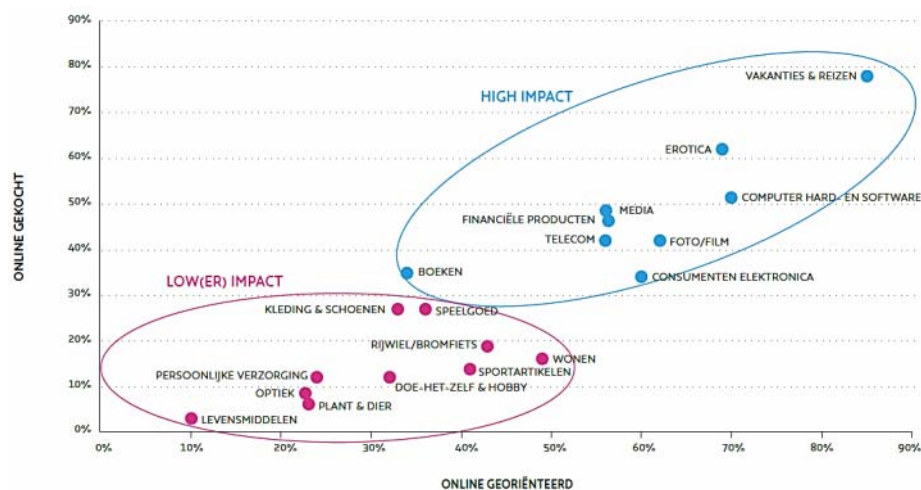
Demografische en sociaaleconomische ontwikkelingen zoals vergrijzing, ontgroening, verkleining van huishoudens, inkomensstijging en hoger opleidingsniveau hebben effecten op koopgedrag. De toenemende mobiliteit en de beschikking over vrije tijd en geld spelen een centrale rol bij keuzes in het koopgedrag. Een ontwikkeling met sterke invloed op fysieke winkels is de toenemende online verkoop van producten.

Steeds meer consumenten schaffen producten aan via het internet vanwege het gemak en omdat kopen via internet steeds veiliger en betrouwbaarder wordt. Deze ontwikkeling treft vooralsnog vooral bepaalde branches die standaard/generieke producten verkopen: reizen, verzekeringen, boeken, cd's, dvd's, elektronica en dergelijke.

In 2013 gaf 83 procent van de 12- tot 75-jarige internetgebruikers aan online te winkelen (CBS, 30 juni 2014). Dat komt neer op 10,3 miljoen mensen, 0,4 miljoen meer dan in 2012. Het aandeel frequente e-shoppers nam toe van 57 naar 60 procent, het aandeel minder frequente kopers bleef gelijk op 22 procent. Deze aandelen zijn vrijwel gelijk in de stad en op het platteland.

Op dit moment vindt zo'n 9% van de bestedingen aan consumentengoederen via internet plaats (thuiswinkel.org, december 2013). Als daar producten als verzekeringen en reizen bij worden opgeteld dan lopen meer dan 14% van de consumentenbestedingen via internet.

De toegenomen concurrentie betekent voor een deel van de fysieke winkels dat ze niet kunnen voortbestaan. Landelijk gezien neemt de vraag naar winkelvastgoed dan ook af door de groei van interne-taankopen.



Figuur 2.1 Belang van internet in de oriëntatie- en aankoopfase voor diverse branches en producten (De evolutie van online winkelen in Nederland, Weltevreden, 2012)

Een deel van de detailhandel weet op de concurrentie van internet te reageren. Enerzijds doen zij dit door schaalvergroting, waardoor de consument maximale verleiding kan worden geboden in de winkel. Anderzijds door specialisatie in combinatie met online verkoop, zodat aan klanten in een nichemarkt

optimale persoonlijke service en aandacht kan worden besteed. Het internet is daarbij een middel om het potentiële klantenbereik sterk te vergroten. Het blijkt namelijk dat veel consumenten zich oriënteren op internet, maar voor de aanschaf toch een fysieke winkel bezoeken (figuur 2.1).

Om in te kunnen spelen op de consument die net zo gemakkelijk online als offline actief is, zet de detailhandel onder meer in op hybride verkoopkanalen. Een voorbeeld hiervan zijn winkels die alleen showroom zijn waar verschillende producenten schapruimte huren, zodat consumenten geïnspireerd kunnen raken door de fysieke producten alvorens die online te bestellen. Een ander voorbeeld is afhaalpunten, zogenaamde pick-up-points, waar op internet bestelde producten op het voor de consument gunstigste moment kunnen worden afgehaald.

Van Cranenbroek kiest ervoor in de winkels maximale keuze en comfort te bieden aan de consument (zie ook hoofdstuk 3). Hiertoe is schaalvergroting van de filialen nodig.

2.3. Winkelgebieden specialiseren op bezoekmotief

Winkelgebieden strijden om de gunst van de mobiele en grillige consument. Een consument die ook zeer goed geïnformeerd is en het aanbod en de prijzen via de smartphone tot in de winkel vergelijkt.

Keuzes van consumenten afhankelijk van push- en pull-factoren

In het algemeen voelen consumenten zich aangetrokken tot winkels / winkelgebieden met een ruim winkelaanbod in een compacte structuur. Als de consument langer in een winkel / winkelgebied verblijft, is ook een aantrekkelijke openbare ruimte en goede horeca van belang. Deze kenmerken worden wel omschreven als de pull-factoren.

Voor het overige verwachten consumenten dat een aantal zaken goed is geregeld bij een winkel / in een winkelgebied. De consument verwacht een goed bereikbare detailhandel met voldoende parkeren op korte afstand van de winkel(s). Als dit niet aanwezig is dan 'duwt' dit hen als het ware naar concurrerende winkels (of naar het internet). In dit verband spreekt men van push-factoren.

Keuzefactoren bij verschillende winkelgebieden

De consument bezoekt verschillende winkels / winkelgebieden met een verschillend motief en gaat daarbij ook steeds anders om met de push- en pull-factoren. Voor reguliere winkels / winkelgebieden zijn er 3 soorten bezoekmotieven.

- *Boodschappen doen*: voor de dagelijkse en frequent benodigde niet-dagelijkse goederen bezoekt de consument: supermarkt, versspecialzaken, drogisterij en winkels in bloemen, textiel of huishoudelijke artikelen. Dragere voor dit type winkelgebied zijn de supermarkten, want deze zorgen voor een toestroom van consumenten – ook voor de specialzaken. De kwaliteit van een boodschappengebied wordt bepaald door de compleetheid van het aanbod, de omvang en complementariteit van de supermarkten, de autobereikbaarheid en de parkeermogelijkheden. Boodschappen doet de consument vooral lokaal.
- *Recreatief winkelen*: dit betreft het kopen van mode en luxe artikelen of de aanschaf van woonartikelen, waarbij het vergelijken tussen winkels en een dagje uit belangrijk zijn. Van belang is een complete mix van grootschalige trekkers en interessante, kleinschalige boetieks. Trekkers die wenselijk zijn voor centrumgebieden zijn (mode)warenhuizen. De grote woonwarenhuizen zijn de trekkers van recreatief bezochte woonboulevards. Ook horeca is van belang voor een recreatief winkelgebied.
- *Doelgerichte aankopen*: de consument heeft vooraf bepaald wat wordt gekocht en waar. Het betreft kooptrips naar grote winkels vaak op perifere locaties, zoals bouwmarkten. Om de doelgericht winkelende consument de keuzevrijheid te bieden, hebben de afzonderlijke winkels een uitgebreid assortiment onder één dak, waarbij de consument het productaanbod binnen dezelfde winkel vergelijkt. Productvergelijking in meer dan twee winkels onderling vindt relatief weinig plaats. De winkels van Van Cranenbroek zijn hoofdzakelijk gericht op dit bezoekmotief.

2.4. Relatie tussen trends en ontwikkelingen en initiatief Van Cranenbroek

Met de beoogde ontwikkeling speelt Van Cranenbroek in op de actuele behoeften van de consument die is gericht op doelgerichte aankopen. De beoogde schaalvergroting is dan ook bedoeld om de consument maximale keuzevrijheid en maximale verleiding te bieden in de winkel. Ook het 'winkelcomfort' van de consument wordt geoptimaliseerd. De groeiende keuzevrijheid, verleiding en winkelcomfort is tevens een reactie op de groeiende verkoop via internet.

Voor bovengenoemde zaken is een ruimer winkeloppervlak benodigd.

In het hoofdstuk 3 wordt de schaalvergroting en positionering van Van Cranenbroek nader toegelicht.

3. Uitbreiding Van Cranenbroek Budel

3.1. Positionering Van Cranenbroek

Tuin- en agri-detailhandelsformule

Van Cranenbroek heeft vier vestigingen in Nederland (Budel, Dongen, Landgraaf en Schijndel) en één in België (Opglabbeek). Van Cranenbroek is een ‘tuin- en agri-detailhandelsformule’. Het assortiment bestaat uit een samenstelling van – zowel volumineuze als niet volumineuze – tuinartikelen, dierartikelen, doe-het-zelfartikelen (inclusief werkkleding) en artikelen die worden gebruikt in de bouwnijverheid, land-, tuin- en bosbouw, ambachtelijke, industriële en aanverwante bedrijfssectoren.



Figuur 3.1 Impressie assortiment (Van Cranenbroek, 2015)

Samenstelling assortiment

Niet-levende tuinartikelen

Van Cranenbroek voert een zeer breed assortiment tuin- en tuingerelateerde artikelen, waaronder tuinmeubelen, tuinverlichting, (elektrische) tuingereedschappen, grasmaaiers, tuintractoren, vijvers en vijverinrichtingsartikelen, beregeningsmaterialen, afrasteringen (zoals tuinhekken), tuinhuisjes, tuinkeukens, tuinhaarden, tuindouches, zwembaden, aardewerk/potterie, tuininrichtings- en tuindecoratieartikelen, barbecues, tuingerelateerde speeltoestellen en -speelgoed (zoals trampolines en speelgoed-traptractoren), dierenhokken. Levend materiaal behoort echter niet tot het assortiment, zodat een Van Cranenbroek-vestiging niet op te vatten is als een tuincentrum.

Verder verkoopt Van Cranenbroek diverse land- en tuinbouwartikelen, zoals machines en gereedschappen die in de land- en tuinbouw gebruikt worden, waterpompen en regeninstallaties, alsmede dierbenodigdheden/voeders. Van Cranenbroek verkoopt aldus ook artikelen die in de agri-retail te vinden zijn.

Doe-het-zelfartikelen – hoofdzakelijk voor buitenshuis

Naast tuingereedschappen en -materialen worden er ook andere doe-het-zelfartikelen verkocht, maar het accent ligt daarbij op tuin, erf en buitenleven (ofwel: buiten het huis) en niet, zoals bij een reguliere bouwmarkt, op het in- en exterieur van woningen. Een Van Cranenbroek-winkel beschikt dan ook niet het complete assortiment van een reguliere bouwmarkt. Zo verkoopt Van Cranenbroek geen (groot) sanitair, behang, raambekleding, parket, tapijt en (binnen)keukens. Ook werkkleding wordt gerekend tot het assortiment aan doe-het-zelfartikelen. Het assortiment van Van Cranenbroek onderscheidt zich dan ook wezenlijk van het assortiment van reguliere bouwmarkten en kan als complementair aan het assortiment van reguliere bouwmarkten worden beschouwd.

Professionele tuin- en doe-het-zelfartikelen

Tot het assortiment van Van Cranenbroek behoren ook professionele producten (gereedschappen, machines e.d.), die zowel aan particuliere consumenten als aan professionele, niet-consumptieve afnemers (agrariërs, ambachtslieden, aannemers) worden verkocht. Dit soort groothandel laat zich echter niet (zichtbaar) onderscheiden van de detailhandel en wordt dan ook – wat betreft planologische uitstraling – op één lijn gesteld met detailhandel.

Alle voornoemde artikelen, inclusief de daarmee in verband staande en daarvan afgeleide producten, materialen, onderdelen en accessoires, behoren tot het assortiment van Van Cranenbroek. Naast dit hoofdassortiment verkoopt Van Cranenbroek een nevenassortiment, dat zich beperkt tot een aantal productgroepen/branches.

Van Cranenbroek is complementair binnen de primaire branches ‘tuin’ en ‘doe-het-zelf’

Er bestaat een aantal verschillen tussen de Van Cranenbroek-formule en ‘reguliere’ winkels in de branches tuin en doe-het-zelf (de branche-indeling van Detailhandel.info). Zo behoren ‘levende’ tuinartikelen niet tot het assortiment, waardoor Van Cranenbroek geen volwaardig tuincentrum is. In tegenstelling tot een reguliere bouwmarkt is het assortiment van Van Cranenbroek vooral gericht op ‘buiten’ huis en in mindere mate ‘in’ huis. Ook verkoopt Van Cranenbroek vooral machines en (elektrische) gereedschappen en nauwelijks bouwmaterialen.

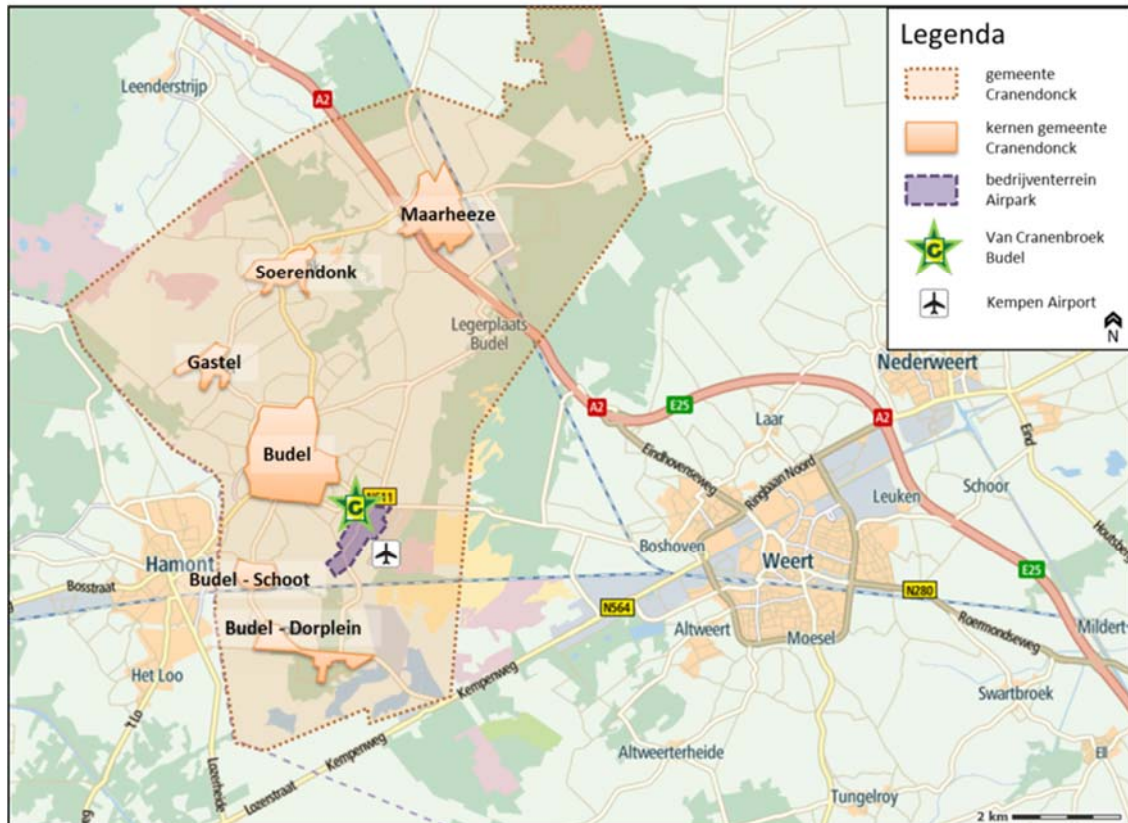
Een ander kenmerk van de Van Cranenbroek-formule is een zeer breed aanbod binnen bovengenoemd assortiment, waarvan een ruim keuze in volumineuze producten.

Haast alle producten worden in uiteenlopende formaten, kwaliteiten en prijzen aangeboden. Door deze prijs- en productdifferentiatie kan Van Cranenbroek zowel de consument als de professional een keuze bieden.

Gezien het bovenstaande, kan worden gesteld dat de formule van Van Cranenbroek onderscheidend en complementair is ten opzichte van de ‘reguliere’ agri-retail, bouwmarkten en tuincentra.

3.2. Locatie Van Cranenbroek Budel

Van Cranenbroek wil uitbreiden op bedrijventerrein Airpark in Budel. Deze locatie ligt aan de provinciale weg Randweg-Zuid, welke via de Randweg-Oost aansluit op de Rijksweg A2 (afslag 37 Budel). Naast het bedrijventerrein ligt het vliegveld ‘Kempen Airport’. In het westen grenst de gemeente Cranendonck aan de Belgische grens. In figuur 3.2 is de ligging van Van Cranenbroek in Budel weergegeven.



Figuur 3.2 Situering Van Cranenbroek Budel

3.3. Opzet beoogde uitbreiding

In paragraaf 3.1 is beschreven dat het assortiment van Van Cranenbroek grotendeels bestaat uit volumineuze niet-levende tuin- en agri-artikelen. De beoogde uitbreiding van de winkel van Van Cranenbroek in Budel wordt uitsluitend ingericht met volumineuze goederen in de branches 'tuin' en 'doe-het-zelf' (uitgaande van de branche-indeling van Detailhandel.info). Om dit assortiment goed te kunnen presenteren hebben de vestigingen van Van Cranenbroek een grootschalige omvang. Door Van Cranenbroek worden verder de gangpaden verbreed en de schappen verlaagd. De grote drukte in de huidige winkel wordt beter gespreid over een groter oppervlak. Ook wordt lichte horeca toegevoegd in de winkel, waar de klant een rustmoment kan hebben.

Een belangrijk aspect waarmee wordt ingespeeld op de behoefte van de consument is de ruimere presentatie van de producten, want deze wenst vrijwel alle uitvoeringen, kleuren en maten van de (volumineuze) artikelen in de winkel te kunnen zien/proberen. Momenteel wordt namelijk een deel van de producten verkocht vanaf de 'foto', waarna de concrete producten worden afgehaald bij het magazijn. Door de beoogde ontwikkeling wordt het assortiment dan ook niet wezenlijk vergroot (in breedte noch in diepte), maar een veel groter deel van het assortiment zal worden uitgesteld in de winkel.

Tegelijk met deze ontwikkeling worden ook de (afhaal)magazijnen vernieuwd, vergroot en verplaatst. De gekochte producten kunnen door de consument worden afgehaald bij het magazijn. Aangezien de verkoop uitsluitend in de winkel plaatsvindt, is het oppervlak van de magazijnen niet relevant voor de analyse in dit rapport.

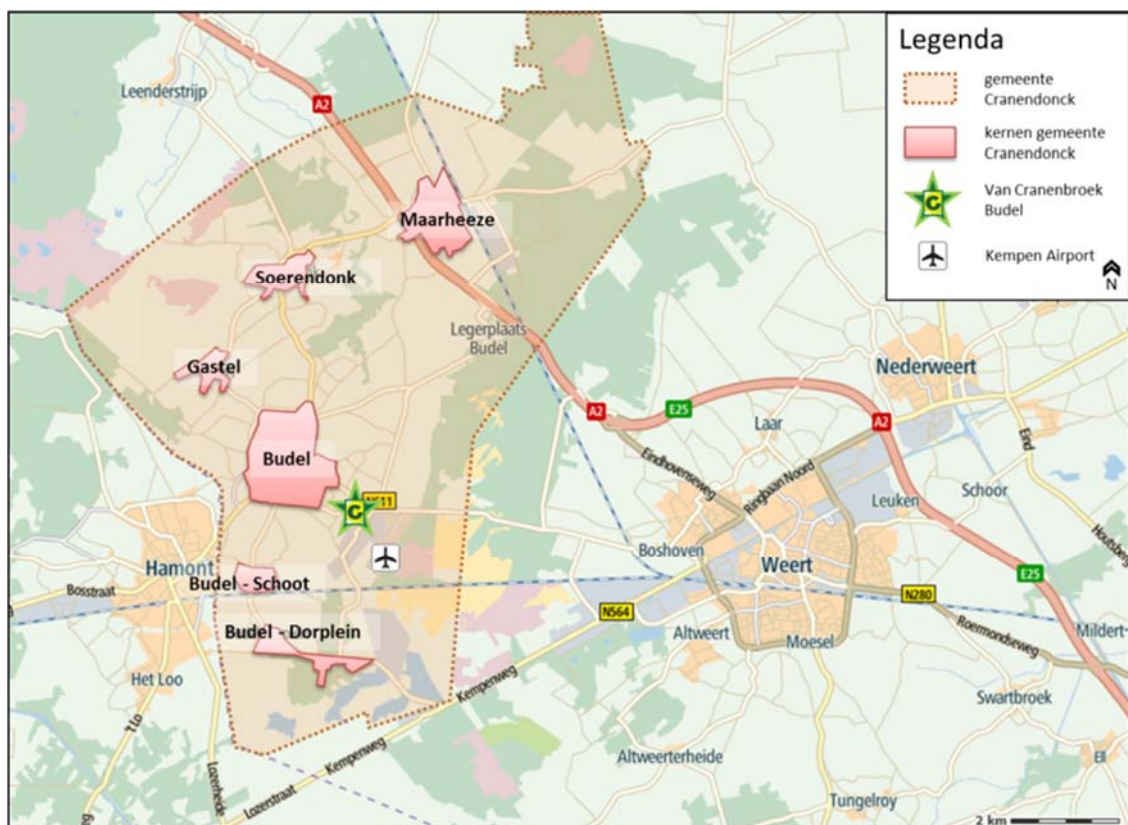
Tenslotte wordt ingespeeld op de behoefte van de consument door het optimaliseren van de parkeer- en verkeerssituatie. Er wordt een nieuw parkeerterrein naast de nieuwe winkel, voor het nieuwe hoofdkantoor gerealiseerd. Hiermee wordt ruim voorzien in de parkeerbehoefte, waarmee ook op drukke momenten voldoende parkeerplaatsen zijn voor bezoekers om direct bij de winkel te parkeren.

In de hoofdstukken 4 en 5 wordt nagegaan of de ruimtelijk-economische effecten van de ontwikkeling aanvaardbaar zijn.

4. Ruimtelijke analyse

4.1. Lokaal: gemeente Cranendonck

Van Cranenbroek is, met 9.486 m² wvo, reeds de grootste winkel binnen de gemeente Cranendonck. Op bouwmarkt Formido (1.450 m² wvo) in Budel na is het overige winkelaanbod in deze gemeente kleinschalig.

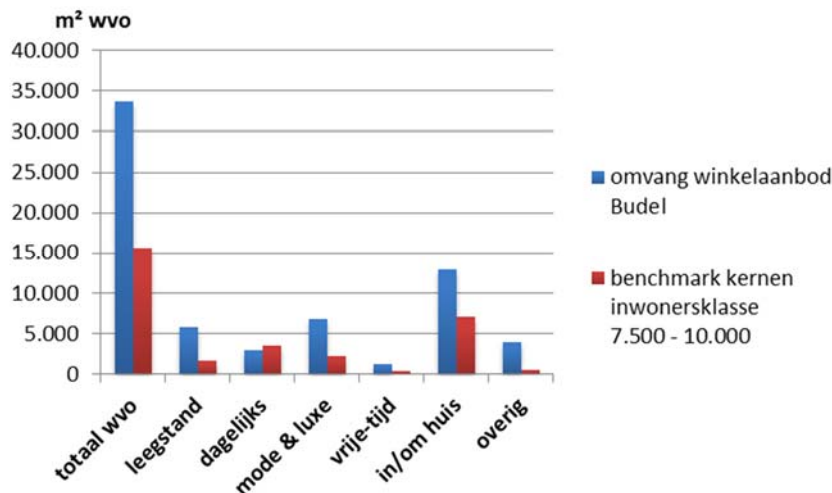


Figuur 4.1 Situering kernen gemeente Cranendonck

Budel

De gemeente Cranendonck bestaat uit de kernen Budel, Maarheeze, Budel-Schoot, Budel-Dorplein, Soerendonck en Gastel (figuur 4.1). Vrijwel alle winkelvoorzieningen zijn geconcentreerd in de kernen Budel en Maarheeze, waarbij Budel een bovenlokale/gemeentebrede verzorgingsfunctie heeft.

In figuur 4.2 is het winkelaanbod naar winkelsector in Budel afgezet tegen de te verwachten omvang op basis van de gemiddelde omvang van het winkelaanbod (uitgaande van de branche-indeling van Locatus) per 1.000 inwoners in alle kernen binnen dezelfde inwonersklasse.

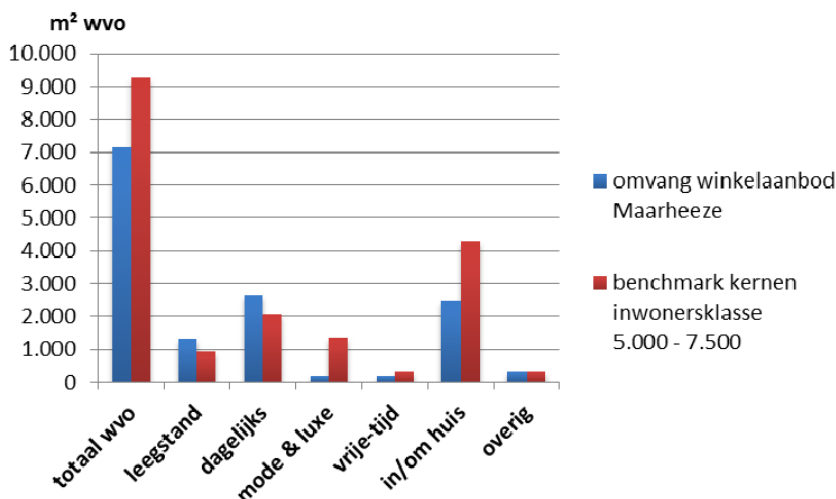


Figuur 4.2 Omvang winkelaanbod Budel naar winkelsector in m² wvo afgezet tegen de te verwachten omvang op basis van het winkelaanbod per 1.000 inwoners in alle kernen binnen dezelfde inwonerscategorie in Nederland (Locatus, oktober 2015)

Van Cranenbroek wordt geschaard onder de winkelsector 'in/om huis' (uitgaande van de branche-indeling van Locatus). Uit de vergelijking volgt dat de vestiging van Van Cranenbroek zorgt voor een grotere omvang van het winkelaanbod in de sector in/om huis dan verwacht wordt op basis van het inwonertal van Budel. Naast deze groep zijn ook de winkelsectoren mode & luxe, vrije tijd en overige detailhandel bovengemiddeld vertegenwoordigd. De winkelleegstand in Budel is groter dan verwacht wordt op basis van het aantal inwoners. De omvang van de winkelleegstand in absolute zin is in verhouding vergelijkbaar met de totale omvang van het winkelaanbod in Budel.

Maarheeze

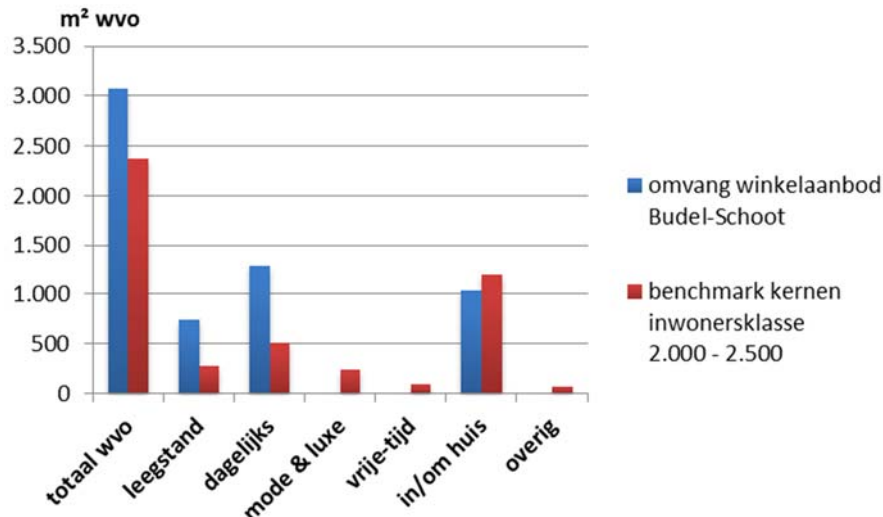
Maarheeze is na Budel de grootste kern in de gemeente. Maarheeze heeft gemiddeld genomen een kleiner winkelaanbod dan verwacht zou worden op basis van het inwonertal (figuur 4.3) – behalve in de sector dagelijkse goederen. De winkelleegstand is iets groter.



Figuur 4.3 Omvang winkelaanbod Maarheeze naar winkelsector in m² wvo afgezet tegen de te verwachten omvang op basis van het winkelaanbod per 1.000 inwoners in alle kernen binnen dezelfde inwonerscategorie in Nederland (Locatus, oktober 2015)

Budel-Schoot

Budel-Schoot ligt tussen de Belgische grens en de kern Budel. De totale winkelomvang is groter dan gemiddeld (figuur 4.4). De winkelleegstand ligt ook boven het gemiddelde van een vergelijkbare kern. Detailhandel in de winkelsectoren mode & luxe, vrije tijd en overige detailhandel is niet aanwezig.



Figuur 4.4 Omvang winkelaanbod Budel-Schoot naar winkelsector in m² wvo afgezet tegen de te verwachten omvang op basis van het winkelaanbod per 1.000 inwoners in alle kernen binnen dezelfde inwonerscategorie in Nederland (Locatus, oktober 2015)

Budel-Dorplein, Soerendonk en Gastel

In de drie kleinste kernen van de gemeente Budel-Dorplein, Soerendonk en Gastel is incidenteel detailhandel aanwezig. Deze winkels hebben geen algemene verzorgingsfunctie voor de kern waarin ze liggen, maar bedienen met hun specifieke winkel doorgaans consumenten uit een groter gebied.

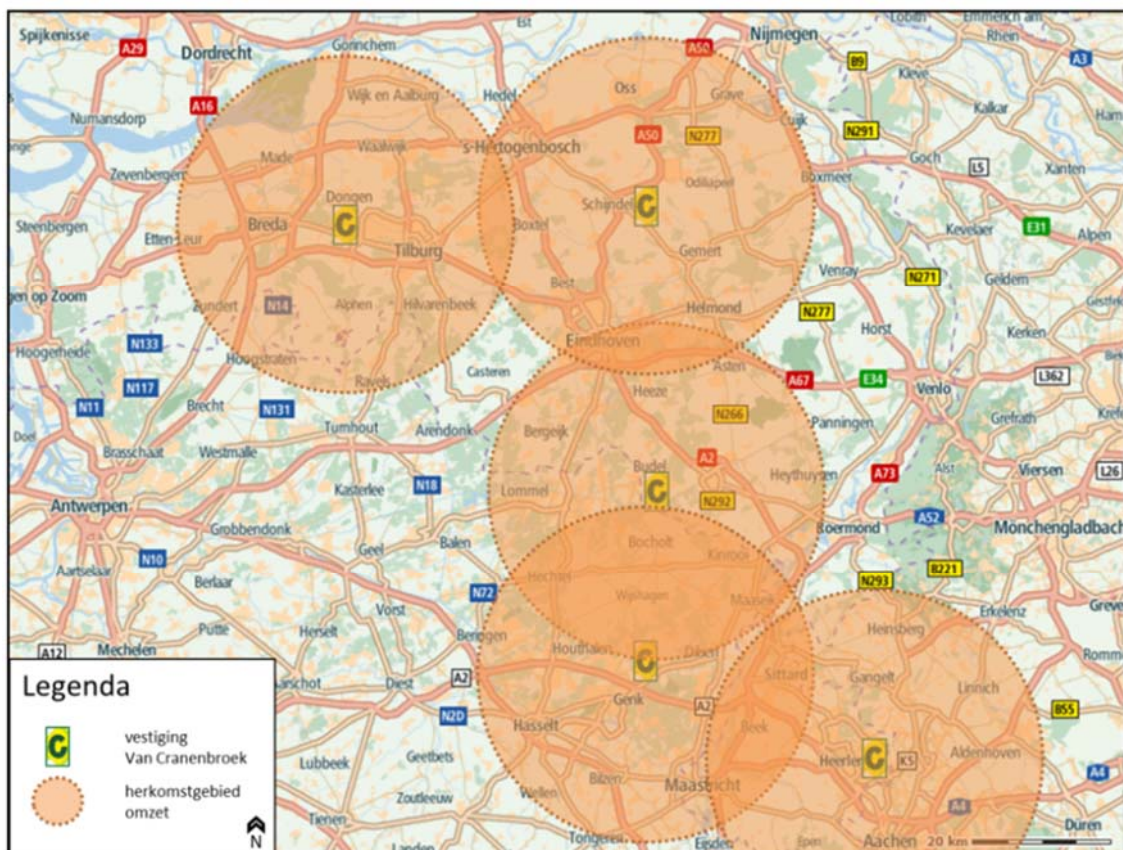
4.2. Relevante regio

Klantherkomstonderzoek

Recent is een klantherkomstonderzoek (Ecorys, 2014) uitgevoerd voor de Van Cranenbroek vestiging in Schijndel. Hierbij is gebruik gemaakt van gegevens van de klanten die producten kwamen afhalen bij het afhaalmagazijn. Dit betreft veelal volumineuze producten, waarvoor klanten bereid zijn relatief ver te reizen. Als ook rekening wordt gehouden met de reguliere winkelaankopen dan wordt ervan uitgegaan dat 80% van de klanten komt uit een gebied met een straal van circa 25 km. Een dergelijk marktbereik sluit aan bij de ervaringen met andersoortige grootschalige detailhandel op perifere locaties, zoals grootschalige bouwmarkten of tuincentra. De bevindingen uit het klantherkomstonderzoek voor de vestiging in Schijndel worden dan ook toegepast in dit onderzoek voor de vestiging in Budel. Het marktbereik maakt dat Van Cranenbroek een duidelijke regionale functie heeft. Van een substantieel bovenregionaal marktbereik is geen sprake gezien het verzorgingsgebied (zie hieronder). Wel is duidelijk dat de Van Cranenbroek-winkel de lokale verzorgingsfunctie ruim overstijgt. Het gebied met een straal van 25 km wordt als primair verzorgingsgebied aangehouden, waar vandaan 80% van de bezoekers afkomstig is. De overige 20% van de klanten is afkomstig uit het gebied daarbuiten. De consument aantrekkende werking en regioverzorgende functie van Van Cranenbroek is onder andere het gevolg van het brede en diepe assortiment: de mate van keuzevrijheid in maten, kleuren en uitvoeringen van artikelen is nagenoeg niet in andere winkels te vinden. Dit geldt ook voor de combinatie van producten voor zowel consumenten als professionals, het aanbod van budget-/discountartikelen en kwaliteitsproducten en de sterke prijs-kwaliteitverhouding over het gehele assortiment.

Primair verzorgingsgebied

Ervan uitgaande dat 80% van de omzet afkomstig is vanuit een gebied met een straal van 25 kilometer is in figuur 4.5 het primaire verzorgingsgebied voor iedere vestiging van Van Cranenbroek globaal weergegeven. Uit deze figuur valt af te leiden dat het verzorgingsgebied van de vestiging in Budel een overlap vertoont met het verzorgingsgebied van de vestigingen in Opglabbeek (België) en Schijndel. Door de overlap in verzorgingsgebieden zullen bestedingen bij deze Van Cranenbroek-vestigingen elkaar beïnvloeden, waardoor de vestiging in Budel mogelijk bestedingen aantrekt, die anders in de vestiging van Opglabbeek zouden zijn beland. De spreiding van de vestigingen van Van Cranenbroek is vooral noord-zuid en in mindere mate west-oost. Hierdoor zal het verzorgingsgebied van Van Cranenbroek Budel waarschijnlijk aan de noord- en zuidkant worden begrensd en aan de west- en oostkant is het verzorgingsgebied naar verwachting beperkt groter dan de straal van 25 km.

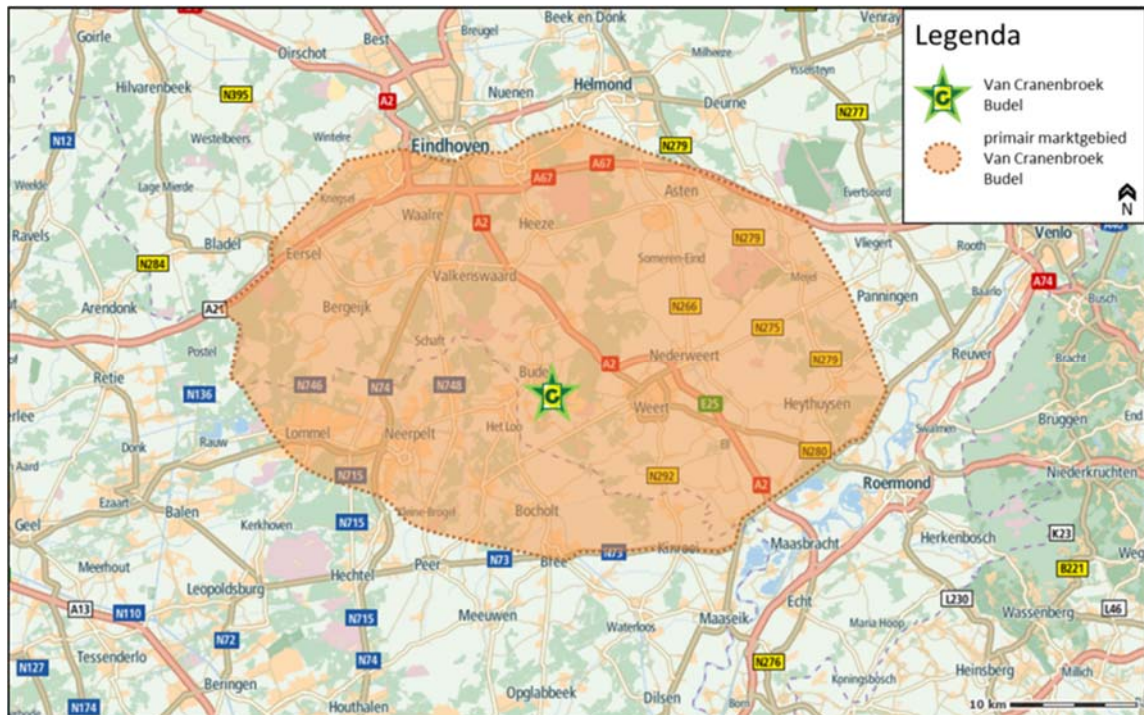


Figuur 4.5 Globale weergave van primair verzorgingsgebied per vestiging Van Cranenbroek

Op basis van bovenstaand overzicht is het primaire verzorgingsgebied van de Van Cranenbroek-vestiging in Budel bepaald in figuur 4.6. De begrenzing van het primaire verzorgingsgebied zal naar verwachting het in de figuur ingetekende vlak volgen, waarbij onder andere rekening is gehouden met overlap van verzorgingsgebieden, de situering van de andere Van Cranenbroek-vestigingen, maar ook met barrières in de vorm van wegen (bereikbaarheid). Zo wordt het primaire verzorgingsgebied aan de noord- en zuidkant ingeperkt door het verzorgingsgebied van de Van Cranenbroek-vestigingen in Schijndel en Opglabbeek.

Het overlappende effect van de verzorgingsgebieden is onvermijdelijk bij een snel groeiende onderneming zoals Van Cranenbroek. Bij de versterking van haar netwerk heeft Van Cranenbroek meegenomen dat de verzorgingsgebieden van de winkels enige overlap vertonen.

Voor de economische analyse wordt uitgegaan van het primaire verzorgingsgebied uit figuur 4.7. Binnen dit primaire verzorgingsgebied wonen circa 493.000 inwoners (CBS, 2015; gegevens per 01-01-2014).



Figuur 4.6 Primair verzorgingsgebied Van Cranenbroek Budel

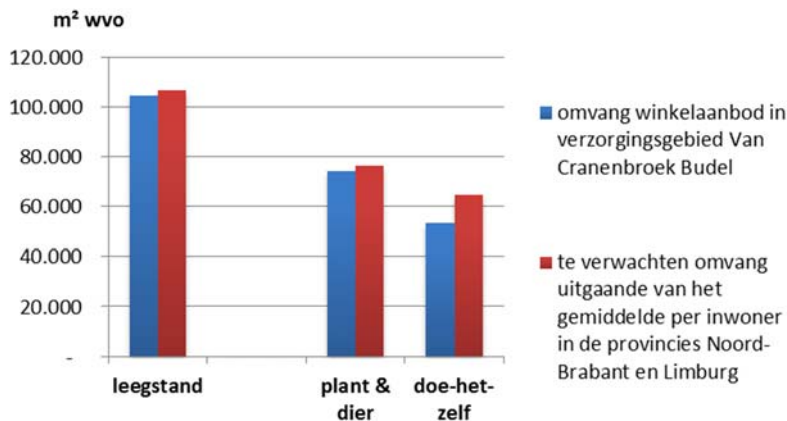
Overig verzorgingsgebied

Uit het primaire verzorgingsgebied komt afgerond 80% van de omzet. Wegens de spreiding van vestigingen van Van Cranenbroek (figuur 4.6), zal circa 20% van de omzet van de vestiging in Budel vooral uit oostelijke richting komen. Consumenten uit deze richting doen incidenteel aankopen bij Van Cranenbroek in Budel.

4.3. Omvang winkelaanbod in verzorgingsgebied

Huidig winkelaanbod

In figuur 4.7 is het totale winkelaanbod voor de branchegroepen 'plant & dier' en 'doe-het-zelf' (branche-indeling Locatus) weergegeven in het Nederlandse deel van het verzorgingsgebied. In de figuur is ook de leegstand weergegeven. Daarbij is een vergelijking gemaakt met de te verwachten omvang op basis van provinciale gemiddelden (Noord-Brabant en Limburg). Er is gekozen voor een vergelijking met de provinciale cijfers, omdat de spreiding van de bevolkingsconcentraties in zowel (groot)stedelijke als (zeer) landelijke gebieden in het verzorgingsgebied van Van Cranenbroek sterke overeenkomsten vertoont met de situatie in de provincies Noord-Brabant en Limburg.



Figuur 4.7 Omvang leegstand en winkelaanbod in de branchegroepen 'plant & dier' en 'doe-het-zelf' in het verzorgingsgebied van Van Cranenbroek afgezet tegen de te verwachten omvang op basis van het gemiddeld winkelaanbod per 1.000 inwoners in de provincies Noord-Brabant en Limburg (Locatus, oktober 2015)

In het verzorgingsgebied is de leegstand lager dan gemiddeld (2% lager) ten opzichte van de provincies Noord-Brabant en Limburg. Dit geeft een indicatie dat de detailhandel in het verzorgingsgebied in algemene zin gemiddeld goed functioneert. Geconcludeerd wordt dat in het verzorgingsgebied als geheel een evenwichtssituatie bestaat in de detailhandel.

De omvang van de detailhandel in de branchegroepen plant & dier en doe-het-zelf blijft achter bij de verwachting. Het verschil is respectievelijk circa 2.000 m² wvo (plant & dier) en 11.000 m² wvo (doe-het-zelf) – in totaal afgerond 13.000 m² wvo. De resultaten van deze vergelijking geven een indicatie dat er ontwikkelruimte bestaat in de branchegroepen 'plant & dier' en 'doe-het-zelf'.

Invloed bevolkingsontwikkeling

Recent heeft het CBS/PBL bevolkingsprognoses opgesteld, waarbij rekening is gehouden met alle relevante factoren, zoals demografische ontwikkeling, maar ook de woningbouwproductie. De resultaten van de prognose worden onder meer weergegeven op niveau van de COROP-gebieden¹⁾. Het verzorgingsgebied van Van Cranenbroek Budel vertoont grote overlap met het COROP-gebied Zuidoost-Noord-Brabant²⁾, daarom is de procentuele bevolkingsontwikkeling in het COROP-gebied toegepast op de bevolkingsomvang in het verzorgingsgebied (zie bijlage 1).

In het verzorgingsgebied zal het aantal inwoners groeien in de komende periode. In tabel 4.1 is de ontwikkeling per vijf jaar weergegeven tot 2030 (voorbij de komende bestemmingsplanperiode). De groei van de bevolking heeft invloed op de te verwachten omvang van de detailhandel. Rond 2025 is het verschil tussen de verwachting en het (in 2015) aanwezige aanbod in de branchegroepen plant & dier en doe-het-zelf in het verzorgingsgebied in totaal bijna 20.000 m² wvo (+4.000 in plant & dier en +13.000 in doe-het-zelf). Deze groei zal ook na 2025 doorzetten.

De bevolkingsontwikkeling geeft een sterke indicatie voor een behoefte aan de groei van het winkelaanbod in het verzorgingsgebied. Immers, al de nieuwe inwoners moeten worden gehuisvest, waarbij wordt geïnvesteerd in tuin en in huis. Van Cranenbroek richt zich op deze markt.

¹⁾ De naam COROP komt van Coördinatie Commissie Regionaal OnderzoeksProgramma. Dit was de naam van de commissie die in 1971 de indeling van Nederland in COROP-gebieden ontwierp. In totaal zijn er in Nederland 40 COROP-gebieden. De COROP-indeling wordt gebruikt door onderzoeksinstellingen als het CBS en het RIVM om statistische gegevens te presenteren.

²⁾ Zuidoost-Noord-Brabant: Asten, Bergeijk, Best, Bladel, Cranendonck, Deurne, Eersel, Eindhoven, Geldrop-Mierlo, Gemert-Bakel, Heeze-Leende, Helmond, Laarbeek, Nuenen, Gerwen en Nederwetten, Oirschot, Reusel-De Mierden, Someren, Son en Breugel, Valkenswaard, Veldhoven en Waalre.

Tabel 4.1 Invloed bevolkingsontwikkeling op de te verwachten omvang van de detailhandel in de branchegroepen 'plant & dier' en 'doe-het-zelf' in m² wvo (CBS/PBL, 2015 en Locatus, juli 2015)

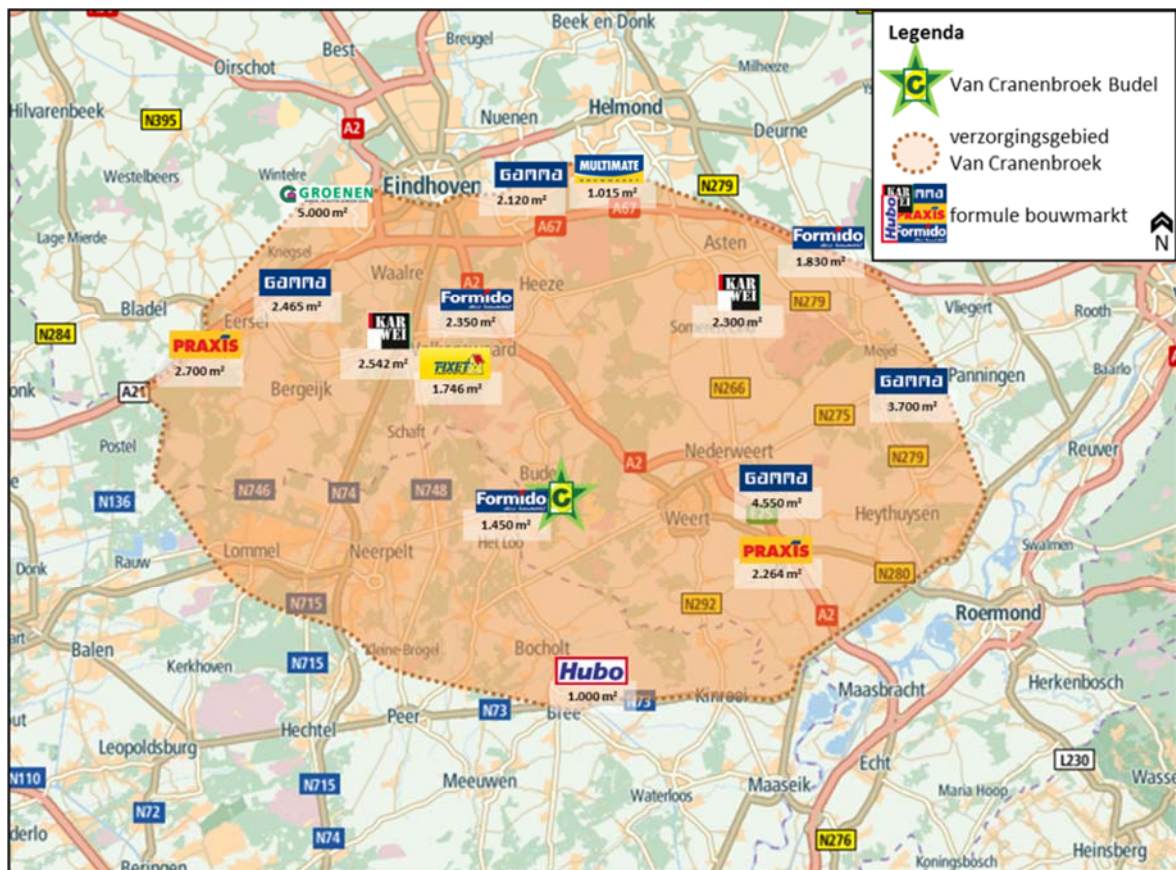
	jaar	bevolkings- ontwikkeling in vijfjaarsperiode	totaal afgerond		verschil	
			plant & dier	doe-het-zelf	plant & dier	doe-het-zelf
omvang winkelaanbod in verzorgingsgebied Van Cranenbroek Budel	2015	-	74.300	53.800	-	-
te verwachten omvang uitgaande van het gemiddelde per inwoner in de provincies Noord-Brabant en Limburg	2015	-	76.300	64.800	2.000	11.000
	2020	1,65%	77.600	65.900	3.000	12.000
	2025	1,44%	78.700	66.900	4.000	13.000
	2030	0,78%	79.300	67.400	5.000	14.000

Regionale ontwikkelingen

Momenteel spelen binnen het verzorgingsgebied geen ontwikkelingen die naar aard en omvang vergelijkbaar zijn met de beoogde ontwikkeling van Van Cranenbroek, daarom zal niet reeds op andere wijze worden voldaan aan de geconstateerde kwalitatieve en kwantitatieve behoefte.

4.4. Regionale ruimtelijke spreiding bouwmarkten

In figuur 4.8 zijn de relatief grootschalige bouwmarkten (> 1.000 m² wvo) weergegeven die in het verzorgingsgebied liggen van Van Cranenbroek Budel.



Figuur 4.8 Bouwmarkten in de omgeving van Van Cranenbroek Budel met omvang in m² wvo (Locatus, 2015)

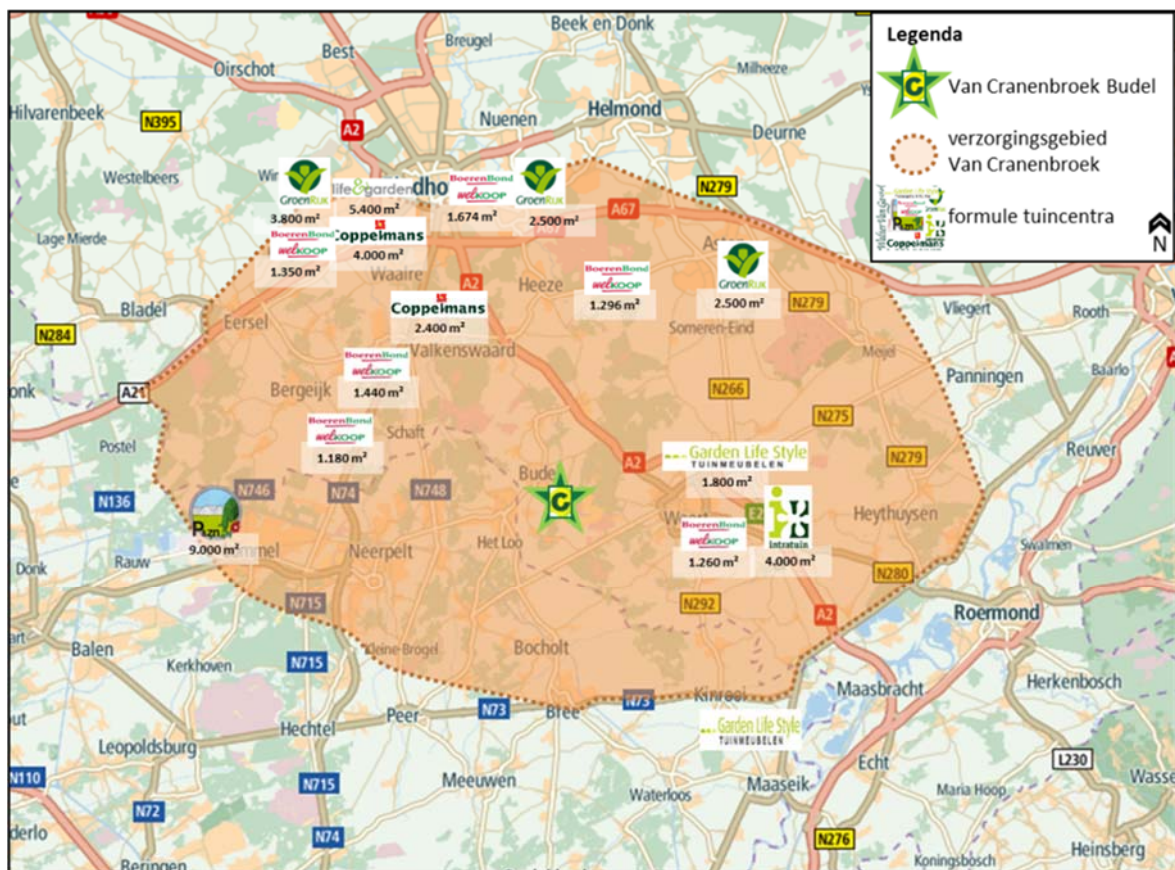
Het overgrote deel van de bouwmarkten ligt min of meer solitair al dan niet op perifere locaties. In de directe omgeving hebben de bouwmarkten vooral een lokale functie met een omvang per winkel tot 3.000 m² wvo. Uitzonderingen hierop zijn bouwmarkt Groenen in Veldhoven (5.000 m²) en de Gamma in Weert (4.550 m²). Deze grotere bouwmarkten hebben een meer bovenlokale/regionale verzorgingsfunctie en zijn gesitueerd in meer stedelijk gebied.

Over de Belgische grens (binnen het verzorgingsgebied) zijn vooral zelfstandigen actief in de branche 'doe-het-zelf'. Aan de rand van het primaire verzorgingsgebied is een (Belgische) Hubo (circa 1.000 m² wvo; eveneens opgenomen in figuur 4.9) gevestigd in Bree. In algemene zin zijn doe-het-zelfwinkels in België klein ten opzichte van de Nederlandse situatie.

In tegenstelling tot Van Cranenbroek, verkopen deze 'reguliere' bouwmarkten voornamelijk bouwmaterialen, gereedschappen en artikelen voor de woninginrichting, -verfraaiing en -stoffering.

4.5. Regionale ruimtelijke spreiding aanbieders tuincentra en agri-retail

In figuur 4.9 is het aanbod aan relatief grootschalige tuincentra geïntervieweerd voor het primaire verzorgingsgebied van Van Cranenbroek Budel. In het verzorgingsgebied bevindt zich een aantal tuincentra/agri-retailers met een omvang van meer dan 1.000 m² wvo.



Figuur 4.9 Tuincentra en agri-retail in de omgeving van Van Cranenbroek met omvang in m² wvo (Locatus, 2015)

In deze inventarisatie zijn de vestigingen van de formule Boerenbond/Welkoop meegenomen, want het productaanbod (agri-retail) van deze firma is sterk gericht op niet-levende tuinartikelen – net als Van Cranenbroek. In tegenstelling tot Van Cranenbroek heeft de Boerenbond/Welkoop vooral een lokaal verzorgingsgebied, want de omvang van het assortiment – met name in volumineuze producten – is relatief beperkt in vergelijking tot Van Cranenbroek. Gezien het lokaal verzorgende karakter is de dichtheid aan vestigingen van Boerenbond/Welkoop relatief hoog.

Mede vanwege het grote ruimtebeslag van tuincentra, zijn de tuincentra in de regio vooral te vinden in het buitengebied. Het winkelaanbod bestaat grotendeels uit ketens, zoals Coppelmans, Groenrijk en Intratuin. In de regio zitten ook relatief veel (kleinschalige) tuincentra die vaak vanuit een kwekerijbedrijf zijn ontstaan. Deze zelfstandige tuincentra zijn doorgaans kleiner dan de vestigingen van de ketens en hebben vooral een verzorgingsfunctie voor de directe omgeving.

Aan de Belgische zijde van het primaire verzorgingsgebied is een groot tuincentrum te vinden, namelijk 'Vijver- en tuincentrum Pelckmans' (circa 9.000 m² wvo) in Lommel. In het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied bevinden zich verschillende relatief grote tuincentra, met name in Weert en in Veldhoven. Deze (relatief) grote tuincentra trekken bestedingen aan uit een groot gebied – vergelijkbaar met het verzorgingsgebied van Van Cranenbroek.

Een verschil met Van Cranenbroek is dat de tuincentra in het primaire verzorgingsgebied ook een ruim assortiment levende tuinartikelen hebben. Intratuin richt zich bijvoorbeeld meer op planten en artikelen voor decoratieve woninginrichting. Garden Life Style richt zich vooral op het hogere prijssegment tuinmeubelen. Van Cranenbroek onderscheidt zich dan ook van de 'reguliere' tuincentra en agri-retailers in schaalgrootte, prijs- en productdifferentiatie.

4.6. Conclusie

Afgaande op de relatieve omvang van de leegstand en de relatieve omvang van het winkelaanbod in de branchegroepen van onderzoek – plant & dier en doe-het-zelf (branche-indeling Locatus) – in het verzorgingsgebied van Van Cranenbroek wordt geconcludeerd dat de winkelmarkt in deze branchegroepen redelijk in evenwicht is in dit gebied.

De groei van de bevolking in het verzorgingsgebied betekent een groeiende behoefte aan detailhandel in de branchegroepen plant & dier en doe-het-zelf (branche-indeling Locatus). Te meer, omdat internet voorsnog een relatief beperkte invloed heeft op de detailhandel in deze branchegroepen (zie ook paragraaf 2.2). De toekomstige behoefte, op basis van bevolkingsontwikkeling, is indicatief bepaald op circa 20.000 m² wvo in 2025 voor beide branchegroepen samen. Bevolkingsgroei geeft hoe dan ook een groeiende behoefte aan detailhandel. Immers, alle nieuwe inwoners moeten worden gehuisvest, waarbij wordt geïnvesteerd in tuin en in huis. Van Cranenbroek is één van de winkels die zich daarop richt.

Verder komt uit hoofdstuk 3 naar voren dat de consumenten graag Van Cranenbroek bezoeken. Voor behoudt van de verzorgingsfunctie voor consumenten is er ook concreet behoefte aan vergroting van de Van Cranenbroek-vestiging in Budel door de winkel en de parkeergelegenheid te optimaliseren.

Ten opzichte van het reguliere aanbod van bouwmarkten, tuincentra en agri-retailers heeft de formule van Van Cranenbroek een unieke marktpositie. Van Cranenbroek heeft een specifiek aanbod dat verschilt van de overige winkels in dezelfde branches in het gebied.

De reguliere bouwmarkten in het verzorgingsgebied richten zich voornamelijk op de verkoop van bouwmaterialen, terwijl Van Cranenbroek voornamelijk gereedschappen verkoopt. Ook is het assortiment van Van Cranenbroek sterker gericht op klussen 'buiten' huis dan 'in' huis.

Reguliere tuincentra verkopen zowel levende als niet-levende tuinartikelen, maar ook decoratieve woonartikelen. De detailhandel in tuinmeubelen in het verzorgingsgebied begeeft zich veelal in het hogere prijssegment.

Van Cranenbroek verkoopt vooral volumineuze niet-levende tuinartikelen. Klanten kopen deze incidenteel en zijn bereid voor dergelijke aankopen relatief ver te reizen. De kleinschaliger winkels in de 'agri-retail' daarentegen verkopen meer levende tuinartikelen en reguliere dierbenodigdheden. Deze worden door de consumenten frequenter gekocht. Hierdoor heeft van Cranenbroek ten opzichte van de winkels in de 'agri-retail' een regionale verzorgingsfunctie en in mindere mate een lokale verzorgingsfunctie.

In het volgende hoofdstuk wordt verder ingegaan op de mogelijke effecten van de uitbreiding van Van Cranenbroek Budel.

5. Economische analyse

In de voorgaande hoofdstukken wordt geconcludeerd dat er kwantitatieve en kwalitatieve behoefte is aan de schaalvergroting van Van Cranenbroek. Gezien deze conclusies is de uitvoer van een verdere analyse van de kwantitatieve behoefte niet meer noodzakelijk. Daarbij komt dat vanwege het ontbreken van recente en eenduidige koopstroomonderzoeken een nader distributieplanologisch onderzoek niet zal kunnen leiden tot een betrouwbaarder beeld van de kwantitatieve behoefte.

In dit hoofdstuk zijn de mogelijke effecten van de beoogde ontwikkeling van Van Cranenbroek omschreven. Ook wordt in dit hoofdstuk de ontwikkeling getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

5.1. Omzetclaimbenadering

In onderstaande effectanalyse is de omzetclaimbenadering toegepast om inzicht te krijgen in de ruimtelijk-economische effecten van de uitbreiding van Van Cranenbroek in Budel. Voor de omzetclaimbenadering is uitgegaan van de landelijke gemiddelden en kengetallen. De uitgangspunten voor de omzetclaimbenadering zijn opgenomen in bijlage 1.

Net als in het vorige hoofdstuk wordt uitgegaan van het gegeven dat bij Van Cranenbroek 80% van de omzet afkomstig is van consumenten die woonachtig zijn binnen een straal van 25 kilometer van de desbetreffende vestiging.

Beoogde uitbreiding assortiment 'tuin' en 'doe-het-zelf'

Met de omzetclaimbenadering worden de voor dit onderzoek relevante hoofdproductgroepen/branches bepaald van deze uitbreiding van Van Cranenbroek, waarna de hiermee gepaard gaande omzetclaim van Van Cranenbroek wordt berekend. De huidige vestiging van Van Cranenbroek in Budel heeft een oppervlakte van 9.486 m² wvo.

De uitbreiding van Van Cranenbroek Budel is gericht op het ruimer presenteren van de volumineuze goederen in niet-levende tuinartikelen en doe-het-zelfartikelen. De vergroting van het winkelvloeroppervlakte van 9.486 m² wvo naar 19.300 m² wvo. De uitbreiding heeft een oppervlak van afgerond 10.000 m² wvo. Deze zal enkel en volledig worden benut voor de verkoop van volumineuze niet-levende tuinartikelen en volumineuze doe-het-zelfartikelen. Voor de kengetallen is de branche-indeling van Detailhandel.info aangehouden. Omdat de uitbreiding uitsluitend is gericht op de uitbreiding van het assortiment in (volumineuze) tuin- en doe-het-zelfartikelen is de analyse in deze paragraaf uitsluitend gericht op de branches tuin en doe-het-zelf.

Omzetclaim beoogde ontwikkeling

Er wordt van uitgegaan dat de huidige winkel van Van Cranenbroek functioneert in min of meer evenwichtige marktomstandigheden (zie ook hoofdstuk 4). Daarom concentreert de analyse zich op de te verwachten economische effecten van de beoogde uitbreiding.

Om de omzetclaim van de beoogde ontwikkeling inzichtelijk te maken is een bandbreedte aangehouden (bijlage 1). In tabel 5.1 is de toekomstige omzetclaim berekend met een bandbreedte van 20% tot 30% voor het assortiment aan doe-het-zelfartikelen en 70% tot 80% voor het assortiment aan niet-levende tuinartikelen.

De omzetclaim in het primaire verzorgingsgebied van de uitbreiding is afgerond € 6,9 tot € 7,3 mln.

Tabel 5.1 Toekomstige omzetclaim Van Cranenbroek Budel

	oppervlak (m ² wvo)	omzet per m ² wvo	omzetclaim	omzetclaim 80% (primaire marktgebied)
doe-het-zelf	2.000 - 3.000	€ 1.330	€ 2,7 mln. - € 4,0 mln.	€ 2,2 mln. - € 3,2 mln.
tuin	8.000 - 7.000	€ 740	€ 5,2 mln. - € 5,9 mln.	€ 4,1 mln. - € 4,7 mln.
totaal	10.000	€ 860	€ 8,6 mln. - € 9,2 mln.	€ 6,9 mln. - € 7,3 mln.

5.2. Ontwikkeling in omzetclaim (%) door uitbreiding Van Cranenbroek

Het inwonertal van het primaire verzorgingsgebied van Van Cranenbroek Budel is in bijlage 1 bepaald. Binnen dit primaire verzorgingsgebied wonen afgerond 493.000 inwoners.

In tabel 5.3 wordt het bestedingspotentieel in dit gebied bepaald voor het assortiment in de branches tuin en doe-het-zelf. Voor de berekening wordt gebruikt gemaakt van de uitgangspunten uit bijlage 1 en de Nederlandse gemiddelde bestedingen per branche. Ook wordt aangegeven welk aandeel Van Cranenbroek Budel inneemt binnen het bestedingspotentieel.

Tabel 5.2 Omzetclaim primaire verzorgingsgebied Van Cranenbroek Budel van beoogde uitbreiding

	aantal inwoners	gemiddelde besteding per persoon per jaar (NL)	bestedingspotentieel primaire marktgebied	omzetclaim Van Cranenbroek (80% primaire marktgebied)	omzetaandeel Van Cranenbroek
doe-het-zelf	493.000	€ 210	€ 103,5 mln.	€ 2,2 mln. - € 3,2 mln.	2,1% - 3,1%
tuin	493.000	€ 70	€ 34,5 mln.	€ 4,2 mln. - € 4,7 mln.	12,2% - 13,6%
totaal			€ 138,0 mln.	€ 6,9 mln. - € 7,4 mln.	5,0% - 5,4%

Het omvangrijke verzorgingsgebied heeft een hoog bestedingspotentieel, waardoor de omzetclaim van de beoogde uitbreiding van Van Cranenbroek in Budel verhoudingsgewijs relatief beperkt is – niet hoger dan 13,6%.

De impact van de uitbreiding van Van Cranenbroek op de hele regio is relatief beperkt. Uitgaande van de gemiddelde winkelopzet bedraagt de totale procentuele toename van de omzetclaim 5,0 tot 5,4 procentpunt. Met andere woorden: het gemiddelde omzeteffect voor alle detailhandel in de onderzochte branches in het verzorgingsgebied is 5,0% tot 5,4% na realisatie van de uitbreiding van Van Cranenbroek. Een dergelijk gering effect valt onder de normale concurrentie. Er blijft dan ook sprake van een aanvaardbaar ondernemersklimaat in het verzorgingsgebied.

5.3. Mogelijke ruimtelijk-economische effecten uitbreiding

Lokaal: gemeente Cranendonck

Het is algemeen bekend dat consumenten voor min of meer unieke grootschalige winkels bereid zijn verder te reizen. Dit consumentengedrag is ook te zien bij Intratuin, Hornbach en Ikea. De unieke kenmerken van Van Cranenbroek maken dat deze winkel klanten aantrekt uit de gehele regio. Het specifieke assortiment van Van Cranenbroek maakt tegelijk dat consumenten de winkel relatief laagfrequent bezoeken in vergelijking tot andere soorten detailhandel. Dit zal ook gelden voor inwoners uit de gemeente Cranendonck.

Waarschijnlijk zullen consumenten die dichtbij wonen – waaronder inwoners van Budel – reeds vaker naar de huidige Van Cranenbroek gaan en niet andere, verder weg gelegen winkels bezoeken voor de aanschaf van artikelen uit het 'Van Cranenbroek-assortiment'. Deze personen komen echter al naar de *huidige* winkel. De nieuwe winkel zal voor de consumenten in de nabijheid toch vooral 'meer van hetzelfde' betekenen, omdat de ontwikkeling vooral is gericht op het ruimer opstellen van het huidige assortiment. Hoewel het oppervlak van alle branches binnen het assortiment wordt uitgebreid, is er geen sprake van een geheel nieuw assortiment dat wordt toegevoegd. Omdat het assortiment niet

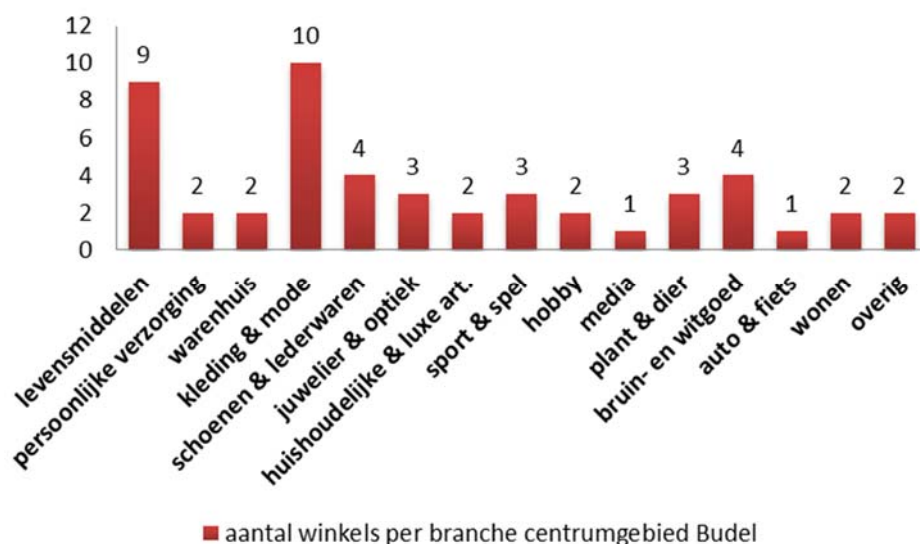
wezenlijk wijzigt, zullen de inwoners van de gemeente Cranendonck die nu *niet* naar Van Cranenbroek gaan ook in de toekomst niet gaan, want voor hen komt er namelijk niets nieuws. Tot slot is de formule voor consumenten uit de gemeente Cranendonck genoegzaam bekend (zij weten bijvoorbeeld ook wanneer het er niet druk is), waardoor zij niet geneigd zullen zijn veel vaker dan nu naar Van Cranenbroek te gaan.

Gezien het bovenstaande is er dan ook geen reden om aan te nemen dat er substantieel meer inwoners van de gemeente Cranendonck dan nu naar de toekomstige Van Cranenbroek zullen gaan. Daarom is de verwachting dat het in paragraaf 5.2 beschreven economische effect van de beoogde uitbreiding binnen het gehele verzorgingsgebied van toepassing is – ook op het lokale (gemeentelijke) niveau.

De berekende toename van de omzetclaim voor het gehele primaire verzorgingsgebied is daarom ook van toepassing op de detailhandel in de gemeente Cranendonck. Met de uitbreiding van Van Cranenbroek neemt de omzetclaim in beperkte mate toe: bij de gemiddelde winkelopzet met 5,0 tot 5,4 procentpunt ten opzichte van de huidige marktomstandigheden. De toename van de omzetclaim is zeer laag. Een dergelijk beperkt effect valt onder de normale concurrentie. Er hoeven dan ook geen winkels te sluiten als gevolg van de beoogde ontwikkeling van Van Cranenbroek, daarom wordt geconcludeerd dat de ontwikkeling aanvaardbaar is ten aanzien van het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de gemeente Cranendonck.

De positionering van lokale detailhandel ten opzichte van Van Cranenbroek wijzigt niet na de beoogde ontwikkeling, want in de huidige situatie is Van Cranenbroek reeds de grootste aanbieder binnen de regio. Daarbij begeeft het assortiment van de lokale winkels zich grotendeels in een ander marktsegment en andere productgroepen. Ook hebben de overige winkels in de gemeente Cranendonck, in tegenstelling tot Van Cranenbroek, een lokale/gemeentelijke verzorgingsfunctie.

De winkels in het centrumgebied van Budel zijn bekend met de positie van Van Cranenbroek als grootschalige aanbieder. Ter vergelijking, in het centrumgebied zijn drie winkels gevestigd binnen de branchegroep 'plant & dier' (figuur 5.1). De Van Cranenbroek-formule wordt onder deze branche geschaard (Locatus, 2015).

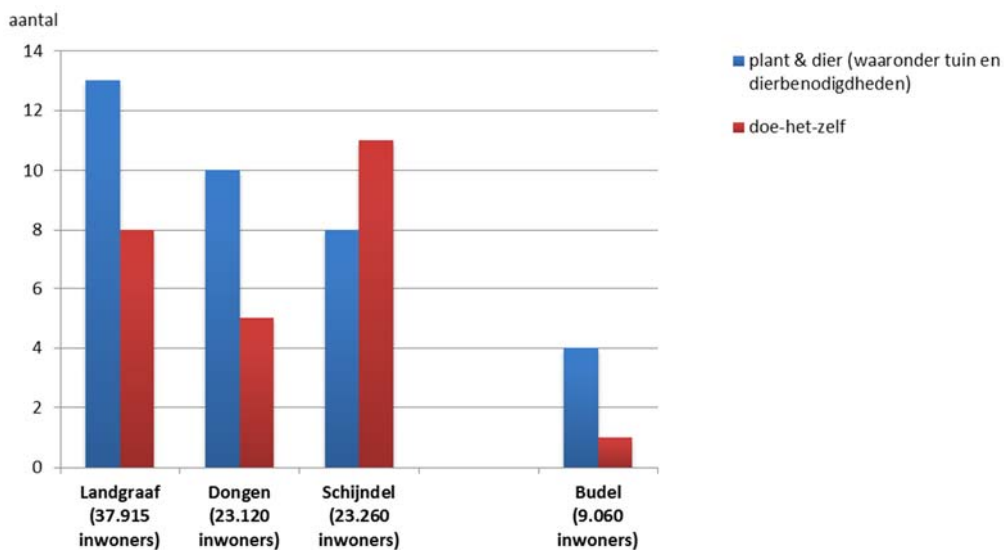


Figuur 5.1 Aantal winkels naar branchegroep centrumgebied Budel (Locatus, juli 2015)

Het centrumaanbod van Budel betreft twee bloemisterijen en een dierenspeciaalzaak. Van Cranenbroek verkoopt geen snijbloemen of aanverwanten dus is er geen overlap met de bloemist. Ook verschilt het assortiment van Van Cranenbroek sterk van dat van kleinschalige dierenspeciaalzaken (zie paragraaf 3.1). Van Cranenbroek is naar omvang, aard en assortiment in beginsel complementair met de winkels in

dezelfde branchegroep in het centrumgebied van Budel. Ontwikkeling van Van Cranenbroek heeft daarom nauwelijks effect op het functioneren van de winkels in het centrumgebied van Budel, omdat de positionering ten opzichte van de centrumvoorzieningen niet wezenlijk veranderd.

In het bovenstaande is geconcludeerd dat de beoogde ontwikkeling van Van Cranenbroek naar verwachting geen substantiële invloed zal hebben op de winkelstructuur van het centrumgebied van Budel. Deze conclusie wordt ondersteund door de samenstelling van het winkelaanbod in de overige plaatsen in Nederland die reeds beschikken over een vestiging van Van Cranenbroek. In figuur 5.2 is te zien dat deze woonplaatsen beschikken over meerdere aanbieders in de branchegroepen waaruit de beoogde uitbreiding van Van Cranenbroek wordt opgebouwd (uitgaande van de indeling van Locatus, 2015). Het verschil in aantal winkels tussen Budel en de overige kernen in figuur 5.2 is te verklaren door het relatief geringe inwonertal van Budel – dit staat los van de aanwezigheid van Van Cranenbroek.



Figuur 5.2 Aantal winkels naar branchegroep uit het hoofdassortiment van Van Cranenbroek in de kernen waar Van Cranenbroek gevestigd is (bron omvang aanbod en branche-indeling: Locatus, oktober 2015; bron: inwonertallen: CBS, 2015)

Regionaal

Met de uitbreiding van Van Cranenbroek mag verwacht worden dat de koopkrachtbinding binnen de regio versterkt zal worden. Een deel van de bestedingen uit de regio die nu wegvloeien naar winkels buiten het verzorgingsgebied zal verplaatsen naar Van Cranenbroek. Dit leidt voor de hele regio tot een hogere koopkrachtbinding. Voor het andere deel zal de extra omzet afkomstig zijn van bestaande aanbieders binnen de regio in de doe-het-zelf- en niet-levende tuinartikelen.

Uit de omzetclaimbenadering is de omzetclaim per branche berekend voor de huidige situatie en de situatie na uitbreiding van Van Cranenbroek Budel (tabel 5.2). Rekening houdend met de wisselende omvang (en samenstelling) per branche van groeit de omzetclaim door de uitbreiding van Van Cranenbroek als volgt:

- doe-het-zelf-branche: met 2,1 tot 3,1 procentpunt;
- tuinbranche: met 12,2 tot 13,6 procentpunt.

Ten opzichte van de huidige situatie stijgt de totale omzetclaim relatief beperkt. In de tuinbranche is de omzetclaim van de beoogde uitbreiding het grootst. Het effect hiervan op de overige detailhandel in de tuinbranche is echter beperkt, omdat Van Cranenbroek door de schaalgrootte, het assortiment in volumineuze goederen en het ontbreken van niet-levende tuinartikelen van de beoogde uitbreiding complementair is ten opzichte van de overige aanbieders.

Geconcludeerd wordt dat de beoogde uitbreiding aanvaardbaar is voor het ondernemersklimaat. Voor alle winkels in doe-het-zelf- en tuinartikelen in het verzorgingsgebied blijft voldoende omzet te behalen

voor economisch-duurzaam functioneren. Daarbij komt dat de bevolking in het verzorgingsgebied groeit (zie paragraaf 4.3), waardoor ook het draagvlak voor detailhandel groeit. Ook is Van Cranenbroek grotendeels complementair aan de overige winkels in deze branches (zie paragraaf 3.1), waardoor de ontwikkeling los staat van de rest van de detailhandel. Tot slot wordt de schaalvergroting hoofdzakelijk gebruikt om het bestaande assortiment ruimer te presenteren, waardoor de verruiming van het oppervlak niet tot een evenredige toename van de omzet zal leiden.

Gezien het bovenstaande hoeft in beginsel dan ook geen winkel de deuren te sluiten, waardoor de leegstand niet toeneemt. De beoogde ontwikkeling is daarom aanvaardbaar voor het woon- en leefklimaat.

Mogelijk leidt de uitbreiding tot extra koopkrachtbinding binnen het verzorgingsgebied, want de uitbreiding van een dergelijke grootschalige winkel met een zeer uitgebreid en deels uniek assortiment zorgt ervoor dat er voor consumenten minder reden is dergelijke producten elders en/of op het internet te kopen.

Het precieze effect op de koopkrachtbinding is op voorhand lastig in te schatten op deze schaalgrootte. Als de (koopkracht)binding toeneemt zal het economisch effect op de regio kleiner zijn dan in tabel 5.2 is berekend.

5.4. Ladder voor duurzame verstedelijking

Bij de toetsing van stedelijke ontwikkelingen moeten standaard een aantal stappen worden doorlopen die borgen dat tot een zorgvuldige ruimtelijke afweging en inpassing wordt gekomen. Deze stappen zijn vastgelegd in de Ladder voor duurzame verstedelijking (art. 3.1.6. lid 2 Bro). Daarbij moet worden aangetoond of er een actuele regionale behoefte is (trede 1) en of deze behoefte in bestaand stedelijk gebied kan worden opgevangen (trede 2). Als de actuele regionale behoefte niet in bestaand stedelijk gebied opgevangen kan worden komt trede 3 aan bod, waarbij ontwikkelen buiten bestaand stedelijk gebied kunnen plaatsvinden, mits deze passend multimodaal (per auto, fiets, OV) zijn ontsloten.

Toetsing

Met de resultaten uit het ruimtelijk-economische onderzoek zijn de stappen in de ladder voor duurzame verstedelijking doorlopen.

1. Er is voldoende actuele regionale behoefte aan de uitbreiding van Van Cranenbroek. Deze behoefte komt enerzijds (in kwantitatieve zin) voort uit de bevolkingsgroei in het verzorgingsgebied (zie paragraaf 4.3). Anderzijds (in kwalitatieve zin) uit de wijze waarop Van Cranenbroek inspeelt op de behoeften bij consumenten (zie hoofdstuk 2 en hoofdstuk 3). Concreet doet deze winkel dit met het unieke assortiment aan volumineuze artikelen in de branches doe-het-zelf en tuin. Realisatie van de beoogde uitbreiding heeft verder geen onaanvaardbaar effect op het woon-, leef- en ondernemersklimaat. De stijging van de omzetclaim in het primair verzorgingsgebied blijft namelijk beperkt tot 5,0 - 5,4 procentpunt ten opzichte van de huidige situatie, waardoor de detailhandel in het verzorgingsgebied voldoende omzet kan blijven halen voor economisch-duurzaam functioneren. Er zullen dan ook in beginsel geen winkels de deuren hoeven te sluiten, daarom zal de leegstand niet toenemen. Dit geldt zowel voor de detailhandel in de directe omgeving (gemeente Cranendonck) als in het gehele verzorgingsgebied.
2. De behoefte wordt opgevangen in bestaand stedelijk gebied door uitbreiding van bestaande detailhandel. De uitbreiding van Van Cranenbroek wordt volledig gerealiseerd door herstructurering en intensivering van bestaande gebouwen en/of bestaand stedelijk gebied. De vestiging op het bedrijventerrein is gepast gezien de grootschalige opzet van Van Cranenbroek.
3. De beoogde uitbreiding kan worden gerealiseerd door intensivering in bestaand stedelijk gebied, daarom hoeft trede 3 niet te worden doorlopen.

Leegstand

Lokaal: gemeente Cranendonck

Bij een zorgvuldige ruimtelijke afweging is het van belang dat de uitbreiding van Van Cranenbroek geen onaanvaardbaar effect heeft op de leegstand binnen de gemeente Cranendonck.

In tabel 5.4 zijn de leegstandscijfers weergegeven voor de kern Budel en de benchmark van vergelijkbare kernen.

Tabel 5.4 Benchmark leegstand Budel (Locatus, juli 2015)

	naar oppervlak			naar aantal winkels			gem. opp. per leegstaande winkel
	totaal	leegstaand (m ² wvo)	leegstaand (%)	totaal	leegstaand (N)	leegstaand (%)	
Budel	33.663	5.742	17%	179	22	12%	261
totaal kernen met 7.500 - 10.000 inwoners	15.600	1.730	11%	110	10	9%	173

In Budel is de omvang van de leegstand hoger dan gemiddeld. De omvang is echter onvoldoende om de vestiging van Van Cranenbroek in te passen.

Relevante regio

Als de leegstand in het primaire verzorgingsgebied van Van Cranenbroek wordt vergeleken met het gemiddelde in de provincie, valt op dat de leegstand nagenoeg gemiddeld is (percentage ligt tussen de provinciale gemiddelden van Noord-Brabant en Limburg in). Van een problematische leegstand is dan ook geen sprake (tabel 5.5).

Tabel 5.5 Leegstandsanalyse primaire verzorgingsgebied (Locatus, juli 2015)

	naar oppervlak			naar aantal winkels			gem. opp. per leegstaande winkel
	totaal (m ² wvo)	leegstaand (m ² wvo)	leegstaand (%)	totaal (N)	leegstaand (N)	leegstaand (%)	
provincie Noord-Brabant	4.822.277	546.049	11%	32.559	2.739	8%	199
provincie Limburg	2.431.636	372.774	15%	17.682	1.926	11%	194
Asten	37.499	8.224	22%	221	19	9%	433
Bergeijk	33.833	2.334	7%	216	15	7%	156
Cranendonck	44.522	7.966	18%	286	39	14%	204
Eersel*	20.009	1.228	6%	179	10	6%	123
Eindhoven**	444.199	61.937	14%	3.011	310	10%	200
Geldrop-Mierlo	54.783	6.655	12%	444	45	10%	148
Heeze-Leende	25.743	5.024	20%	223	16	7%	314
Leudal*	44.337	6.484	15%	354	35	10%	185
Nederweert	27.459	5.021	18%	213	15	7%	335
Peel en Maas*	12.305	1.959	16%	77	9	12%	218
Someren	39.270	4.425	11%	242	17	7%	260
Valkenswaard	66.305	11.204	17%	491	56	11%	200
Veldhoven	79.149	6.373	8%	529	35	7%	182
Waalre	17.484	2.900	17%	143	15	10%	193
Weert	125.139	20.445	16%	795	101	13%	202
totaal gemiddelde verzorgingsgebied	1.072.036	152.179	14%	7.424	737	10%	206

* Alleen het deel van de gemeente dat in het verzorgingsgebied ligt

** Voor Eindhoven is het gemeentelijke gemiddelde gehanteerd

De leegstaande winkelpanden in het verzorgingsgebied zijn, net als in Budel, overwegend kleinschalig. In tabel 5.5 is de gemiddelde omvang per leegstaande winkel weergegeven, maar deze komt nergens in de buurt van het oppervlak van 19.300 m² wvo van de beoogde Van Cranenbroek.

De direct rond Budel gelegen gemeenten Heeze-Leende, Nederweert, Someren kennen een overwegend laag leegstandspercentage als het gaat om het aantal winkels.

Belangrijk voor de toekomst van de leegstandsontwikkeling is de bevolkingsgroei in de regio. In theorie kan de bevolkingsgroei leiden tot een (in procenten) groei van het winkelaanbod. Omdat in de relevante regio sprake is van bevolkingsgroei, mag verwacht worden dat ook de vraag naar winkels zal groeien. Deels zullen deze worden gerealiseerd in bestaande leegstand, waardoor de leegstand in het verzorgingsgebied zal afnemen

Geconcludeerd wordt dat de leegstand in het primaire verzorgingsgebied van Van Cranenbroek gemiddeld is ten opzichte van het provinciale gemiddelde. De verwachting bestaat dat onder invloed van de positieve bevolkingsontwikkeling in deze regio de leegstand zal afnemen. In algemene zin is de leegstand overwegend kleinschalig en verspreid, waardoor niet direct een alternatieve locatie voor Van Cranenbroek beschikbaar is.

6. Conclusie

De conclusies uit de ruimtelijk-economische analyse komen in dit hoofdstuk terug in de beantwoording van de deelvragen. Aan het einde van dit hoofdstuk wordt de hoofdvraag beantwoord.

Beantwoording deelvragen

Hoe is de regionale verzorgingsstructuur voor agri-retail, bouwmarkten en tuincentra opgebouwd?

Gemiddeld is bij een vestiging van Van Cranenbroek 80% van de omzet afkomstig uit een regio met een straal van 25 kilometer. Voor de analyse is deze globale omvang van het verzorgingsgebied afgestemd op de lokale omstandigheden.

Binnen dit verzorgingsgebied liggen 13 bouwmarkten – vooral richting het noorden (Eindhoven) en richting het oosten (Weert). De spreiding van het aanbod is evenwichtig.

De tuincentra zijn minder evenwichtig gespreid – met een concentratie van grootschalig aanbod nabij Veldhoven. Indicatief kan uit de spreiding geconcludeerd worden dat de consument voor tuincentra bereid is relatief ver te reizen.

Naarmate het stedelijke gebied groter wordt, neemt ook de omvang van het aanbod toe. Binnen het verzorgingsgebied liggen meerdere tuincentra/agri-retail winkels met een oppervlakte groter dan 1.000 m² wvo. Dit aanbod loopt van relatief kleine tuincentra en/of agri-retail (winkels die vaak vanuit een kwekerijbedrijf zijn gegroeid) tot grootschalige tuincentra van 4.000 tot 9.000 m² wvo. De grotere tuincentra beschikken naast het assortiment in levende en niet-levende tuinartikelen ook over een ruim assortiment in woninginrichtingsartikelen.

Is Van Cranenbroek complementair qua positionering en schaalgrootte ten opzichte van andere bouwmarkten en tuincentra/agri-retail in de regio?

De volgende kenmerken maken Van Cranenbroek onderscheidend ten opzichte van andere detailhandel binnen het verzorgingsgebied:

- het is een zeer grootschalige aanbieder met een breed en diep assortiment (producten in veel vormen/maten/uitvoeringen/merken) en een sterke prijsdifferentiatie, onder meer in het discountsegment;
- de nadruk in het assortiment ligt op volumineuze niet-levende tuinartikelen – reguliere tuincentra zijn daarentegen vooral gericht op levende en het decoratieve deel van tuinartikelen;
- ten opzichte van de reguliere bouwmarkten richt Van Cranenbroek zich met name op doe-het-zelfartikelen voor 'buiten' huis, zoals (elektrische) gereedschappen – reguliere bouwmarkten zijn meer gericht op bouwmaterialen en op klussen 'in' huis.

Bovengenoemde kenmerken maken dat Van Cranenbroek op te vatten is als een unieke formule binnen de branches tuin en doe-het-zelf (uitgaande van de branche-indeling van Detailhandel.info).

In hoeverre is er behoefte aan de beoogde uitbreiding van Van Cranenbroek in de regio?

Afgaande op de relatieve omvang van de leegstand en de relatieve omvang van het winkelaanbod in de branches tuin en doe-het-zelf in het verzorgingsgebied van Van Cranenbroek wordt geconcludeerd dat de winkelmarkt in deze branches redelijk in evenwicht is in dit gebied.

De groei van de bevolking in het verzorgingsgebied betekent een groeiende behoefte aan detailhandel in de branchegroepen plant & dier en doe-het-zelf (uitgaande van de branche-indeling van Locatus) in het verzorgingsgebied. Te meer, omdat internet vooralsnog een relatief beperkte invloed heeft op deze branchegroepen (zie ook paragraaf 2.2). Deze behoefte is indicatief bepaald op circa 20.000 m² wvo in 2025 voor beide branchegroepen samen.

Bevolkingsgroei geeft hoe dan ook een groeiende behoefte aan detailhandel. Immers, alle nieuwe inwoners moeten worden gehuisvest, waarbij wordt geïnvesteerd in tuin en in huis. Van Cranenbroek is één van de winkels die zich daarop richt.

De beoogde ontwikkeling van Van Cranenbroek in Budel is gericht op het verbeteren van het 'comfort' in de winkel voor de huidige klanten van Van Cranenbroek. Hiertoe wordt het assortiment ruimer gepresenteerd, worden meer afmetingen/kleuren van hetzelfde product in de winkel opgesteld, worden de gangpaden verbreed en worden de schappen verruimd. De (huidige) klanten krijgen hierdoor een prettiger winkelomgeving. Deze ontwikkeling is onder meer ingegeven door de concurrentie van internetverkoop.

Ook wordt de parkeersituatie en de verkeerscirculatie sterk verbeterd, waardoor het parkeren in de berm en (incidentele) verkeersopstoppen – die ontstaan door de hoge bezoekerspieken – tot het verleden gaan behoren.

Op deze wijze voldoet de vestiging van Van Cranenbroek optimaal aan de behoefte van de hedendaagse consument.

De effecten van realisatie van de beoogde uitbreiding zijn gering. Uit de economische analyse blijkt dat de omzetclaim slechts beperkt zal toenemen na de uitbreiding van Van Cranenbroek binnen de regio. De totale toename van de omzetclaim is 5,0 tot 5,4 procentpunt. De effecten hiervan op de marktomstandigheden in de relevante branches (uitgaande van de branche-indeling van Detailhandel.info) worden beoordeeld als aanvaardbaar. Te meer, omdat Van Cranenbroek al een bekende grootschalige aanbieder is in de regio. Ook heeft de vestiging in Budel een relatief groot verzorgingsgebied, waardoor effecten over een groot gebied plaatsvinden en dus snel 'verwateren'. Ook groeit de bevolkingsomvang in het verzorgingsgebied, waardoor ook het draagvlak voor detailhandel groeit. Verder is Van Cranenbroek grotendeels complementair aan de overige winkels in deze branches, waardoor de ontwikkeling deels los staat van de rest van de detailhandel. Tot slot wordt de schaalvergroting hoofdzakelijk gebruikt om het bestaande assortiment ruimer te presenteren, waardoor de verruiming van het oppervlak niet tot een evenredige toename van de omzet zal leiden.

Deze conclusies worden bevestigd door de omvang en samenstelling van het winkelaanbod in de relevante branchegroepen in de overige woonplaatsen in Nederland waar reeds een grootschalige Van Cranenbroek gevestigd is, want deze woonplaatsen beschikken over meerdere aanbieders in de branchegroepen waaruit het hoofdassortiment van Van Cranenbroek is opgebouwd (uitgaande van de branche-indeling van Locatus).

In hoeverre is de uitbreiding overeenkomstig met een stedelijke ontwikkeling conform de ladder voor duurzame verstedelijking en wat zijn de mogelijke ruimtelijke effecten van de uitbreiding?

Gezien het bovenstaande, is de beoogde ontwikkeling gericht op een actuele regionale behoefte vanuit de consument. De complementaire formule van Van Cranenbroek wordt binnen de regio (het omliggende gebied met een straal van circa 25 km) veelvuldig bezocht. De ontwikkeling kan niet worden ingepast in de bestaande leegstand. Ook is er geen vergelijkbare ontwikkeling in het verzorgingsgebied die voorziet in de geconstateerde behoefte.

Met de uitbreiding hoeven in beginsel geen winkels de deuren te sluiten en daarom zal de leegstand niet verder toenemen in de gemeente Cranendonck en in de regio.

De uitbreiding wordt opgevangen in bestaand stedelijk gebied. De uitbreiding vindt plaats door intensivering van een bestaande detailhandelsvestiging op het bedrijventerrein Airpark.

Beantwoording hoofdvraag

De hoofdvraag die in de inleiding van dit onderzoek is geformuleerd staat hieronder opgenomen:

‘Is de beoogde uitbreiding van Van Cranenbroek in de gemeente Cranendonck aanvaardbaar in relatie tot een goed woon-, leef- en ondernemersklimaat?’

De te verwachten effecten van de uitbreiding van Van Cranenbroek in Budel op de totale detailhandelsstructuur in de gemeente Cranendonck en binnen de betrokken regio zijn beperkt en aanvaardbaar.

Het bestaande winkelaanbod is in de huidige situatie bekend met de formule van Van Cranenbroek als sterke aanbieder binnen de gemeente en de regio. De opzet en assortiment van de huidige Van Cranenbroek winkel onderscheidt zich al sterk van het winkelaanbod binnen de gemeente Cranendonck en de betrokken regio. Door de beoogde ontwikkeling verandert de positie van deze winkel binnen de gemeente Cranendonck en binnen de regio dan ook nauwelijks.

Het verzorgingsgebied van Van Cranenbroek is, zoals gezegd, regionaal van aard, waardoor de te verwachten effecten binnen de branches ook verspreid worden over de regio. De omzet van Van Cranenbroek komt slechts voor een klein deel uit de gemeente Cranendonck zelf.

Hoewel de concurrentie in de regio enigszins zal toenemen, zal er geen sprake zijn van onaanvaardbare effecten op het woon-, leef- en ondernemingsklimaat in de gemeente Cranendonck en evenmin elders in de betrokken regio.

Gegevens bestedingen en omzet afkomstig van Stichting Detailhandelseconomie en Maatschappij

Als kenniscentrum voor de detailhandel voorzag het Hoofdbedrijf Detailhandel (HBD) geïnteresseerden van feiten en cijfers over de sector detailhandel. Door de opheffing van het HBD dreigden dergelijke cijfers verloren te gaan. Voor het behoud van deze basisinformatie over de detailhandel is een nieuwe stichting opgericht, Stichting Detailhandelseconomie en Maatschappij (StiDEM).

Voor de uitgangspunten ten aanzien van toonbankbestedingen en winkelomzet is uitgegaan van de gegevens van de StiDEM. Deze zijn door deze stichting gepubliceerd op de website detailhandel.info. Op de website zijn actuele feiten en cijfers over de sector detailhandel en de achterliggende branches te vinden. De website heeft als doel de samenleving in het algemeen en brancheorganisaties en ondernemingen in het bijzonder te voorzien van de juiste cijfers over de detailhandel. De meest actuele gegevens (gepubliceerd december 2014) van deze website zijn verwerkt in de analyses in dit rapport.

Branches

Voor de economische analyse is de omzetclaimbenadering toegepast. Met deze methode wordt de omzet bepaald voor de hoofdproducten/branches die Van Cranenbroek vertegenwoordigd.

De analyse richt zich op de uitbreiding van de volumineuze producten in de branches 'tuin' en 'doe-het-zelf'. Het oppervlak van de beoogde uitbreiding is afgerond 10.000 m² wvo. In tabel B1.1 staat de assortimentsverdeling opgenomen voor de toekomstige Van Cranenbroek in Budel.

Tabel B1.1. Bandbreedte in oppervlakte branches binnen beoogde uitbreiding Van Cranenbroek Budel

branche	oppervlak (m ² wvo)
doe-het-zelf	2.000 - 3.000
tuin	7.000 - 8.000
totaal	10.000

Voor iedere branche wordt de omzet per m² bepaald. Hiervoor is de informatie van Detailhandel.info (2015) geraadpleegd. Deze site presenteert de totale winkelomzet per branche en de totale oppervlakte in m² wvo per branche. Door de totale omzet te delen door de totale oppervlakte is de totale omzet per m² berekend (tabel B1.2).

Tabel B1.2 Berekening gemiddelde besteding (Detailhandel.info, 2015)

	omzet	totaal m ² wvo	omzet per m ² wvo
doe-het-zelf	€ 3.460.000.000	2.605.000	€ 1.330
tuin	€ 1.225.000.000	1.659.000	€ 740

In tabel B1.3 is de landelijke gemiddelde besteding berekend voor de branches in het assortiment van de beoogde uitbreiding van Van Cranenbroek. Deze gemiddelde bestedingen worden toegepast om het omzetaandeel van Van Cranenbroek te berekenen binnen het primaire verzorgingsgebied.

Tabel B1.3 Berekening gemiddelde besteding (Detailhandel.info, 2015)

<i>berekening gemiddelde besteding per branche</i>		
inwoneraantal Nederland	16.829.289	
<i>branche</i>	<i>totale bestedingen</i>	<i>gemiddelde besteding (landelijk)</i>
doe-het-zelf	€ 3.460.000.000	€ 210
tuin	€ 1.225.000.000	€ 70

Inwoneraantal primair verzorgingsgebied

Om de omzetclaimbenadering af te zetten tegen de potentiële bestedingen binnen een gebied is eerst het primaire verzorgingsgebied bepaald. Uitgaande dat 80% van de omzet van Van Cranenbroek voorkomt uit de regio (straal van 25 kilometer), heeft het primaire verzorgingsgebied van de vestiging in Budel circa 493.000 inwoners. In de tabellen B1.4 en B1.5 zijn de inwoneraantallen voor respectievelijk het Nederlandse en het Belgische deel van het verzorgingsgebied geïnventariseerd.

Tabel B1.4 Inventarisatie verzorgingsgebied Nederlands deel (CBS, 2015)

woongebied NL	inwoners
gemeente Asten	16.190
gemeente Bergeijk	25.600
gemeente Cranendonck	20.325
gemeente Eersel (deels)	14.145
gemeente Eindhoven (deels)	42.760
gemeente Geldrop-Mierlo	44.155
gemeente Heeze-Leende	15.405
gemeente Leudal (deels)	32.525
gemeente Nederweert	15.020
gemeente Peel en Maas (deels)	6.050
gemeente Someren	18.550
gemeente Valkenswaard	30.585
gemeente Veldhoven	38.854
gemeente Waalre	16.725
gemeente Weert	48.585
totaal (afgerond)	385.500

* Van de gemeente Eindhoven is alleen het zuidelijke stadsdeel (Gestel en Stratum) meegenomen in de inventarisatie van het verzorgingsgebied. Voor de gemeenten Eersel, Leudal en Peel en Maas geldt dat alleen de kernen zijn meegenomen die binnen het verzorgingsgebied vallen. De rest van de gemeente begeeft zich in het overlappende gebied met de Van Cranenbroek vestiging in Schijndel, waardoor dubbeltelling wordt vermeden.

Tabel B1.5 Inventarisatie verzorgingsgebied Belgisch deel (Vlaanderen.be, 2015)

woongebied BE	inwoners
gemeente Bocholt	12.830
gemeente Bree	15.434
gemeente Hamont-Achel	14.271
gemeente Lommel	33.636
gemeente Neerpelt	16.746
gemeente Overpelt	14.539
totaal (afgerond)	107.500