



**DPO Grootschalige bouw- en tuinmarkt
Harnaspolder Midden-Delfland**



Droogh Trommelen en Partners (DTNP)

Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Graafseweg 109

6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83

E info@dtnp.nl

W www.dtnp.nl

Opdrachtgever: Bedrijvenschap Harnaschpolder

Contactpersoon: Rob Wooning

Projectleider DTNP: Rik Eijkelkamp

Projectnummer: 1456.0614

Datum: 7 oktober 2014

DPO Grootschalige bouw- en tuinmarkt Harnaschpolder Midden-Delfland

·dtnp·

Inhoudsopgave

1	Context	1
1.1	Aanleiding	1
1.2	Huidige situatie	1
1.3	Trends in de sector	3
1.4	Regionaal beleidskader	5
2	Marktruimte en effecten structuur	7
2.1	Distributieve marktruimte	7
2.2	Toegevoegde waarde Bauhaus	9
2.3	Effecten aanbodstructuur	9
3	Conclusies	13

1 Context

1.1 Aanleiding

Initiatief Bauhaus Harnaschpolder

Bauhaus heeft vergevorderde plannen voor vestiging van een grootschalige bouw- en tuinmarkt op het bedrijventerrein Vrij-Harnasch in de gemeente Midden-Delfland. De beoogde Bauhausvestiging heeft een omvang van 16.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo), bestaande uit een bouwmarkt van 9.500 m² wvo (inclusief drive-in) en een tuincentrum 6.500 m² wvo (inclusief uitstalling voor tuinhuisen). Deze ontwikkeling wordt in de uitwerking van het bestemmingsplan planologisch mogelijk. Bedrijvenschap Harnaschpolder heeft ter onderbouwing van het bestemmingsplan behoefte aan een Distributieplanologisch Onderzoek (DPO) voor zowel het bouwmarkt- als tuinmarktdeel.

DPO ten behoeve van regionale herbevestiging

In juni 2013 stelde DTNP reeds een gespreksmemo op waarin de marktruimte in het relevante verzorgingsgebied van het initiatief en de regionale beleidskaders zijn geïnventariseerd. Ook zijn andere rapporten opgesteld

door Bureau Stedelijke Planning (BSP) en Ecorys*. Provincie Zuid-Holland heeft Bedrijvenschap Harnaschpolder verzocht te komen tot een finale rapportage met hierin:

- een actualisatie van de marktruimte;
- de effecten van het initiatief van Bauhaus op de ruimtelijke aanbodstructuur;
- de toetsing van het initiatief Bauhaus aan het vigerende regionale en provinciale beleid.

Over het initiatief heeft reeds regionale afstemming plaatsgevonden met een positief advies, zowel in het REO als op provinciaal niveau. Voorliggend DPO kan aan REO Stadsgewest Haaglanden worden voorgelegd ter herbevestiging van het initiatief Bauhaus.

Op de locatie Ycatch in Ypenburg (Den Haag) speelt gelijktijdig de mogelijke ontwikkeling van een vergelijkbaar grootschalige bouw- en tuinmarkt van de formule Hornbach. Het bouwmarktdeel heeft een omvang van circa 10.000 m² wvo. Het tuincentrumdeel wordt circa 5.000 m² wvo groot. Ook voor dit initiatief heeft reeds regionale afstemming plaatsgevonden.

* - BSP (2013-1), Verdiepingsslag ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel Haaglanden
- BSP (2013-2), Stadsgewest Haaglanden, Doe-Het-Zelf sector; Visie op ontwikkelingsmogelijkheden en ruimtelijke spreiding
- Ecorys (2013), Bauhaus Harnaschpolder + Hornbach Ycatch

Leeswijzer

In het vervolg van dit hoofdstuk worden bondig de huidige aanbodstructuur van bouwmarkten en tuincentra in de regio, de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de sector en de vigerende beleidskaders benoemd. Hoofdstuk 2 gaat vervolgens in op de distributieve berekening van de marktruimte, toegevoegde waarde en de effecten van het initiatief Bauhaus op de aanbodstructuur. Hornbach op de Ycatch-locatie is hierbij eveneens uitgangspunt. Het rapport eindigt met conclusies in hoofdstuk 3.

1.2 Huidige situatie

Goed bereikbaar in zeer verstedelijkte regio

De geplande locatie voor de vestiging van Bauhaus ligt op bedrijventerrein Vrij-Harnasch, onderdeel van het gebied Harnaschpolder, in Midden-Delfland. Deze locatie ligt in de stedelijke regio Haaglanden, tussen Delft en Den Haag/Rijswijk (kaart 1). Door de directe aansluiting via afritten (uit beide richtingen één) op de A4 (wordt doorgetrokken) en N211 heeft de locatie een uitstekende regionale autobereikbaarheid. De locatie is duidelijk zichtbaar vanaf de afrit van de A4 en heeft een ruim parkeerterrein en drive-in.

Relevant verzorgingsgebied initiatief Bauhaus

Het initiatief heeft door de grootschaligheid een regionale verzorgingsfunctie. Consumenten die binnen een kwartier reistijd per auto van de geplande locatie wonen, kunnen tot het relevante verzorgingsgebied van het initiatief gerekend worden (indicatief weergegeven op kaart 1*). In dit gebied wonen in 2020 naar verwachting ruim 1,1 miljoen mensen (tabel 1). Het basisassortiment van bouwmarkten en tuincentra wordt doelgericht bezocht. De consument kiest doorgaans voor de

* Goudappel Coffeng (website), De Nationale Bereikbaarheidskaart, situatie daluren 2020

dichtstbijzijnde aanbieder waar hij of zij verwacht voor het koopdoel te kunnen slagen. Inwoners buiten dit gebied beschikken over meerdere aanbieders op kortere afstand en zullen derhalve beperkt op Bauhaus gericht zijn.

Beperkt doe-het-zelf aanbod per inwoner

In het relevante verzorgingsgebied van het initiatief Bauhaus (kaart 1) is circa 128.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo) in de doe-het-zelf sector aanwezig. Het grootste deel hiervan bestaat uit bouwmarkten van 3.000 à 10.000 m² wvo. Het doe-het-zelfaanbod is circa 50.000 m² wvo kleiner dan gemiddeld in Nederland (tabel

1: 159 x 1.139,7). Het huidige aanbod functioneert ver boven landelijk gemiddeld niveau (zie ook BSP 2013-1 pagina 7).

Na toevoeging van Bauhaus en Hornbach (samen ± 19.300 m² wvo) is het doe-het-zelfaanbod in het relevante verzorgingsgebied nog steeds beduidend kleiner (± 129 m² wvo per 1.000 inwoners) dan gemiddeld.

Tuincentrumaanbod veel kleiner dan gemiddeld

Het tuincentrumaanbod in het relevante verzorgingsgebied heeft een omvang van bijna 77.000 m² wvo. Dit aanbod aan tuincentra in het relevante verzorgingsgebied is met nog geen 70 m² wvo per 1.000 inwoners veel kleiner dan gemiddeld in Nederland (tabel 1). Een deel van de verklaring hiervan kan gevonden worden in het bovengemiddelde aandeel gestapelde woningen (minder tuinen) in de regio en directe verkoop door kwekers en telers. Een ander deel van de verklaring ligt in het beperkte aantal grotere tuincentra in deze zeer dichtbevolkte regio.

Na toevoeging van Bauhaus en Hornbach (samen ± 11.000 m² wvo) is het tuincentrumaanbod in het relevante verzorgingsgebied nog steeds beduidend kleiner (± 77 m² wvo per 1.000 inwoners) dan gemiddeld in Nederland.

Tabel 1 Overzicht huidige vraag- en aanbodsituatie* in relevante verzorgingsgebied initiatief Bauhaus

Gemeente	Inwonertal 2020	Aanbod Doe-het-zelf	Aanbod Tuincentra
Midden Delfland	18.500	110	1.800
Delft	111.100	10.780	6.200
Westland	112.800	23.680	13.010
Rijswijk	51.400	480	2.280
Den Haag	530.300	54.910	20.270
Leidschendam-Voorburg	75.300	3.380	3.700
Pijnacker-Nootdorp	56.600	5.160	23.240
Schiedam	76.300	11.810	0
Vlaardingen	72.700	11.730	6.100
Maassluis	34.700	5.910	0
TOTAAL	1.139.700	127.950	76.600
m ² wvo/1.000 inwoners		112	67
m ² wvo/1.000 inwoners NL		159	98

* Bronnen: CBS StatLine (2014) en Locatus Benchmarkverkenner (peildatum 6 juli 2014)



1.3 Trends in de sector

Winkelmarkt: van groei naar verdringing

De winkelmarkt is de afgelopen jaren veranderd van een groei- in een verdringingsmarkt. Terwijl het winkelloppervlak het laatste decennium fors is gestegen als gevolg van schaalvergroting en economische vooruitgang, staan de bestedingen de laatste jaren behoorlijk onder druk. De economische crisis, opkomst van winkelen via internet en vergrijzing van consumenten hebben een drukkend effect op bestedingen in winkels.

Trends ook in doe-het-zelf- en tuinbranche

Door de scheefgroei tussen vraag en aanbod is de omzet/m² in winkels behoorlijk gedaald. Mede door de crisis op de woningmarkt is deze trend versterkt aanwezig in de volumineuze branches (woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra).

Bouwmarkten hebben te kampen met teruglopende omzetten en de concurrentie is enorm (zie ook BSP 2013-2 pagina 9). Tussen 2007 en 2012 is de omzet met ruim 20% gedaald*.

* HBD (2013), Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek

Ook in 2013 daalde de omzet (met circa 6% ten opzichte van 2012*). Met enorme kortingen wordt geprobeerd de zuinige en kritische consument te trekken. Net als in de supermarktbranche zijn bouwmarkten verwickeld in een prijzenoorlog (zie ook Ecorys 2013 pagina 16).

Ook in de tuinbranche neemt de gemiddelde omzet per m² langzaam maar zeker af (zie ook Ecorys 2013 pagina 7). In 2013 daalde de omzet met ruim 8% (na een daling van 6,5% in 2012)*. Het weer heeft een grote invloed op de omzetontwikkeling, en supermarkten, bouwmarkten en tankstations zijn steeds serieuze concurrenten (met steeds grotere assortimenten bloemen, planten en tuinartikelen).

Op dit moment is de invloed van internet in deze branches nog zeer beperkt (circa 1% marktaandeel). Naar verwachting zal dit aandeel de komende jaren wel gaan stijgen (zie ook BSP 2013-2 pagina 10). Zo heeft Bol.com onlangs het assortiment voor tuin en doe-het-zelf met 60.000 artikelen uitgebreid. Desondanks blijft het marktaandeel van internet in deze branches naar verwachting klein.

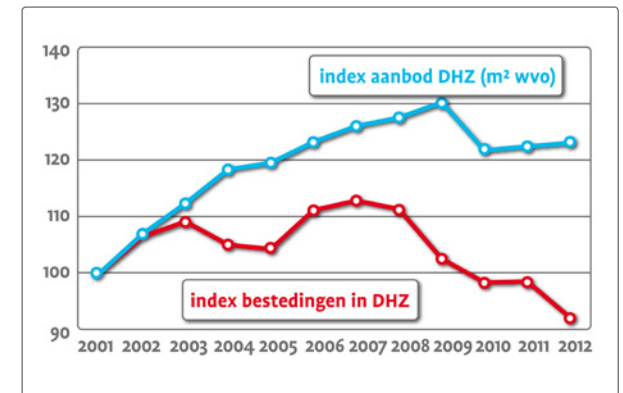
Schaalvergroting en branchevervaging

Net als in veel andere branches treedt in zowel de doe-het-zelf- als de tuinbranche schaalvergroting en filialisering op: grotere spelers (bouwmarkten, tuincentra) met meer inkoopkracht, schaalvoordelen en financiële armslag verdringen kleinere spelers (breedpakket-, doe-het-zelfspeciaalzaken, bloemen-, planten- en dierenwinkels)**. De uitbreiding van het winkelloppervlak gaat gepaard met een verbreding en verdieping van het assortiment. Ook neemt de branchevervaging bij meerdere formules toe. Steeds meer bouwmarkten verkopen ook planten, huishoudelijke artikelen en partijgoederen. In tuincentra worden artikelen als woonaccessoires, kleding, huishoudelijke artikelen en speelgoed verkocht.

Toekomstperspectief

De verwachting is dat de bestedingen in de doe-het-zelf- en tuinbranche de komende jaren weer enigszins zullen toenemen, als gevolg van het aantrekken van de economie en de huizenmarkt (zie ook Ecorys 2013 pagina 10-11). Daarnaast blijft de invloed van internet in deze branches naar verwachting beperkt. Wel mag verwacht worden dat landelijk het aantal

** Het winkelloppervlak van breedpakket- en doe-het-zelfspeciaalzaken neemt landelijk gemiddeld met 1,8% per jaar af (HBD, Jaarboek detailhandel 2012)



Omzet doe-het-zelf sector laatste jaren afgenomen



Schaalvergroting bouwmarkten en tuincentra



Op gang komen woningmarkt goed voor bouwmarkt

* Rabobank Cijfers en trends (2013/2014)

aanbieders nog verder zal afnemen, omdat op het niveau van Nederland nog steeds sprake is van overaanbod en toenemende concurrentie vanuit andere branches.

1.4 Regionaal beleidskader

Structuurvisie detailhandel regio Haaglanden

Het algemeen bestuur van Stadsgewest Haaglanden heeft eind 2013 een nieuwe regionale structuurvisie voor de detailhandel vastgesteld*. Deze visie is daarmee het leidende ruimtelijke beleids- en toetsingskader voor winkelontwikkelingen in de regio.

De regionale beoordeling richt zich op (nieuwe) detailhandelsinitiatieven die mogelijk effecten hebben op de bestaande of beoogde detailhandelsstructuur. Het gaat hierbij nadrukkelijk niet om effecten op individuele winkels, tenzij een individuele winkel structuurbepalend is voor een kern of winkelgebied. De ruimtelijke effecten zijn hierbij dus leidend, en niet de economische effecten.

* Stadsgewest Haaglanden (2013), Regionale structuurvisie detailhandel Stadsgewest Haaglanden 2013-2020

Over plan Bauhaus is reeds positief geadviseerd

Plannen groter dan 1.000 m² bruto vloeroppervlak op perifere locaties worden getoetst door het Stadsgewest Haaglanden. Het dagelijks bestuur geeft haar standpunt aan de gemeente waarin het initiatief speelt en stelt de provincie Zuid-Holland in kennis van deze brief en geeft daarmee de provincie haar advies. Over de initiatieven Bauhaus op Harnaschpolder en Hornbach op Y-catch is in 2013 reeds positief door Stadsgewest Haaglanden geadviseerd.

Desondanks wordt gevraagd de ruimtelijke effecten van het initiatief Bauhaus nader te analyseren. Om effecten te kunnen beoordelen, biedt de Regionale structuurvisie detailhandel hiervoor het kader. De beleidsregels in dit kader zijn in lijn met artikel 2.1.4 van de Verordening Ruimte** van provincie Zuid-Holland (vastgesteld juli 2014).

Regionale beleidsregels detailhandel (algemeen)

Het regionaal detailhandelsbeleid moet leiden tot een optimale verzorging voor de consument in de regio. Dit betekent de juiste functie op de juiste plek voor de consument. Nieuwe ontwikkelingen mogen niet leiden tot aantasting van de gewenste winkelstructuur. De Ladder

** Provincie Zuid-Holland (2013), Verordening Ruimte (ontwerp)

voor duurzame verstedelijking is door Stadsgewest Haaglanden als inspiratiekader gebruikt om detailhandelsinitiatieven in de regio ruimtelijk te kunnen beoordelen.

Toetsing aan Ladder voor duurzame verstedelijking

Om de regio te kunnen laten instemmen met een initiatief, dient een initiatief aan een aantal criteria te voldoen:

1. Het initiatief heeft een meerwaarde voor de lokale en/of regionale detailhandelsstructuur. Deze meerwaarde kan zich uiten in het optimaliseren van de consumentenverzorging in het verzorgingsgebied wanneer het initiatief voorziet in een consumentenbehoefte die momenteel nog onvoldoende wordt ingevuld (niet meer van hetzelfde) of een toename van de keuzemogelijkheden voor de consument, bijvoorbeeld omdat een thema of branche zwak vertegenwoordigd is. Of als er sprake is van een nieuwe formule die zich onderscheidt door kwaliteit, specialisatie en/of gerichtheid op één of meer bepaalde doelgroepen.
2. De locatie van het initiatief betekent een versterking van de bestaande detailhandelslocaties***. Daarnaast dient sprake te zijn van een regionale behoefte.

*** Niet van toepassing voor de beoordeling van vestiging van bouwmarkten en tuincentra (zie pag. 6).

3. Aangetoond kan worden dat het initiatief geen (blijvende) negatieve effecten heeft op de bestaande detailhandelsstructuur en/of in het beleid aangegeven ontwikkeling daarvan. Onder blijvende negatieve effecten wordt het volgende verstaan:
- Dat winkelgebieden in de gewenste regionale detailhandelsstructuur op de langere termijn niet meer levensvatbaar zijn.
 - Dat de keuzemogelijkheden voor de inwoners van een (kern in een) tot de regio behorende gemeente onaanvaardbaar afnemen door een winkelontwikkeling in een van de andere regiogemeenten.
 - Dat de verzorgingsfunctie (bovenregionaal, regionaal, lokaal) van de winkelgebieden zoals benoemd in de gewenste regionale winkelstructuur wordt aangetast doordat een aanzienlijk deel van de winkels niet meer duurzaam geëxploiteerd kan worden. Dit kan bepaald worden door onderzoek te doen naar de omzeteffecten van een nieuw initiatief op de winkelgebieden in de omgeving. Het is uiteindelijk een regionale afweging om te bepalen of de gevolgen/ effecten te groot zijn.

Regionale beleidsregels bouw- en tuinmarkt

Haaglanden heeft voor nieuwe bouwmarkten en tuincentra (of in dit geval een combinatie

hiervan) aparte beleidsregels geformuleerd:

- Voor tuincentra en bouwmarkten is vestiging buiten de aangewezen gebieden mogelijk. Tuincentra en bouwmarkten hebben een bijzondere positie.
- Nevenassortiment dient te passen bij het hoofdassortiment en mag niet meer dan 20% van het wvo in beslag nemen en maximaal 500 m² wvo zijn. Dit om te voorkomen dat een bouwmarkt of tuincentrum gaat concurreren met reguliere winkelgebieden.
- Wanneer sprake is van ontwikkelingen op één bedrijventerrein, dan is vanuit ruimtelijk ordeningsperspectief (efficiënt ruimtegebruik) het clusteren van bouwmarkten en tuincentra en aansluiting bij andere voorzieningen wel uitgangspunt.
- De afwegingen voor het al dan niet toestaan van nieuwvestiging van een tuincentrum of bouwmarkt is gericht op de consumentenverzorging in het verzorgingsgebied.

Relevante elementen onderbouwing in DPO

Op basis van het vigerend regionale detailhandelsbeleid van Stadsgewest Haaglanden wordt geconcludeerd dat het initiatief voor een grootschalige bouw- en tuinmarkt onder de volgende voorwaarden toegestaan wordt:

- er is sprake van regionale behoefte aan het initiatief (marktruimte);
- er is sprake van behoefte bij consumenten aan het initiatief (toegevoegde waarde op het bestaande aanbod);
- er is sprake van een voor consumenten vergelijkbare of betere aanbodstructuur (behoud spreiding en keuze).

Om te beoordelen of bij realisatie van het initiatief van Bauhaus aan bovenstaande voorwaarden voldaan wordt, bevat van dit DPO de volgende onderdelen:

- De distributieve berekening, zoals in 2013 reeds gemaakt, geactualiseerd met de meest betrouwbare en recent beschikbare aanbodcijfers en kengetallen.
- De meerwaarde van het initiatief wordt beoordeeld, waarbij de toegevoegde waarde voor de consument in Haaglanden centraal wordt gesteld.
- De te verwachten effecten op de aanbodstructuur van het initiatief worden ingeschat om te kunnen beoordelen of er voor de consumenten in het verzorgingsgebied naar verwachting een aanvaardbare ruimtelijke aanbodstructuur met voldoende keuzemogelijkheden behouden blijft (leidende ruimtelijke relevante criterium).

Deze onderdelen zijn in hoofdstuk 2 uitgewerkt.

2 Marktruimte en effecten structuur

2.1 Distributieve ruimte

Distributieplanologische onderzoek

Om nader inzicht te krijgen in de uitbreidingsmogelijkheden voor de doe-het-zelf- en tuinbranche in het relevante verzorgingsgebied (zie paragraaf 1.2) van het initiatief Bauhaus wordt indicatieve distributieve berekening van de toekomstige marktruimte in dit gebied geactualiseerd. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de meest actueel beschikbare gegevens ten aanzien van bestedingen, vloerproductiviteit, inwoneraantallen en koopstromen.

Distributieve berekeningen moeten genuanceerd worden beoordeeld in verband met de grote onderlinge verschillen in marktgebieden, typen winkelgebieden en winkelformules en onzekerheid over de ontwikkelingen in de markt. Desondanks biedt een dergelijke kwantitatieve analyse een eerste indicatie van de marktruimte op basis waarvan vervolgens effecten in beeld kunnen worden gebracht.

Marktruimte doe-het-zelfbranche

In 2013 bedroeg de landelijk gemiddelde omzet per inwoner in de doe-het-zelfbranche circa € 200,-*. Enerzijds zal de komende jaren onder meer internet kunnen zorgen voor beperkte daling van de bestedingen in winkels, anderzijds wordt verwacht dat de bestedingen zullen toenemen als de economie en woningmarkt weer aantrekt (zie ook Ecorys 2013). In deze berekening gaan we daarom uit van het meest actuele cijfer.

Het relevante verzorgingsgebied ligt in een zeer dichtbevolkt gebied met op korte afstand van consumenten reeds keuze uit meerdere bouwmarkten. Uit het Koopstromenonderzoek Randstad 2011** blijkt dat de binding in de subregio's die (grotendeels) binnen het relevante verzorgingsgebied vallen rond de 90% ligt (Delft/Westland 86%, Den Haag/Wassenaar 86% en Schiedam/Vlaardingen 90%). Zeker na toevoeging van grootschalige bouwmarkten Bauhaus en Hornbach is er geen aanleiding voor doe-het-zelfartikelen het gebied te verlaten. Een koopkrachtbinding van consumenten uit het relevante verzorgings-

* HBD (2013), Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, op basis van cijfers HBD en CBS van 2012, gecorrigeerd op omzetsdaling 2013, bewerking DTNP

** I&O Research (2011), KSO 2011

gebied aan bouwmarkten en andere doe-het-zelfaanbod in dit gebied van 90% is derhalve tenminste reëel.

Veruit het grootste deel van de omzet in doe-het-zelfaanbieders in het relevante verzorgingsgebied komt van consumenten uit ditzelfde gebied. Het aandeel van de totale omzet dat van buiten deze regio wordt binnengehaald is naar verwachting beperkt (circa 5% koopkrachttoevoeiing). Met name bouwmarkten en speciaal-zaken aan de randen van het relevante verzorgingsgebied van het initiatief Bauhaus zullen een deel van hun omzet van buiten dit gebied halen.

Uit de distributieve berekening komt een indicatieve uitbreidingsruimte van circa 34.000 m² wvo naar voren (tabel 2). Deze distributieve uitbreidingsruimte is in orde van grootte vergelijkbaar met uitkomsten van eerdere marktruimteberekeningen. In het rapport Verdiepingsslag Ontwikkelingsmogelijkheden Detailhandel Haaglanden (januari 2013)*** is een indicatieve uitbreidingsruimte in de totale doe-het-zelfsector van circa 50.000 m² wvo in 2020 berekend. Kort daarna heeft BSP de

*** Bureau Stedelijke Planning (2013), Verdiepingsslag ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel Haaglanden

marktruimte nogmaals indicatief berekend, uitgaande van blijvend afnemende bestedingen. Dit leidt nog steeds tot een uitbreidingsruimte van circa 37.000 m² wvo*. Na een benchmark met andere grootstedelijke regio's ligt de verwachte uitbreidingsruimte volgens datzelfde onderzoek eerder rond 20.000 à 25.000 m² wvo op het niveau van Haaglanden.

Voldoende uitbreidingsruimte bouwmarkten

Er is een behoorlijke uitbreidingsruimte in de doe-het-zelfsector in het relevante verzorgings-

* Bureau Stedelijke Planning (2013), Stadsgewest Haaglanden Doe-Het-Zelf sector; Visie op ontwikkelingsmogelijkheden en ruimtelijke spreiding

gebied. Deze uitbreidingsruimte is groter dan met de ontwikkeling van Bauhaus en Hornbach wordt toegevoegd (± 19.500 m² wvo). Na realisatie van beide initiatieven blijft er in het relevante verzorgingsgebied naar verwachting distributieve ruimte voor schaalvergroting van bestaande aanbieders.

Marktruimte tuincentra

Op eenzelfde wijze als voor doe-het-zelf kan de marktruimte voor tuincentra indicatief worden berekend. In 2013 bedroeg de landelijk gemiddelde omzet per inwoner in tuincentra circa € 65,- (HBD 2013, omzetcijfer 2012

gecorrigeerd met omzetsdaling 2013). Ook voor tuincentra geldt dat de trend van afnemende bestedingen naar verwachting doorbroken wordt op het moment dat de economie en woningmarkt aantrekken. Het aandeel internet-verkoop blijft naar verwachting beperkt. Daarom wordt voor de komende jaren uitgegaan van min of meer gelijkblijvende omzet per hoofd van de bevolking in tuincentra.

De subregionale binding in de sector plant, dier en tuinartikelen ligt momenteel rond 80 à 90% (KSO 2011: Delft/Westland 87%, Den Haag/Wassenaar 79% en Schiedam/Vlaardingen 78%). Het ontbreken van meerdere moderne tuincentra (groot marktaandeel in deze sector) in het relevante verzorgingsgebied is een verklaring voor de iets lagere binding dan bij de doe-het-zelf.

Uitgaande van toevoeging van Bauhaus en Hornbach zal de binding binnen het relevante verzorgingsgebied naar verwachting toenemen. Derhalve is ook voor tuincentra een koopkrachtbinding van circa 90% en -toevloeiing van circa 5% naar verwachting realistisch.

Ruim voldoende uitbreidingsruimte tuincentra

Er is ruim voldoende uitbreidingspotentie voor tuincentra in de regio om de initiatieven voor

Tabel 2 Indicatie distributieve ruimte doe-het-zelf en tuinaanbod* in relevante verzorgingsgebied initiatief Bauhaus in 2020

	Doe-het-zelf	Tuincentra
omzet per hoofd	€ 200	€ 65
inwoners verzorgingsgebied	1.139.700	1.139.700
koopkrachtbinding	90%	90%
omzet uit verzorgingsgebied	€ 205,1 mln	€ 66,7 mln
toevloeiing koopkracht	5%	5%
totale omzet	€ 215,9 mln	€ 70,2 mln
gemiddelde omzet per m ² wvo	€ 1.330	€ 530
potentieel winkelaanbod (m ² wvo)	± 172.400	± 132.400
aanwezig winkelaanbod (m ² wvo)	± 128.000	± 76.600
indicatie uitbreidingsruimte (m ² wvo)	± 34.400	± 55.800

* Bronnen: HBD (2013), Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, op basis van cijfers HBD en CBS van 2012, doorberekend door DTNP; CBS StatLine (2014) en Locatus Benchmarkverkenner (peildatum 6 juli 2014)

Bauhaus en Hornbach te accommoderen. Bovendien is recent het tuincentrum in Harnaspolder ($\pm 1.800 \text{ m}^2$ wvo) gesloten (juni 2014) en door de woonbestemming op deze locatie definitief uit de markt gehaald. Hierdoor kunnen deze tuincentrummetres met Bauhaus worden verrekend. De netto uitbreiding met beide initiatieven neemt dan met circa 9.700 m^2 wvo nog geen vijfde van de indicatief te verwachten uitbreidingsruimte voor haar rekening. Er blijft na realisatie van Bauhaus en Hornbach nog sprake van een boven-gemiddelde vloerproductiviteit in de tuinsector, waardoor volop potenties voor investeringen en uitbreiding door bestaande aanbieders blijven bestaan.

2.2 Toegevoegde waarde Bauhaus

Initiatief speelt in op schaalvergrotingsbehoefte

- Het initiatief van Bauhaus speelt in op een schaalvergrotingsbehoefte bij consumenten die een ruim opgezet aanbod met een breed en diep doe-het-zelf en tuinassortiment waarderen. Op de beoogde locatie is voldoende ruimte voor dit brede product-assortiment en is sprake van een zeer goede regionale bereikbaarheid (zie ook Ecorys 2013, pagina 12-13). Consumenten

binnen een straal van circa 10 kilometer kunnen gemakkelijk en snel per auto de locatie bereiken en ook veel, grote en/of zware producten meenemen. Dit sluit aan bij consumentenvoorkeuren voor dit type gerichte aankopen.

- Grootschalige bouwmarkten zijn een aanvulling op regionale aanbodstructuur, naast de bestaande structuur van kleinere lokale en bovenlokale bouwmarkten (zie ook Ecorys 2013 pagina 19). Deze grote aanbieders vergroten de keuzemogelijkheden voor consumenten (variatie/afweging afstand en omvang aanbod). Bauhaus is een nieuwe formule in een sector die nu slechts uit een handvol formules bestaat (kaart 2).
- In de tuinsector is de consumentenbehoefte door het beperkte aantal moderne tuincentra in een straal van 10 kilometer evident. Met de komst van Bauhaus wordt in deze behoefte voorzien.

Regionale behoefte aan initiatief Bauhaus

De vestiging van een Bauhaus in de Harnaspolder en een vestiging van Hornbach in Ycatch zijn voor consumenten een waardevolle aanvulling en versterking van de detailhandelsstructuur in regio Haaglanden. Consumenten vanuit de gehele regio wordt met deze

toevoeging een ruimere keuzemogelijkheid geboden, een keuzemogelijkheid die aansluit bij de wensen van de consument (zie ook Ecorys 2013-2 pagina 12). Deze waardevolle aanvulling gaat alleen op als een aanbodstructuur behouden blijft met meerdere aanbieders op beperkte afstand van consumenten. Daartoe wordt in paragraaf 2.3 de effecten op de bouwmarkten- en tuincentrastructuur geduid.

2.3 Effecten aanbodstructuur

Uitbreiding aanbod mogelijk en gewenst

Het doe-het-zelf en tuinaanbod in het relevante verzorgingsgebied van het initiatief Bauhaus is momenteel ondervertegenwoordigd (zie ook paragraaf 1.2). Consumenten beschikken over een relatief beperkt aanbod. In combinatie met een behoorlijke verwachte bevolkingsgroei de komende jaren is er ruimte voor kwantitatieve en kwalitatieve versterking van de aanbodstructuur voor de consument in deze regio.

Het huidige omzetniveau in de volumineuze branches in Haaglanden ligt momenteel circa 20% boven het landelijk gemiddelde (zie ook BSP 2013-1 pagina 7). Uit de distributieve berekening voor doe-het-zelf en tuincentra voor het relevante verzorgingsgebied blijkt dan ook

een uitbreidingspotentie voor bouwmarkten en tuincentra die ruimer is dan er met de initiatieven van Bauhaus en Hornbach worden toegevoegd (zie ook paragraaf 2.1).

Geen aantasting verzorgingsfunctie winkelcentra

Indien de gevoerde (neven-)assortimenten in de beoogde winkel van Bauhaus voldoen aan de beleidsregels van Stadsgewest Haaglanden en Verordening Ruimte (zie pagina 6) wordt (verdere) branchevervaging voorkomen. Hierdoor blijven effecten op reguliere winkelgebieden beperkt. Van aantasting van winkelgebieden doordat een aanzienlijk deel van de winkels niet meer duurzaam geëxploiteerd kan worden door komst van het initiatief Bauhaus is geen sprake.

Omzeteffecten nabij gelegen aanbieders

Ondanks de aanwezige uitbreidingspotenties zal er sprake zijn van afnemende omzet voor bestaande aanbieders. Omzeteffecten van de initiatieven Bauhaus en Hornbach op de bouwmarkten- en tuincentrastructuur worden verdeeld over de bestaande aanbieders in deze sectoren in het gehele relevante verzorgingsgebied. Op tabel 3 en kaart 2 zijn bouwmarkten en tuincentra binnen 15 kilometer van initiatief Bauhaus weergegeven.

Consumenten zullen bij min of meer gelijke afstand vaker kiezen voor de aanbieder met het grootste aanbod. Omzeteffecten zijn daarom naar verwachting het grootste voor de bouwmarkten en tuincentra die het dichtst bij de initiatieven zijn gelegen (indicatie binnen 5 km). Door het grootschalige karakter en omzetclaim van de initiatieven Bauhaus en Hornbach zijn lokale verdringingseffecten niet uit te sluiten (zie ook BSP 2013-2 pagina 17).

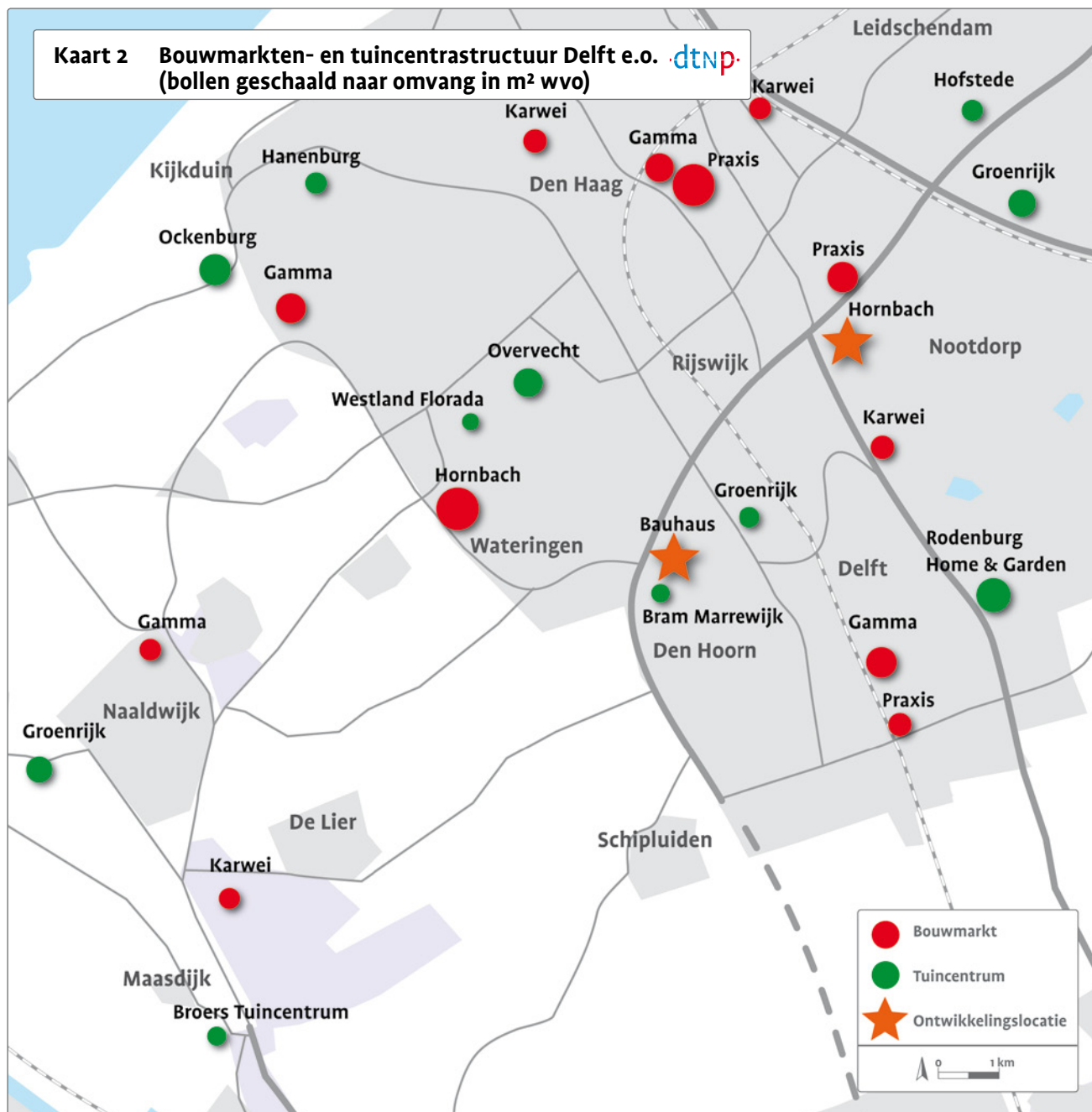
Effecten op bouwmarktenstructuur positief

Per saldo wordt de bouwmarktenstructuur door de komst van Bauhaus en Hornbach voor consumenten op regionaal en bovenlokaal niveau beter, ondanks eventuele mutaties in de bestaande bouwmarktenstructuur in de nabije omgeving. Door toevoeging van de twee grootschalige initiatieven kan een bestaande bouwmarkt uit de directe regio vanwege teruglopende omzetten besluit deze vestiging te sluiten. Indien dit gebeurt, leidt dit niet tot een

Tabel 3 Overzicht huidige bouwmarkten en tuincentra* binnen 15 km van initiatief Bauhaus

Gemeente	Bouwmarkt	m ² wvo	Tuincentrum	m ² wvo
Delft	Gamma	5.000	Home & Garden	6.200
	Praxis	2.900		
Westland	Hornbach	6.700	Hornbach	3.000
	Gamma	2.500	Groenrijk	3.600
	Karwei	2.400	Intratuin	7.500
			Broers	2.000
Den Haag	Praxis	9.400	Groenrijk	4.000
	Praxis	5.500	Overvecht	4.500
	Gamma	4.800	Hanenburg	2.500
	Gamma	4.400	Ockenburg	5.200
	Karwei	3.000	Westland Florada	1.700
	Karwei	3.000	Hofstede	2.400
	Karwei	2.600		
Midden-Delfland			Bram Marrewijk**	1.800
Rijswijk			Groenrijk	2.300

* Bron: Locatus Benchmarkverkenner (peildatum 6 juli 2014), bewerking DTNP. ** inmiddels gesloten



verslechtering van de bouwmarktenstructuur voor de consument. Ecorys verwacht overigens dat geen bestaande bouwmarkt elders in de regio verdwijnt door vestiging van Bauhaus (Ecorys 2013 pagina 14). Leegstandsrisico's zijn naar verwachting beperkt vanwege het grote omzetpotentieel, waardoor van onaanvaardbare leegstandsontwikkeling geen sprake zal zijn.

Daarnaast wordt met de komst van Bauhaus een nieuwe formule toegevoegd (uitbreiding keuzemogelijkheid voor consument). Consumenten behouden op beperkte afstand beschikking over meerdere aanbieders van verschillende omvang. In het kader van een ruimtelijk evenwichtige spreiding van het aanbod zijn beide initiatieven als passend te beoordelen (zie ook BSP 2013-2 pagina 20-22).

Effecten op tuincentrumstructuur positief

De komst van Bauhaus en Hornbach betekent een toevoeging van twee tuincentra van eigentijdse omvang. Door de grote uitbreidingspotentie voor de tuinsector in de regio blijven na toevoeging van tuincentrumaanbod voldoende omzetpotenties bestaan voor bestaande tuincentra.

Ook voor tuincentra geldt dat voor meest nabijgelegen aanbieders de grootste

omzeteffecten verwacht mogen worden. Het tuincentrum op Harnaschpolder in de directe nabijheid van het initiatief Bauhaus is inmiddels gesloten, waardoor in dat gebied de netto toevoeging aan tuinaanbod circa 1.800 m² wvo kleiner is dan door Bauhaus wordt toegevoegd en er sprake blijft van één aanbieder met echter een completer tuinaanbod. Sluiting van meerdere tuincentra zal naar verwachting niet aan de orde zijn vanwege het grote omzetpotentieel (grotere vraag dan aanbod), ook na toevoeging van beide initiatieven (zie ook paragraaf 1.2 en 2.1). Leegstandseffecten in de aanbodstructuur van tuincentra zijn derhalve niet te verwachten. Voor consumenten blijft hierdoor een goede aanbodstructuur bestaan met een groter of vergelijkbaar aantal tuincentra en een groter beschikbaar oppervlak. Een nieuwe formule wordt met de komst van Bauhaus toegevoegd. De regionale spreiding blijft behouden en keuzemogelijkheden voor consumenten wordt vergroot. De extra keuzemogelijkheid draagt bij aan het woon- en leefklimaat voor inwoners in de regio.

3 Conclusies

Ruimtelijke aanbodstructuur wordt verbeterd

- Met de komst van de grootschalige bouw- en tuinmarkten Bauhaus en Hornbach wordt de regionale aanbodstructuur van bouwmarkten en tuincentra aantrekkelijker voor de consument.
- In het relevante verzorgingsgebied van initiatief Bauhaus is het huidige doe-het-zelf- en tuincentrumaanbod in relatie tot de vraag ondervertegenwoordigd, de bevolkingsdichtheid groot en komen er inwoners (lees: consumenten) bij. Dit resulteert in een behoorlijke uitbreidingspotentie in beide sectoren. Hierdoor kunnen in de regio op relatief beperkte afstand van bestaande aanbieders grootschalige spelers worden toegevoegd, zonder dat dit gepaard gaat met grote verdringingseffecten die een onaanvaardbare afname van keuzemogelijkheden in de nabijheid van de consument betekenen.
- Initiatieven Bauhaus en Hornbach leiden niet tot aantasting van de verzorgingsfunctie van winkelgebieden in de zin dat een aanzienlijk deel van de winkels in deze gebieden niet meer duurzaam geëxploiteerd

kunnen worden. Het (primaire) voorzieningenniveau voor consumenten wordt niet duurzaam ontworpen. Te verwachten leegstandseffecten zijn beperkt.

- Bestaande (solitaire) bouwmarkt- en tuincentrumlocaties worden beleidsmatig niet beschermd. Ruimtelijk uitgangspunt is behoud van een situatie van spreiding met meerdere aanbieders voor de consument.
- Keuzemogelijkheden voor consumenten worden zowel in omvang per vestiging als formule vergroot. Ook op bovenlokaal niveau blijft een situatie van spreiding en meerdere aanbieders bestaan, waardoor geen sprake is van een onaanvaardbare ruimtelijke aanbodstructuur voor consumenten. Het beschikbare aanbod (in m² wvo) voor consumenten wordt vergroot.
- De beoogde ontwikkeling van Bauhaus voorziet door het brede en diepe doe-het-zelf- en tuinassortiment in één winkel met een goede autobereikbaarheid in de behoefte van consumenten in de regio. De formule is een aanvulling op bestaand aanbod in de regio.
- Het woon- en leefklimaat en de ruimtelijke kwaliteit in de regio wordt, gelet op bovengenoemde aspecten, met de komst van Bauhaus op Harnaschpolder verbeterd.

- Doordat in het concept van Bauhaus een bouwmarkt en tuincentrum onder één dak gevestigd zijn met een gezamenlijk parkeerterrein en drive-in, is sprake van efficiënt ruimtegebruik.
- De geplande locatie is qua omvang, ligging en bereikbaarheid ruimtelijk passend bij het initiatief.
- Het initiatief van Bauhaus op Harnaschpolder voldoet aan alle gestelde voorwaarden van het toetsingskader uit het regionale ruimtelijke detailhandelsbeleid van Stadsgewest Haaglanden en provinciale Verordening Ruimte (zoals vastgesteld in juli 2014).



Effectenanalyse Bauhaus Midden-Delfland op aanbodstructuur Doe-het-zelf

datum: 5-3-2015

projectnummer: 1546.01115

Context

- In Ontwerpbestemmingsplan 'Harnaschpolder-Noord 2014' (gemeente Midden-Delfland) wordt de ontwikkeling van een grootschalige bouw- en tuinmarkt mogelijk gemaakt.
- Het initiatief Bauhaus is in het DPO¹ getoetst aan de regionale beleidskaders van provincie Zuid-Holland en REO's Haaglanden en Stadsregio Rotterdam², welke op basis van de Ladder voor duurzame verstedelijking zijn geformuleerd. Er heeft regionale afstemming plaatsgevonden met een positief advies van zowel het REO als de provincie.
- In het DPO is de distributieve ruimte voor de totale doe-het-zelfsector berekend en is de kwantitatieve en kwalitatieve regionale behoefte aangetoond. Voorts zijn de verwachte effecten voor de bouwmarktenstructuur en de betekenis hiervan voor consumenten en woon- en leefkwaliteit aangegeven.
- Naar aanleiding van zienswijzen op het ontwerpbestemmingsplan over het ontbreken van een effectenanalyse voor andere doe-het-zelfwinkels dan bouwmarkten heeft Bedrijvenschap Harnaschpolder DTNP gevraagd een nadere analyse te maken van te verwachten effecten op de kleinschalige doe-het-zelfzaken: breedpakketzaken en doe-het-zelfspeciaalzaken.

Effecten op de aanbodstructuur kleinschalige doe-het-zelf

- In het relevante verzorgingsgebied van initiatief Bauhaus (zie DPO, pagina 2 en 3) zijn momenteel 130 winkels in de hoofdbranche Doe-het-zelf, met een gezamenlijke omvang van circa 128.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo)³. Dit aanbod bestaat uit:
 - o 27 bouwmarkten⁴ met een totaaloppervlak van 107.300 m² wvo;
 - o 22 breedpakketzaken⁵ met een totaaloppervlak van 5.700 m² wvo,
 - o 81 doe-het-zelfspeciaalzaken⁶ met een totaaloppervlak van 15.100 m² wvo.
 Zie verkooppuntenbijlage voor details per winkel.
- Gezien de beschikbare uitbreidingsruimte in het relevante verzorgingsgebied hoeven er nauwelijks verdringingseffecten op te treden voor bestaande winkels. Indien ondernemers voldoende weten in te spelen op behoeften bij consumenten en (kleine) aanbieders zich

¹ DTNP (2014), DPO Grootschalige bouw- en tuinmarkt Harnaschpolder Midden-Delfland

² REO Stadsgewest Haaglanden en REO Stadsregio Rotterdam zijn inmiddels samengegaan als Metropoolregio Rotterdam Den Haag.

³ Locatus (2015), Verkooppuntenbestand Doe-het-zelf in gemeenten Den Haag, Delft, Leidschendam-Voorburg, Maassluis, Midden-Delfland, Pijnacker-Nootdorp, Rijswijk, Schiedam, Vlaardingen en Westland; peildatum 15 februari 2015.

⁴ Bouwmarkten zijn allround doe-het-zelfzaken groter dan 1.500 m².

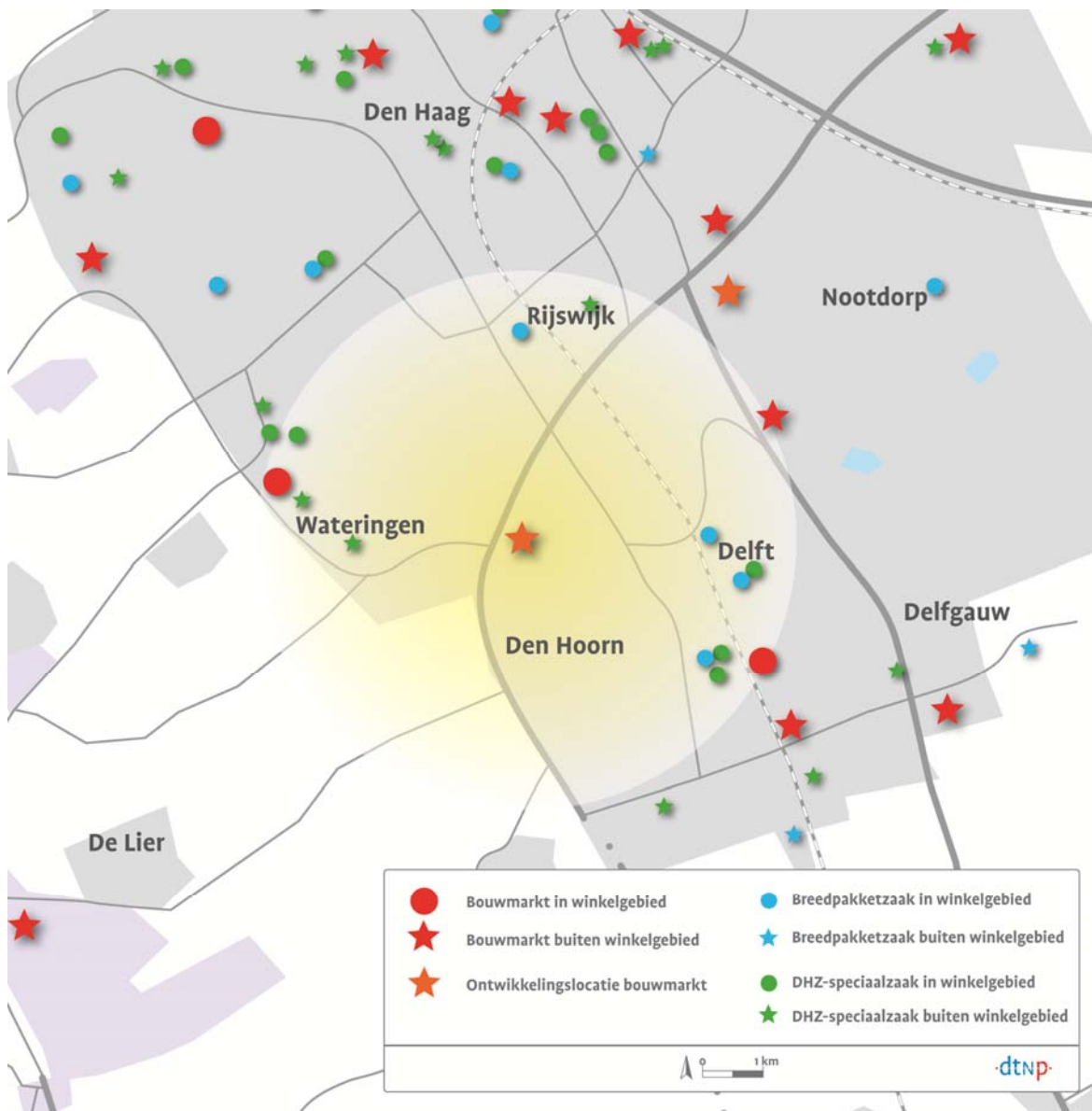
⁵ Breedpakketzaken zijn allround doe-het-zelfzaken kleiner dan 1.500 m².

⁶ DHZ-speciaalzaken zijn winkels in assortimentsgroepen: bouwmaterialen, deur/kozijn, hout, ijzerwaren/gereedschap, verf/behang, sanitair of sauna/zwembad.

blijven onderscheiden van andere (grote) aanbieders in aanbod en service is er bestaansrecht voor reeds in het gebied gevestigde aanbieders. Het aantal kleinschalige doe-het-zelfaanbieders in kernen rondom Harnaschpolder is beperkt (kaart 1).

- Voor aanbieders die zich in de loop der tijd niet hebben aangepast aan veranderende wensen van consumenten en/of op slechte locaties gevestigd zijn (o.a. matige vindbaarheid en incurante afmetingen pand) mag verwacht worden dat dergelijke winkeliers vroeg of laat door teruglopende omzetten zullen stoppen. Dit is een autonome ontwikkeling die niet primair door de vestiging van Bauhaus veroorzaakt wordt. Dit proces van wegvallend bestaansrecht voor verouderde winkelconcepten wordt door toevoeging van een dergelijk grote bouwmarkt naar verwachting wel versneld.
- Omzeteffecten en daarmee mogelijke verdrings- en leegstandseffecten van het initiatief Bauhaus doen zich naar verwachting vooral voor bij doe-het-zelfwinkels met algemeen assortiment (bouwmarkten en breedpakketzaken) in de nabijheid van het initiatief. De aangeboden assortimenten in breedpakketzaken en kleine en grote bouwmarkten komen redelijk met elkaar overeen, met dien verstande dat het aanbod in de grote bouwmarkt breder en dieper is. Belangrijke onderscheidende kwaliteit van een breedpakketzaak is de nabijheid/reistijdafstand (kost minder tijd en moeite). Een consument hoeft dan niet voor elke pot verf, schroef of stopcontact naar de grote bouwmarkt aan de andere kant van de stad. Dit onderscheidende vermogen valt weg wanneer de grote bouwmarkt zich op kortere of vergelijkbare afstand tot de woning van de consument bevindt. Binnen een straal van 4 à 5 kilometer is de invloedssfeer van Bauhaus het grootst. Daarbuiten liggen reeds grote bouwmarkten die op hun beurt de omzetpotenties van nabijgelegen breedpakketzaken beïnvloeden. Verwacht mag worden dat (mede) door de komst van Bauhaus enkele breedpakketzaken (op termijn) uit de regionale aanbodstructuur verdwijnen. Daarnaast, of in plaats hiervan, zou ook één van de meest nabijgelegen bouwmarkten door de komst van Bauhaus kunnen stoppen door een terugval in de exploitatie. De effectenbeoordeling daarvan is reeds in het DPO opgenomen.
- Het assortiment van de doe-het-zelf-speciaalzaken is veelal ook onderdeel van het assortiment in bouwmarkten. Hierdoor geldt ook dat naar verwachting de meest nabijgelegen speciaalzaken de meeste omzeteffecten ondervinden van Bauhaus. Dit effect is naar verwachting beperkter dan voor andere bouwmarkten en breedpakketzaken, omdat juist het specialistische karakter van echte speciaalzaken (ander/bijzonder/dieper assortiment) de onderscheidende kwaliteit is, waardoor deze winkels bestaansrecht houden, ook binnen enkele kilometers van een grote bouwmarkt. Het effect op de aanbodstructuur van doe-het-zelfspeciaalzaken is niet rekenkundig te bepalen. Factoren, zoals ondernemerskwaliteit en segmentatie van assortimenten zijn van grote invloed. Wel mag verwacht worden dat mogelijk enkele aanbieders mede als gevolg door de komst van Bauhaus verdwijnen.

Kaart 1 Aanbodstructuur doe-het-zelf grootste invloedssfeer Bauhaus en omgeving



Beoordeling effecten in relatie tot de Ladder voor duurzame verstedelijking

- De beoordeling van effecten dient betrekking te hebben op ruimtelijke effecten, niet op economische effecten voor individuele aanbieders:
 - o Het ondervinden van (te grote) concurrentie als gevolg van de vestiging van een nieuwe aanbieder is an sich geen argument de nieuwe aanbieder niet toe te staan. In Nederland is geen economische ordening of marktbescherming van bestaande aanbieders toegestaan (zie de Dienstenrichtlijn).
 - o Effecten op de ruimtelijke aanbodstructuur en leegstandseffecten door het wegvallen van aanbod op bepaalde locaties door het planologisch mogelijk maken van een nieuwe aanbieder, is wel ruimtelijk relevant. Gemeenten hebben de taak

goede ruimtelijke ordening te bezigen. De Ladder voor duurzame verstedelijking speelt hierbij een centrale rol (zie artikel 3.1.6 van het Besluit ruimtelijke ordening).

- De eerste trede van de ladder vraagt om een onderbouwing van de regionale behoefte aan de nieuwe winkelontwikkeling en een afweging van de effecten die de ontwikkeling heeft op de ruimtelijke aanbodstructuur. De regionale behoefte voor grootschalige bouwmarkt Bauhaus is in het DPO reeds kwantitatief en kwalitatief onderbouwd en de effecten op de aanbodstructuur voor bouwmarkten zijn afgewogen. Ruimtelijke effecten door het mogelijk wegvallen van breedpakketzaken en doe-het-zelf-speciaalzaken worden in voorliggende notitie beoordeeld. Om de effecten op de winkelstructuur (o.a. op leegstandseffecten) te kunnen beoordelen worden deze effecten getoetst aan het beleid van provincie Zuid-Holland en Metropoolregio Rotterdam Den Haag (zie pagina 5 en 6 van het DPO).

Beoordeling effecten in relatie tot vigerend regionaal ruimtelijk detailhandelsbeleid

- Uitgangspunt in zowel het provinciale als regionale beleid is dat zoveel mogelijk gestreefd wordt naar een structuur met winkels in winkelgebieden. Bouwmarkten groter dan 1.000 m² wvo zijn de enige uitzondering in de doe-het-zelfbranche die op solitaire locaties worden toegestaan. Kleinschalige doe-het-zelfzaken die onder druk komen te staan, zijn voor een deel solitair gevestigd op niet-winkellocaties (verspreide bewinkeling) en maken geen onderdeel uit van de gewenste winkelstructuur. Solitaire doe-het-zelfaanbieders worden beleidsmatig niet beschermd. Het verdwijnen van een kleinschalige doe-het-zelfzaak uit een woongebied of een bedrijventerrein is beleidsmatig een wenselijke ontwikkeling.
- Doe-het-zelf aanbod wordt doorgaans laagfrequent en doelgericht bezocht (weinig combinatiebezoeken met andere winkels). Doe-het-zelf wordt beleidsmatig niet als cruciale branche gezien in winkelgebieden. Beleidsmatig is er ook immers voor gekozen bouwmarkten, de winkels met veruit het grootste marktaandeel in de doe-het-zelfbranche, buiten winkelgebieden toe te staan.
- Hoe de toename van leegstand in winkelgebieden te beoordelen is in het provinciale beleid aangegeven: 'In vestiging van een bouwmarkt mag alleen worden voorzien in een bestemmingsplan indien aangetoond wordt dat geen onaanvaardbare leegstand ontstaat door de nieuwe winkelontwikkeling' (Lid 4, Artikel 2.1.4 van de Verordening Ruimte van Provincie Zuid-Holland). REO Haaglanden heeft in haar toetsingskader voor winkelontwikkelingen met betrekking tot effecten op winkelgebieden de volgende voorwaarde opgenomen: 'De verzorgingsfunctie van de winkelgebieden zoals benoemd in de gewenste regionale winkelstructuur mag niet worden aangetast doordat een aanzienlijk deel van de winkels niet meer duurzaam geëxploiteerd kan worden.'
- De komst van Bauhaus heeft een leegstandsrisico voor hoofd- en wijkwinkelcentra waar doe-het-zelfaanbod gevestigd is. In de winkelgebieden rondom de Bauhaus-locatie is het doe-het-zelfaanbod zowel in absoluut als relatief opzicht zeer beperkt aanwezig, of ontbreekt in geheel (tabel 1 en kaart 1). Een deel van het aanwezige doe-het-zelfaanbod verliest mogelijk haar bestaansrecht, waardoor leegstand in het winkelgebied maximaal beperkt toeneemt. Van onaanvaardbare (substantiële) toename van leegstand of het niet kunnen exploiteren van een aanzienlijk deel van de winkels, zoals beleidsmatig benoemd, is daarmee geen sprake.

Tabel 1 Omvang winkelaanbod totaal en Doe-het-zelf (DHZ) in winkelgebieden binnen 5 km van Harnaspolder (Locatus, Verkooppuntenbestand Doe-het-zelf; peildatum 15 februari 2015 en Locatus Benchmarkverkenner)

WINKELGEBIED (+ gemeente)	AANTAL WINKELS	OMVANG WINKELS	AANTAL DHZ	OMVANG DHZ
Delft-centrum (D)	303	47.670	3	665
In de Bogaard (Rw)	133	50.937	1	219
Oud-Rijswijk (Rw)	87	10.089	2	283
In de Hoven (D)	83	17.513	3	604
Wateringen-centrum (WI)	69	12.756	2	940
Midden-Delfland-centrum (MD)	21	2.272	0	0
H. Ravesteijnplein (Rw)	19	2.177	0	0
Leeuwenstein (D)*	17	20.617	1	4.995
West (D)	14	2.330	0	0
Hoge Veld (DH)	13	2.955	0	0
Huis te Landelaan (Rw)	11	2.331	0	0
Lage Veld (DH)	11	3.325	0	0
Hof van Delftlaan (D)	9	728	0	0
s-Gravenzandseweg (WI)*	9	15.900	1	9.697
Hugo de Grootstraat (D)	7	1.148	0	0
Pr.Irenelaan/Margrietsingel (Rw)	7	1.685	0	0
Buitenhof (D)	6	1.156	0	0
Dashof (D)	6	1.230	0	0
Bikolaan (D)	5	1.218	0	0
Verdiplein (D)	5	1.233	0	0
Waldhoornplein (Rw)	5	210	0	0
H. Dunantlaan (Rw)	4	824	0	0

*Grootschalige concentratie van winkels in volumineuze branches. DHZ bestaat uit één bouwmarkt.

- Een nieuwe ontwikkeling kan volgens het regionale beleid wordt toegestaan als blijkt dat keuzemogelijkheden voor de inwoners van een tot de regio behorende gemeente niet onaanvaardbaar zal afnemen door een winkelontwikkeling in een van de andere regiogemeenten (toetsingscriterium REO Haaglanden). Bij de ontwikkeling voor Bauhaus is hiervan geen sprake. Indien enkele breedpakketzaken en doe-het-zelfzaken in de nabijheid van Bauhaus als gevolg van deze grote bouwmarkt verdwijnen, neemt het aantal aanbieders voor inwoners in dit gebied af. Anderzijds neemt de omvang van het aanbod sterk toe door vestiging van de grote bouwmarkt (zeer breed en gevarieerd aanbod onder één dak) en blijft naar verwachting voor consumenten in de agglomeratie in de omgeving van Bauhaus een aanbodstructuur bestaan met meerdere aanbieders van verschillende omvang (situatie van spreiding). Door het toenemende grote aantal inwoners per km² in deze reeds zeer verstedelijkte situatie kan een redelijk fijnmazige structuur bestaan met daarin ook enkele zeer grootschalige aanbieders.

Samenvattende conclusie

- Vestiging van grootschalige bouwmarkt Bauhaus op Harnaschpolder heeft mogelijk verdringingseffecten op kleinschalige doe-het-zelfzaken met algemeen assortiment (breedpakketzaken) die op korte reistijdafstand gevestigd zijn (circa binnen een straal van circa 4 à 5 kilometer). Ook een deel van de speciaalzaken binnen dit gebied verliest, mede door de komst van Bauhaus, mogelijk op termijn bestaansrecht. In dit gebied met de grootste invloed blijft voor consumenten, als gevolg van de sterk verstedelijkte situatie, een aanbodstructuur bestaan met meerdere aanbieders van verschillende omvang.
- Doe-het-zelfaanbod is in alle winkelgebieden rondom de Harnaschpolder maar een zeer beperkt aandeel van het totale winkelaanbod of ontbreekt in geheel. Het is derhalve niet aannemelijk dat met het mogelijk verdwijnen van (een deel van) doe-het-zelfaanbod uit deze winkelgebieden een aanzienlijk deel van het aantal winkels in de winkelgebieden niet meer duurzaam geëxploiteerd kunnen worden of hierdoor de leegstand onaanvaardbaar toeneemt, waarmee aan deze beleidsmatige voorwaarden wordt voldaan voor het kunnen toestaan van de winkelontwikkeling Bauhaus.

Naam winkel	Straatnaam	HuisNr	Plaats	Gemeente	Wvo	Branche	Type winkelgebied
Karwei	Leehove	7	De Lier	Westland	2410	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Hubo N J Kerklaan	Delftsestraatweg	131	Delfgauw	Pijnacker-Nootdorp	521	37.170.108-Breedpakket	Verspreide bewinkeling
Karwei	Importweg	2	Delfgauw	Pijnacker-Nootdorp	4100	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Van der Meer	Delfgauwseweg	149	Delft	Delft	100	37.170.237-Hout	Verspreide bewinkeling
Tanthof Houtmarkt	Tanthofdreef	11	Delft	Delft	154	37.170.108-Breedpakket	Verspreide bewinkeling
Nieuwenhuis Verf	Lagosweg	15	Delft	Delft	180	37.170.576-Verf/Behang	Verspreide bewinkeling
Sani-Dump	Schieweg	73	Delft	Delft	1162	37.170.280-Sanitairmat	Verspreide bewinkeling
Praxis	Rijnweg	1	Delft	Delft	2921	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
W Verbeek	Beestenmarkt	9	Delft	Delft	45	37.170.576-Verf/Behang	Centraal
Lenta	Brabantse Turfmarkt	55	Delft	Delft	161	37.170.108-Breedpakket	Centraal
Hubo Lagerwerf	Wateringsevest	9	Delft	Delft	459	37.170.108-Breedpakket	Centraal
Deco Home	Minervaweg	14	Delft	Delft	80	37.170.576-Verf/Behang	Ondersteunend
Het Plein	Papsouwselaan	238	Delft	Delft	189	37.170.108-Breedpakket	Ondersteunend
Romijn	Papsouwselaan	121	Delft	Delft	335	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
Gamma	Leeuwenstein	35	Delft	Delft	4995	37.170.096-Bouwmarkt	Overig
Sosef & v/d Knaap	Dijkstraat	72	Honselersdijk	Westland	168	37.170.576-Verf/Behang	Centraal
Gamma	Veursestraatweg	197	Leidschendam	Leidschendam-Voorburg	2530	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Ad Schilperoort	Berberis	18	Leidschendam	Leidschendam-Voorburg	312	37.170.249-IJzerw&Gereed	Centraal
Van Laar	Damlaan	56	Leidschendam	Leidschendam-Voorburg	177	37.170.576-Verf/Behang	Ondersteunend
P Boer	Waldeck Pyrmontstraat	3	Maasdijk	Westland	65	37.170.576-Verf/Behang	Centraal
Van Eijmeren Schilderwerk	Hofsingel	33	Maasland	Midden-Delfland	114	37.170.576-Verf/Behang	Verspreide bewinkeling
Marien van Eijmeren	Reigerstraat	28	Maassluis	Maassluis	97	37.170.576-Verf/Behang	Verspreide bewinkeling
Arku	P.J. Troelstraweg	5	Maassluis	Maassluis	75	37.170.102-Deur/Kozijn	Verspreide bewinkeling
Kugeko	Mackayplein	15	Maassluis	Maassluis	115	37.170.102-Deur/Kozijn	Verspreide bewinkeling
Praxis	Zwarte Zee	31	Maassluis	Maassluis	2724	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Pronk	Nieuwstraat	20	Maassluis	Maassluis	57	37.170.249-IJzerw&Gereed	Centraal
Pronk	Nieuwstraat	11	Maassluis	Maassluis	140	37.170.249-IJzerw&Gereed	Centraal
De Kameleon	Dr. Kuyperkade	16	Maassluis	Maassluis	148	37.170.576-Verf/Behang	Centraal
Karwei	Elektraweg	9	Maassluis	Maassluis	2550	37.170.096-Bouwmarkt	Overig
Van Rest Woondesign	Choorstraat	87	Monster	Westland	171	37.170.576-Verf/Behang	Verspreide bewinkeling
Praxis	Havenstraat	43	Monster	Westland	2920	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Fixet Klusmarkt	Industriestraat	7	Naaldwijk	Westland	341	37.170.108-Breedpakket	Verspreide bewinkeling

Naam winkel	Straatnaam	HuisNr	Plaats	Gemeente	Wvo	Branche	Type winkelgebied
Behangcompany	Warmoezenierstraat	14	Naaldwijk	Westland	155	37.170.576-Verf/Behang	Overig
Gamma	Gildestraat	102	Naaldwijk	Westland	2540	37.170.096-Bouwmarkt	Overig
A.W. Elderhorst	Dorpsstraat	49	Nootdorp	Pijnacker-Nootdorp	175	37.170.108-Breedpakket	Ondersteunend
Hobo Trip	Westlaan	22	Pijnacker	Pijnacker-Nootdorp	363	37.170.108-Breedpakket	Centraal
A.D.W. van der Knaap	Voorstraat	74	Poeldijk	Westland	131	37.170.108-Breedpakket	Centraal
Breeschoten Doe Het Zelf	Geestbrugweg	34	Rijswijk Zh	Rijswijk	70	37.170.108-Breedpakket	Verspreide bewinkeling
Van den Heuvel	Diepenhorstlaan	8	Rijswijk Zh	Rijswijk	120	37.170.102-Deur/Kozijn	Verspreide bewinkeling
Ad Schilperoort	Steenvoordelaan	400	Rijswijk Zh	Rijswijk	219	37.170.108-Breedpakket	Centraal
Decokay	Herenstraat	14	Rijswijk Zh	Rijswijk	96	37.170.576-Verf/Behang	Ondersteunend
Ad Schilperoort	Herenstraat	72	Rijswijk Zh	Rijswijk	187	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
FlexiCom	Aleidastraat	60	Schiedam	Schiedam	30	37.170.280-Sanitairmat	Verspreide bewinkeling
J.A.Govaart	Mariastraat	17	Schiedam	Schiedam	176	37.170.108-Breedpakket	Verspreide bewinkeling
Gamma	Admiraal Trompstraat	14	Schiedam	Schiedam	2858	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Gamma	s-Gravelandseweg	363	Schiedam	Schiedam	3860	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Karwei	Regoutstraat	4	Schiedam	Schiedam	4219	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Van Loenen	Dam	37	Schiedam	Schiedam	397	37.170.576-Verf/Behang	Centraal
PKS	Parkweg	361	Schiedam	Schiedam	90	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
Th Engering	Rubensplein	20	Schiedam	Schiedam	162	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
Ad Schilperoort	Dierenselaan	25	S-Gravenhage	S Gravenhage	162	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
Van Laar	Bankastraat	83	S-Gravenhage	S Gravenhage	80	37.170.576-Verf/Behang	Ondersteunend
Lavooy	Zuiderparklaan	4	S-Gravenhage	S Gravenhage	32	37.170.576-Verf/Behang	Verspreide bewinkeling
Kraakman	Appelstraat	24	S-Gravenhage	S Gravenhage	36	37.170.102-Deur/Kozijn	Verspreide bewinkeling
Senso Gienvloeren	Prins Hendrikstraat	12	S-Gravenhage	S Gravenhage	45	37.170.099-Bouwmateriaal	Verspreide bewinkeling
Cor van Laar	Westduinweg	73	S-Gravenhage	S Gravenhage	50	37.170.102-Deur/Kozijn	Verspreide bewinkeling
Eurostuc	Korbootstraat	19	S-Gravenhage	S Gravenhage	50	37.170.099-Bouwmateriaal	Verspreide bewinkeling
van Beek	Elandstraat	451	S-Gravenhage	S Gravenhage	60	37.170.237-Hout	Verspreide bewinkeling
De Vos Verf	Maaswijkstraat	88	S-Gravenhage	S Gravenhage	70	37.170.576-Verf/Behang	Verspreide bewinkeling
Hoogeveen & Co	Veenkade	31	S-Gravenhage	S Gravenhage	80	37.170.280-Sanitairmat	Verspreide bewinkeling
Kroon Part	Beeklaan	39	S-Gravenhage	S Gravenhage	128	37.170.576-Verf/Behang	Verspreide bewinkeling
Hubo	Laan van Meerdervoort	258	S-Gravenhage	S Gravenhage	142	37.170.108-Breedpakket	Verspreide bewinkeling
Gerritse	Elandstraat	194	S-Gravenhage	S Gravenhage	569	37.170.249-IJzerw&Gereed	Verspreide bewinkeling
Johan van Zweden	Oude Haagweg	20	S-Gravenhage	S Gravenhage	904	37.170.576-Verf/Behang	Verspreide bewinkeling

Naam winkel	Straatnaam	HuisNr	Plaats	Gemeente	Wvo	Branche	Type winkelgebied
Gamma	Dr. Lelykade	220	S-Gravenhage	S Gravenhage	2760	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Karwei	Uitenhagestraat	87	S-Gravenhage	S Gravenhage	2970	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
De Boer Autolakken	Televisiestraat	208	S-Gravenhage	S Gravenhage	40	37.170.576-Verf/Behang	Verspreide bewinkeling
De Vos	Saturnusstraat	15	S-Gravenhage	S Gravenhage	72	37.170.576-Verf/Behang	Verspreide bewinkeling
Yapi	Televisiestraat	322	S-Gravenhage	S Gravenhage	100	37.170.099-Bouwmateriaal	Verspreide bewinkeling
Dreumel	Rhone	34	S-Gravenhage	S Gravenhage	498	37.170.102-Deur/Kozijn	Verspreide bewinkeling
De Profs	Maanweg	64	S-Gravenhage	S Gravenhage	828	37.170.576-Verf/Behang	Verspreide bewinkeling
Karwei	Binckhorstlaan	176	S-Gravenhage	S Gravenhage	2584	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Gamma	Van der Kunstraat	130	S-Gravenhage	S Gravenhage	4400	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Gamma	Dekkershoek	171	S-Gravenhage	S Gravenhage	4800	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Praxis	Gravenmade	81	S-Gravenhage	S Gravenhage	5500	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Gamma	Oude Middenweg	185	S-Gravenhage	S Gravenhage	8000	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Praxis	Verheeskade	287	S-Gravenhage	S Gravenhage	9380	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Karwei	Brasserskade	223	S-Gravenhage	S Gravenhage	3040	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Van derToorn & Stolp	Prinsestraat	107	S-Gravenhage	S Gravenhage	126	37.170.249-IJzerw&Gereed	Centraal
Timmerwinkel	Wagenstraat	175	S-Gravenhage	S Gravenhage	190	37.170.237-Hout	Centraal
Modern	Boekhorststraat	109	S-Gravenhage	S Gravenhage	197	37.170.108-Breedpakket	Centraal
Hubo Mauritskade	Scheveningseveer	23	S-Gravenhage	S Gravenhage	245	37.170.108-Breedpakket	Centraal
Stahlecker	Boekhorststraat	29	S-Gravenhage	S Gravenhage	253	37.170.576-Verf/Behang	Centraal
Het Sleutelhuis	Denneweg	118	S-Gravenhage	S Gravenhage	311	37.170.249-IJzerw&Gereed	Centraal
Lenta	De Stede	13	S-Gravenhage	S Gravenhage	268	37.170.108-Breedpakket	Ondersteunend
IJzerhandel Fahrenheit	Fahrenheitstraat	444	S-Gravenhage	S Gravenhage	98	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
Deco Home Van der Wallen	Fahrenheitstraat	620	S-Gravenhage	S Gravenhage	111	37.170.576-Verf/Behang	Ondersteunend
Ad Schilperoort	Frederik Hendriklaan	87	S-Gravenhage	S Gravenhage	75	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
Reniero	Ferrandweg	12	S-Gravenhage	S Gravenhage	55	37.170.280-Sanitairmat	Ondersteunend
Lenta	Gouverneurlaan	704	S-Gravenhage	S Gravenhage	230	37.170.108-Breedpakket	Ondersteunend
Van Bommel	Goudenregenstraat	271	S-Gravenhage	S Gravenhage	45	37.170.102-Deur/Kozijn	Ondersteunend
Roos	Goudenregenplein	50	S-Gravenhage	S Gravenhage	208	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
Zwager	Sneeuwkllokjestraat	29	S-Gravenhage	S Gravenhage	403	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
De Profs	Badhuisstraat	198	S-Gravenhage	S Gravenhage	170	37.170.576-Verf/Behang	Ondersteunend
Hubo	Badhuisstraat	95	S-Gravenhage	S Gravenhage	303	37.170.108-Breedpakket	Ondersteunend
Hubo van Dijk	Arnold Spoelplein	98	S-Gravenhage	S Gravenhage	389	37.170.108-Breedpakket	Ondersteunend

Naam winkel	Straatnaam	HuisNr	Plaats	Gemeente	Wvo	Branche	Type winkelgebied
Gamma	Oude Haagweg	507	S-Gravenhage	S Gravenhage	1400	37.170.096-Bouwmarkt	Ondersteunend
Ad Schilperoort	2e Schuytstraat	119	S-Gravenhage	S Gravenhage	128	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
Mastermate	Neptunusstraat	58	S-Gravenhage	S Gravenhage	85	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
Boerman	Drebbelstraat	328	S-Gravenhage	S Gravenhage	30	37.170.576-Verf/Behang	Ondersteunend
De Gouden Schilder	Rijswijkseweg	363	S-Gravenhage	S Gravenhage	60	37.170.576-Verf/Behang	Ondersteunend
Fred van Rijn	Leyweg	1150	S-Gravenhage	S Gravenhage	140	37.170.576-Verf/Behang	Ondersteunend
Lenta	Leyweg	1110	S-Gravenhage	S Gravenhage	154	37.170.108-Breedpakket	Ondersteunend
De Heer	Stolberglaan	230	S-Gravenhage	S Gravenhage	35	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
Briedé	Indie	72	S-Gravenhage	S Gravenhage	273	37.170.576-Verf/Behang	Ondersteunend
Fixet Klusmarkt	Indie	78	S-Gravenhage	S Gravenhage	600	37.170.108-Breedpakket	Ondersteunend
Beumer & Zn	Van Hoytemastraat	53	S-Gravenhage	S Gravenhage	80	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
Jac. Bennebroek	Vlierboomstraat	507	S-Gravenhage	S Gravenhage	72	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
van der Toorn & Stolp	Weimarstraat	171	S-Gravenhage	S Gravenhage	78	37.170.249-IJzerw&Gereed	Ondersteunend
Hout van Wout	Westduinweg	226	S-Gravenhage	S Gravenhage	55	37.170.237-Hout	Ondersteunend
Fred's Home Style	Diepenbrockhof	29	S-Gravenhage	S Gravenhage	179	37.170.576-Verf/Behang	Ondersteunend
Pardon	Piet Heinstraat	107	S-Gravenhage	S Gravenhage	55	37.170.576-Verf/Behang	Ondersteunend
Bierens Verf & Wand	Waldeck Pymontkade	676	S-Gravenhage	S Gravenhage	313	37.170.576-Verf/Behang	Ondersteunend
Deco Home Peter Kok	Zandeveltweg	77	S-Gravenzande	Westland	274	37.170.576-Verf/Behang	Verspreide bewinkeling
Spa Visie	Maasdijk	81	S-Gravenzande	Westland	728	37.170.100-Sauna/Zwembad	Verspreide bewinkeling
Multimate	Woutersweg	2	S-Gravenzande	Westland	2770	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
KBZ	James Wattweg	18	Vlaardingen	Vlaardingen	50	37.170.102-Deur/Kozijn	Verspreide bewinkeling
Gamma	Deltaweg	82	Vlaardingen	Vlaardingen	4038	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Praxis Megastore	Zevenmanshaven Oost	4	Vlaardingen	Vlaardingen	5320	37.170.096-Bouwmarkt	Verspreide bewinkeling
Boerdam	Hoogstraat	154	Vlaardingen	Vlaardingen	60	37.170.576-Verf/Behang	Centraal
Vermeer	Westhavenkade	7	Vlaardingen	Vlaardingen	279	37.170.576-Verf/Behang	Centraal
Formido	Gerard Burgerlaan	21	Vlaardingen	Vlaardingen	1986	37.170.096-Bouwmarkt	Overig
Koelemij	Franse Kerkstraat	18	Voorburg	Leidschendam-Voorburg	226	37.170.249-IJzerw&Gereed	Centraal
Lenta	Koningin Julianaplein	32	Voorburg	Leidschendam-Voorburg	188	37.170.108-Breedpakket	Ondersteunend
Hornbach	s-Gravenzandseweg	71	Wateringen	Westland	9697	37.170.096-Bouwmarkt	Overig
P J Boes	Kerklaan	58	Wateringen	Westland	119	37.170.280-Sanitairmat	Verspreide bewinkeling
Louis Boeters	Zwartveen	8	Wateringen	Westland	81	37.170.102-Deur/Kozijn	Verspreide bewinkeling
Belisol	s-Gravenzandseweg	8	Wateringen	Westland	174	37.170.102-Deur/Kozijn	Verspreide bewinkeling

Naam winkel	Straatnaam	HuisNr	Plaats	Gemeente	Wvo	Branche	Type winkelgebied
Schepers Deco Home	Ten Hove	1	Wateringen	Westland	102	37.170.576-Verf/Behang	Centraal
Enorm Brabander	Herenstraat	16	Wateringen	Westland	838	37.170.249-IJzerw&Gereed	Centraal