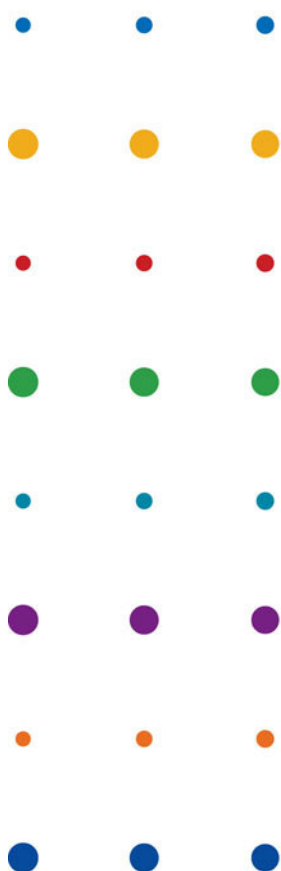


DPO Woon- en Tuinboulevard Urmonderbaan/Einighauserweg Marktruimte voor Wonen, Plant & Dier en Doe-het-zelf in Sittard-Geleen



DPO

Gemeente Sittard Geleen

september 2012

DPO Woon- en Tuinboulevard Urmonderbaan/Einighauserweg Marktruimte voor Wonen, Plant & Dier en Doe-het-zelf in Sittard-Geleen

DPO

dossier : C7123-105-100

versie : 3

Gemeente Sittard Geleen

september 2012

INHOUD**BLAD**

1	SAMENGEVAT	2
2	GRENSWIJZIGING BESTEMMINGSPLAN VRAAGT OM EEN ACTUEEL DPO	5
2.1	Grenswijziging bestemmingsplan vraagt om actueel dpo	5
2.2	Werkwijze DPO	5
3	TUIN EN GROEN CONCEPT NIET VAN DE GROND GEKOMEN	7
3.1	Voorgenomen verdubbeling van het aanbod	7
3.2	Woon- en Tuinboulevard op een perifere maar goed bereikbare locatie	9
4	DRAAGVLAK NEEMT AF	10
4.1	Dalend inwonertal	10
4.2	Besteedbaar inkomen iets lager dan landelijk	11
5	WISSELENDE SPREIDING VAN HET AANBOD	13
5.1	Doe-Het-Zelf aanbod gelijkmatig over de regio verdeeld	13
5.2	Grote tuincentra alleen in Beek en Sittard-Geleen	14
5.3	Grote verschillen in Wonen aanbod van gemeente tot gemeente	14
5.4	Beperkt aantal concentratielocaties	15
6	GOEDE UITGANGSPOSITIE VOOR GARDENZ	18
6.1	Schaalvergroting nog steeds dominante ontwikkeling	18
6.2	Groei grootschalige concentratie locaties	18
6.3	Wisselende omzet ontwikkeling	19
6.4	Aankopen via internet nemen toe	20
6.5	Uitbreidingsplannen concentreren zich op Gardenz	21
7	FORSE OMZETDALING IN BESTAANDE WINKEL AANBOD	22
7.1	Aanbod is plaats overschrijdend	22
7.2	Limburg heeft veel aanbod	24
7.3	Draagvlakmeting op basis van aannames	26
7.4	Omzet per m ² neemt stevig af	28
7.5	Uitbreiding aanbod heeft aanzienlijke gevolgen voor bestaande winkels	30
	COLOFON	10

BIJLAGEN

1 SAMENGEVAT

Op Gardenz zijn momenteel 12 winkels in de hoofdbranches Doe-Het-Zelf, Plant en Dier en Wonen gevestigd met een gezamenlijk wvo van ruim 20.000 m². Er is momenteel nagenoeg geen leegstand. Direct naast Gardenz is een tuincentrum van Hornbach gevestigd met een wvo van 6.100 m². Alhoewel er geen leegstand is zijn er nog wel enkele onbebouwde plots. Er zijn plannen voor de toevoeging van 4 nieuwe winkelpanden met gezamenlijk ruimte voor 24.000 m² wvo. Daarnaast breid de naastgelegen Hornbach uit. Het huidige tuincentrum wordt getransformeerd naar een bouwmarkt van 10.000 m² wvo en een tuincentrum van 4.600 m² wvo.

Gardenz heeft door haar ligging aan de Urmonderbaan een zeer goed bereikbare locatie. Gardenz is vanuit het grootste deel van Sittard en Geleen binnen 10 autominuten te bereiken. Binnen 20 autominuten wonen ruim 430.000 mensen. De locatie heeft op basis van haar ligging de potentie om een groot verzorgingsgebied te bedienen.

Het draagvlak voor voorzieningen is in de regio Sittard-Geleen iets geringer dan landelijk als gevolg van het relatief lage gemiddelde besteedbare inkomen. Als gevolg van de demografische krimp neemt het draagvlak de komende jaren verder af. Tot 2015 is een afname van het draagvlak van 2% te verwachten. In de daarop volgende jaren zet deze ontwikkeling zich verder voort.

Per branche zijn er grote verschillen in de spreiding van het aanbod over de regio Sittard-Geleen. Het Doe-Het-Zelf aanbod is zeer gelijkmatig gespreid in de meeste kernen is minimaal één bouwmarkt aanwezig. Het aanbod aan tuincentra is zeer ongelijkmatig verdeeld. In Beek en Sittard-Geleen zijn meerdere grote tuincentra gevestigd in de andere gemeenten zijn geen tuincentra of zijn de tuincentra zeer klein. Het aanbod in de hoofdbranche Wonen verschilt sterk van gemeente tot gemeente. In absolute zin is de positie van Sittard-Geleen vrij dominant. Maar per hoofd van de bevolking is het aanbod in Beek zeer omvangrijk. In Schinnen is er nagenoeg geen aanbod. Binnen de regio Sittard-Geleen zijn 4 locaties met geconcentreerd perifeer aanbod. Binnen 20 autominuten van Gardenz zijn nog 5 concentratielocaties. Van deze locaties ondervindt Gardenz vooral concurrentie van de Dr. Nolenslaan en van In de Cramer (Heerlen).

Binnen de doelgerichte detailhandel is er al jaren sprake van schaalvergroting. Daarnaast wint vestiging op concentratielocaties nog steeds aan populariteit. Beide ontwikkelingen bieden voor Gardenz goede vooruitzichten. De vooruitzichten van de sectoren waarop Gardenz zich richt zijn niet onverdeeld positief. De omzetontwikkeling in de hoofdbranches Doe-Het-Zelf en de Wonen blijft de laatste jaren achter, daarnaast verliezen de fysieke winkels steeds meer marktaandeel aan internetwinkels. Op basis van de trends, de locatie in de regio, de omvang van het aanbod, de parkeermogelijkheden en de (potentiële) kwaliteit van het vastgoed heeft Gardenz als winkellocatie een zeer goede uitgangspositie om de consument succesvol te bedienen.

Om de effecten van de toevoeging van nieuw aanbod op Gardenz in te kunnen schatten zijn 5 scenario's doorgerekend.

Scenario 1 berekend het functioneren van de bouwmarkten, tuincentra en de hoofdbranche Wonen op basis van het aanbod en de bestedingen in 2012.

Scenario 2 berekend het functioneren op basis van de verwachte bevolkingsomvang in 2015

Scenario 3 berekend het functioneren rekeninghoudend met de bevolkingsomvang in 2015 en veranderingen in de aanbodstructuur en de koopstromen als gevolg van de uitbreiding van de Hornbach.

Scenario 4 berekend het functioneren in 2015 wanneer de Hornbach niet wordt uitgebreid maar er op Gardenz 24.000 m² extra aanbod wordt gerealiseerd. Van de 24.000 m² uitbreiding op Gardenz bestaat 1.000 m² uit de uitbreiding van Animal Plaza en 13.000 m² uit de uitbreiding/vestiging van Berden en A&C. Voor de resterende 10.000 m² uitbreidingsruimte zijn drie varianten bekeken:

- 10.000 m² wvo Doe-Het-Zelf,
- 10.000 m² wvo Tuincentra,
- 10.000 m² wvo Wonen.

Scenario 5 berekend het functioneren in 2015 uitgaande van een situatie waarin zowel de Hornbach is uitgebreid als er 24.000 m² extra aanbod is gerealiseerd op Gardenz.

Scenario 1: Anno 2012 realiseren de Tuincentra in de regio Sittard-Geleen een omzet per m² die een fractie boven het landelijke gemiddelde ligt. De omzet in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf ligt een fractie onder het landelijke gemiddelde. De hoofdbranche Wonen functioneert zeer matig - een fors lagere vloerproductiviteit dan landelijk wijst hierop. De conclusie is dat deze sector op dit moment kwetsbaar is en gemiddeld genomen niet rendabel functioneert.

Scenario 2: Op basis van de bevolkingsontwikkeling in de regio Sittard-Geleen tot 2015 valt te verwachten dat de bestedingen in de detailhandel met 2% afnemen. Wanneer de koopstromen en het aanbod ongewijzigd blijven, betekent dit dat de omzet per m² eveneens met 2% afneemt.

Scenario 3: De uitbreiding van de Hornbach zal waarschijnlijk leiden tot verschuivingen in de koopstromen. Het is aannemelijk dat de realisatie van de Hornbach er voor zal zorgen dat er minder afvloeiing van besteding optreedt naar winkels buiten de regio Sittard-Geleen. Het grootste deel van de bestedingen zal echter afkomstig zijn van consumenten die nu ook al hun aankopen binnen de regio doen. Door de uitbreiding van de Hornbach neemt de gemiddelde omzet per m² in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf met 15% af.

Scenario 4: De toevoeging van 24.000 m² extra aanbod op Gardenz leidt in alle drie de hoofdbanches tot een sterke afname van de gemiddelde omzet per m². Bij de tuincentra is de potentiële afname het grootst (34%), gevolgd door Doe-Het-Zelf (28%) en Wonen (18%).

Scenario 5: Wanneer zowel de Hornbach wordt uitgebreid als het aanbod op Gardenz met 24.000 m² wordt uitgebreid waarvan 10.000 m² in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf zal de gemiddelde omzet per m² in de regio Sittard-Geleen verder onder druk komen te staan. Ten opzichte van het autonome scenario treedt een afname van de omzet per m² op van 33%.

De economische mogelijkheden in de regio Sittard-Geleen zijn te krap om alle bestaande en "nieuwe" aanbieders een renderend perspectief te bieden. Voor Wonen is op dit moment al sprake van een kwetsbaar perspectief. Voor Doe-Het-Zelf en tuincentra kan die situatie ontstaan. Wanneer op Gardenz 24.000 m² nieuw aanbod wordt toegevoegd zal dit leiden tot een aanzienlijke daling van de omzet bij de bestaande winkels in de branches waarin aanbod wordt toegevoegd.

Wanneer al het "nieuwe" aanbod een vloerproductiviteit realiseert die gelijk is aan het landelijke gemiddelde, valt er een structuurverandering te verwachten. Het is voor de Doe-Het-Zelf en de tuincentrabranche echter maar zeer de vraag of al het "nieuwe" aanbod een vloerproductiviteit kan realiseren die gelijk is aan het landelijke gemiddelde. Gardenz heeft in de tuincentra branche al een zeer omvangrijk aanbod en krijgt dit met de uitbreiding van de Hornbach ook in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf. Verdere kwantitatieve toevoeging aan het aanbod zullen de relatieve concurrentiepositie van Gardenz nauwelijks veranderen. Veel kleinere bouwmarkten/tuincentra hebben primair een lokaal verzorgende

functie. Deze functie zal door de vestiging van nieuw aanbod op Gardenz beperkt aangetast worden, maar blijven bestaan. Dit betekent dat er ook na realisatie van nieuw aanbod op Gardenz, op andere locaties in de regio Sittard-Geleen overlevingskansen zijn. Het roept echter wel de vraag op of het voor nieuwe initiatieven op Gardenz mogelijk is om een rendabele bedrijfsvoering te realiseren. Nieuwe winkels in deze branches zullen zich in kwalitatief opzicht moeten onderscheiden van de winkels van Gamma, Hornbach en Intratuin om op Gardenz een rendabel perspectief te hebben. In de hoofdbranche Wonen zijn de mogelijkheden om complementair te zijn aan het bestaande en beoogde aanbod groter. De hoofdbranche Wonen kent een veel grotere diversiteit aan branches waardoor het mogelijk is om aanbod toe te voegen dat beperkt concurreert met het andere aanbod op Gardenz maar juist zou kunnen profiteren van de nabijheid tot andere trekkers. De hoofdbranche Wonen functioneert in de regio Sittard-Geleen momenteel echter zeer zwak. Afhankelijk van de branches waarin nieuw woonaanbod wordt gerealiseerd zal toevoeging van grote hoeveelheden nieuw woonaanbod op Gardenz de positie van het bestaande woonaanbod elders in de regio verder verslechteren.

Wat de draagvlakmeting laat zien is dat het ruimte bieden aan Wonen, Tuincentra en Bouwmarkten ingrijpende gevolgen zal hebben voor de gemiddelde vloerproductiviteit van bestaande bedrijven. De afweging die gemaakt moet worden is of behoud van bestaande winkels zwaarder weegt dan versterking van Gardenz en vernieuwing van de winkelstructuur. Er is echter geen sprake van duurzame ontwrichting. Onafhankelijk van de hoofdbranche waarin aanbod wordt toegevoegd blijft het voor de inwoners van de regio Sittard-Geleen mogelijk om op "aanvaardbare" afstand hun aankopen te doen. De gemeente heeft in haar beleid opgenomen dat het wenselijk is om in zowel Sittard Noord als op Gardenz bouwmarktaanbod te hebben. Toevoeging van extra Doe-Het-Zelf aanbod op Gardenz zal de concurrentie voor de bouwmarkt in Sittard-Noord vergroten. Op basis van het nabijheids principe blijven er echter marktmogelijkheden voor een (kleine) bouwmarkt in Sittard Noord.

2 GRENSWIJZIGING BESTEMMINGSPLAN VRAAGT OM EEN ACTUEEL DPO

2.1 Grenswijziging bestemmingsplan vraagt om actueel dpo

Aan de Urmonderbaan/Einighauserweg te Geleen is de woon- en tuinboulevard Gardenz gelegen met detailhandel in de branches Wonen, Tuincentra en Doe-Het-Zelf. Er is nog fysieke ruimte voor uitbreiding van het detailhandelsaanbod op deze locatie. Daarnaast is er een initiatief voor de uitbreiding van de Hornbach.¹

Ter voorkoming van een duurzame ontwrichting van de detailhandelsstructuur, wil de gemeente Sittard-Geleen op voorhand een distributieplanologisch onderzoek (DPO) laten uitvoeren dat inzicht geeft in de marktruimte. Het DPO zal zich richten op de toegestane hoofdbranches op dit terrein, namelijk Wonen, Plant & Dier (hieronder vallen tuincentra) en Doe-Het-Zelf.

In het DPO zullen de volgende vragen beantwoord worden:

- Hoe zijn de ligging en bereikbaarheid van het gebied (locatieanalyse)?
- Wat zijn de fysieke mogelijkheden voor uitbreiding van het winkelaanbod op Gardenz?
- Wat is het draagvlak van de voorzieningen (bevolkingsontwikkeling en de bestedingen) in de regio Sittard-Geleen?
- Hoe is de omvang en samenstelling van het huidige winkelaanbod op Gardenz en wat zijn belangrijke concurrenten?
- Welke relevante initiatieven en ontwikkelingen spelen er momenteel op Gardenz en elders in de regio?
- Welke effecten van uitbreiding van het aanbod op Gardenz kunnen worden verwacht op het functioneren van de detailhandel in de regio?

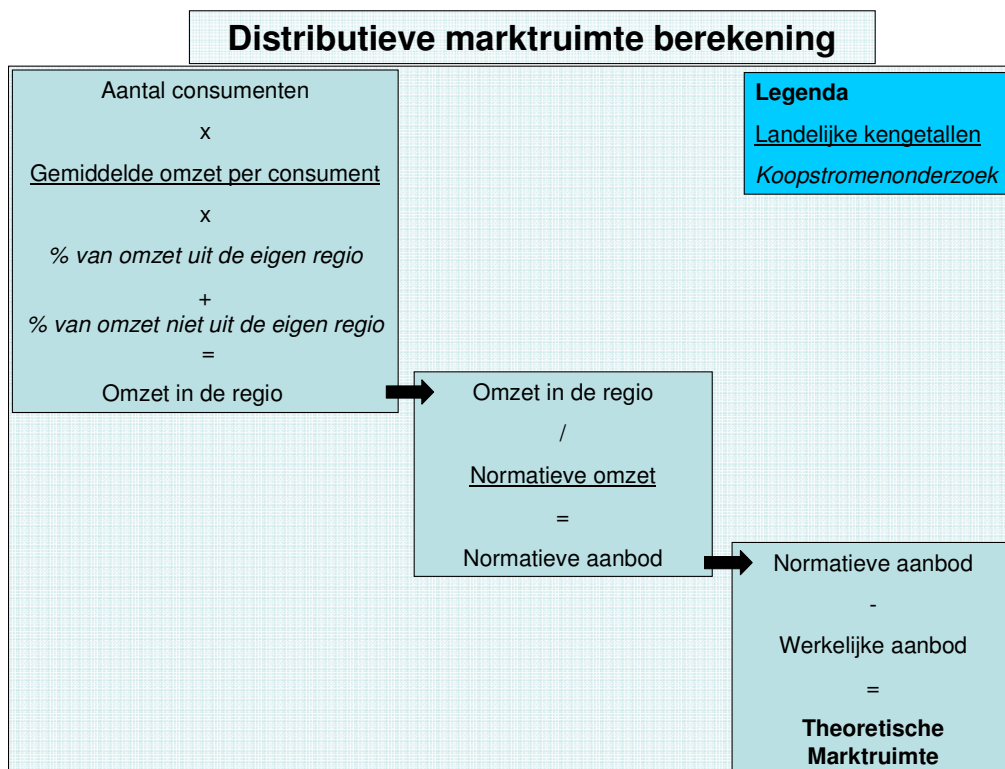
2.2 Werkwijze DPO

Het DPO becijfert in dit onderzoek de theoretisch haalbare omvang van de hoofdbranches Wonen, en Doe-Het-Zelf en de branche Tuincentra in de regio Sittard-Geleen op basis van de volgende input:

1. *Locatieanalyse*: de locatie is belangrijk, omdat de locatie van grote invloed is op het verzorgingsgebied van de winkels.
2. *Vraaganalyse*: er wordt vastgesteld hoe groot de bevolkingsomvang is en daarmee het aantal potentiële consumenten. Door het aantal inwoners te vermenigvuldigen met de normatieve omzet per inwoner, wordt het *bestedingspotentieel* binnen het verzorgingsgebied berekend. Dit is nog niet het omzetvolume, omdat niet iedere inwoner in het verzorgingsgebied de inkopen bij winkels in het eigen verzorgingsgebied zal doen. Een deel van de bestedingen vloeit af naar winkels buiten het verzorgingsgebied. De *koopkrachtbinding* geeft hierbij aan welk deel van de bestedingen van de inwoners in het verzorgingsgebied terecht komt bij de centra in het verzorgingsgebied. Daarnaast vindt er *toevloeiing* plaats, namelijk dat deel van de bestedingen dat wordt gedaan door consumenten van buiten het verzorgingsgebied. Door deze percentages te verrekenen met het bestedingspotentieel, kan het *omzetpotentieel* worden berekend. Voor het bepalen van de koopkrachtbinding en de toevloeiing is een *concurrentieanalyse* noodzakelijk. Uit de concurrentieanalyse blijkt met welke andere centra rekening moet worden gehouden.

¹ Er is voor de uitbreiding van de Hornbach een aparte DPO uitgevoerd. In deze rapportage wordt de uitbreiding van de Hornbach slechts zijdelings behandeld.

3. *Aanbodanalyse*: Door het totale omzetpotentieel te delen door de *normatieve vloerproductiviteit*, kan de *theoretische omvang* van de het winkelaanbod worden geschat. Hierbij wordt uitgegaan van een zogenaamde *normatieve vloerproductiviteit*. Dit is de omzet per m² verkoopvloeroppervlak die op basis van landelijke cijfers wordt samengesteld en die als vergelijkingsbasis wordt gehanteerd in de analyse. De berekende theoretische omvang van het winkelaanbod, vermindert met het huidige aanbod, geeft de theoretische marktruimte aan.



De opzet van het rapport is als volgt:

- Beknopte *locatieanalyse* (ligging en bereikbaarheid) van de Woon- en Tuinboulevard Urmonderbaan/Einighauserweg (hoofdstuk 3);
- Beschrijving van het *draagvlak* voor de voorzieningen (bevolkingsontwikkeling en bestedingen) in de regio Sittard-Geleen (hoofdstuk 4);
- Beschrijving *huidig aanbod* aan in de hoofdbranches Wonen, Plant & Dier en Doe-Het-Zelf in de regio Sittard-Geleen (hoofdstuk 5);
- Beschrijving van de *trends en ontwikkelingen* (hoofdstuk 6);
- Op basis van een *draagvlakmeting* en een *benchmark*, geven we een inschatting van de effecten van uitbreiding van het aanbod op Gardenz op het bestaande aanbod in Wonen, Tuincentra en Bouwmarkten (hoofdstuk 7).

Aan het rapport zijn 5 bijlage toegevoegd

- 1) Begrippenlijst
- 2) Reistijden vanaf Gardenz
- 3) Regio afbakening
- 4) Definities bouwmarkten en tuincentra
- 5) Beleidskaders

3 TUIN EN GROEN CONCEPT NIET VAN DE GROND GEKOMEN

3.1 Voorgenomen verdubbeling van het aanbod

Woon- en Tuinboulevard Urmonderbaan/Einighauserweg (Gardenz) is een planmatig aangelegd winkelcentrum aan de noordwest rand van Geleen. Het centrum beoogde in de oorspronkelijke opzet een concentratie te zijn van commerciële formules rond het thema tuin & groen. De invulling van Gardenz rondom dit thema verloopt moeizaam. Hierdoor is in de retailstructuurvisie uit 2008 besloten om de toegestane branches op Gardenz te verbreden en winkels uit de hoofdbranches Wonen, Plant & Dier en Doe-Het-Zelf toe te laten. In de huidige vorm is de woonboulevard niet sterk onderscheidend van andere pdv boulevards.

Het gebied is oorspronkelijk ingericht met de kenmerken 'open, modern en natuurlijk'. De parkeerplaatsen zijn omheind door groene hagen en de deel van de gebouwen zijn bedekt met sedum. Het terrein maakt een verzorgde maar wat lege indruk. Door de boulevard opzet zijn de afstanden tussen de verschillende winkels groot. Parkeren is gratis en er is verspreid over het terrein voldoende parkeergelegenheid aanwezig. Het winkelaanbod op Gardenz is ruim 20.000 m². De eerste ondernemers hebben in maart 2003 hun deuren geopend. Momenteel (mei 2012) zijn er 12 winkels op het terrein gevestigd en staat er één kleine winkelunit leeg.

Direct aangrenzend aan Gardenz is een Hornbach tuincentrum gelegen met een winkelvloeroppervlakte van 6.100 m². De Hornbach staat met haar rug naar de Gardenz toe, de ruimtelijke verbinding tussen beide is matig.

Figuur 1: Winkelaanbod Op Gardenz en bij Hornbach Geleen²

Adres	Winkel	Branche	WVO
Egelantier 2	Gamma	Bouwmarkt	4.500
Egelantier 10	Blokker Tuin	Tuinmeubelen	1.000
Egelantier 12	Kwantum	Woonwarenhuis	1.120
Egelantier 14	JYSK	Woonwarenhuis	930
Egelantier 16	A & C	Slaapkamer/Bed	950
Egelantier 19	Intratuin	Tuincentra	9.047
Egelantier 13-15	Animal Plaza	Dibevo	950
Egelantier 11	Matrassenland	Slaapkamer/bed	450
Egelantier 9	Pure sfeer	Tuinmeubelen	450
Egelantier 9a	Abitare Cuisine	Keukens	150
Egelantier 7	Outlet keukens	Keukens	600
Egelantier 5	Hellebrekers	Deur/Kozijn	300
Egelantier 6	Leegstand	Leegstand	100
Totaal Gardenz			20.547
Hornbach			6.100
Totaal			26.647

Bron: Locatus, benchmark verkenner, mei 2012, Verkeerskundige toets DHV 2010, bewerking DHV

² De cursief gedrukte waarde staan niet vermeld in de database van Locatus en zijn afgeleid uit de verkeerskundige toets van DHV.

Het stedenbouwkundig plan voor Gardenz voorziet in de toevoeging van 4 nieuwe panden met een gezamenlijk bruto vloeroppervlakte van 28.300 m². Aan de westzijde van Gardenz (1) wordt een pand toegevoegd van 12.000 m² bvo met als beoogde gebruiker de woninginrichter Berden. Ten zuiden van het huidige pand van Animal Plaza worden twee panden toegevoegd (2 en 3) van 5.900 en 5.400 m² bvo, Voor de zuidzijde van pand 3 is Animal Plaza de beoogde gebruiker. Ten noorden van Intratuin wordt een pand (4) toegevoegd met een bvo van maximaal 5.000 m², voor dit pand is A&C de beoogde gebruiker.

Uitgaande van de vuistregel dat 1 m² bvo overéén komt met 0,85 m² wvo, bedraagt de totale uitbreiding 24.000 m². Met deze uitbreiding wordt het totale winkelaanbod op Gardenz meer dan verdubbeld.

Naast de uitbreiding op Gardenz wordt ook de naastgelegen Hornbach (5) uitgebreid. De huidige Hornbach bevat een tuincentrum van 6.100 m². Dit tuincentrum wordt herontwikkeld tot een gecombineerde bouwmarkt/tuincentrum. Bestaande uit een hoofdgebouw van 12.400 m² bvo, een deels overkapte buitenverkoop van 2.800 m² bvo en een deels overkapte drive in van 1.900 m² bvo. De totale wvo bedraagt na schatting 14.600 m². Bestaande uit 10.000 m² bouwmarkt en 4.600 m² tuincentrum.

Figuur 2: Uitsnede stedenbouwkundig plan uitbreiding Gardenz



Bron: Stedenbouwkundig plan Gardenz , bewerking DHV

Figuur 3: Impressie Tuin- en woonboulevard



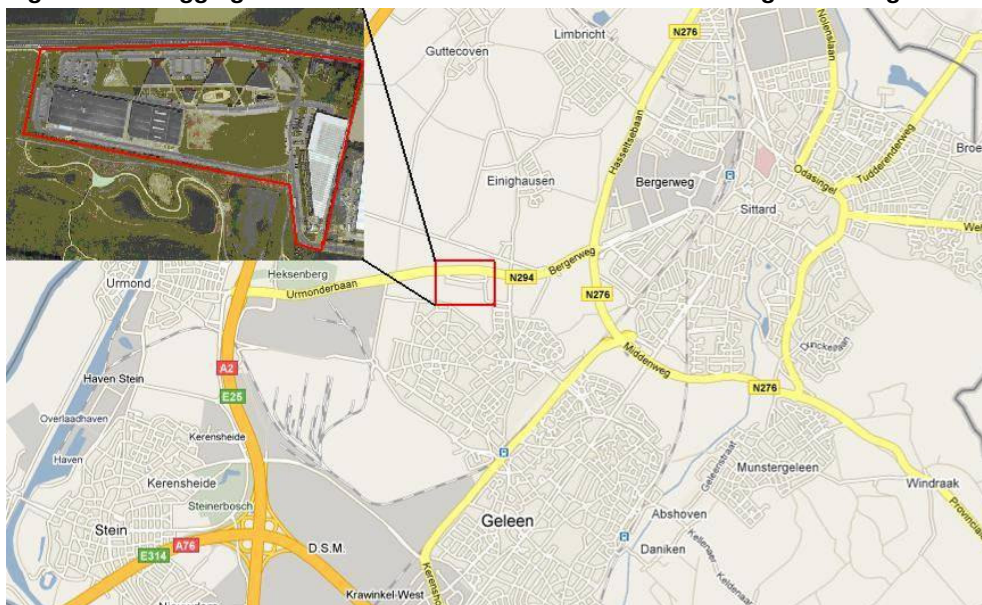
3.2 Woon- en Tuinboulevard op een perifere maar goed bereikbare locatie

Gardenz ligt direct aan de Urmonderbaan. De Urmonderbaan vormt een belangrijke gebiedsontsluiting naar de A2. Hierdoor zijn er goede verbindingen naar België en Duitsland en stedelijke centra zoals Maastricht, Heerlen, Kerkrade en Roermond. De aansluiting van de Urmonderbaan op belangrijke lokale en provinciale wegen, zoals de Randweg en de Einighauserweg verzekert tevens goede verbindingen met de directe omgeving van Sittard en Geleen. Gardenz wordt aan twee zijden ontsloten. Eén entree bevindt zich aan de Urmonderbaan. De tweede is gelegen aan de Einighauserweg.

De locatie is voor veel consumenten goed en redelijk snel te bereiken. Het grootste deel van de bebouwde kom van Sittard en Geleen liggen binnen 10 autominuten van het centrum.

Volgens opgave van Locatus wonen er binnen 10 km van Gardenz. 180.000 mensen. Vertaald naar reistijden wonen er 57.000 mensen binnen 10 autominuten en 433.000 mensen binnen 20 autominuten. Genk, Kerkrade, Maastricht en Roermond bevinden zich net niet binnen 20 autominuten.

Figuur 4: Ligging Tuin- en Woonboulevard Urmonderbaan/Einighauserweg



Bron: Google Maps, bewerking DHV

Beantwoording onderzoeksvragen

Met de beschrijving van de locatie kunnen de volgende vragen beantwoord worden:

- Hoe zijn de ligging en bereikbaarheid van het gebied (locatieanalyse)?
- Wat zijn de fysieke mogelijkheden voor uitbreiding van het winkelaanbod op Gardenz?

De ligging van de tuin- en woonboulevard is zeer sterk. Gardenz ligt centraal in de regio op korte afstand van de voornaamste bevolkingsconcentraties. Door de ligging aan de Urmonderbaan is het grootste deel van de regio binnen 10 autominuten te bereiken.

Het stedenbouwkundig plan voorziet in een uitbreiding van het winkelaanbod op Gardenz met 24.000 m² vvo.

4 DRAAGVLAK NEEMT AF

4.1 Dalend inwonertal

Het draagvlak voor voorzieningen wordt in belangrijke mate bepaald door de omvang van de bevolking en het besteedbare inkomen.

Zoals uit hoofdstuk 7 zal blijken functioneren de hoofdbranches Doe-Het-Zelf, Plant & Dier en Wonen op een kern overschrijdend schaalniveau. Het draagvlak voor deze hoofdbranches is dan ook regionaal van aard. Tot de regio Sittard-Geleen rekenen we de gemeenten Sittard-Geleen, Beek, Echt-Susteren, Schinnen en Stein.

Sittard-Geleen telde op 1 januari 2012 94.500 inwoners, de gehele regio Sittard-Geleen telde er 182.000. Buiten de regio maar nog altijd binnen 20 autominuten wonen nog ruim een kwart miljoen mensen. Hiermee wonen er in totaal ruim 430.000 mensen binnen 20 autominuten van Gardenz.

Figuur 5: Bevolkingsomvang in de Regio Sittard-Geleen

Gemeente	Inwoners
Sittard-Geleen	94.499
Beek	16.443
Echt-Susteren	32.158
Schinnen	13.209
Stein	25.626
Subtotaal	87.436
Totaal	181.935

Bron: CBS, Statline, bewerking DHV

De komende jaren neemt het aantal inwoners in de regio Sittard-Geleen geleidelijk af. Voor 2015 voorspelt Etil dat er in de regio Sittard-Geleen 4.000 inwoners minder zullen zijn dan in 2012. Ook voor de periode tussen 2015 en 2025 wordt een afname van de bevolking geprognosticeerd. In 2025 wonen er in de regio Sittard-Geleen ten opzichte van 2012 15.000 mensen minder. Een afname van de bevolking betekent doorgaan dat ook het draagvlak voor voorzieningen af zal nemen.

Figuur 6: Bevolkingsprognose Regio Sittard-Geleen 2012-2025 per gemeente

	Inwoners			
	2012	2015	2020	2025
Sittard-Geleen	94.499	92.507	89.979	87.337
	100%	97,90%	95,20%	92,40%
Beek	16.443	15.960	15.377	14.780
Echt-Susteren	32.158	31.366	30.665	29.876
Schinnen	13.209	12.803	12.270	11.699
Stein	25.626	25.181	24.419	23.473
Subtotaal	87.436	85.310	82.730	79.828
	100%	97,60%	94,60%	91,30%
Totaal	181.935	177.817	172.709	167.165
	100%	97,70%	94,90%	91,90%

Bron: CBS, 2012, Etil 2008 bewerking DHV

4.2 Besteedbaar inkomen iets lager dan landelijk

Het gemiddeld besteedbare inkomen per persoon is in de regio Sittard-Geleen iets lager dan het landelijke gemiddelde. Gemiddeld hadden inwoners in de regio Sittard-Geleen in 2009 € 14.500,- te besteden, 1% minder dan gemiddeld in Nederland. Over het algemeen wordt ervan uitgegaan dat bij lagere inkomens, ook minder besteed wordt in de detailhandel. Voor de niet dagelijkse detailhandel wordt uitgegaan van een inkomenselasticiteit van 0,5. Dit betekent dat voor iedere procent minder inkomen de uitgaven in de niet dagelijkse detailhandel een 0,5% lager zijn. Voor de regio Sittard-Geleen betekent dit dat er op basis van het gemiddelde besteedbare inkomen 1% minder bestedingen in de hoofdbanches Doe-Het-Zelf, Plant & Dier en Wonen te verwachten zijn.

Figuur 7: Gemiddeld besteedbaar inkomen per persoon in 2009

	Gemiddeld besteedbaar inkomen per persoon	
	absoluut	relatief
Sittard-Geleen	€ 14.500	98%
Beek	€ 15.200	103%
Echt-Susteren	€ 14.500	98%
Schinnen	€ 15.100	102%
Stein	€ 14.600	99%
Subtotaal	€ 14.800	100%
Totaal	€ 14.600	99%
Nederland	€ 14.800	100%

Bron: CBS, Statline; bewerking DHV

Beantwoording onderzoeksvragen

Met de beschrijving van de bevolkingsontwikkeling en de bestedingen kan de volgende vraag beantwoord worden:

- Wat is het draagvlak van de voorzieningen in de regio Sittard-Geleen?

De regio Sittard-Geleen telde op 1 januari 2012 182.000 inwoners. Tot 2015 neemt het draagvlak met 2% af als gevolg van een teruglopend inwonertal.

De op basis van het gemiddeld besteedbaar inkomen te verwachten bestedingen per hoofd van de bevolking in de branches Wonen, Doe-Het-Zelf en Plant & Dier zijn in de regio Sittard-Geleen 1% lager dan landelijk.

5 WISSELENDE SPREIDING VAN HET AANBOD

De hoofdbranches Plant & Dier, Doe-Het-Zelf en Wonen herbergen zeer diverse winkels. Zo bestaat de hoofdbranche Plant en Dier zowel uit kleine bloemenwinkels in buurtwinkelcentra als uit mega tuincentra op perifere locaties. De verschillende type winkels hebben dan ook zeer verschillende verzorgingsgebieden. De grote tuincentra, bouwmarkten en woonwarenhuizen concurreren vooral op regionale schaal, terwijl de kleinere winkels veelal lokaal opereren.

Het assortiment van veel grotere winkels bestaat uit producten die thuishoren bij verschillende hoofdbranches. In het distributieplanologisch onderzoek wordt doorgaans geen onderscheid gemaakt op basis van variaties in het assortiment, maar worden alle winkelmeters toegewezen aan de dominante branche. Voor het in beeld brengen van het aanbod maken wij gebruik van gegevens van Locatus. In de indeling van Locatus sluipen soms kleine fouten. Zo rekent Locatus alle Hornbach vestigingen in Nederland tot de Hoofdbranche Doe-Het-Zelf. In het geval van de Hornbach in Geleen is dit niet terecht. Waar de meeste Hornbach vestigingen in Nederland vooral bouwmarkten zijn is de Hornbach in Geleen primair een tuincentrum. Voor het in beeld brengen van het aanbod in Geleen hebben wij een correctie toegepast op de gegevens van Locatus. Wij rekenen de Hornbach (6.100 m² wvo) in Geleen tot de tuincentra.

5.1 Doe-Het-Zelf aanbod gelijkmatig over de regio verdeeld

De regio Sittard-Geleen heeft een redelijk gespreid aanbod in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf. Het Doe-Het-Zelf aanbod in de regio concentreert zich in absolute zin in Sittard-Geleen. Maar ook in Echt-Susteren, Beek en Stein is er per hoofd van de bevolking redelijk veel aanbod. In Schinnen is nagenoeg geen aanbod. Ook op kernniveau is het aanbod redelijk gelijkmatig gespreid over de regio. Op Schinnen na is er in iedere grote kern minimaal één bouwmarkt.

Figuur 8: Aanbod in de hoofdbranche 'Doe-Het-Zelf per gemeente

Gemeente	VKP	WVO	WVO per	WVO per
			1.000	VKP
			inwoners	
Sittard-Geleen	30	15.098	160	503
Beek	3	2.471	150	824
Echt-Susteren	8	4.285	133	536
Schinnen	4	326	25	82
Stein	6	4.037	158	673
Subtotaal	21	11.119	127	529
Regio Sittard-Geleen	51	26.217	144	514

Bron: Locatus benchmark verkenner, mei 2012, bewerking DHV

Sittard-Geleen heeft qua omvang van de bouwmarkten een redelijk divers aanbod. Er zijn zowel kleine, middelgrote als grote bouwmarkten. De Gamma op Gardenz (4.500 m² wvo) is niet alleen de grootste bouwmarkt van de regio Sittard-Geleen, maar ook één van de grotere in de gehele omgeving. Alleen de Gamma (5.600 m² wvo) en de Praxis (4.700 m² wvo) in Heerlen zijn groter. De dichtstbijzijnde megabouwmarkt (bestaande uit een bouwmarkt en een tuincentrum) is de Hornbach in Kerkrade met een totaal winkelvloeroppervlakte van 11.800 m².

5.2 Grote tuincentra alleen in Beek en Sittard-Geleen

Het aanbod in de hoofdbranche Plant & Dier is zeer ongelijkmatig verdeeld over de regio. Het aanbod concentreert zich zowel absoluut als relatief sterk in Beek en Sittard-Geleen.

Figuur 9: Aanbod in de hoofdbranche Plant & Dier per gemeente

Gemeente	VKP	WVO	WVO per 1.000 inwoners	WVO per VKP
Sittard-Geleen	38	21.189	224	558
Beek	16	6.038	367	377
Echt-Susteren	21	4.543	141	216
Schinnen	6	1310	99	218
Stein	9	807	31	90
Subtotaal	52	12.698	145	244
Regio Sittard-Geleen	90	33.887	186	377

Bron: Locatus benchmark verkenner, mei 2012, bewerking DHV

De hoofdbranche Plant & Dier is zeer divers. De winkels in deze hoofdbranche verschillen sterk in omvang en specialisatie. De gemiddelde omzet per m² in een tuincentrum is wezenlijk anders dan die in een bloemenzaak. Er zijn alleen bestedingskengetallen beschikbaar voor tuincentra. Daarom wordt hieronder eveneens een overzicht gegeven van het aanbod aan tuincentra.

Figuur 10: Aanbod in de branche Tuincentra per gemeente

Gemeente	VKP	WVO
Sittard-Geleen	4	16.137
Beek	2	4.303
Echt-Susteren	4	485
Schinnen	2	594
Stein	0	0
Subtotaal	8	5.382
Regio Sittard-Geleen	12	21.519

Bron: Locatus benchmark verkenner, december 2009 en mei 2012, bewerking DHV

Tussen de in de regio gevestigde tuincentra zitten enorme verschillen in de omvang van het winkelvloeroppervlakte. In Sittard-Geleen en Beek zijn een aantal middelgrote en grote tuincentra, in de andere gemeenten zijn de tuincentra zeer klein. In de gemeenten grenzend aan de regio Sittard-Geleen valt op dat er nauwelijks grootschalige tuincentra zijn. Dit betekent dat de tuincentra in Sittard-Geleen en Beek een dominante positie in de regio hebben en vermoedelijk veel klanten trekken van uit een wijde omgeving.

5.3 Grote verschillen in Wonen aanbod van gemeente tot gemeente

Het aanbod in de hoofdbranche Wonen varieert sterk van gemeente tot gemeente. In absolute zin is de positie van Sittard-Geleen vrij dominant. Maar per hoofd van de bevolking is het aanbod in Beek zeer omvangrijk. In Echt-Susteren en Stein is redelijk wat aanbod. In Schinnen is er nagenoeg geen aanbod.

In een breder perspectief valt het zeer omvangrijke aanbod in Heerlen op. In Heerlen is per hoofd van de bevolking drie keer zoveel aanbod als in de regio Sittard-Geleen. Naast het omvangrijke aanbod in Heerlen is er ook redelijk veel aanbod in Maasmechelen. Het omvangrijke aanbod in Heerlen en Maasmechelen doet vermoeden dat er weinig toevloeiing van bestedingen zal zijn naar de regio Sittard-Geleen en dat er redelijk veel afvloeiing is van bestedingen vanuit de regio.

Figuur 11: Aanbod in de hoofdbranche Wonen per gemeente

Gemeente	VKP	WVO	WVO per 1.000 inwoners	WVO per VKP
Sittard-Geleen	83	47.893	507	577
Beek	10	11.049	672	1105
Echt-Susteren	21	6.288	196	299
Schinnen	4	582	44	146
Stein	17	5.891	230	347
Subtotaal	52	23.810	272	458
Regio Sittard-Geleen	135	71.703	394	531

Bron: Locatus benchmark verkenner, mei 2012, bewerking DHV

5.4 Beperkt aantal concentratielocaties

De aantrekkingskracht van het winkelaanbod in een gemeente is meer dan de optelsom van het aantal m² winkelvloeroppervlakte. Met name in de recreatieve sector wordt de aantrekkelijkheid van oudsher sterk bepaald door de aanwezige concentratielocaties zoals binnensteden en winkelcentra. In de doelgerichte sector zijn er als gevolg van schaalvergroting en formuleontwikkeling veel winkels die door hun omvang en naam een autonome trekkracht hebben waardoor ze mindere profijt hebben van concentratievoordelen. Desondanks zijn de meeste winkels in het doelgerichte segment wel degelijk gebaat bij vestiging op een (perifere) concentratielocatie. Dit geldt vooral voor PDV aanbod.

Naast Gardenz zijn er in de regio Sittard-Geleen 3 Winkelgebieden met een concentratie van PDV aanbod

- Makado Beek
- Dr. Nolenslaan
- Industrierrein Bergerweg

In de gemeenten grenzend aan de regio Sittard-Geleen zijn 5 winkelgebieden met een concentratie van PDV aanbod.

- Bedrijfsterrein Brunssum - Pylar
- In de Cramer
- Heerlerbaan
- Rijksweg Maasmechelen
- Rijksweg Opgrimbie

Makado Beek

56 vkp

24.760 m² wvo

Makado Beek is één van de eerste perifere winkelcentra van Nederland. Het centrum biedt een combinatie van dagelijks, recreatief en doelgericht winkelen. Het aanbod bestaat voornamelijk uit landelijke ketens. In het doelgerichte segment zijn de Aveve (tuincentrum), Kwantum, Praxis en Leen Bakker de



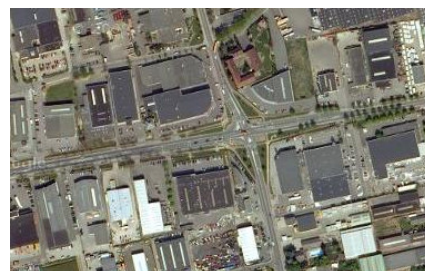
voornaamste trekkers. Makado Beek bestaat uit een overdekt winkelcentrum en enkele solitaire vestigingen. De solitaire vestigingen bevatten het grootste deel van het doelgerichte aanbod. Het winkelcentrum het dagelijkse en recreatieve aanbod.

Dr. Nolenslaan

15 vkp

20.192 m² wvo

Op het industriepark Noord (Dr. Nolenslaan) in Sittard zijn naast reguliere bedrijvigheid verschillende detailhandelsvestigingen gevestigd. Het aanbod bestaat voornamelijk uit landelijke ketens. Leen Bakker, Kwantum, Gamma en Beter Bed zijn de voornaamste trekkers. De woninginrichtingszaken zijn geclusterd aan één zijde van de straat de bouwmarkt bevindt zich aan de andere zijde.



Industrieterrein Bergerweg³

20 vkp

25.400 m² wvo

Het industrieterrein Bergerweg is geen aaneengesloten winkelgebied. Verspreid over het terrein zijn meerdere detailhandelsvestigingen te vinden. Er zijn twee supermarkten en diverse winkels in het doelgerichte segment. Het aanbod in het doelgerichte segment bestaat voornamelijk uit lokale ondernemers in de woninginrichting.



Bedrijfsterrein Brunssum

8 vkp - 15.000 m² wvo

Verspreide bewinkeling

Trekkers: Gamma & Praxis

In de Cramer

47 vkp - 106.000 m² wvo

Woonboulevard

Trekkers: Ikea, Intratuin, Gamma, Praxis, diverse grote meubelzaken

Heerlerbaan

16 vkp - 16.500 m² wvo

Winkel Boulevard

Trekkers: Budget Wonen & Carpet Right

Rijksweg Maasmechelen

12 vkp - 10.000 m² wvo

Verspreide bewinkeling

Trekkers: 't Meubelhof, Brico

³ Het aantal VKP en de omvang van het aanbod op industrieterrein Bergerweg zijn overgenomen uit de rapportage "Afweging PDV locaties gemeente Sittard" van Seinpost adviesbureau. Hiermee wijkt de bron af van de overige locaties waarbij gebruik is gemaakt van gegevens van Locatus uit mei 2012. Voor de winkelstrips in België is gebruik gemaakt van gegevens uit december 2009.

Rijksweg Opgrimble

9 vkp - 8.600 m² wvo

Verspreide bewinkeling

Trekkers: De Vloten (meubels), Aveveplus

Voor Gardenz valt van allen bovengenoemde locaties enige concurrentie te verwachten. Gezien het profiel van Gardenz met grootschalig aanbod in de vorm van de Gamma, de Intratuin en de Hornbach en kleinschaliger aanbod in Wonen zal de concurrentie per branche verschillen. Enerzijds concurreert Gardenz primair met alle grote bouwmarkten en tuincentra in de regio, onafhankelijk van hun vestiging op een concentratielocatie. Anderzijds concurreert Gardenz primair met clusters van woonaanbod. Binnen de regio is er daarbij vooral concurrentie te verwachten van de Dr. Nolenslaan, buiten de regio van de Meubelboulevard In de Cramer.

Beantwoording onderzoeksvragen

Met de beschrijving van het aanbod in de regio kan de volgende vraag beantwoord worden:

- Hoe is de omvang en samenstelling van het huidige winkelaanbod op Gardenz en wat zijn belangrijke concurrenten?

Gardenz biedt samen met de aangrenzende Hornbach Geleen een omvangrijk aanbod aan tuincentra. Binnen deze branche heeft Gardenz de dominante positie binnen de regio. Elders in de regio is een beperkt aanbod aan tuincentra, alleen in Beek zijn er grote tuincentra. Gardenz kent weinig serieuze concurrenten in de tuinbranche.

De vestiging van Gamma op Gardenz is de grootste bouwmarkt in de regio Sittard-Geleen. De dichtstbijzijnde grotere bouwmarkten zijn gevestigd in Heerlen. Het bouwmarkt aanbod is redelijk gelijkmatig verspreid over de regio. Gardenz ondervindt concurrentie van alle grote bouwmarkten in de regio.

Het aanbod in de hoofdbranche wonen is op Gardenz redelijk beperkt van omvang. Gardenz ondervindt binnen de eigen regio aanzienlijke concurrentie van andere concentratielocaties zoals de Dr. Nolenslaan (Sittard-Noord) en industrieterrein Bergerweg. Buiten de directe regio is er een zeer dominante positie voor woonboulevard In de Cramer in Heerlen.

6 GOEDE UITGANGSPOSITIE VOOR GARDENZ

6.1 Schaalvergroting nog steeds dominante ontwikkeling

Het aantal winkels in de hoofdbranches Plant & Dier, Doe-Het-Zelf en Wonen is tussen 2004 en 2012 in alle drie de hoofdbranches afgenomen. Tegelijkertijd nam in alle drie de branches het winkelvloeroppervlakte toe. De schaalvergroting verliep het snelst in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf. De gemiddelde winkel werd tussen 2004 en 2012 40% groter. In de hoofdbranche Doe-het-zelf is de laatste jaren de hoeveelheid wvo niet meer toegenomen. Het wvo per winkel neemt echter nog steeds toe.

Figuur 12: Schaalvergroting tussen 2004 en 2012

	VKP	WVO	WVO per VKP
Plant & Dier	-8%	23%	34%
Doe-Het-Zelf	-26%	4%	41%
Wonen	-9%	8%	18%

Bron: Locatus, april 2004 en mei 2012, bewerking DHV

Onderliggende factoren voor deze schaalvergroting zijn:

- Professionalisering en rationalisering van de bedrijfsvoering (schaalvoordelen t.a.v. inkopen, het bedienen van een groter verzorgingsgebied en dergelijke);
- Retailers spelen in op veranderingen in consumentengedrag als 'one stop shopping', de behoefte aan meer gemak (alles onder één dak voor de bulkaankopen) en verbreden hun assortiment.

Het algemene beeld is dat de branches met een uitgebreid en breed aanbod (tuincentra, bouwmarkten, woonwarenhuizen) hun marktaandeel weten te vergroten, terwijl andere branches steeds minder winkels tellen. Voor de tuincentra gaat dit maar deels op. Het aantal tuincentra is de laatste jaren namelijk sterk afgenomen. Het waren echter vooral de kleine tuincentra die verdwenen, het totale winkelvloeroppervlakte in tuincentra nam wel sterk toe.

6.2 Groei grootschalige concentratie locaties

De grote en steeds groter wordende winkels in de hoofdbranches Plant & Dier, Doe-Het-Zelf en Wonen zorgen ervoor dat een relatief groot deel van de winkels in deze hoofdbranches solitair gevestigd is. Dit kan doordat de winkels zelf een volledig aanbod hebben en niet afhankelijk zijn van andere winkels om voldoende consumenten te trekken.

Het aandeel van het aanbod op grootschalige concentratie locaties (overig in tabel) groeit echter snel. Ondanks de autonome trekkracht van tuincentra, bouwmarkten en woonzaken heeft vestiging bij andere grootschalige winkels blijkbaar een meerwaarde.

Figuur 13: Aandeel WVO per winkelgebiedstype 2012

	Plant & Dier	Doe-Het-Zelf	Wonen	Overige detailhandel
Centraal	10%	6%	14%	56%
Ondersteunend	6%	4%	5%	21%
Overig	9%	28%	41%	5%
Verspreide bewinkeling	76%	62%	40%	17%

Bron: Locatus benchmark verkenner, mei 2012, bewerking DHV

Figuur 14: Ontwikkeling aandeel WVO per winkelgebiedstype 2004-2012

	Plant & Dier	Doe-Het-Zelf	Wonen	Overige detailhandel
Centraal	-17%	-37%	-28%	-2%
Ondersteunend	-8%	-29%	-29%	9%
Overig	88%	74%	33%	78%
Verspreide bewinkeling	-2%	-10%	-6%	-15%

Bron: Locatus benchmark verkenner, april 2004 en mei 2012, bewerking DHV

Het ruimtelijke koopgedrag van de consument laat zich vertalen in termen van 'gemak' en 'vermaak'. Gemak betekent alles wat je nodig hebt bij elkaar, met als kernwoorden efficiëntie en bereikbaarheid (doelgericht aankopen en boodschappen doen). Bij vermaak gaat het meer om de sfeer en de beleving (recreatief winkelen als vorm van vrijetijdsbesteding, jezelf verwennen). De huidige trend in vermaak is dat de consument niet alleen winkelen wil beleven, maar tevens inspiratie wil opdoen en aangezet wil worden tot beleving.

Door te vestigen op (grootschalige) concentratie locaties, zoals woonboulevards, spelen winkels in op de wens tot gemak. Om aan de wens tot vermaak tegemoet te komen voldoen veel van de oudere concentratielocaties, met name meubelboulevards, echter niet meer. De leegstand is er groot doordat de huurprijzen erg hoog zijn. Consumenten ervaren de meubelboulevards als te statisch. De attractiewaarde moet daarom omhoog, bijvoorbeeld door naast woonzaken andere branches, horeca en bioscopen op meubelboulevards te vestigen (HBD, 2009).

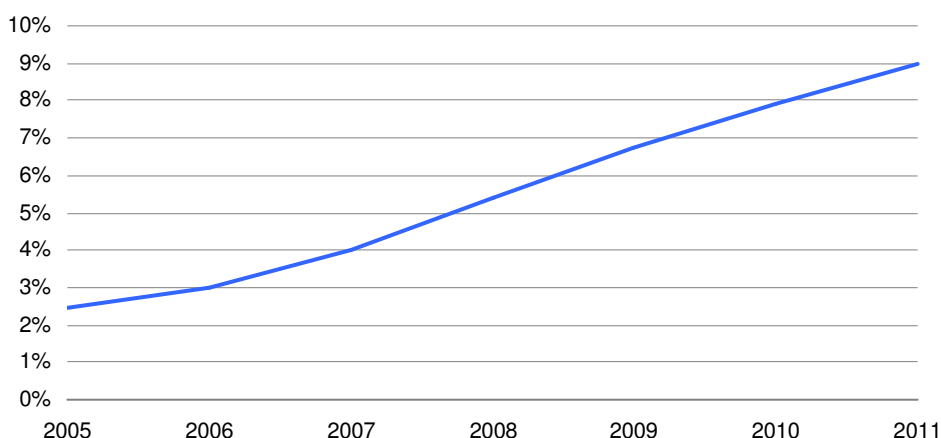
6.3 Wisselende omzet ontwikkeling

De hoofdbranches Plant & Dier, Doe-Het-Zelf en Wonen laten ieder een andere ontwikkeling van de omzet zien. De bestedingen in de tuinmarkt zijn de laatste jaren stabiel. Dit terwijl veel non-food branches te leiden hebben onder de recessie en minder goed presteren. Het marktaandeel van de tuinentra is binnen de tuinmarkt wel afgenomen, met name supermarkten behalen een steeds groter marktaandeel binnen de tuinmarkt. De Doe-Het-Zelf markt heeft het al een aantal jaren moeilijk. De omzet heeft zich tussen 2003 en 2008 minder positief ontwikkeld dan het gemiddelde van de detailhandel. Tussen 2008 en 2012 nam de omzet sterk af. De omzet in 2011 ligt bijna 15% lager dan in 2007. Binnen de Doe-Het-Zelf zaken hebben de bouwmarkten een steeds groter marktaandeel. Gevolg hiervan is dat de verf- en behangspeciaalzaken en de ijzerwarenzaken hun pijlen meer richten op voor hen 'vreemde' productgroepen. In de categorie overig boeken zij een grote toename van hun marktaandeel. Daarentegen verloren ze terrein in hun specialisme. De woonbranche is net als de Doe-Het-Zelf markt een conjunctuur gevoelige markt, onder invloed van de economische recessie blijven de omzet momenteel dan ook sterk achter bij de landelijke ontwikkeling. De omzet in 2011 ligt ruim 15% lager dan in 2007.

6.4 Aankopen via internet nemen toe

De fysieke detailhandel verliest steeds meer omzet aan verkoop via internet. In 2011 werd 9% van de bestedingen in de non-Food sector⁴ gedaan via internet. In 2000 was dit nog een 0,5%.

Figuur 15: Aandeel van totale bestedingen aan non-food via internet



Bron: Thuiswinkel.org, 2012, bewerking DHV

Internet wordt in de huis en tuinartikelen branche in verhouding tot het aantal aankopen relatief veel gebruikt als oriëntatiekanaal. De helft van de kopers van interieur artikelen en een derde van de kopers van tuinartikelen en doe-het-zelf/decoratie/hobby gebruikte internet als één van de bronnen om zich te oriënteren. Respectievelijk 16%, 11% en 12% koopt de artikelen vervolgens ook via internet. Voor Bloemen en planten (5%) en Dierenartikelen (8%) is het aandeel van internet als aankoopkanaal iets kleiner.

Figuur 16: Oriëntatie en aankoop via internet voor enkele doelgerichte productgroepen

	Oriëntatie	Aankoop
Tuinartikelen	33%	11%
Bloemen en Planten	16%	5%
Dierenartikelen	20%	8%
Interieur	49%	16%
Doe-Het-Zelf/Decoratie/Hobby	32%	12%

Bron: thuiswinkel.org; Multichannel monitor 2011

⁴ Onder de internet bestedingen rekent thuiswinkel.org ook productgroepen als reizen en telefoonabonnementen. Deze productgroepen worden doorgaans niet meegerekend in de reguliere detailhandel. Hierdoor zijn de weergegeven cijfers iets hoger dan het werkelijke marktaandeel van internet binnen de non-food sector.

6.5 Uitbreidingsplannen concentreren zich op Gardenz

Naast de bovengenoemde trends is de vestiging/verplaatsing van winkels van invloed op het toekomstige functioneren van Gardenz. Er zijn in de regio Sittard-Geleen diverse plannen voor uitbreiding van het detailhandelsaanbod die de concurrentiepositie van Gardenz beïnvloeden.

Gardenz

A&C en Animal Plaza willen binnen Gardenz verplaatsen naar grotere panden. Daarnaast wil de woninginrichter Berden verplaatsen van industrieterrein Bergerweg naar een grotere vestiging op Gardenz.

Hornbach wil haar tuincentrum herontwikkelen tot een vestiging volgens de Hornbach formule bestaande uit een Bouwmarkt met een wvo van ongeveer 10.000 m² een tuincentrum met een wvo van ongeveer 4.600 m².

Beantwoording onderzoeksvragen

Met de beschrijving van de landelijke trends en ontwikkelingen en de initiatieven in de regio kan de volgende vraag beantwoord worden:

- Welke relevante initiatieven en ontwikkelingen spelen er momenteel op Gardenz en elders in de regio?

Gardenz heeft op basis van landelijke trends en ontwikkelingen een redelijk goede uitgangspositie. De voortschrijdende schaalvergroting en de toenemende voorkeur voor vestiging op grootschalige concentratielocaties bieden een gunstig toekomstperspectief voor Gardenz. Hier staat echter tegenover dat Gardenz zich deels richt op sectoren waarin de omzet achterblijft. Voor een deel is de achter blijvende omzet toe te schrijven aan de economische crisis. Het is de verwachting dat op middellange termijn de omzetontwikkeling een positiever beeld laat zien en dichterbij het landelijk gemiddelde van de detailhandel komt te liggen. Aankopen via internet zijn in de sectoren waar Gardenz zich op richt nu nog beperkt. De ontwikkeling is echter dat het marktaandeel van internetwinkels structureel toeneemt. Op termijn zal dit gevolgen hebben voor de omzet in fysieke winkels. De omzet op Gardenz zal hier waarschijnlijk negatief door beïnvloed worden. Winkelorganisaties en -formules die vernieuwend inzetten op de combinatie van fysiek en digitaal (clicks en bricks) zullen zich wellicht aan de afnemende omzetten weten te onttrekken.

Ondanks het afnemende draagvlak in de regio, zijn er nog plannen voor uitbreiding van het aanbod. De huidige plannen leiden in het doelgerichte segment tot een verdere concentratie van aanbod op Gardenz.

Op basis van de dominante trends, de locatie in de regio, de omvang van het aanbod, de parkeermogelijkheden en de (potentiële) kwaliteit van het vastgoed heeft Gardenz als winkellocatie een zeer goede uitgangspositie om de consument succesvol te bedienen.

7 FORSE OMZETDALING IN BESTAANDE WINKEL AANBOD

In dit hoofdstuk kijken we naar de theoretische marktruimte in de hoofdbranches Doe-Het-Zelf, Plant & Dier en Wonen. Dit doen we in een aantal stappen, te beginnen met een benchmark voor de hoofdbranche. Vervolgens volgt een draagvlakmeting voor de huidige en toekomstige situatie. Tot slot gaan we in op de mogelijke effecten van een eventuele uitbreiding van woonboulevard Urmonderbaan Einighauserweg op het aanbod in de regio.

7.1 Aanbod is plaats overschrijdend

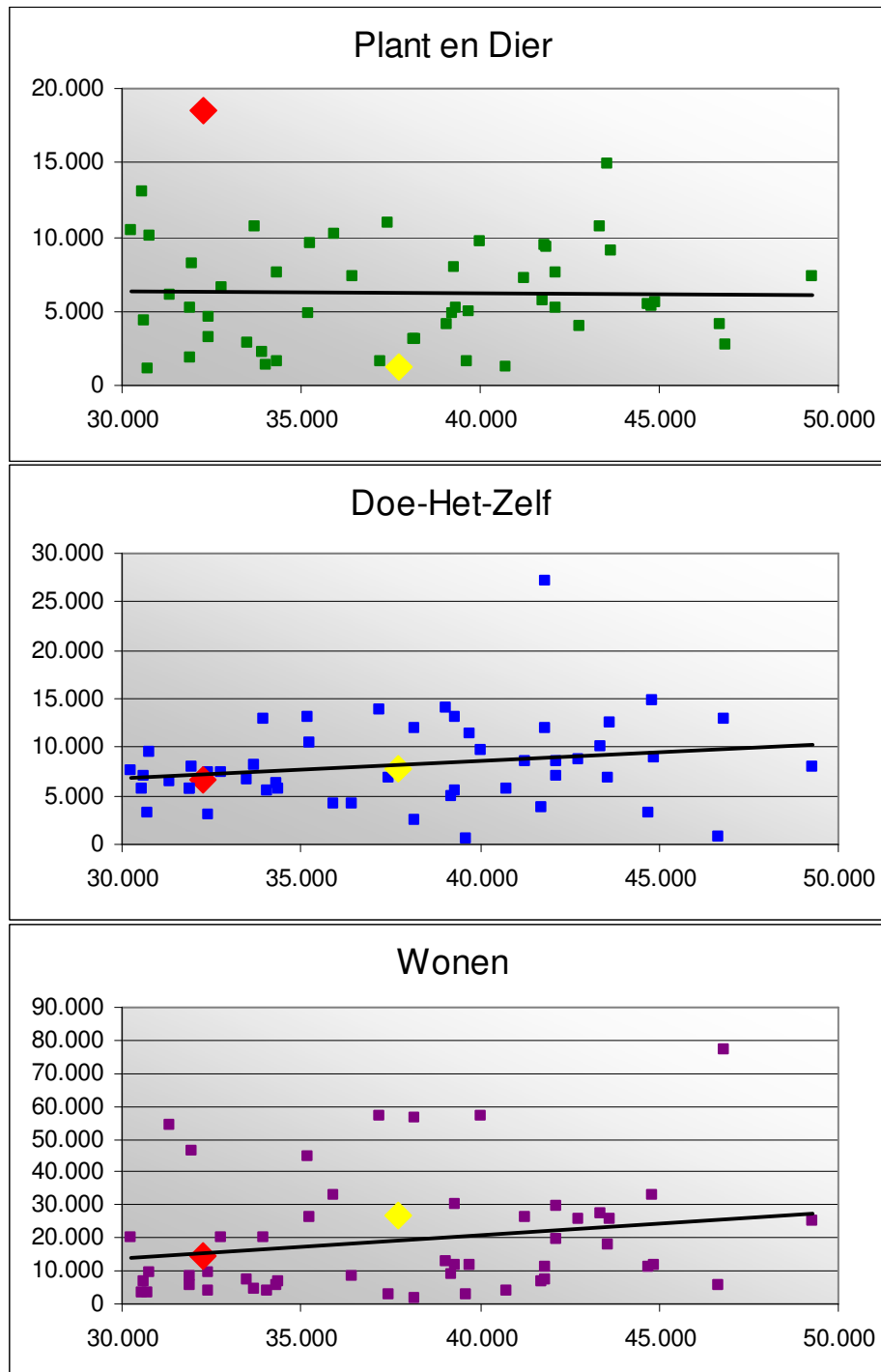
In onderstaande afbeeldingen is het totale winkelaanbod in de hoofdbranches Doe-Het-Zelf, Plant & Dier en Wonen in de kernen Sittard (gele ruit) en Geleen (rode ruit) vergeleken met het winkelaanbod in plaatsen van een vergelijkbare omvang (tussen de 30.000 en de 50.000 inwoners).

De gemeente Sittard-Geleen neemt qua omvang van het aanbod in de hoofdbranches Doe-Het-Zelf en Wonen geen uitzonderlijke positie in. Op basis van de benchmark blijkt geen uitgesproken over- of onderaanbod. In de hoofdbranche Plant & Dier is het aanbod wel omvangrijker dan in de meeste plaatsen van vergelijkbare omvang.

Uit de benchmark blijkt dat het winkelaanbod in alle drie de hoofdbranches sterk varieert. Tussen de plaats met het meeste aanbod en de plaats met het minste aanbod zit in alle drie de hoofdbranches een aanzienlijk verschil. Op basis van een benchmark op plaatsniveau zijn dan ook nauwelijks uitspraken te doen over de marktruimte in deze hoofdbranches.

De variatie in het aanbod per hoofd van de bevolking is in de hoofdbranche Wonen het grootst, gevolgd door Plant & Dier en Doe-Het-Zelf. Alle drie de hoofdbranches trekken consumenten vanuit een groter verzorgingsgebied dan alleen de eigen woonplaats. Met name de hoofdbranche Wonen heeft een sterk regionaal karakter.

Figuur 17a, b en c: Benchmark winkelaanbod (wvo) Plant & Dier, Doe-Het-Zelf en Wonen⁵



Bron: Locatus, Retail Verkenner, mei 2012, bewerking DHV

⁵ De kleine vierkanten geven de positie van plaatsen met tussen de 30.000 en de 50.000 inwoners aan. De rode ruit verwijst naar de positie van de Geleen, de gele ruit naar de positie van Sittard.

7.2 Limburg heeft veel aanbod

Zoals we uit de benchmark op plaatsniveau hebben gezien, is het aanbod in de hoofdbanches Plant & Dier, Doe-Het-Zelf en Wonen plaats overschrijdend. Om te bezien of er sprake is van over of onderaanbod moet op een regionaal niveau gekeken worden.

Onderstaand wordt een vergelijking gemaakt tussen het nationale gemiddelde, het aanbod in de provincie Limburg en het aanbod in de regio's Sittard-Geleen, Weert/ Roermond, Heerlen en Maastricht (voor een afbakening van de regio's zie bijlage 3).

Opvallend is dat het aanbod in de provincie Limburg in alle drie de hoofdbanches duidelijk hoger is dan het landelijke gemiddelde. Hiervoor zijn drie verklaringen.

1. De bestedingen in de sector In/Om huis liggen in Limburg hoger dan het landelijke gemiddelde, vanwege het hogere eigen woningbezit en het grotere aantal eengezinswoningen.
2. De sector functioneert in Limburg op een lagere vloerproductiviteit, de grondprijzen in Limburg zijn lager dan het landelijke gemiddelde.
3. De sector heeft een provincie overstijgende verzorgingsfunctie, er is toestroom van bestedingen vanuit Duitsland en België.

Omdat niet duidelijk is in welke mate de verklaringen verantwoordelijk zijn voor het omvangrijke aanbod in Limburg wordt in de distributieve marktruimte berekening geen correctie toegepast op landelijke kengetallen.

In de hoofdbanche Plant & Dier is het aanbod 5% groter dan het provinciale gemiddelde. In de regio's Heerlen en Maastricht is het aanbod relatief beperkt. Dit doet vermoeden dat de regio Sittard-Geleen een regio overstijgende functie heeft voor de hoofdbanche Plant & Dier en een aanzienlijk deel van de omzet haalt uit de aangrenzende regio's.

De regio Sittard-Geleen heeft ten opzichte van het provinciale gemiddelde een zeer beperkt aanbod in de hoofdbanche Doe-Het-Zelf. Het aanbod per hoofd van de bevolking is 14% lager dan het provinciale gemiddelde. Het aanbod blijft niet alleen in de regio Sittard-Geleen achter bij het provinciale gemiddelde. Het aanbod in de regio Maastricht is nog veel beperkter. Hier staat tegenover dat de regio's Heerlen en Weert/Roermond juist fors meer aanbod hebben dan de regio Sittard-Geleen, waarvan de regio Heerlen zelfs fors meer heeft dan het provinciale gemiddelde. De vergelijking met het gemiddelde aanbod in de provincie en het aanbod in de regio's Heerlen, Maastricht en Weert/Roermond doet vermoeden dat er in de hoofdbanches Doe-Het-Zelf sprake is van enige marktruimte, mits het aanbod aantrekkelijk genoeg is om de concurrentie aan te gaan met het aanbod in de regio Heerlen en de regio Weert/Roermond. Het aanbod in de hoofdbanches Doe-Het-Zelf is echter in de huidige situatie al wel iets hoger dan het landelijke gemiddelde

De regio Sittard-Geleen heeft ten opzichte van het provinciale gemiddelde een relatief beperkt aanbod in de hoofdbanche Wonen, 3% minder dan het provinciale gemiddelde. Het aanbod in de regio's Weert/Roermond en Heerlen is daarentegen zeer omvangrijk. Een uitbreiding van het aanbod in de regio Sittard-Geleen is alleen kansrijk wanneer de uitbreiding aantrekkelijk genoeg is om de koopkrachtbinding in de eigen regio te verhogen. Een toename van de toevloeiing is gezien het omvangrijke aanbod in de aangrenzende regio's niet waarschijnlijk.

Figuur 18a, b en c: Regionale benchmark winkelaanbod (wvo) Plant & Dier, Doe-Het-Zelf en Wonen.



Bron: Locatus, Retail Verkenner, oktober 2009, bewerking DHV

7.3 Draagvlakmeting op basis van aannames

Het stedenbouwkundig plan voor Gardenz voorziet in de realisatie van 4 nieuwe panden (excl. de locatie van Hornbach) met een gezamenlijk bvo van 28.300 m² en een geschat wvo van 24.000 m².

Voor de invulling van de nieuw te realiseren panden zijn deels al ondernemers in beeld.

Het grootste pand wordt ingevuld door de woninginrichter Berden 12.000 m² bvo / 10.000 m² wvo.

A&C breidt uit tot 5.000 m² bvo / 4.300 m² wvo, Animal Plaza breidt uit tot 2.200 m² bvo / 1.900 m² wvo.

Van de resterende 9.100 m² bvo / 7.800 m² wvo en de vrijkomende panden van Animal Plaza, A&C 2.200 m² bvo / 1.900 m² wvo op Gardenz is de invulling niet bekend. Voor het vrijkomende pand van Berden (2.500 m² bvo) op industrieterrein Bergerweg is de invulling eveneens niet bekend.

De resterende uitbreidingsruimte op Gardenz kan op verschillende manieren ingevuld worden met verschillende effecten op het functioneren van de detailhandel in de regio. De retailstructuurvisie staat vestiging van winkels uit de hoofdbranches Doe-Het-Zelf, Wonen en Plant & Dier toe. Om de mogelijke effecten in beeld te brengen gaan we voor de resterende panden uit van drie varianten.

1. Toevoeging van 10.000 m² wvo Doe-Het-Zelf
2. Toevoeging van 10.000 m² wvo Plant & Dier
3. Toevoeging van 10.000 m² wvo Wonen.

Om de theoretische effecten van mogelijke uitbreiding van het aanbod op Gardenz in beeld te brengen, voeren we een draagvlakmeting uit. Een draagvlakmeting is een modelmatige benadering van de werkelijkheid. Hierbij wordt gebruik gemaakt van landelijke kengetallen aangevuld met aannames over de lokale situatie. Voor de draagvlakmeting hanteren wij de volgende uitgangspunten:

Inwoners: Het aantal inwoners in de regio Sittard-Geleen daalt tussen 2012 en 2015 met 2%.

Inkomen: Het gemiddelde besteedbare inkomen in de regio Sittard-Geleen is zowel in 2012 als in 2015 1% lager dan het landelijke gemiddelde.

De detailhandelsomzet per hoofd: De detailhandelsomzet per hoofd wijzigt tussen 2012 en 2015 niet.

De detailhandelsomzet per m² wvo: De detailhandelsomzet per m² wvo wijzigt tussen 2012 en 2015 niet.

Bestaande initiatieven:

Doe-Het-Zelf: De herontwikkeling van de Hornbach zorgt voor een uitbreiding van het winkelvloeroppervlakte met 10.000 m².

Plant en Dier: De herontwikkeling van de Hornbach zorgt voor een afname van het winkelvloeroppervlakte met 1.500 m². De uitbreiding van Animal Plaza zorgt voor een toename van het winkelvloeroppervlakte met 1.000 m².

Wonen: De herontwikkeling van de Hornbach zorgt niet voor een wijziging in het aanbod. De vestiging- en uitbreidingsplannen van A&C Wonen en de vestiging van Berden op Gardenz zorgen voor een uitbreiding van het aanbod in de hoofdbranche Wonen met 13.000 m² wvo.

10.000 m² extra aanbod op Gardenz: Naast de plannen van Hornbach, Animal Plaza, Berden en A&C Wonen is er op Gardenz nog fysieke ruimte voor 10.000 m² extra aanbod. Voor de draagvlakmeting wordt steeds gekeken naar de effecten van het realiseren 10.000 m² wvo in één (hoofd)branche.

Figuur 19: Uitgangspunten voor de draagvlakmeting per scenario

Scenario	1 Huidige situatie	2 Autonoom	3 Uitbreiding Hornbach	4 Uitbreiding Gardenz
Inwoners	181.935	177.817	177.817	177.817
Inkomen	99%	99%	99%	99%
inkomenselasticiteit	0,5	0,5	0,5	0,5
Inkomenscorrectie	-0,50%	-0,50%	-0,50%	-0,50%
Doe-het-zelf				
Detailhandelsomzet per hoofd	€ 230	€ 230	€ 230	€ 230
Detailhandelsomzet per m ² wvo	€ 1.420	€ 1.420	€ 1.420	€ 1.420
Aanbod	26.217	26.217	36.217	36.217
Tuincentra				
Detailhandelsomzet per hoofd	€ 70	€ 70	€ 70	€ 70
Detailhandelsomzet per m ² wvo	€ 550	€ 550	€ 550	€ 550
Aanbod	21.519	21.519	20.019	31.519
Wonen				
Detailhandelsomzet per hoofd	€ 360	€ 360	€ 360	€ 360
Detailhandelsomzet per m ² wvo	€ 1.200	€ 1.200	€ 1.200	€ 1.200
Aanbod Wonen	71.703	71.703	71.703	94.703

Bron: CBS, Statline 2012; omzetkengetallen HBD, 2011; Locatus benchmark verkenner mei 2012, bewerking DHV

Koopstromen op basis van retailstructuurvisie DTNP

Voor de regio Sittard-Geleen bestaat geen gedetailleerd koopstromenonderzoek. Dit betekent dat de binding en toevloeiing voor zowel de huidige als de toekomstige situatie geschat moeten worden. DTNP heeft in de retailstructuurvisie en in haar studie naar de effecten van de uitbreiding van de Hornbach een schatting gegeven van de koopkrachtbinding en toevloeiing in de gemeente Sittard-Geleen. DHV is van mening dat de door DTNP gehanteerde waarden een goede inschatting zijn van de situatie. DHV hanteert de waarden van DTNP als uitgangspunt. Waar DTNP keek naar de effecten op de gemeente Sittard-Geleen kijken wij naar de regio Sittard-Geleen. Dit betekent dat de schattingen bijgesteld moeten worden.

Wij rekenen bij de tuincentra en voor de hoofdbranche Doe-Het-Zelf met een lagere binding, omdat vanuit Beek, Echt-Susteren, Stein en Schinnen er op kortere afstand alternatief aanbod bereikbaar is, dan vanuit Sittard-Geleen en er dus sterker sprake zal zijn van afvloeiing. Voor de hoofdbranche Wonen rekenen wij met een binding die iets hoger is. Dit omdat we verwachten dat een deel van de afvloeiing vanuit Sittard-Geleen elders in de regio terecht komt. Daarnaast verwachten we dat de binding in de regio nauwelijks lager zal zijn. Wij rekenen met een lagere toevloeiing omdat een aanzienlijk deel van de toevloeiing in de gemeente Sittard-Geleen afkomstig is uit de buurgemeenten, deze toevloeiing is op regio niveau binding. Daarnaast verwachten wij niet dat er in de buurgemeenten meer toevloeiing is van buiten de regio dan in Sittard-Geleen.

Wij verwachten dat de Hornbach op basis van de omvang en het concept zorgt voor een nieuwe vorm van aanbod. Op basis hiervan sluiten wij ons aan bij de conclusie van DTNP dat de binding en de toevloeiing toe zullen nemen.

De 24.000 m² extra aanbod op Gardenz kan verschuivingen in de koopstromen met zich mee brengen, waardoor het nieuwe aanbod (gedeeltelijk) haar eigen marktruimte creëert. Dit zal met name gelden voor aanbod dat door haar concept of omvang een niche in de markt bedient of een bovenregionale aantrekkingskracht heeft. De vergroting van Animal Plaza zal vermoedelijk niet leiden tot een hogere binding aan de regio of een hogere toevloeiing, maar uitsluitend tot verschuivingen in de koopstromen binnen de regio. De verplaatsing en uitbreiding van A&C en Berden zal vermoedelijk wel leiden tot een hogere binding aan de regio.

Voor de 10.000 m² wvo waarvan de invulling nog niet bekend is, gaan wij er van uit dat deze niet leiden tot een wijziging in de koopstromen op interregionaal niveau.

Samenvattend

Om de mogelijke effecten in beeld te brengen rekenen we 5 scenario's door:

1. Huidige situatie: Functioneren op basis van aanbod en bestedingen in 2012
2. Autonoom: Functioneren op basis van aanbod en koopstromen in 2012 en de bevolkingsomvang in 2015.
3. Bestaande initiatieven: Functioneren in 2015 op basis van veranderd aanbod en koopstromen als gevolg van de volledige realisatie van Hornbach
4. 24.000 m² extra aanbod: Functioneren in 2015 op basis van veranderd aanbod en koopstromen als gevolg van de realisatie van 24.000 m² extra aanbod op Gardenz. Bestaande uit 13.000 m² wonen, 1.000 m² Plant en Dier en 10.000 m² nog in te vullen aanbod. Voor het nog in te vullen aanbod kijken we na drie varianten:
 - a. 10.000 m² wvo Doe-Het-Zelf
 - b. 10.000 m² wvo Plant en Dier
 - c. 10.000 m² wvo Wonen.
5. Totaal: Functioneren in 2015 op basis van de volledige realisatie van Hornbach als van 24.000 m² extra aanbod op Gardenz.

Navolgend is het beeld per scenario weergegeven en zijn de belangrijkste conclusies vermeld.

7.4 Omzet per m² neemt stevig af

Onderstaand is voor ieder van de 5 scenario's aangegeven hoe de drie onderzochte branches functioneren.

Scenario 1 Huidige situatie: Tuincentra functioneren bovengemiddeld, Doe-Het-Zelf functioneert redelijk en Wonen functioneert slecht

De tuincentra in de regio Sittard-Geleen functioneren in de huidige situatie een fractie boven het nationale gemiddelde. De hoofdbranche Doe-Het-Zelf functioneert iets onder het nationale gemiddelde. De gemiddelde vloerproductiviteit is bij de tuincentra 7% hoger dan landelijk en in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf 3% lager. De hoofdbranche Wonen functioneert in de regio Sittard-Geleen in vergelijking tot landelijke situatie zeer zwak. De huidige omzet per m² ligt 45% onder de gemiddelde landelijke vloerproductiviteit.

Scenario 2 Autonoom (alleen bevolkingsontwikkeling): Kleine verslechtering ten opzichte van huidige situatie

Zonder toevoeging van nieuw aanbod zal het functioneren van alle drie de branches verslechteren (als gevolg van de bevolkingsafname). Ten opzichte van de huidige situatie neemt de omzet met 2% af.

Scenario 3 Realisering Hornbach: Teruglopende vloerproductiviteit in Doe-Het-Zelf

Als de Hornbach uitbreid tot een winkel bestaande uit een bouwmarkt van 10.000 m² wvo en een tuincentrum van 4.600 m² wvo verandert het Doe-Het-Zelf aanbod in de regio Sittard-Geleen ingrijpend. De komst van de Hornbach zal leiden tot een verhoogde attractiewaarde van het bouwmarkt aanbod in de regio Sittard-Geleen. Op basis hiervan kan een hogere koopkrachtbinding en toevloeiing verwacht worden. De toename van de regionale omzet is echter kleiner dan de toename van het (regionale) aanbod. Dit betekent dat de omzet per vierkante meter terugloopt. Ten opzichte van het autonome scenario verslechtert de omzet per m² aanzienlijk (-15%). De omzet per m² komt hierdoor 19% onder het landelijke gemiddelde te liggen.

De omvorming van de Hornbach van een tuincentrum naar een combinatie van een tuincentrum en een bouwmarkt zal er toe leiden dat het aantal m² aan tuincentra licht afneemt (-1.500 m²). Wanneer dit niet ten koste gaat van de koopkrachtbinding en toevloeiing zal de omzet per m² licht toenemen.

In de hoofdbranche Wonen treden door de uitbreiding van de Hornbach geen veranderingen op in het aanbod of de koopstromen.

Scenario 4 Realisatie 24.000 m² extra aanbod op Gardenz: Forse afname van vloerproductiviteit

De 24.000 m² fysieke ruimte op Gardenz kan op verschillende manieren ingevuld worden. Voor drie winkeleenheden met een totaal wvo van 14.000 m² is de beoogde gebruiker bekend (Berden, A&C en Animal Plaza). Voor de overige 10.000 m² verdeeld over 7 units (5 nieuwe in twee gebouwen en 2 bestaande in 2 gebouwen) is er nog geen gebruiker bekend. Gezien de omvang van de units: 1.100 m² bvo tot 2.000 m² bvo ligt het niet voor de hand dat zich hier een grote trekker zal vestigen. Vermoedelijk zullen de units ingevuld worden door verschillende winkels, mogelijk uit verschillende branches. Het is echter ook mogelijk dat alle beschikbare units ingevuld worden door bedrijven uit één hoofdbranche. Voor de marktruimte berekening is gekozen voor drie varianten, die ieder per hoofdbranche het meest ingrijpende scenario weergeven (volledige toevoeging in één hoofdbranche, geen toename van de bestedingen). In alle drie de varianten leidt de uitbreiding van het aanbod tot een gemiddelde omzet per m² die ver onder het landelijke gemiddelde ligt.

Wanneer er 24.000 m² aanbod wordt toegevoegd op Gardenz (exclusief Hornbach) ontstaat in alle drie de branches een situatie waarbij de omzet in bestaande winkels zwaar onder druk komt te staan. In de hoofdbranche Doe-Het-Zelf en bij de tuincentra is de verslechtering ten opzichte van het autonome scenario het grootst, hier neemt de omzet per m² met 28% en 34% af. In de hoofdbranche Wonen is de omzet daling geringer, ten opzichte van het autonome scenario daalt de omzet met 19%.

Scenario 5 Realisatie Gardenz plus bestaande initiatieven: Omzetsdaling is zeer omvangrijk

Rekeninghoudend met zowel de uitbreiding van Hornbach als de realisatie van 24.000 m² extra aanbod op Gardenz zal de gemiddelde omzet in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf nog sterker teruglopen. Ten opzichte van het autonome scenario vindt een omzet daling plaats van 33%.

Figuur 20: Draagvlakmeting per scenario

Scenario	1 Huidige situatie	2 Autonoom	3 Uitbreiding Hornbach	4 Uitbreiding Gardenz	5 Totaal
Doe-Het-Zelf					
Binding	80%	80%	90%	80%	90%
Toevloeiing	8%	8%	12%	8%	12%
Vloerproductiviteit	€ 1.380	€ 1.350	€ 1.150	€ 980	€ 900
Afwijking t.o.v. normatieve omzet	-3%	-5%	-19%	-31%	-37%
Afwijking t.o.v. huidige situatie	nvt	-2%	-17%	-29%	-35%
Afwijking t.o.v. autonome scenario	nvt	nvt	-15%	-28%	-33%
Marktruimte	-700	-1.300	-6.900	-11.300	-16.900
Tuincentra					
Binding	90%	90%	90%	90%	90%
Toevloeiing	10%	10%	10%	10%	10%
Vloerproductiviteit	€ 590	€ 570	€ 620	€ 380	€ 400
Afwijking t.o.v. normatieve omzet	7%	5%	12%	-31%	-27%
Afwijking t.o.v. huidige situatie	nvt	-2%	5%	-35%	-32%
Afwijking t.o.v. autonome scenario	nvt	nvt	7%	-34%	-31%
Marktruimte	1.500	1.000	2.500	-10.000	-8.500
Wonen					
Binding	65%	65%	65%	70%	70%
Toevloeiing	10%	10%	10%	10%	10%
Vloerproductiviteit	€ 660	€ 640	€ 640	€ 520	€ 520
Afwijking t.o.v. normatieve omzet	-45%	-47%	-47%	-56%	-56%
Afwijking t.o.v. huidige situatie	nvt	-2%	-2%	-20%	-20%
Afwijking t.o.v. autonome scenario	nvt	nvt	0%	-18%	-18%
Marktruimte	-32.500	-33.500	-33.500	-53.500	-53.500

7.5 Uitbreiding aanbod heeft aanzienlijke gevolgen voor bestaande winkels

In een krimpende markt zorgt de toevoeging van nieuw aanbod bijna altijd voor een afname van de omzet bij bestaande winkels. Dit is ook bij een eventuele uitbreiding van het aanbod op Gardenz het geval. Het effect op de bestaande winkels zal in alle drie de branches aanzienlijk zijn.

De economische mogelijkheden in de regio Sittard-Geleen zijn te krap om alle bestaande en nieuwe aanbieders een renderend perspectief te bieden. Voor Wonen is op dit moment al sprake van een kwetsbaar perspectief. Voor Doe-Het-Zelf en tuincentra kan die situatie ontstaan. Wanneer de herontwikkeling van de Hornbach wordt gerealiseerd en er daarnaast op Gardenz nog eens 24.000 m² nieuw aanbod wordt toegevoegd, zullen de omzetsdalingen bij de bestaande winkels omvangrijk zijn. Op voorhand is niet te stellen dat bepaalde bedrijven failliet zullen gaan. Aspecten als locatie, schaalgrootte/concentratievoordelen en formule/naamsbekendheid/marketing zijn bepalend voor wat betreft attractiviteit, omzetspectatief en toekomstverwachting van zowel de bestaande als de "nieuwe" aanbieders.

Wanneer is er sprake van duurzame ontvruchting?

Een DPO wordt veelal gebruikt om te bepalen of een nieuw initiatief leidt tot duurzame ontvruchting. Of er al dan niet sprake is van duurzame ontvruchting is ten dele een definitie kwestie. Duurzame ontvruchting wordt regelmatig op twee manieren geïnterpreteerd:

1. Er is sprake van duurzame ontvruchting wanneer als gevolg van een initiatief er een forse overschrijding ontstaat van de (theoretische) optimale omvang van het winkelvloeroppervlakte in een bepaalde branche.
2. Er is sprake van duurzame ontvruchting wanneer als gevolg van een initiatief er een onaanvaardbare afname van de in een verzorgingsgebied aanwezige variatie in het aanbod (van een bepaalde branche) plaatsvindt.

Beide definities laten nog de nodige ruimte voor interpretatie. Twee gerechtelijke uitspraken bieden hiervoor uitkomst.

De eerste definitie van duurzame ontvruchting kan op basis van een uitspraak van de Raad van state (200806342/1/H1) worden verworpen. In deze zaak met betrekking tot de vestiging van een bouwmarkt wordt verwezen naar een eerdere uitspraak van de Raad:

“Voor het antwoord op de vraag of er sprake is van duurzame ontvruchting van het voorzieningenniveau in een bepaalde sector komt geen doorslaggevende betekenis toe aan het antwoord op de vraag of er sprake is van overaanbod en mogelijke sluiting van bestaande detailhandelsvoorzieningen, maar aan het antwoord op de vraag of voor de inwoners van de gemeente een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft in die zin dat zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun geregelde inkopen kunnen doen.”

Het is dus uitsluitend van belang of er binnen aanvaardbare afstand voldoende voorzieningen zijn. Dat behoud van variatie hierbij geen rol speelt blijkt uit de uitspraak van de Raad van State in de zaak tegen de gemeente Ooststellingwerf (200807997/1/H1). In deze zaak betreffende de vestiging van een Bouwmarkt in Oosterwolde erkent de Raad van State dat het aannemelijk is dat de realisering van de bouwmarkt de sluiting van alle speciaalzaken in de Doe-Het-Zelf branche in Oosterwolde en omgeving tot gevolg zal kunnen hebben en daarmee de gehele kleinschalige voorzieningenstructuur in deze branche zal verdwijnen. Hiermee treedt een verschraling van het aanbod in de Doe-Het-Zelf branche op, maar kunnen inwoners van het primaire, secundaire en tertiaire verzorgingsgebied nog steeds op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun geregelde inkopen doen.

Wat een aanvaardbare afstand is, blijft nog wel open voor interpretatie. In het geval van Oostellingenwerf gaat het in ieder geval om de afstand van Haulerwijk naar Oosterwolde (11km – 13 autominuten).

Om een nadere inschatting te geven van de effecten ontkomen we er niet aan om opnieuw een aanname te maken. Om een inschatting te maken van de effecten gaan wij uit van de volgende aanname

- Nieuwe meters (Gardenz en Hornbach) zijn attractiever dan de bestaande meters en zullen op het landelijke gemiddelde functioneren.

Deze aanname volgend neemt de omzet per m² bij de bestaande winkels af met 50 tot 60%. Een dergelijke omzet daling zal in alle drie de branches grote gevolgen hebben voor de overlevingskansen van het bestaande aanbod. Er zijn echter in alle drie de branches kanttekeningen te plaatsen bij deze aanname.

Figuur 21: Effect van realisatie nieuwe winkels op de omzet van bestaande winkels

	Doe-Het-Zelf Scenario 5	Tuincentra Scenario 4	Wonen Scenario 5
Huidige aanbod	26.217	21.519	71.703
Omzet per m ² (autonome scenario)	€ 1.350	€ 570	€ 640
Toevoeging van "nieuw" aanbod	20.000	11.000	23.000
Omzet per m ² in "nieuw" aanbod	€ 1.420	€ 550	€ 1.200
Omzet per m ² in bestaand aanbod	€ 500	€ 294	€ 305
Omzet bij bestaande aanbod t.o.v. autonome scenario	-63%	-49%	-52%
Omzet bij bestaande aanbod t.o.v. normatieve omzet	-65%	-47%	-75%

Wanneer al het "nieuwe" Doe-Het-Zelf aanbod een vloerproductiviteit realiseert die gelijk is aan het landelijke gemiddelde, is er nauwelijks meer marktruimte voor het bestaande aanbod en zal de meerderheid van het bestaande Doe-Het-Zelf aanbod verdwijnen. In de Doe-Het-Zelf branche ontstaat dan een situatie waarin het aanbod zeer sterk geconcentreerd is op Gardenz. Het is echter maar zeer de vraag of al het "nieuwe" aanbod een vloerproductiviteit kan realiseren die gelijk is aan het landelijke gemiddelde. Er is in de huidige situatie een grote bouwmarkt (Gamma), met de uitbreiding van de Hornbach komt hier een megabouwmarkt bij. Toevoeging van een derde en een vierde bouwmarkt om de resterende 10.000 m² wvo mee op te vullen maakt het relatieve verschil tussen Gardenz en de andere winkelgebieden niet veel gorter. De afweging die de consument maakt zal niet wezenlijk veranderen. Vermoedelijk zal een dergelijke toevoeging niet leiden tot een veel grotere toestroom naar Gardenz. Veel kleinere bouwmarkten hebben primair een lokaal verzorgende functie. Deze functie zal door de vestiging van nieuw aanbod aangetast kunnen worden, maar niet volledig wegvallen. Onze verwachting is dat er in de meeste kernen voor een bouwmarkt van 2.000 m² wvo goede overlevingskansen zijn, wanneer deze bouwmarkt voor ongeveer 25.000 consumenten duidelijk sneller te bereiken is dan omvangrijker concurrerend aanbod. Dit betekent dat er ook na realisatie van nieuw aanbod op Gardenz, op andere locaties in de regio Sittard-Geleen overlevingskansen zijn. De door de gemeente Sittard-Geleen nagestreefde structuur met bouwmarktaanbod in Sittard-Noord en op Gardenz hoeft dan ook niet in gevaar te komen. Het roept echter wel de vraag op of het mogelijk is om naast de uitbreiding van Hornbach nog eens 10.000 m² aan nieuw Doe-Het-Zelf aanbod op Gardenz te realiseren.

Wanneer er op Gardenz 11.000 m² tuinaanbod toegevoegd wordt en dit aanbod een vloerproductiviteit realiseert die gelijk is aan het landelijke gemiddelde, valt er in de tuincentra branche een flinke structuurverandering te verwachten. Een afname van de omzet per m² met 50% zal voor bijna alle tuincentra zeer ingrijpende gevolgen hebben. Het is echter maar de vraag of deze effecten bij alle bedrijven terecht zullen komen. In de tuincentra branche wordt na realisatie van 11.000 m² nieuw aanbod op Gardenz, de positie van Gardenz nog dominanter dan dat deze nu al is. Het tuincentrum aanbod op Gardenz is nu al meer dan vijf keer omvangrijker dan het grootste tuincentrum elders in de regio. Als dit verschil nog verder oploopt door toevoeging van nieuw aanbod verandert de keuze tussen een bezoek aan Gardenz of een bezoek aan één van de kleinere tuincentra elders in de regio niet wezenlijk. Op basis van de omvang van het aanbod vallen er binnen de regio dan ook geen verschuivingen in het bestedingspatroon te verwachten. De kwalitatieve invulling van het aanbod op Gardenz zal een veel grotere rol spelen bij de ruimtelijke spreiding van de effecten dan de kwantitatieve omvang. Omdat de kwalitatieve invulling niet bekend is, zijn hier geen uitspraken over te doen.

Wanneer de nieuwe vestigingen van Berden en A&C en de overige 10.000 m² in de hoofdbranche Wonen een vloerproductiviteit realiseren die gelijk is aan het landelijke gemiddelde neemt de omzet bij de bestaande bedrijven met 50% af. Voor de aanbieders van meubels zal de uitbreiding van Berden en A&C zorgen voor extra concurrentie. Voor de overige 10.000 m² hangt het effect sterk af van de invulling van de

resterende winkelunits. De woonsector kent een grotere diversiteit dan de andere hoofdbranches. Hierdoor is het mogelijk dat zich winkels vestigen uit branches die nu nog in de regio ontbreken. Het effect op het bestaande aanbod zal hierdoor relatief gering kunnen zijn. Deze kleinere branches zijn vermoedelijk niet groot genoeg om de volledige 10.000 m² "nieuw" aanbod in te vullen. Ervan uitgaande dat het aanbod ingevuld wordt door verschillende branches waarvan een groot deel bestaat uit branches waarin in de regio nu al (veel) aanbod is, zal een groot deel van de woonsector in de regio de omzet terug zien lopen. De gevolgen zullen daarbij versterkt worden door het huidige zwakke functioneren. Op basis van de huidige vloerproductiviteit is het al aannemelijk dat op termijn een deel van het aanbod zal verdwijnen.

Effecten op Gardenz

Tussen de Intratuin en A&C is in de huidige situatie een leeg veld. Toevoeging van nieuw aanbod zal het boulevard karakter versterken en de kans op combinatie bezoek vergroten. De mate van combinatiebezoek hangt sterk af van het type winkels dat zich vestigt. Tussen een keukenzaak en een tuinmarkt valt zeer beperkt combinatiebezoek te verwachten. Uitbreiding die ook ten goede komt van de gevestigde bedrijven zal aan moeten sluiten bij de reeds aanwezige branches. Het huidige profiel is vrij diffuus met vestigingen uit verschillende branches, die beperkt een relatie met elkaar hebben. Gezien de moeilijkheden die er in het verleden zijn geweest met het invullen van Gardenz volgens het tuinconcept lijkt sturing op branches beperkte mogelijkheden te bieden. Het is dan ook niet wenselijk om hiervoor beperkingen op te nemen in het bestemmingsplan.

Hoeveel meters toestaan?

Het toevoegen van aanbod op Gardenz biedt mogelijkheden om de attractiviteit van het regionale aanbod te vergroten. Gardenz is binnen de regio al één van de meest aantrekkelijke vestigingslocaties. Wanneer Hornbach, A&C, Animal Plaza en Berden uitbreiden/zich vestigen kan het aantrekkelijk zijn voor andere bestaande ondernemers om zich eveneens op Gardenz te vestigen. Gardenz kan dan uitgroeien tot een zeer aantrekkelijk centrum. Dit zal echter ten koste gaan van het aanbod en de attractiviteit van andere perifere winkelgebieden in de regio. Van de 24.000 m² wvo die wordt toegevoegd op Gardenz is er voor 14.000 m² reeds een beoogde gebruiker. De ondernemers zijn nu al gevestigd in de regio en zien mogelijkheden om op een groter vloeroppervlakte een rendabele bedrijfsvoering te realiseren. Of dit voor de 10.000 m² waarvoor nog geen beoogde gebruiker is, ook mogelijk is, is onduidelijk. In regionaal perspectief is er in alle drie de hoofdbranches na toevoeging van aanbod op Gardenz en bij Hornbach sprake van een aanzienlijk overaanbod. De toevoeging leidt echter niet tot duurzame ontwrichting. Het blijft voor de inwoners van de regio mogelijk om binnen "aanvaardbare" afstand hun aankopen te doen.

Wat de draagvlakmeting laat zien is, dat ruimte bieden aan Wonen, Tuincentra en Doe-Het-Zelf ingrijpende gevolgen zal hebben op de bestaande aanbodstructuur. De afweging die gemaakt moet worden of behoud van bestaande winkels zwaarder weegt dan versterking van Gardenz en vernieuwing van de winkelstructuur.

Beantwoording onderzoeksvragen

Met de beschrijving van effecten van de bestaande initiatieven en de mogelijke uitbreiding van Gardenz kan de laatste vraag beantwoord worden:

- Welke effecten van uitbreiding van het aanbod op Gardenz kunnen worden verwacht op het functioneren van de detailhandel in de regio?

Een uitbreiding van het aanbod op Gardenz met 24.000 m² wvo aan Tuincentra, Doe-Het-Zelf of Wonen zal aanzienlijke gevolgen hebben op de detailhandel in de regio Sittard-Geleen. De omzet per m² bij de bestaande winkels neemt met 50% tot 60% af. Hierdoor is het onvermijdelijk dat een deel van het bestaande aanbod zal verdwijnen en het aanbod zich sterker concentreert op Gardenz. Dit zal echter niet leiden tot duurzame ontwrichting.

BIJLAGE 1 Begrippenlijst

Begrip	Omschrijving
Assortiment	Het geheel van producten/ soorten/ klassen/ merken dat een onderneming aanbiedt.
Bestedingspotentieel	Totaal aan winkelbestedingen die door de bewoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolume.
Branche	Een groep bedrijven die wordt gekenmerkt door één bepaalde (dominante) assortimentsgroep of door een veel voorkomende combinatie van assortimentsgroepen (bijv. warenhuizen).
BVO: Bruto vloeroppervlak	Dit betreft de vloeroppervlakte van de ruimte, dan wel van meerdere ruimten van een vastgoedobject gemeten (volgens NEN 2580) op vloerniveau langs de buitenomtrek van de (buitenste) opgaande scheidingsconstructie, die de desbetreffende ruimte(n) omhullen.
Dagelijkse artikelen	Voedings- en genotsmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken.
Detailhandel	Detailhandel is het leveren van fysieke goederen voor persoonlijk gebruik aan de consument. Het is een sector die bestaat uit verschillende branches.
DPO	Distributie Planologisch Onderzoek. Onderzoek van wijzigingen in de voorzieningenstructuur. Bij een dpo staan twee doelstellingen centraal: a) het verkrijgen van inzicht in de ruimtelijke kwaliteit van de verzorging en b) het verkrijgen van inzicht in de rentabiliteit van ondernemingen. In beide gevallen dient het inzicht gerelateerd te worden aan de potentiële planologische maatregelen die genomen kunnen worden (Voogd, 1999).
Draagvlak	Het totale aantal klanten van een aankoopplaats, bestaande uit klanten uit koopkrachtbinding en klanten uit koopkrachttoevloeiing.
Feitelijke vloerproductiviteit	Wordt berekend door vermenigvuldigen van inwoneraantallen met kooporiëntatie percentages en met toonbankbestedingen, waarna het verkregen getal, gedeeld door het aanwezige wvo of bvo, de omzet per vierkante meter (voor de betreffende branchecategorie of winkelgebied) oplevert (Voogd, 1999).
Franchise- of filiaalbedrijven	Ondernemingen met franchising die twee of meer eigen filialen hebben, aangevuld met winkels van franchisenemers.
Grootschalige detailhandelsvestiging (GDV)	Detailhandelsvestigingen die niet onder de PDV-branches vallen, maar groter zijn dan 1.500 m² wvo per unit.
Grootschalige detailhandelslocatie	De door de lokale overheid aangemerkte vestigingsgebieden binnen de gemeente ten behoeve van GDV-ontwikkelingen.
Horeca	De benaming voor de bedrijfstak van ondernemingen welke gericht zijn op het bedrijfsmatig verstrekken van dranken en/ of etenswaren voor gebruik ter plaatse, dan wel het verschaffen van logies of de combinatie daarvan (Keeris, 2001).
Koopkrachtafvloeiing	De koopkrachtafvloeiing geeft aan in hoeverre de bestedingen van de eigen inwoners afvloeien naar de winkelcentra in de omgeving.
Koopkrachtbinding	De koopkrachtbinding geeft uiteindelijk aan in welke mate de consument gebruik maakt van het winkelbestand in de eigen woonplaats.
Koopkrachttoevloeiing	Mate waarin een aankoopplaats koopstromen uit andere plaatsen aantrekt, in dit rapport uitgedrukt als percentage van de totale koopstromen die door de aankoopplaats worden aangetrokken en gespecificeerd naar plaats van herkomst.

Koopstroom	Mate waarin men in een aankoopplaats naar herkomst bepaalde artikelen koopt.
Niet-dagelijkse artikelen	Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelen.
Normatieve vloerproductiviteit	De vloerproductiviteit die op basis van veelal landelijke of regionale cijfers wordt samengesteld en die als vergelijkingsbasis wordt gehanteerd bij de analyse (Voogd, 1999)
Perifeer gebied	Alle terreinen of locaties binnen de bebouwde kom, welke niet binnen een bestaand of gepland winkelgebied liggen of in het onmiddellijk daaraan grenzende gebied (Keeris, 2001).
Perifere detailhandel vestiging (PDV)	Detailhandelsvorm in de volgende branches: grove bouwmaterialen, brand- en explosiegevaarlijke stoffen, auto's, boten, caravans, bouwmarkten, tuincentra, woninginrichting, keukens, sanitair, fietsen. Dit zijn de branches uit het "oude" rijksbeleid inzake perifere detailhandel en die over het algemeen vanwege verkoop van volumineuze artikelen of verkoop van brand- en explosiegevaarlijke stoffen niet in de "traditionele" bestaande winkelcentra gevestigd werden.
Verzorgingsgebied	Een begrip waarmee het gebied wordt aangeduid waarvan de inwoners zorgen voor het draagvlak onder het in dat gebied gesitueerde betreffende winkelapparaat (Keeris, 2001).
Vloerproductiviteit	Gemiddelde omzet in gevestigde winkel per m ² winkelvloeroppervlak (WVO)
Volumineuze detailhandel	Een algemeen gehanteerde benaming voor een verblijfsobject dat in het bestemmingsplan is aangewezen voor de functiegroep detailhandel, ten behoeve van voornamelijk omvangrijke roerende zaken (Keeris, 2001).
VVO: Verhuurbaar vloeroppervlak	Het deel van de winkelruimte waar huur voor betaald wordt. Dit is in grote lijnen het WVO vermeerderd met magazijn- en personeelsruimte.
Winkel	Ieder voor het publiek vrij toegankelijk pand dat bedoeld is voor de verkoop van detailhandelsartikelen en dat een verkoopoppervlakte van minimaal 10 m ² in gebruik heeft of in geval van leegstand, zal krijgen.
Woonboulevard (algemeen)	Een zelfstandige locatie van winkels met een oppervlakte van minimaal 10.000 m ² wvo wonen; meubelen, slaapkamers/bedden/babywoonwinkels, keukens/badkamers, woondecoratie/woningtextiel/woninginrichting, parket/laminaat/tegels, verlichting. Eventueel is dit aangevuld met andere niet-wonen vestigingen. Er is een minimaal aanbod van 5 woonwinkels, en alle winkels zijn op onderlinge loopafstand.
WVO: Winkel vloeroppervlak	Het gaat hier om alle overdekte, voor de consument toegankelijke en zichtbare ruimte. Dit is ook de (zichtbare) ruimte achter de toonbank en de etalage, maar bijvoorbeeld niet de personeelsruimten, magazijnen en buitenverkoppen.

BIJLAGE 2 Overzicht aantal inwoners naar (reis)afstand

Onderstaande tabel geeft een overzicht van de reisafstand van Gardenz naar het centrum van de verschillende kernen in de omgeving van Gardenz. Op basis van dit overzicht wonen er binnen 20 autominuten van Gardenz ruim 430.000 mensen.

Figuur 25: Reistijden vanaf het centra van kernen in de regio Sittard-Geleen naar Gardenz

		Inwoners	Afstand tot Gardenz	
			Kilometer	Minuten (auto)
Sittard Geleen	Born	6.030	11	11
	Buchten	2.095	10	10
	Einighausen	1.410	2	5
	Geleen	32.475	4	8
	Grevenbicht	2.480	8	12
	Guttecoven	1.300	4	8
	Holtum	1.235	10	10
	Limbricht	2.640	4	7
	Munstergeleen	4.980	6	10
	Obbicht	1.865	7	9
	Papenhoven	780	9	11
	Sittard	38.260	5	10
	Windraak	110	7	9
Stein	Elsloo	9.090	8	10
	Stein	11.430	6	9
	Urmond	5.565	4	5
Beek	Beek	13.065	9	11
	Spaubeek	3.630	15	13
Schinnen	Amstenrade	2.565	18	15
	Doenrade	1.155	9	13
	Oirsbeek	3.960	10	14
	Puth	2.075	7	13
	Schinnen	2.780	13	12
	Sweikhuizen	880	7	14
Onderbanken	Bingelrade	845	10	13
	Jabeek	715	11	15
	Merkelbeek	1.700	11	14
	Schinveld	4.980	15	21
Meerssen	Bunde	6.110	16	12
	Geulle	2.675	12	13
	Meerssen	7.720	16	12
	Ulestraten	2.885	15	15
Nuth	Hulsberg	4.180	20	19
	Nuth	6.620	15	14
	Schimmert	3.305	18	18
	Wynandsrade	1.745	17	16
Heerlen	Heerlen	69.370	23	18
	Hoensbroek	20.290	18	17
Brunssum		29.740	13	17
Echt-Susteren	Echt	14.480	19	17
	Koningsbosch	1.695	17	20

	Maria Hoop	1.380	26	25
	Nieuwstadt	3.340	8	11
	Roosteren	1.560	16	15
	St Joost	1.515	24	18
	Susteren	8.200	11	14
Maasgouw	Beegden	1.780	31	24
	Heel	4.325	29	21
	Linne	3.740	26	20
	Maasbracht	7.315	23	16
	Ohe en Laak	870	19	15
	Stevensweert	1.640	21	18
	Thorn	2.555	28	19
	Wessem	2.195	26	16
Selfkant (D)		10.263	13	16
Maaseik (B)		24.139	19	18
Maasmechelen (B)		36.661	15	15

Bron: Google Maps, 2009

BIJLAGE 3 Regio afbakening Limburg

Om een goede regio afbakening te maken is een koopstromenonderzoek belangrijke input. Voor de regio Sittard-Geleen zijn nauwelijks koopstromenonderzoeken beschikbaar. Wat wel beschikbaar is, is studie winkelgedrag EU-regio van BRO. DHV heft geen nadere regio indeling gemaakt maar de regio afbakening rechtstreeks overgenomen uit de studie van BRO.

Sittard-Geleen

- Sittard-Geleen
- Stein
- Echt-Susteren
- Beek
- Schinnen

Heerlen

- Heerlen
- Brunssum
- Onderbanken
- Landgraaf
- Kerkrade
- Simpelveld
- Nuth
- Voerendaal
- Vaals

Maastricht

- Maastricht
- Meersen
- Valkenburg aan de Geul
- Gulpen-Wittem
- Margraten
- Eijsden

Roermond/Weert

- Roermond
- Beesel
- Roerdalen
- Maasgouw
- Leudal
- Weert
- Nederweert

BIJLAGE 4 Definitie bouwmarkt en tuincentra

Het HBD publiceert eenmaal per jaar kerncijfers met betrekking tot de omzet per hoofd van de bevolking en de omzet per vierkante meter winkelvloeroppervlakte. Het HBD baseert zich hierbij op gegevens van het CBS. Het HBD publiceert geen kengetallen voor de gehele hoofdbranche Doe-Het-Zelf en Plant & Dier maar alleen voor de bouwmarkt branche en voor de tuincentra branche. De definitie van een bouwmarkt/tuincentra is daarbij gebaseerd op de definitie van het CBS.

Bouwmarkten

Het CBS hanteert de volgende definitie voor een bouwmarkt:

Bouwmarkten en andere winkels in bouwmaterialen algemeen assortiment

Deze subklasse omvat:

Detailhandel in bouwmaterialen algemeen assortiment waarvan de artikelengroepen

- 5246.1 IJzerwaren en gereedschappen,
- 5246.2 Verf en verfwaren,
- 5246.3 houten bouw- en tuinmaterialen,
- 5246.4 (tegels) en
- 5246.7 (overige bouwmaterialen)

Deel uit maken waarbij het omzetaandeel van genoemde artikelengroepen afzonderlijk 5% of meer maar minder dan 50% uitmaakt van de omzet.

Voor het aanbod maakt DHV gebruik van gegevens van Locatus. Locatus deelt de hoofdbranche DHZ op in 7 branches

- o Bouwmarkt
- o Bouwmateriaal
- o Deur/Kozijn
- o Breedpakket
- o Hout
- o IJzerwaren&gereedschap
- o Sanitairmaterialen
- o Verf/Behang

Locatus definieert een bouwmarkt als:

- *Verkooppunten met een breed assortiment DHZ artikelen, waaronder ten minste zes van de volgende groepen:*

ijzerwaren, handgereedschap, installatiemateriaal, elektrisch handgereedschap, hout en houtwaren, sanitair, verf, verfproducten en toebehoren, behang, tuinartikelen niet levend.

- *Het oppervlakte van de winkel (op formuleniveau) bedraagt minimaal 800 m² wvo.*
- *Minimaal 50% van de omzet is afkomstig van de verkoop aan particulieren.*

Winkels die kleiner zijn dan 800 m² (op formuleniveau) definieert Locatus als breedpakketzaken.

Het CBS maakt geen onderscheid tussen bouwmarkten en breedpakket zaken. Om de omzetcijfers van het HBD toe te passen op de aanbod cijfers van Locatus kijkt DHV naar het aanbod van zowel Bouwmarkten als breedpakket zaken.

Tuincentra

Tuincentra zijn vaak ontstaan uit boomkwekerijen, hoveniersbedrijven, bloemisterijen en zaadhandel. In de praktijk zijn er nog steeds verschillende bedrijfstypen die onder het begrip 'tuincentrum' vallen en zich in meer of mindere mate als op de consument gericht tuincentrum dan wel als ambachtelijk bedrijf presenteren. De tuincentra staan bij het CBS geregistreerd onder SBI-code 52492. Hiertoe behoren winkels in:

- Bloemen, planten, boomkwekerijgewassen, zaden en tuinbenodigdheden en algemeen assortiment waarbij het omzetaandeel van de artikelgroepen afzonderlijk minder dan 50% uitmaakt van de omzet;
- Bloemen, planten, boomkwekerijgewassen, zaden en tuinbenodigdheden en algemeen assortiment in combinatie met het kweken van bloemen, planten, boomkwekerijgewassen waarbij het omzetaandeel zelfgekte producten minder dan 35% uitmaakt van de omzet.

Beide eventueel in combinatie met de verkoop van tuingereedschappen of het maken van bloemstukken, bruidsboeketten, grafstukken en dergelijke.

Overheden hebben veelal een eigen begripsomschrijving voor tuincentra. Veel gemeenten hanteren een eigen definitie of die van het stedenbouwkundige bureau dat in opdracht van de gemeente het bestemmingsplan opstelt. Tuinbranche Nederland, de brancheorganisatie voor tuincentra, adviseert de volgende definitie te hanteren: 'tuincentra zijn grootschalige detailhandelscentra met een breed aanbod aan 'levende en niet-levende' huis- en tuingerelateerde artikelgroepen in het basisassortiment. Daarnaast ontwikkelt zich een nevenassortiment dat bestaat uit vrijetijdsartikelen'.

Voor het aanbod maakt DHV gebruik van gegevens van Locatus. Locatus deelt de hoofdbranche Plant & Dier op in 6 branches:

- Aquariums
- Bloem/Plant
- Dibevo
- Tuinartikelen
- Tuincentrum
- Tuinmeubelen

Locatus definieert een tuincentrum op min of meer dezelfde wijze als het CBS. Om de omzetcijfers van het HBD toe te passen op de aanbod cijfers van Locatus kijkt DHV uitsluitend naar het aanbod van tuincentra.

BIJLAGE 5 Beleidskaders

De nota Ruimte

De grondslagen van het landelijke detailhandelsbeleid zijn met de Nota Ruimte gewijzigd. De nota ruimte werkt volgens het motto decentraal wat kan, centraal wat moet. De verantwoordelijkheid voor het ruimtelijke beleid wordt steeds nadrukkelijker bij de lagere overheden gelegd.

Net als in de Vijfde Nota Ruimtelijke Ontwikkeling heeft ook in de Nota Ruimte de binnenstad primaat. Gelijktijdig is realiteitszin toegenomen in die zin dat besef is doorgedrongen dat vanwege de voortschrijdende schaalvergroting (meer meters én functievervlechting/ thematisering) niet ontkomen kan worden aan perifere ontwikkeling van detailhandel. Het strikte PDV/GDV beleid is dan ook afgeschaft. Detailhandelsondernemingen mogen zich perifeer vestigen, maar alleen indien aangetoond wordt dat:

- het accommoderen van grootschalige winkelformules in of aan de rand van binnensteden niet mogelijk is
- de aard van het assortiment perifere vestiging noodzakelijk maakt (traditionele perifere branches).

Met de nieuwe WRO krijgen gemeenten daarnaast de mogelijkheid om in bestemmingsplannen een aparte bestemming voor perifere detailhandel op te nemen.

Provinciaal omgevingsplan Limburg en Handreiking Ruimtelijke Ontwikkeling - 2006

Op provinciaal niveau wordt geen planningsopgave voor detailhandel of stedelijke recreatieve voorzieningen geformuleerd. Stadsregio's en gemeenten zullen voorzichtig moeten omgaan met uitbreiding van detailhandel. De nadruk ligt op kwaliteitsverbetering en versterking van de detailhandelsstructuur. Nieuwe ontwikkelingen kunnen met name mogelijk gemaakt worden doorerschikking van het aanbod of in combinatie met sanering.

Vestiging van nieuwe grootschalige functies op het gebied van detailhandel op stedelijke dienstenterreinen moet zorgvuldig afgewogen worden. Dit is ingegeven vanuit het streven om de kwaliteit van de binnensteden te waarborgen. En vanuit het belang van een goede verzorgingsstructuur in wijken, buurten en kernen.

De stedelijke dienstenterreinen bieden in het beleid van de provincie uitsluitend ruimte aan detailhandelsfuncties voor minder frequent benodigde, doelgerichte aankopen, die moeilijk inpasbaar zijn in bestaande winkelgebieden vanwege volumineuze aard en dagelijkse bevoorrading. De provincie denkt daarbij aan grotere winkels (1.000 m² of meer) voor aankopen op het gebied van wonen, vervoer en outdoor. In onderstaand kader is illustratief (niet limitatief) aangegeven welke branches de provincie rekent tot deze categorieën.

Wonen	Vervoer	Outdoor
meubelen	auto's/motoren	tuinartikelen
woningstofferings	boten	tuininrichting
keukens	caravans	kampeermaterialen
sanitair	landbouwwerktuigen	sport
bouwmaterialen		
gereedschap		
bruin- en witgoed		

Retailstructuurvisie Sittard-Geleen

De gemeente Sittard-Geleen streeft met haar retailstructuurvisie naar

- het vergroten van de koopkrachtbinding in de eigen gemeente
- behouden en creëren bovenregionale aantrekkingskracht
- creëren van een evenwichtige en duidelijke retailstructuur

In de retailstructuurvisie is de distributieve marktruimte berekend voor onder andere de hoofdbranches Doe-Het-Zelf, Woninginrichting en Tuinartikelen. De retailstructuurvisie concludeert dat gezien het te verwachten verzorgingsgebied en het huidige aanbod er geen aanleiding is om het aanbod substantieel uit te breiden. Vanuit kwalitatief oogpunt is versterking van het aanbod wel gewenst. Op alle drie de locaties voor volumineuze artikelen doen zich knelpunten voor. Voor het goed functioneren van de woninginrichtingbranche is concentratie op één locatie wenselijk. Van de drie bestaande locaties is Gardenz het meest geschikt voor clustering van het aanbod. Het gekozen tuinthema op deze locatie blijkt in de praktijk tot invullingsproblemen te leiden. Door een verruiming van de toegestane branches met de branche woninginrichting neemt de kans toe dat deze locatie verder ontwikkeld wordt en er een aantrekkelijk concept ontstaat. Omdat er geen distributieve ruimte is voor uitbreiding van het aanbod zal invulling van de locatie Gardenz met woninginrichtingszaken vooral dienen te gebeuren door het stimuleren van verplaatsingen elders uit de gemeente. Naast de concentratie van winkels op Gardenz acht de retailstructuurvisie het wenselijk dat de bestaande bouwmarkten op de Dr. Nolenslaan in Sittard behouden blijven. Om de huidige spreiding en diversiteit te behouden is de vestiging van een grootschalige bouwmarkt (>5.000 m²) niet gewenst.

COLOFON

Opdrachtgever	: Gemeente Sittard Geleen
Project	: DPO Woon- en Tuinboulevard Urmonderbaan/Einighauserweg
Dossier	: C7123-105-100
Omvang rapport	: 45 pagina's
Auteur	: Ronald Meijer
Bijdrage	: Titia Koningen
Interne controle	: Jan Pernot
Projectleider	: Jan Pernot
Projectmanager	: Jan Oosterman
Datum	: 26 september 2012
Naam/Paraaf	:
