

DPO Hornbach Geleen

Effecten van de uitbreiding van Hornbach Geleen

DPO

Gemeente Sittard-Geleen

november 2012
Definitief

DPO Hornbach Geleen

Effecten van de uitbreiding van Hornbach Geleen

DPO

dossier : BB4386-100-100

versie : 2.2

Gemeente Sittard-Geleen

november 2012

Definitief

INHOUD**BLAD**

1	SAMENGEVAT	2
2	UITBREIDINGSPLANNEN HORNBAACH VRAGEN OM DPO	4
2.1	Herontwikkeling Hornbach Geleen vraagt om actueel dpo	4
2.2	Werkwijze DPO	4
3	HORNBAACH ONTWIKKELT EEN BOUWMARKT EN EEN TUINCENTRUM	6
3.1	Omvang van de Hornbach Geleen	6
3.2	Samenstelling van het assortiment	7
3.3	Onderscheid op basis van omvang	8
4	DRAAGVLAK NEEMT AF	9
4.1	Dalend inwonertal	9
4.2	Besteedbaar inkomen iets lager dan landelijk	10
5	DOE-HET-ZELF AANBOD GELIJKMATIG GESPREID OVER DE REGIO	11
6	TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	12
6.1	Schaalvergroting dominante ontwikkeling	12
6.2	Groei grootschalige concentratie locaties	12
6.3	Omzet ontwikkeling blijft achter	13
6.4	Aankopen via internet nemen toe	13
6.5	Geen uitbreiding van het aanbod in de regio	14
7	REALISATIE HORNBAACH ZORGT VOOR FORSE OMZETDALING BIJ BESTAANDE WINKELS	14
7.1	Aanbod is plaats overschrijdend	14
7.2	Minder aanbod in regio Sittard-Geleen dan landelijke gemiddelde	15
7.3	De hoofdbranche Doe-Het-Zelf in de regio Sittard-Geleen realiseert een omzet per m ² die lager is dan het landelijke gemiddelde	16
7.4	Uitbreiding Hornbach zorgt voor een sterke afname van de omzet per m ² bij de bestaande winkels in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf	18
7.5	Totale leegstand neemt nauwelijks toe	18
7.6	Er blijven mogelijkheden voor een bouwmarkt in Sittard-Noord	21
7.7	Attractiviteit van het aanbod neemt toe	23
	COLOFON	25

1 SAMENGEVAT

Een bouwmarkt van 9.663 m² een tuincentrum van 4.600 m² en een drive-in zonder winkelfunctie

Hornbach wil op Gardenz haar tuincentrum uitbreiden tot een vestiging volgens de Hornbach formule. De vestiging bestaat uit een hoofdgebouw van 12.400 m² bvo, een drive-in van 1.900 m² bvo en een buitenverkoopterrein van 2.800 m² bvo. De drive-in is in de ogen van Royal HaskoningDHV niet gericht op verkoop aan consumenten en wordt niet meegenomen in de marktruimte berekening.

Opgedeeld naar productgroepen biedt de Hornbach Geleen 4.600 m² wvo aan tuinartikelen, 5.000 m² aan Doe-Het-Zelf, 2.000 m² aan Sanitair en 2.000 m² aan Woninginrichting. De assortimentssamenstelling van de Hornbach Geleen wijkt iets af van de gemiddelde Nederlandse bouwmarkt. In de gemiddelde bouwmarkt beslaan tuinartikelen ongeveer een vijfde van het assortiment bij de Hornbach Geleen is dit een derde. Om deze reden is besloten om de meters die de Hornbach reserveert voor tuinartikelen niet mee te nemen in de marktruimte berekening voor Doe-Het-Zelf, maar als een aparte categorie te beschouwen. Voor Sanitair en Woninginrichting is het aandeel van het totale aanbod nauwelijks afwijkend ten opzichte van de gemiddelde bouwmarkt. De meters voor deze productgroepen maken wel onderdeel uit van de marktruimte berekening voor Doe-Het-Zelf. In totaal gaan wij uit van een Bouwmarkt met een winkelvloeroppervlakte van 9.663 m².

Afnemend draagvlak door demografische krimp

Het draagvlak in de regio Sittard-Geleen neemt de komende jaren af als gevolg van dalende bevolkingsomvang. In 2015 is als gevolg van de bevolkingsdaling het bestedingspotentieel met 1% afgenomen ten opzichte van september 2012.

Minder bestedingen door lager besteedbaar inkomen

Het gemiddelde besteedbare inkomen in de regio Sittard-Geleen ligt 1% lager dan het landelijke gemiddelde. Dit betekent dat de bestedingen in de Doe-Het-Zelf branche 0,5% lager liggen dan landelijk.

Aanbod is gelijkmatig verspreid over de regio

Het aanbod in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf in de regio Sittard-Geleen is redelijk gelijkmatig verdeeld over de verschillende gemeenten. Alleen in de gemeente Schinnen is zeer weinig aanbod.

Schaalvergroting dominante ontwikkeling

De Doe-Het-Zelf markt wordt gekenmerkt door schaalvergroting. Tussen 2004 en 2012 is de gemiddelde vestiging in de Doe-Het-Zelf branche 40% groter geworden.

Aanbod in Doe-Het-Zelf markt is kern overschrijdend

Tussen plaatsen van vergelijkbare omvang zitten enorme verschillen in het winkelaanbod in de Doe-Het-Zelf branche. Dit is een teken dat het aanbod in deze branche een regionale trekkracht heeft.

In de regio Sittard-Geleen (Sittard-Geleen, Beek, Echt-Susteren, Stein en Schinnen) is per hoofd van de bevolking ongeveer 10% minder aanbod in de Doe-Het-Zelf branche dan landelijk.

De hoofdbranche Doe-Het-Zelf functioneert momenteel onder het landelijke gemiddelde

De winkels in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf in de regio Sittard-Geleen functioneren anno 2012 op een niveau dat ongeveer 5% onder het landelijke gemiddelde ligt. Indien het aanbod en de bestedingspatronen tot 2015 ongewijzigd blijven, zal als gevolg van de demografische krimp de vloerproductiviteit met 1% teruglopen.

Uitbreiding van het aanbod zorgt voor dalende vloerproductiviteit

De realisatie van een Hornbach vestiging met een bouwmarkt deel van 9.663 m² wvo leidt tot een uitbreiding van het winkelvloeroppervlakte in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf met ongeveer 35%. Doordat de Hornbach consumenten aan zich weet te binden die nu nog niet in de regio winkelen, is de afname van de gemiddelde vloerproductiviteit minder extreem dan de toename van het winkelaanbod. De uitbreiding van de Hornbach leidt ten opzichte van de autonome ontwikkeling tot een afname van de gemiddelde vloerproductiviteit van 14%.

De dalende vloerproductiviteit zal voor een aantal vestigingen in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf in de regio Sittard-Geleen betekenen dat het vanuit bedrijfseconomische motieven niet langer rendabel is om de vestiging open te houden. Er van uitgaande dat de Hornbach een omzet per m² realiseert die gelijk is aan het landelijke gemiddelde en alle andere winkels in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf voor een rendabele bedrijfsvoering een omzet moeten realiseren die gelijk is aan de huidige omzet per m², is er na realisatie van de Hornbach in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf een overaanbod van ongeveer 6.000 m² wvo.

Beperkte toename van de leegstand maar geen duurzame ontwrichting.

Op dit moment staat 18% van de winkelruimte in de regio Sittard-Geleen leeg. De leegstand concentreert zich in de centrumgebieden van Geleen, Sittard, Echt en Beek. In deze winkelgebieden is nauwelijks aanbod in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf. De uitbreiding van de Hornbach zal nauwelijks effect hebben op de leegstand in deze gebieden. Naast de vier genoemde centrumgebieden is er ook veel leegstand in het winkelgebied Dr. Nolenslaan/Sittard Noord. In dit winkelgebied is wel redelijk veel Doe-Het-Zelf aanbod aanwezig en is er mogelijk een toename van de leegstand te verwachten. Desondanks blijft er in Sittard-Noord marktruimte voor een kleine bouwmarkt. Sittard-Noord is voor ongeveer 22.500 mensen duidelijk beter te bereiken dan Gardenz. Hiermee is er voldoende draagvlak voor de exploitatie van een kleine bouwmarkt. De in de retailstructuurvisie beschreven structuur met aanbod op Gardenz en in Sittard Noord zal vermoedelijk behouden blijven

De vestiging van de Hornbach Geleen leidt niet tot duurzame ontwrichting van de Doe-Het-Zelf branche in de regio Sittard-Geleen. Er blijft voor de consument ook na vestiging van de Hornbach aanbod aanwezig van verschillende formules op verschillende locaties.

Attractiever aanbod

Vanuit de consument gezien is de komst van de Hornbach Geleen een versterking van het aanbod. De Hornbach introduceert een bouwmarkt van een omvang die momenteel in de regio nog niet te vinden is. Hiermee wordt het aanbod in de regio completer en wordt de aantrekkingskracht van de regio groter.

2 UITBREIDINGSPLANNEN HORNBAACH VRAGEN OM DPO

2.1 Herontwikkeling Hornbach Geleen vraagt om actueel dpo

Hornbach heeft in Geleen aan de Einighauserweg een vestiging van circa 10.000 m² bvo. De Hornbach Geleen verkoopt voornamelijk tuinartikelen, maar heeft daarnaast een beperkt assortiment aan Doe-Het-Zelf en bouwmaterialen. Hornbach wil haar vestiging herontwikkelen tot een filiaal volgens de Hornbach-formule. Dit betekent dat er naast een afdeling met Tuinartikelen ook een Bouwmarkt en een Drive-In gerealiseerd worden.

Volgens het bestemmingsplan is vestiging van een bouwmarkt niet toegestaan. Om de uitbouw van het tuincentrum tot een bouwmarkt mogelijk te maken moet Hornbach vrijstelling aanvragen.

In het DPO zullen de volgende vragen beantwoord worden:

1. Hoeveel uitbreidingsruimte is er voor bouwmarkten in de regio Sittard-Geleen?
2. Wat zijn de effecten van de herontwikkeling van de Hornbach op de Doe-Het-Zelf branche in de regio Sittard-Geleen? Zowel uit het perspectief van duurzame ontwikrichting als vanuit het perspectief van de gewenste variëteit in de aanbodstructuur.
3. Wat zijn de effecten van de herontwikkeling van de Hornbach op de kwaliteit en aantrekkelijkheid van het detailhandelsaanbod in de regio Sittard-Geleen?

2.2 Werkwijze DPO

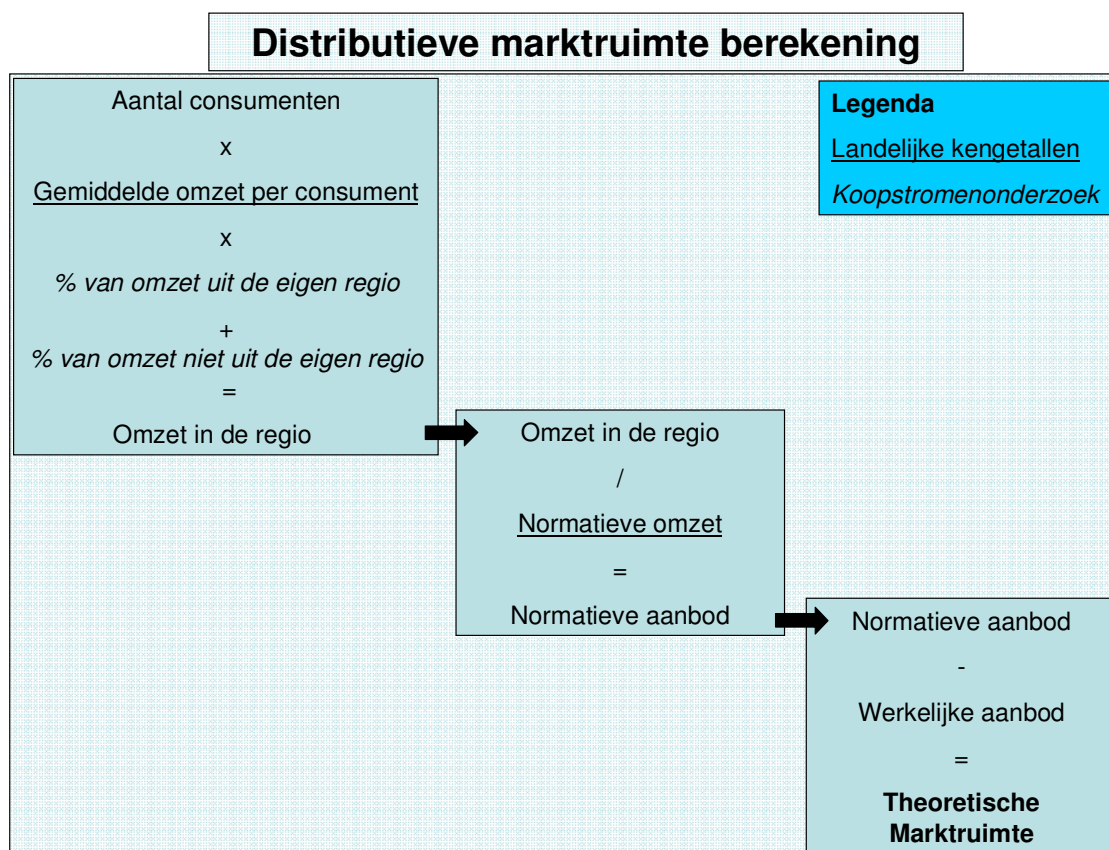
Het DPO becijfert in dit onderzoek de theoretisch haalbare omvang van de Bouwmarkt branche in Sittard-Geleen en omgeving op basis van de volgende input:

1. *Locatieanalyse*: de locatie is van grote invloed is op het verzorgingsgebied van de winkel.
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 winkels 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.
3. *Aanbodanalyse*: Door het totale omzetpotentieel te delen door de *normatieve vloerproductiviteit*, kan de *theoretische omvang* van 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.

Een DPO berekent aan de hand van kengetallen de theoretische marktruimte. Hierbij is het belangrijk om te beseffen dat een DPO slechts een indicatie geeft van de marktruimte en vooral als dusdanig gezien moet worden. Een DPO wordt opgebouwd aan de hand van landelijke kengetallen en aannames over de

lokale situatie. Kleine veranderingen in de input kunnen voor grote verschillen in de uitkomsten zorgen. Het is een middel om een indicatie te krijgen van de mogelijkheden en de effecten en dient niet als exact handhavingskader.

Figuur 1: Schematische weergave van de DPO methodiek



De opzet van het rapport is als volgt:

- Beknopte *locatieanalyse* (ligging en bereikbaarheid) van Hornbach Geleen (hoofdstuk 2);
- Beschrijving van het *draagvlak* voor de voorzieningen (bevolkingsontwikkeling en bestedingen) in de regio Sittard-Geleen (hoofdstuk 3);
- Beschrijving *huidig aanbod* aan in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf in de regio Sittard-Geleen (hoofdstuk 4);
- Beschrijving van de *trends en ontwikkelingen* (hoofdstuk 5);
- Op basis van een *draagvlakmeting* en een *benchmark*, geven we een inschatting van de marktruimte in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf (hoofdstuk 6);

3 HORNBAACH ONTWIKKELT EEN BOUWMARKT EN EEN TUINCENTRUM

3.1 Omvang van de Hornbach Geleen

Hornbach heeft in Geleen een vestiging die primair gericht is op tuinartikelen. De vestiging heeft een winkelvloeroppervlakte van 6.100 m² wvo.

In een brief aan de raad van de Gemeente Sittard-Geleen gedateerd op 10 december 2009 dient Hornbach een verzoek in tot het nemen van een projectbesluit om realisatie van een bouwplan mogelijk te maken.

Het bouwplan van Hornbach beschrijft de realisatie van een winkel die functioneel is ingedeeld in een hoofdgebouw (12.402 m² bvo), een Drive-in (1.916 m² bvo) en een buitenverkoopterrein (2.836 m² bvo) voor tuinassortiment.

De Drive-in is een afhaalcentrum voor grove tuin- en bouwmaterialen. De goederen worden in de winkel gekocht en afgerekend, en kunnen vervolgens met de auto in de Drive-in worden afgehaald. De Drive-in heeft volgens Hornbach geen directe winkelfunctie. Royal HaskoningDHV deelt deze conclusie en rekent de Drive-in niet mee bij de berekening van het winkelvloeroppervlakte.

Voor het bepalen van het winkelvloeroppervlakte maken wij onderscheid naar winkelmeters ten behoeve van het tuincentrum en winkelmeters ten behoeve van de bouwmarkt.

In de notitie van BRO van 10 juli 2009 is aangegeven dat Hornbach een tuincentrum wil realiseren van in totaal 4.600 m² wvo en een kluswarenhuis van 9.000 m² wvo. Aannemend dat het buitenverkoopterrein (2.836 m² bvo) voor 100% een winkelfunctie heeft, dient (om aan de 13.600 m² wvo te komen die in de notitie van BRO is genoemd) in het hoofdgebouw ruimte te zijn voor 10.764 m² wvo. De opgave van Hornbach van 10 december 2009 beschrijft een winkel met een winkelvloeroppervlakte van 11.427 m². Wij gaan er vanuit dat Hornbach een tuincentrum realiseert van 4.600 m², de resterende 9.663 m² wvo rekenen wij volledig toe aan het Kluswarenhuis.

Figuur 2: Samenstelling hoofdgebouw Hornbach Geleen

	Oppervlakte
Totaal (bvo)	12.402
Sociale ruimte	480
Zagerij	135
Expeditie	360
Winkelvloeroppervlakte	11.427
Kassazone	300
Winkelruimte	11.127

Bron: Heutink advocaten, 10 december 2009, bewerking Royal HaskoningDHV

3.2 Samenstelling van het assortiment

In de brief aan de Raad van de Gemeente Sittard-Geleen gedateerd op 10 december 2009 geeft Hornbach aan een vaste samenstelling van het assortiment te zullen voeren, onderverdeeld in 4 categorieën:

- Doe-Het-Zelf breed
- Tuin
- Sanitair c.a.
- Woninginrichting

In de notitie van BRO van 10 juli 2009 is de volgende onderverdeling in winkelmeters aangegeven

- Doe-Het-Zelf (5.000 m² wvo)
- Tuin (4.600 m² wvo)
- Sanitair c.a. (2.000 m² wvo)
- Woninginrichting (2.000 m² wvo)

BRO concludeert dat Hornbach in feite veel meer is dan een bouwmarkt. De onderdelen keukens/badkamer/sanitair, wonen en tuin vallen niet onder de definities van de Doe-Het-Zelf branche. Daarnaast zijn deze onderdelen door hun omvang niet te scharen onder het nevenassortiment van een bouwmarkt. Ze zijn immers groter dan menig zelfstandig winkel. Royal HaskoningDHV ondersteunt deze conclusie ten delen. Wij zijn van mening dat de omvang en het aandeel van tuinartikelen ver boven de gangbare hoeveelheid voor bouwmarkten uitgaat en feitelijk als een separate winkel gezien moet worden. Voor sanitair c.a en woninginrichting zijn wij hiervan niet overtuigd.

Op basis van omzetaandelen in de bouwmarktbranche in 2005 verzameld door Gfk en gepubliceerd door het HBD kan geconcludeerd worden dat in de gemiddelde bouwmarkt 28% van de omzet afkomstig is van de productgroep Sanitair c.a en Woninginrichting. Om een vergelijking te kunnen maken met het aanbod in de Hornbach Geleen zal de omzet vertaald moeten worden naar winkelvloeroppervlakte. Omdat er geen kengetallen beschikbaar zijn per productgroep maken we gebruik van de kengetallen per hoofdbranche zoals gepubliceerd door het HBD. Hierbij wordt de overige omzet buiten beschouwing gelaten.

Wat deze exercitie laat zien is dat met uitzondering van de productgroep Tuin het aandeel van de verschillende productgroepen binnen het assortiment van de Hornbach nauwelijks afwijkt van het gemiddelde van een bouwmarkt. Dit is voor Royal HaskoningDHV aanleiding om alleen het tuinassortiment buiten beschouwing te laten bij de distributieve marktruimte berekening.

Figuur 3: Assortimentsamenstelling Hornbach i.v.t het gemiddelde voor een Bouwmarkt

		Vloer- productiviteit	Bouwmarkten 2005		Hornbach
			Bestedingen	WVO	WVO
Sanitair c.a.	groot- en klein- sanitair		13%		
	Keukens		2%		
	subtotaal	€ 1.220	15%	18%	15%
Woninginrichting	behang, raambekleding, parket en tapijt		5%		
	elektrisch installatiemateriaal		4%		
	kleinmeubelen		4%		
	subtotaal	€ 1.220	13%	16%	15%
Tuin	tuinartikelen		10%		
	subtotaal	€ 640	10%	23%	34%
DHZ	hout- en houtwaren		13%		
	verf, verfbenodigdheden, lijmen/kitten		12%		
	ijzerwaren		6%		
	bouwmaterialen		5%		
	elektrisch gereedschap/machines		4%		
	handgereedschap		3%		
	subtotaal	€ 1.540	43%	42%	37%
	Overig	overige omzet	Nvt	21%	Nvt

Bron: HBD, bewerking Royal HaskoningDHV

3.3 Onderscheid op basis van omvang

Waar de Hornbach Geleen zich onderscheid ten opzichte van regulier bouwmarkten is in de winkelomvang. De Hornbach Geleen meet inclusief het tuincentrum ruim 14.000 m² wvo. Hiermee behoort de winkel tot de 13 grootste vestigingen van Nederland. De andere bouwmarkten met een winkelvloeroppervlakte van meer dan 10.000 m² zijn andere Hornbach vestigingen en Mega Praxis vestigingen. Beide concepten beschikken over een groot tuindeel en zijn dus zeer vergelijkbaar met de Hornbach Geleen. De beoogde toekomstige vestiging in Geleen is binnen de Hornbach formule niet bijzonder qua omvang. Alle Hornbach bouwmarkten in Nederland zijn zeer groot (9.000 tot 17.500 m² wvo).

Figuur 4: Bouwmarkten in Nederland naar grootteklasse 2011

	Abs.	Rel.
10.000 m ² of meer	12	2%
5.000 tot 10.000 m ²	44	6%
4.000 tot 5.000 m ²	43	6%
3.000 tot 4.000 m ²	144	20%
2.000 tot 3.000 m ²	231	32%
tot 2.000 m ²	246	34%
Totaal	720	100%

Bron: HBD, bewerking Royal HaskoningDHV

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 functioneert de Doe-Het-Zelf branche op een kern overschrijdend schaalniveau. Het draagvlak voor de Doe-Het-Zelf branche is regionaal van aard. Tot de regio Sittard-Geleen rekenen we de gemeenten Sittard-Geleen, Beek, Echt-Susteren, Schinnen en Stein.

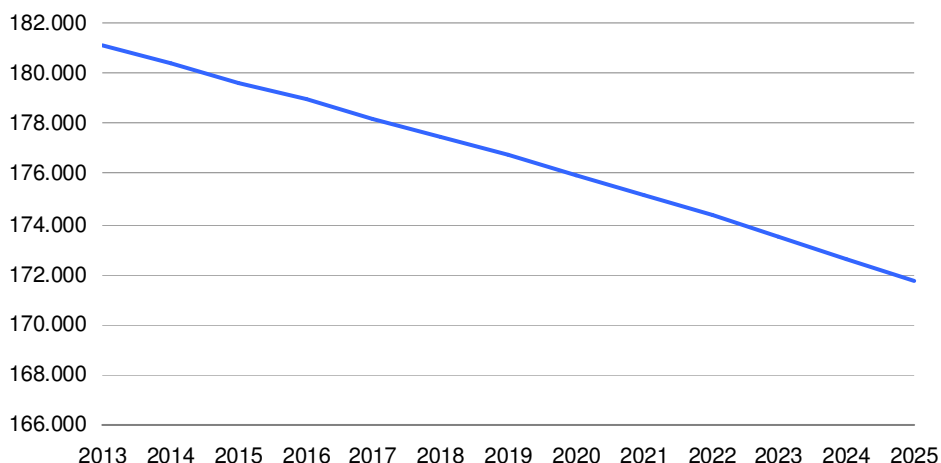
Sittard-Geleen telde op 1 september 2012 ruim 94.000 inwoners, de gehele regio Sittard-Geleen telde er ruim 181.000.

Figuur 5: Bevolkingsomvang in de Regio Sittard-Geleen op 1 september 2012

Gemeente	Inwoners
Sittard-Geleen	94.207
Beek	16.370
Echt-Susteren	32.174
Schinnen	12.974
Stein	25.499
Subtotaal	87.017
Totaal	181.224

Bron: CBS, Statline, bewerking Royal HaskoningDHV

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 1.600 inwoners minder zullen zijn dan in september 2012. Dit betekent dat in minder dan 2,5 jaar tijd het bestedingspotentieel met 1% afneemt. 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 september 2012 5% minder mensen. Een afname van de bevolking betekent doorgaans dat ook het draagvlak voor voorzieningen af zal nemen.

Figuur 6: Bevolkingsprognose Regio Sittard-Geleen 2013-2025

Bron: Etil, 2012, bewerking Royal HaskoningDHV

Figuur 7: Bevolkingsprognose Regio Sittard-Geleen september 2012-januari 2025 per gemeente

	Inwoners			
	sep-12	2015	2020	2025
Sittard-Geleen	94.207	93.450	91.580	89.440
	100%	99%	97%	95%
Beek	16.370	16.160	15.710	15.220
Echt-Susteren	32.174	31.930	31.560	31.010
Schinnen	12.974	12.870	12.590	12.300
Stein	25.499	25.240	24.520	23.730
Subtotaal	87.017	86.200	84.380	82.260
	100%	99%	97%	95%
Totaal	181.224	179.650	175.960	171.700
	100%	99%	97%	95%

Bron: CBS, statline, 2012; Etil 2012, bewerking Royal HaskoningDHV

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 € 14.600,- 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, 0,5% minder bestedingen in de Doe-Het-Zelf branche te verwachten zijn.

Figuur 8: Gemiddeld besteedbaar inkomen per persoon 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 Royal HaskoningDHV

5 DOE-HET-ZELF AANBOD GELIJKMATIG GESPREID OVER DE REGIO

De regio Sittard-Geleen heeft een redelijk gelijkmatig gespreid aanbod in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf. Het Doe-Het-Zelf aanbod in de regio concentreert zich in absolute zin in Sittard-Geleen. Ook in Beek, Echt-Susteren en Stein is er per hoofd van de bevolking redelijk veel aanbod. In Schinnen is nagenoeg geen aanbod.

Figuur 9: Aanbod in de hoofdbranche 'Doe-Het-Zelf' per gemeente¹

Gemeente	VKP	WVO	WVO per 1.000 inwoners	WVO per VKP
Sittard-Geleen	30	15.098	160	500
Beek	2	2.401	147	1.200
Echt-Susteren	8	4.285	133	540
Schinnen	4	326	25	80
Stein	6	3.762	148	630
Subtotaal	20	10.774	124	540
Totaal	51	25.872	143	510

Bron: Locatus retail verkenner, november 2012, bewerking Royal HaskoningDHV

In de gemeenten die grenzen aan de regio Sittard-Geleen zijn er meerdere grote bouwmarkten. De meeste hiervan zijn qua omvang niet onderscheidend van het aanbod binnen de regio Sittard-Geleen. Uitzondering hierop vormt de Hornbach in Kerkrade, die met bijna 12.000 m² veel groter is dan de bouwmarkten in de regio Sittard-Geleen.

¹ Bij het bepalen van het aanbod in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf heeft DHV een correctie doorgevoerd op de cijfers van Locatus. Het aanbod bij Hornbach is niet meegerekend aangezien de vestiging in Geleen een tuincentrum is en geen bouwmarkt.

6 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

6.1 Schaalvergroting dominante ontwikkeling

De meest in het oogspringende ontwikkeling in de detailhandel is al jaren de voortschrijdende schaalvergroting. Ook in de Doe-Het-Zelf branche is deze ontwikkeling sterk aanwezig. De gemiddelde winkel in de Doe-Het-Zelf branche is tussen 2004 en 2012, ruim 40% groter geworden.

Figuur 10: Schaalvergroting in de Doe-Het-Zelf branche tussen 2004 en 2012.

	VKP	WVO	WVO per VKP
Doe-Het-Zelf	-26%	4%	41%

Bron: Locatus, april 2004 en mei 2012

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);
- Een deel van het assortiment heeft een volumineus karakter;
- 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.

Ondanks of wellicht zelfs dankzij de voortschrijdende schaalvergroting doet zich gelijktijdig een trend voor naar schaalverkleining. Het trendrapport 2009 van het HBD was dan ook getiteld: *Kleine vernieuwende winkels maken het verschil*. Het HBD signaleert dat parallel aan de schaalvergroting nieuwe kleine winkels opkomen die inspelen op niche markten. Onderliggende factoren voor de schaalverkleining zijn:

- Een groeiende groep consumenten die een unieke aankoop(beleving) zoekt.
- De mogelijkheden van nieuwe technologie (internet) om inkoop en afzet anders (goedkoper) in te richten.

De hoofdrol in de detailhandel is voorlopig echter nog weggelegd voor de grootschalige winkels. 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.

6.2 Groei grootschalige concentratie locaties

De grote en steeds groter wordende winkels in de hoofdbranches Doe-Het-Zelf zorgen ervoor dat een relatief groot deel van de winkels in deze hoofdbranche 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.

Figuur 11: Aandeel WVO in de Doe-Het-Zelf branche per winkelgebiedtype in 2004 en 2012

	2004	2012
Centraal	10%	6%
Ondersteunend	5%	4%
Overig	16%	28%
Verspreide bewinkeling	69%	62%

Bron: Locatus, april 2004 en mei 2012

Het aandeel van het aanbod op grootschalige concentratie locaties (overig in figuur 11) groeit. Ondanks de autonome trekkracht van de Doe-Het-Zelf branche heeft vestiging bij andere grootschalige winkels een meerwaarde.

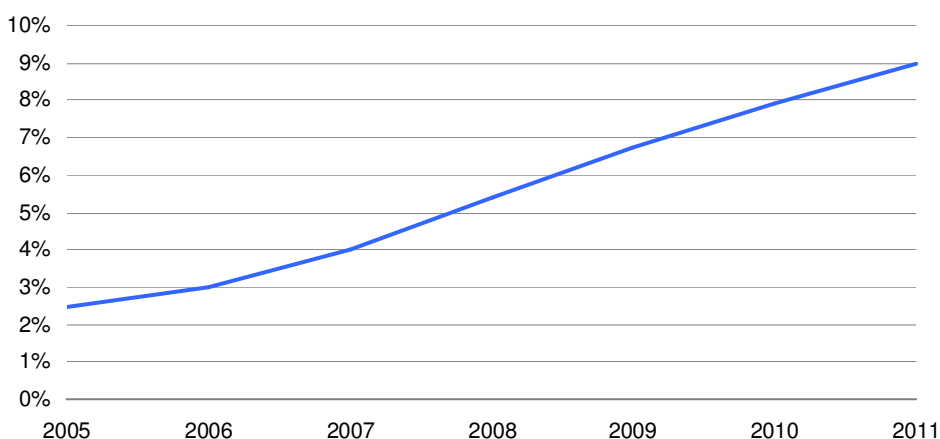
6.3 Omzet ontwikkeling blijft achter

De Doe-Het-Zelf markt heeft het al een aantal jaren moeilijk. De omzet heeft zich tussen 2003 en 2008 minder positief ontwikkelt 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.

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 sector² gedaan via internet. In 2000 was dit nog een 0,5%.

Figuur 12: Ontwikkeling van de bestedingen op internet als onderdeel van de totale detailhandelsbestedingen



Bron: Thuiswinkel.org, 2012, bewerking Royal HaskoningDHV

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.

² 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.

Figuur 13: Internet als aankoop en oriëntatiekanaal per productgroep

	Oriëntatie	Aankoop via internet
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

6.5 Geen uitbreiding van het aanbod in de regio

Bij de gemeente Sittard-Geleen zijn geen initiatieven bekend voor nieuw vestiging of uitbreiding van het Doe-Het-Zelf aanbod.

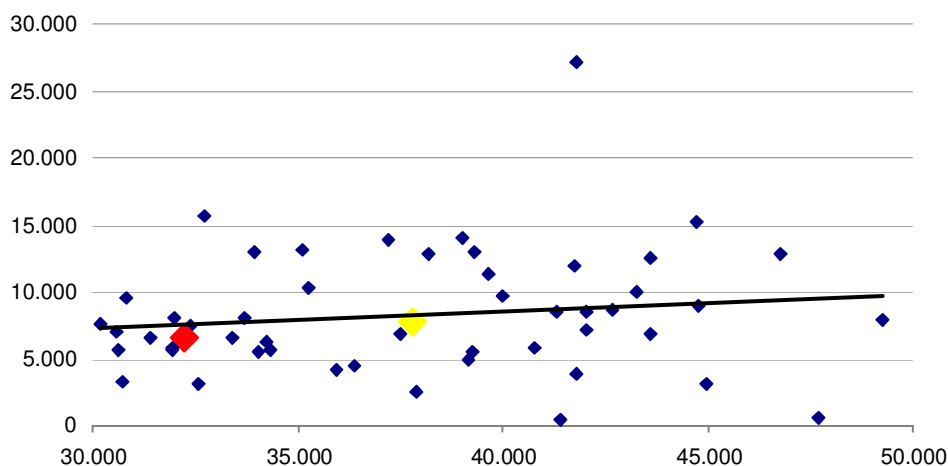
Op Gardenz zijn mogelijkheden voor uitbreiding van het Doe-Het-Zelf aanbod. Er zijn een aantal nog niet ontwikkelde kavels waar in de toekomst detailhandel zich kan vestigen. Het huidige bestemmingsplan voor Gardenz staat vestiging toe voor winkels in de hoofdbranches Plant & Dier, Doe-Het-Zelf en Wonen. Op dit moment is niet te bepalen of winkels uit de Doe-Het-Zelf branche zich in de toekomst zullen vestigen op Gardenz. Voor de bepaling van de toekomstige marktruimte is daarom geen rekening gehouden met de mogelijke uitbreiding van het Doe-Het-Zelf aanbod op Gardenz.

7 REALISATIE HORNBACH ZORGT VOOR FORSE OMZETDALING BIJ BESTAANDE WINKELS

7.1 Aanbod is plaats overschrijdend

Hoe ver mensen bereid zijn te reizen voor aankopen verschilt van product tot product. Voor een dagje shoppen in Amsterdam, Den Bosch of Maastricht zijn veel mensen bereid meer dan een uur te reizen. Voor dagelijkse aankopen wordt meestal gekozen voor een locatie dicht bij huis. Aankopen in de Doe-Het-Zelf branche zijn vaak doelgericht van karakter. Waarbij een afweging wordt gemaakt tussen bereikbaarheid en het aanwezige aanbod.

Sittard en Geleen hebben per hoofd van de bevolking niet bijzonder veel of weinig aanbod. In vergelijking tot plaatsen met ongeveer evenveel inwoners is het aanbod gemiddeld. Het winkelaanbod in de Doe-Het-Zelf branche varieert sterk van plaats tot plaats. Tussen de plaats met het meeste aanbod en de plaats met het minste aanbod zit een aanzienlijk verschil. Op basis van een benchmark op plaatsniveau zijn dan ook nauwelijks uitspraken te doen over de marktruimte in deze hoofdbranche.

Figuur 14: Benchmark winkelaanbod (wvo) Doe-Het-Zelf³

Bron: Locatus, Retail Verkenner, november 2012, bewerking Royal HaskoningDHV

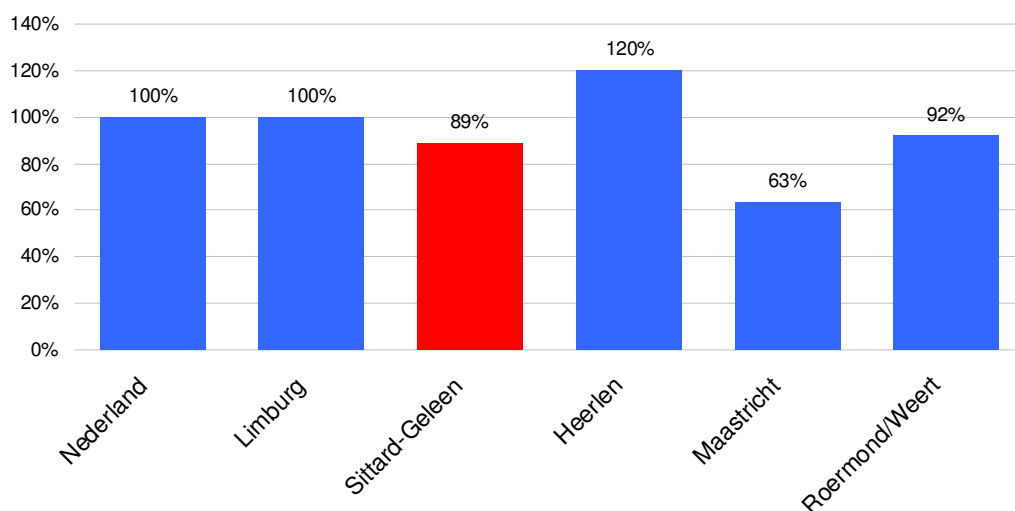
7.2 Minder aanbod in regio Sittard-Geleen dan landelijke gemiddelde

Het aanbod in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf is plaats overschrijdend. Om te bezien of er sprake is van over of onderaanbod moet op een regionaal niveau gekeken worden. Onderstaand is een vergelijking gemaakt tussen het nationale gemiddelde, het aanbod in de provincie Limburg en het aanbod in de regio's Sittard-Geleen, Heerlen, Maastricht en Weert/Roermond (zie bijlage 1).

De regio Sittard-Geleen heeft ten opzichte van het provinciale gemiddelde een beperkt aanbod in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf. Het aanbod per hoofd van de bevolking is ruim 10% lager dan het provinciale gemiddelde. Het aanbod blijft niet alleen in de regio Sittard-Geleen achter bij het provinciale gemiddelde. Ook in de regio Roermond/Weert en in de regio Maastricht is het aanbod relatief beperkt. In de regio Heerlen is per hoofd van de bevolking juist fors meer aanbod dan in alle omliggende regio's.

De vergelijking met het gemiddelde aanbod in Nederland en het aanbod in de omliggende regio's, doet vermoeden dat er in de hoofdbranches Doe-Het-Zelf in de regio Sittard-Geleen sprake is van enige marktruimte, mits het aanbod aantrekkelijk genoeg is om de concurrentie aan te gaan met het aanbod in de regio Heerlen.

³ 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.

Figuur 15: Regionale benchmark winkelaanbod (wvo) Doe-Het-Zelf

Bron: Locatus, Retail Verkenner, november 2012, bewerking Royal HaskoningDHV

7.3 De hoofdbranche Doe-Het-Zelf in de regio Sittard-Geleen realiseert een omzet per m² die lager is dan het landelijke gemiddelde

Op basis van de onderstaand benoemde uitgangspunten en aannamen komen wij tot de conclusie dat de hoofdbranche Doe-Het-Zelf in de regio Sittard-Geleen in de huidige situatie beneden gemiddeld functioneert. De gemiddelde vloerproductiviteit is 5% lager dan landelijk. Het matige functioneren van de bouwmarkten in de huidige situatie is vooral te weten aan de relatief lage binding. De omvang van het aanbod is zoals we in de vorige paragraaf hebben gezien namelijk relatief beperkt en dus niet de oorzaak van de relatief lage omzet per m² winkelaanbod.

Wanneer er tot 2015 geen nieuw aanbod wordt toegevoegd zal de omzet per m² vermoedelijk iets afnemen. Dit wordt veroorzaakt door de afname van de bevolking. In het autonome scenario komt de omzet per m² hiermee 6% onder het nationale gemiddelde te liggen.

Uitgaande van de realisatie van de Hornbach neemt het Doe-Het-Zelf aanbod in de regio Sittard-Geleen aanzienlijk toe. Het aanbod neemt met de komst van de Hornbach met ruim 35% toe. De komst van de Hornbach zal leiden tot een verhoogde attractiewaarde van het Doe-Het-Zelf 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 na vestiging van de Hornbach met 14%.

Figuur 16: Draagvlakmeting per scenario

	Sep-2012	2015 autonoom	2015 Hornbach
Vloerproductiviteit	€ 1.315	€ 1.300	€ 1.120
Afwijking t.o.v. normatieve omzet	-5%	-6%	-19%
Afwijking t.o.v. september 2012	nvt	-1%	-15%
Afwijking t.o.v. autonome scenario	nvt	nvt	-14%

Uitgangspunten draagvlakmeting

Een draagvlakmeting is een modelmatige benadering van de werkelijkheid. Hierbij wordt gebruik gemaakt van landelijke kengetallen aangevuld met aannamen over de lokale situatie. Voor de draagvlakmeting hanteren wij de volgende uitgangspunten:

Inwoners: Het aantal inwoners in de regio Sittard-Geleen daalt tussen september 2012 en januari 2015 met 1%. Hierbij baseren we ons op de meest recente bevolkingsprognoses van Etil (2012).

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 in de bouwmarktbranche wijzigt tussen 2012 en 2015 niet.

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

Aanbod: Het aanbod bestaat uit alle vestigingen in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf. De herontwikkeling van de Hornbach zorgt voor een uitbreiding van het winkelvloeroppervlakte in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf met 9.663 m².

Binding en Toevloeiing in de huidige situatie: Voor de regio Sittard-Geleen bestaat geen gedetailleerd koopstromenonderzoek. DTNP heeft 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. Royal HaskoningDHV is van mening dat de door DTNP gehanteerde waarden een goede inschatting zijn van de situatie. Wij hanteren de waarden van DTNP als uitgangspunt voor onze schattingen. Waar DTNP keek naar de effecten op de gemeente Sittard-Geleen kijken wij echter naar de regio Sittard-Geleen. Dit betekent dat de schattingen bijgesteld moeten worden. Wij gaan voor de regio Sittard-Geleen uit van een binding die 5 procentpunten lager ligt en een toevloeiing die 17 procentpunten lager ligt. Wij rekenen 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. We rekenen met een lagere toevloeiing omdat een aanzienlijk deel van de toevloeiing in de gemeente Sittard-Geleen afkomstig is uit de buurgemeenten, deze toevloeiing op gemeenteniveau is op regioniveau binding. Daarnaast verwachten wij niet dat er in de buurgemeenten meer toevloeiing is van buiten de regio dan in Sittard-Geleen.

Binding en toevloeiing na uitbreiding van de Hornbach: De komst van de Hornbach zal leiden tot een verhoogde attractiewaarde van het Doe-Het-Zelf aanbod in de regio Sittard-Geleen. Op basis hiervan kan een hogere koopkrachtbinding en toevloeiing verwacht worden.

Figuur 17: Uitgangspunten voor de draagvlakmeting per scenario

	2012	2015	2015 Hornbach
Inwoners	181.224	179.650	179.650
Inkomen	98,8%	98,8%	98,8%
inkomenselasticiteit	0,5	0,5	0,5
Inkomenscorrectie	99,4%	99,4%	99,4%
Detailhandelsomzet per hoofd	€ 220	€ 220	€ 220
Detailhandelsomzet per m ² wvo	€ 1.390	€ 1.390	€ 1.390
Aanbod	26.217	26.217	35.880
Binding	80%	80%	90%
Toevloeiing	8%	8%	12%

Bron: CBS, Statline 2012; HBD, 2012; Locatus retailverkenner november 2012

7.4 Uitbreiding Hornbach zorgt voor een sterke afname van de omzet per m² bij de bestaande winkels in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf

De uitbreiding van de Hornbach zorgt voor een teruglopende vloerproductiviteit in de regio Sittard-Geleen. Hornbach zal alleen een nieuwe vestiging realiseren als zij verwachten bij deze vestiging een winstgevende omzet te realiseren. Voor het berekenen van de effecten op de bestaande winkels gaan wij ervan uit dat de Hornbach er in zal slagen om een vloerproductiviteit te realiseren die gelijk is aan het landelijke gemiddelde. Hierdoor wordt de omzetsdaling bij de bestaande winkels groter dan wanneer we er van uitgaan dat alle winkels dezelfde omzet per m² realiseren.

Wanneer er naast de Hornbach geen andere uitbreiding van het aanbod plaats vindt, zal de gemiddelde vloerproductiviteit t.o.v. het autonome scenario bij de bestaande winkels in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf met 22% afnemen.

Figuur 18: Functioneren bestaande bouwmarkten in 2015 bij realisatie Hornbach

	Hornbach	Overig aanbod
Omzet	€ 13,4 M	€ 26,7 M
WVO	9.663	26.217
Omzet per m ²	€ 1.390	€ 1.020
Afname t.o.v. autonome scenario	nvt	-22%

Bij de realisatie van de Hornbach bouwmarkt zal het effect op de bestaande winkels in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf aanzienlijk zijn. Een afname van de gemiddelde vloerproductiviteit met 22% betekent dat het voor veel bedrijven vanuit economische perspectieven onaantrekkelijk is om de bedrijfsvoering voort te zetten. Vermoedelijk zal een aantal bedrijven (noodgedwongen) ervoor kiezen om de bedrijfsvoering te beëindigen.

7.5 Totale leegstand neemt nauwelijks toe

Of en in welke mate er leegstand optreedt als gevolg van de uitbreiding van de Hornbach is op voorhand moeilijk in te schatten. Om toch een indicatie te kunnen geven, gaan wij er vanuit dat de huidige omzet per m² de ondergrens is voor een rendabele bedrijfsvoering. Op basis van een omzet van 13,4 miljoen euro bij de Hornbach bouwmarkt en een omzet per m² van € 1.315 bij het overige aanbod is er marktruimte voor ruim 20.000 m² wvo, bijna 6.000 m² wvo minder dan het huidige aanbod.

Op dit moment staat 18% van de winkelruimte in de regio Sittard-Geleen leeg. Als de Hornbach gerealiseerd wordt zou de leegstand met bijna 6.000 m² kunnen groeien. Hierdoor zou de leegstand toenemen tot 19%.

Figuur 19: Leegstand in de regio Sittard-Geleen

Gemeente	Totaal wvo	Leegstand wvo	Leegstand %
Sittard-Geleen	236.999	45.442	19%
Beek	51.619	6.270	12%
Echt-Susteren	56.094	12.000	21%
Schinnen	8.496	1.274	15%
Stein	26.187	2.022	8%
Regio Sittard-Geleen	379.395	67.008	18%

Bron: Locatus retailverkenner, november 2012

Doordat er op dit moment al 67.000 m² winkelruimte leeg staat in de regio Sittard-Geleen is het effect van de uitbreiding van de Hornbach op de omvang van de leegstand relatief beperkt. Dit neemt echter niet weg dat de leegstand in de regio Sittard-Geleen momenteel zeer hoog is. Landelijk is de leegstand de laatste jaren toegenomen tot 10%. De leegstand in de regio Sittard-Geleen ligt echter een stuk hoger.

De leegstand in de regio Sittard-Geleen concentreert zich in absolute zin in een aantal winkelgebieden. Er zijn 5 winkelgebieden met meer dan 2.000 m² leegstand. Samen zijn deze vijf winkelgebieden verantwoordelijk voor 43% van het aanbod in de regio en voor 59% van de leegstand.

- Centrum Geleen 16.847 m²
- Centrum Sittard 11.280 m²
- Dr. Nolenslaan 4.938 m²
- Centrum Echt 4.011 m²
- Centrum Beek 2.250 m²

De leegstand concentreert zich vooral in de centrumgebieden. In deze gebieden is relatief weinig aanbod in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf. Wanneer de leegstand in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf als gevolg van de uitbreiding van de Hornbach toeneemt, zal dit vermoedelijk weinig effect hebben op de leegstand in de centrumgebieden.

Naast de centrumgebieden is er ook veel leegstand in het winkelgebied Dr. Nolenslaan. Hier maakt de hoofdbranche Doe-Het-Zelf wel een aanzienlijk deel uit van het winkelaanbod. In paragraaf 7.6 zullen we nader ingaan op het te verwachte effect op dit winkelgebied.

Figuur 20: Aandeel van de hoofdbranche Doe-Het-Zelf in winkelgebieden met meer dan 2.000 m² leegstand

Winkelgebied	Totaal wvo	Doe-Het-Zelf wvo	Doe-Het-Zelf %
Centrum Geleen	48.279	678	1%
Centrum Sittard	63.737	749	1%
Dr. Nolenslaan	20.192	3.633	18%
Centrum Echt	18.808	0	0%
Centrum Beek	10.926	172	2%

Bron: Locatus retailverkenner, november 2012

Het is aannemelijk dat de komst van de Hornbach zal leiden tot een toename van de leegstand in de regio Sittard-Geleen. Dit zal echter overwegend niet gebeuren in de winkelgebieden die nu al kampen met

grootschalige leegstand. Ondanks dat de leegstand vermoedelijk zal toenemen leidt de uitbreiding van de Hornbach niet tot duurzame ontwrichting. Na uitbreiding van de Hornbach is er in de hoofdbranche Doe-Het-Zelf nog marktruimte voor ruim 20.000 m² vwo (exclusief de Hornbach). De consument zal ook na de komst van de Hornbach de mogelijkheid hebben om te kiezen tussen verschillende aanbieders.

Wanneer is er sprake van duurzame ontwrichting?

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

1. Er is sprake van duurzame ontwrichting 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 ontwrichting 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 ontwrichting 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 ontwrichting 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 regelde 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 vershraling 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 regelde 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).

Wanneer wij in deze studie zeggen dat er juridische geen sprake is van ontwrichting wil dit dus zeggen dat er binnen de Regio Sittard-Geleen minimaal enige vorm van aanbod blijft bestaan. Dit wil niet zeggen dat er geen vershraling van het aanbod optreedt.

7.6 Er blijven mogelijkheden voor een bouwmarkt in Sittard-Noord

Vanuit de DPO methodiek is niet te stellen wat op bedrijfsniveau de effecten zijn van de realisatie van nieuw aanbod. Doordat de effecten op individuele bedrijven niet op voorhand te bepalen zijn, is het eveneens moeizaam om uitspraken te doen over eventuele structuurveranderingen. In de retailstructuurvisie heeft de gemeente Sittard-Geleen aangegeven dat zij het wenselijk acht dat er zowel op Gardenz als op de Dr. Nolenslaan Doe-Het-Zelf aanbod behouden blijft. Ondanks de beperkte mogelijkheden om uitspraken te doen over structuurveranderingen, acht DHV het onwaarschijnlijk dat al het bouwmarktaanbod in Sittard-Noord zal verdwijnen ten gevolge van de uitbreiding van de Hornbach op Gardenz. Wij baseren ons hierbij op twee argumenten.

1. De variatie in doelgroep en verzorgingsgebied tussen verschillende type bouwmarkten zorgt voor verschillen in optimale vestigingslocatie.
2. De realisatie van Hornbach bouwmarkten elders in Nederland heeft niet geleid tot een volledige centralisatie van de het bouwmarkt aanbod.

Wanneer het voor een ondernemer duidelijke voordelen biedt om zicht te vestigen nabij de Hornbach en er fysieke mogelijkheden zijn om de bouwmarkt te verplaatsen, is er een reële kans dat aanbod vanuit andere delen van de regio zich verplaatst naar Gardenz. In het geval van Sittard-Geleen zijn de fysieke mogelijkheden aanwezig, er is namelijk nog uitbreidingsruimte op Gardenz. De vraag is nu of het voor alle bouwmarkten in de regio Sittard-Geleen aantrekkelijker is om gevestigd te zijn nabij Hornbach, dan gevestigd te blijven op de huidige locatie.

In de visie van Royal HaskoningDHV bestaat er niet één type bouwmarkt. Binnen de bouwmarktbranche is er grote variatie in de omvang van verschillende bouwmarkten (zie figuur 4). Naast enkele mega bouwmarkten met een winkelvloeroppervlakte van meer dan 10.000 m² zijn er vele relatief kleine bouwmarkten met een winkelvloeroppervlakte van minder dan 2.000 m². Waar de mega bouwmarkten een regionaal verzorgingsgebied hebben, richten de kleine bouwmarkten (en breedpakketzaken) zich veelal op één kern of op een deel van een stad. De verschillen in omvang van het verzorgingsgebied hangen sterk samen met de grote van de bouwmarkt. Kleine bouwmarkten hebben een gemaksfunctie, die vergelijkbaar is met die van kleine supermarkten. Het gemak voor de consument komt hierbij vooral voort uit de nabijheid. Mega bouwmarkten laten zich vergelijken met bijvoorbeeld een AH XL die consumenten trekt vanuit andere motieven dan kleine supermarkten. Voor het voortbestaan van een bouwmarkt op basis van nabijheid is een eigen verzorgingsgebied nodig waarbinnen deze bouwmarkt duidelijk beter te bereiken is dan de grotere concurrenten. Voor een bouwmarkt van 2.000 m² wvo zijn grofweg 25.000 consumenten nodig. In Sittard en omgeving wonen ruim 33.500 mensen voor wie de Dr. Nolenslaan sneller te bereiken is dan Gardenz. Voor ongeveer 22.500 mensen is het verschil 3 autominuten of meer. Op basis hiervan is te verwachten dat er voor een bouwmarkt redelijke overlevingskansen zijn in Sittard-Noord.

Figuur 21: Reistijden per buurt naar de Dr. Nolenslaan en Gardenz

Kern	Wijk	Inwoners	Reistijd	
			Dr. Nolenslaan	Gardenz
Sittard	Overhoven	3.430	1 km, 2 min	5 km, 8 min
	Limbrichterveld	5.835	3 km, 6 min	4 km, 7 min
	Baandert	3.220	2 km, 5 min	5 km, 10 min
	Stadbroek	2.430	3 km, 5 min	5 km, 10 min
	Broeksittard	1.590	3 km, 7 min	6 km, 12 min
	Vrangendael	2.015	4 km, 6 min	5 km, 10 min
	Kemperkoul	6.590	5 km, 8 min	6 km, 12 min
	Sittard-centrum	2.690	3 km, 5 min	3 km, 5 min
Nieuwstadt	Nieuwstadt-centrum	1.680	3 km, 5 min	7 km, 9 min
	Cristina	1.635	2 km, 4 min	7 km, 9 min
Limbricht	Limbricht	2.645	3 km, 4 min	5 km, 6 min
Totaal		33.760		

Bron: Google Maps, CBS, 2010/2012

De aanname dat De Hornbach een dermate sterke aantrekkingskracht op consumenten heeft dat concurrerende bouwmarkten zich massaal vestigen nabij de Hornbach (om te kunnen profiteren van het succes van de Hornbach) wordt door de praktijk niet bevestigd. Nederland telt inclusief de Hornbach vestiging in Geleen 9 Hornbach vestigingen, met uitzondering van de vestiging in Geleen zijn dit allemaal bouwmarkten (deels gecombineerd met een tuincentrum). Bij vijf van de acht Hornbach bouwmarkten zijn er op hetzelfde bedrijventerrein ook andere bouwmarkten gevestigd. Dat nabij vijf van de acht Hornbach bouwmarkten ook andere bouwmarkten zijn gevestigd, wil niet zeggen dat deze bouwmarkten hier zitten vanwege de Hornbach. Deels waren de andere bouwmarkten er voordat de Hornbach zich er vestigde. En deels schrijft het gemeentelijke detailhandelsbeleid voor dat het bouwmarktaanbod zich op één of enkele locaties concentreert.

De aanwezigheid van andere bouwmarkten elders in dezelfde regio wijst er op dat het niet altijd voordeliger is om naast de Hornbach te vestigen. In geen van de acht regio's zijn alle bouwmarkten gevestigd nabij de Hornbach. Daarnaast zijn er meerdere plaatsen waar dezelfde formule zowel een vestiging heeft nabij de Hornbach als een tweede vestiging elders in de regio. Zo zijn nabij de Hornbach in Nieuwegein ook een Karwei, een Gamma en een Praxis gevestigd. Gamma en Karwei hebben beide iets verderop ook nog andere vestigingen. Dit doet vermoeden dat beide formules niet geloven dat er uitsluitend overlevingskansen zijn in de directe nabijheid van Hornbach. Het voorbeeld van Nieuwegein is ook terug te zien in Kerkrade, Tilburg en Zaandam.

De situatie in Sittard-Geleen is niet wezenlijk anders dan de situatie in andere steden met een Hornbach. De afstand tussen Gardenz en de Dr. Nolenslaan is 5 km, de reistijd met de auto bedraagt ongeveer 7 minuten. Bij 4 van de 8 Hornbach bouwmarkten elders in Nederland is er binnen 7 autominuten minimaal één andere bouwmarkt te bereiken. Binnen 10 autominuten is er bij 7 van de 8 Hornbach bouwmarkten een andere bouwmarkt te bereiken.

De aanname dat de vestiging van een Hornbach leidt tot de concentratie van alle andere bouwmarkten rondom de Hornbach is op basis van deze vergelijking niet te bevestigen. Op alle plaatsen in Nederland waar Hornbach zich heeft gevestigd, is er ook op andere locaties nog bouwmarkt aanbod aanwezig.

Figuur 22: Aanbodclusters rondom Hornbach bouwmarkten in Nederland

Woonplaats	Locatie	Cluster	Alternatief aanbod	Afstand
Alblasserdam	Vinkenwaard	Ja Doeland	Karwei, Hendrik-Ido-Ambacht Karwei, Papendrecht Fixet, Papendrecht	4 km, 7 min 2 km, 4 min 4 km, 7 min
Groningen	Noorder hoge brug	Nee	Karwei, Groningen Diverse bouwmarkten elders in Groningen	4 km, 7 min
Kerkrade	Onderste Locht	Ja Karwei Gamma	Hubo, Kerkrade Gamma, In de Cramer Heerlen	6 km, 9 min 8 km, 12 min
Nieuwegein	Laagraven	Ja Karwei Gamma Praxis	Karwei, Nieuwegein Praxis, Utrecht Praxis, Houten	6 km, 12 min 4 km, 6 min 7 km, 13 min
Breda	Krogten	Nee	Gamma, Breda Praxis, Breda Diverse bouwmarkten elders in Breda	1 km, 4 min 3 km, 7 min
Tilburg	Vossenbergh	Ja Karwei Praxis	Karwei, Tilburg Noord Gamma & Praxis, Tilburg Kanaalzone Diverse bouwmarkten elders in Tilburg	6 km, 12 min 7 km, 12 min
Wateringen	Zwethoven	Nee	Gamma, Den Haag Diverse bouwmarkten elders in de regio	6 km, 9 min
Zaandam	Zuiderhout	Ja Karwei	Gamma, Koog aan de Zaan Diverse bouwmarkten elders in de regio	6 km, 9 min

Bron: Google Maps, CBS, 2010/2012

Op basis van de verschillen in verzorgingsgebied tussen verschillende type bouwmarkten en de aanbodstructuur rondom Hornbach vestigingen elders in Nederland is het aannemelijk dat na realisatie van de Hornbach bouwmarkt in Geleen er in Sittard-Noord bouwmarkt aanbod zal blijven.

7.7 Attractiviteit van het aanbod neemt toe

Vanuit de consument gezien lijkt de komst van de Hornbach Geleen een versterking van het aanbod te zijn. De Hornbach introduceert een bouwmarkt van een omvang die momenteel in de regio nog niet te vinden is. Hiermee wordt het aanbod in de regio completer en wordt de aantrekkingskracht van de regio groter. De grotere aantrekkingskracht zit hem onder andere in het beter tegemoet komen aan de consumentenwens tot one stop shopping. Dat consumenten de Hornbach formule waarderen, blijkt uit het gegeven dat de Hornbach in 2012 voor de zevende keer (in acht jaar tijd) is verkozen is tot beste bouwmarktketen van Nederland (ING retail jaarprijs).

Het concept van Hornbach is vergelijkbaar met megaconcepten in andere branches, bijvoorbeeld IKEA. Het zijn vestigingen die niet in elke stad of dorp te vinden zijn. Hornbach is een projectbouwmarkt met circa 55.000 artikelen in het assortiment en 60.000 artikelen te bestellen. Naast de consument bedient Hornbach ook de zakelijke markt. Dergelijke grote ondernemingen hebben een grote aantrekkingskracht. Voor de regio mag dan ook verwacht worden dat zij meer bezoekers ontvangt dan zonder een regionale trekker.

Overwegingen bij het functioneren van de bestaande bouwmarkten

Bovenstaande is aan de hand van landelijke kengetallen het omzet effect van de vestiging van de Hornbach berekend. Bij deze berekening is de DPO methodiek zo nauw mogelijk gevolgd. Er zijn echter een aantal overwegingen die niet zijn meegenomen omdat ze niet passen binnen de DPO methodiek. Deze overwegingen zijn echter wel van belang zijn voor de interpretatie van de resultaten.

1. De huidige Hornbach Geleen is een tuincentrum. In de DPO is er dan ook van uitgegaan dat er hier geen Doe-Het-Zelf aanbod is. In de praktijk wordt een deel van de Hornbach Geleen gebruikt voor de verkoop van producten die behoren tot het bouwmarkt assortiment (sanitair, Doe-Het-Zelf). Dit in gedachte houdend is de toevoeging van nieuw Doe-Het-Zelf aanbod feitelijk kleiner dan de 9.663 m² waarmee in deze DPO is gerekend. Dit zou betekenen dat de afname van de omzet ten opzichte van het autonome scenario kleiner is dan nu berekend.
2. Voor deze DPO is het volledige tuincentrumdeel van de nieuwe Hornbach buiten beschouwing gelaten. In feite hebben de meeste bouwmarkten ook een beperkt deel aan tuinaanbod. Om hiervoor te compenseren zou met meer dan 9.663 m² gerekend moeten worden. Dit zou betekenen dat de afname van de omzet groter is dan nu berekend.
3. De Hornbach heeft een vestigingstrategie waarbij ze in Nederland willen groeien van 10 naar 25 vestigingen. Hiermee willen ze een landsdekkend netwerk van mega bouwmarkten realiseren. Dat Hornbach daarbij onder andere een vestiging in de regio Sittard-Geleen wil blijkt uit de berichtgeving rondom de verkenningen van Hornbach naar het realiseren van een vestiging in Stein. Bij de effectberekening is er van uit gegaan dat de Hornbach zich of zal vestigen in Geleen of niet zal vestigen in de regio. Wanneer de Hornbach er niet in slaagt om zich in Geleen te vestigen is het aannemelijk dat ze zullen proberen om zich elders in de regio te vestigen. Gezien de aantrekkingskracht van de Hornbach zal er ook dan een aanzienlijk effect zijn op de bestaande bouwmarkten in de regio Sittard-Geleen.

COLOFON

Opdrachtgever	: Gemeente Sittard-Geleen
Project	: Actualisatie DPO Hornbach Geleen
Dossier	: BB4386-100-100
Omvang rapport	: 25 pagina's
Auteur	: Ronald Meijer
Projectleider	: Ronald Meijer
Projectmanager	: Johan Moolenaar
Datum	: 28 november 2012
Naam/Paraaf	:

BIJLAGE 1 Regio afbakening Limburg

Om goede regio afbakeningen te maken is een koopstromenonderzoek belangrijke input. Voor de regio Sittard-Geleen zijn nauwelijks koopstromenonderzoeken beschikbaar. De onderstaande regio afbakening is overgenomen uit de studie winkelgedrag EUregio 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
- Eijsden-Margraten

Roermond/Weert

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