

ROELOFAREND SVEEN * 2015



GROENCENTRUM HAZENPAD

RUIMTELIJK FUNCTIONELE TOETS

Inleiding

Er liggen plannen klaar voor de realisatie van een nieuw tuincentrum in Roelofarendsveen. Het betreft een locatie van een voormalig glastuinbouwbedrijf aan het Hazenpad op de hoek met de Geestweg middenin het kassengebied. In drie fasen wil de initiatiefnemer de ontwikkeling van een bijzonder soort tuincentrum / groencentrum tot stand brengen. Het groencentrum dat wordt ontwikkeld gaat gepaard met een 'pluktuin' en 'buitenpresentatie'. Dit nieuwe tuincentrum zal zeker geen standaard tuincentrum worden, maar een *groencentrum* met een *natuurlijk, duurzaam en ecologisch karakter*.

Achtergrond

Het nabijgelegen tuincentrum (in Oude Wetering) is haar activiteiten aan het afbouwen. Dit biedt mogelijkheden voor een nieuw initiatief in deze omgeving. De plannen voor een groencentrum aan het Hazenpad spelen direct in op de thema's 'duurzaamheid' en 'groen'. De initiatiefnemer fundeert zijn plannen voor het groencentrum middels een combinatie van een compleet assortiment ten behoeve van de tuin, gecombineerd met assortimenten die een directe relatie hebben met het 'eten van het land' en andere groengerelateerde thema's. De, vanwege de afbouw van het nabijgelegen tuincentrum, binnenkort vrijkomende markt in de regio Roelofarendsveen, het beperkte aanbod aan tuincentra in de directe omgeving en het ontbreken van een specialistisch aanbod schraagt de ondernemer in zijn visie dat er voldoende ruimte is voor een specialistisch groencentrum. Het nieuwe groencentrum zal een directe verbinding vormen met de glastuinders uit de omgeving en zal een totaal concept worden op het gebied van alles wat groeit en bloeit in een natuurlijke omgeving. Het groencentrum speelt hiermee in op de maatschappelijke en consumententrend naar enerzijds 'beleving' en anderzijds het willen kopen van lokale producten en het willen weten waar producten vandaan komen.

De vragen

De uit te voeren ruimtelijk-functionele toets voor de 'tuincentrum-paragraaf' zal een onderbouwing moeten leveren om de mogelijkheden voor het nieuwe groencentrum in kaart te brengen¹. Het fundament van deze ruimtelijk-functionele toets bestaat in ieder geval uit een vijftal basisvragen:

1. aan welke voorwaarden dient een courante ruimtelijk-functionele setting van een groencentrum te voldoen?
 2. past een specialistisch opgezet tuin- en groencentrum in het aanbod van tuincentra in de omgeving?
 3. past de beoogde locatie aan het Hazenpad bij deze ruimtelijk-functionele voorwaarden?
 4. wat is het ruimtelijk toekomstperspectief van een dergelijk specialistisch tuincentrum in de regio Holland Rijnland?
 5. wat is de functie en het verzorgingsgebied van het nieuwe tuin-/groencentrum?
- Kortom, welke argumenten zijn er om de komst van een specialistisch groencentrum te rechtvaardigen?

Opzet van deze notitie

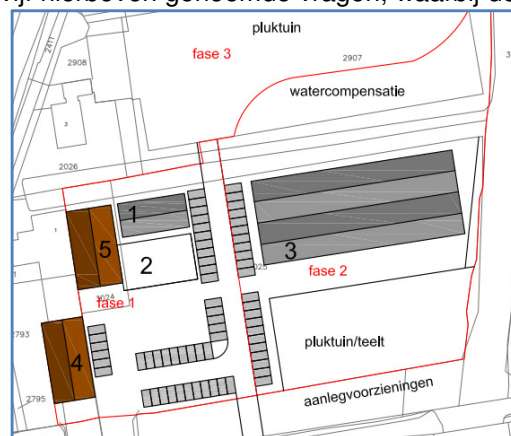
Deze notitie is geschreven in het kader van de bestemmingsplanprocedure voor de ontwikkeling van een groencentrum op de locatie Geestweg/Hazenpad Roelofarendsveen. Deze notitie betreft een nadere toelichting op het concept van het nieuwe groencentrum. Daarnaast betreft het een uitwerking van de doelgroepen en het verzorgingsgebied van dit nieuwe groencentrum. Als bijlage bij deze notitie is de distributieve en markttechnische berekening opgenomen.

De kernwoorden

In deze kwantitatieve en kwalitatieve toetsing wordt ingegaan op de vijf hierboven genoemde vragen, waarbij de volgende kernwoorden centraal staan: *'innovatief winkelconcept'*, *'inzet op twee doelgroepen'* en *'passende ruimtelijke condities'*.

Het plan nader omschreven

Het beoogde groencentrum wordt, zoals aangegeven, geen 'standaard' tuincentrum. De inzet is de realisatie van een 'groencentrum'. De initiatiefnemer zoekt voor dit bijzondere tuincentrum een relatie met de tuinders en bedrijven uit de directe omgeving. Gestreefd wordt naar een 'rompassortiment' met alles wat groeit en bloeit (met zowel kamerplanten, perkplanten, bomen als grassen). Daarnaast zijn er enkele specifieke thema's binnen dit groencentrum die dit centrum bijzonder maken zoals bijvoorbeeld de verkoop van koikarpers, een kweek- en pluktuin voor biologische voeding ('eten van het land'), advies over interieur beplanting en advies over tuininrichting. Dit gehele groencentrum



¹ een onderdeel van het onderzoek wordt gevormd door een achtergrondgesprek met de toekomstige exploitant

is echter, qua bedrijfsvorm, te beschouwen als één bedrijf (één exploitatie) met één centraal afrekenpunt.

Het concept van dit groencentrum draait erom dat producten uit de directe omgeving worden verkocht, hierbij worden het produceren van producten en het gebruik/thuis consumeren bijeengebracht. Het concept sluit aan bij de locatie in het kassengebied van Roelofarendsveen. De lokale en regionale consument krijgt zo meer binding met hetgeen in deze regio wordt geproduceerd.

Het betreft een uniek concept dat een sterke relatie legt met het gebied waarin de locatie is gelegen. De opzet en uitstraling van de winkel en buitenruimte krijgen een landelijk karakter. De locatie wordt omgeven door water, één van de karakteristieken van deze omgeving. Het winkelconcept bestaat in eerste instantie niet uit eigen teelt, veel producten worden aangekocht bij producenten in de omgeving.

Het gehele tuinconcept wordt in drie fasen ontwikkeld. De eerste fase vanaf 2016 betreft een pand van ca. 1.010 m² bedrijfsvloeroppervlakte (b.v.o.). Dit betreft binnen- en buitenpresentatie (met een kleine koepelkas en een tuinderij voor het kweken van te plukken planten). De term bedrijfsvloeroppervlakte betreft de verkoopruimte en/of alle voor de bedrijfsvoering benodigde overdekte ruimte. Voor de distributieve context is het van belang om de winkelvloeroppervlakte (w.v.o.) inzichtelijk te maken. Deze w.v.o. staat voor de voor het publiek zichtbare en toegankelijke winkelruimte. De gangbare verhouding tussen b.v.o. en w.v.o. is 100:80. Dit betekent dat de winkelvloeroppervlakte voor het groencentrum ca. 808 m² w.v.o. wordt. Er worden voldoende parkeerplaatsen aangelegd en er komt zowel een aparte op- als afrit naar het terrein. Deze fase wordt, naar schatting, na enkele jaren geleidelijk gevolgd door fase 2, waarbij een nieuwe kas wordt gebouwd van ca. 1.500 m² b.v.o. De totale omvang van het groencentrum wordt daarmee uiteindelijk ca. 2.510 m² b.v.o. ofwel ca. 2.008 m² w.v.o. Deze groei naar een grotere kas hangt af van zaken als de lokale naamsbekendheid en de omzetontwikkeling, de precieze termijn is dan ook nog niet bekend. Er wordt voor fase 2 o.a. gedacht aan een 'pluktuin' (voor het zelf plukken van fruit en bloemen), een theeschenkerij (hiervoor is contact met een organisatie van gehandicapten), een kleinschalige kinderboerderij en, zoals voorgaand genoemd, een grotere verkoopkas. Later volgt er fase 3, de nadere uitwerking hiervan moet nog gebeuren, het omvat in ieder geval een grotere pluktuin.

Beoordeling concept

Dit groencentrum zal in de basis een tuincentrum zijn met vooral levende producten (nagenoeg geen potten, vazen, etc. en geen woonaccessoires). Wat dat betreft wijkt dit groenconcept sterk af van de nieuwe grote tuincentra, waar steeds meer branchevreemde en niet-levende producten worden verkocht. Er wordt in het nieuwe groencentrum volledig ingezet op lokale en regionale producten. De producten worden aangekocht bij de omliggende glastuinbouwers. Er zal een link worden gelegd met andere bedrijven in de regio in de vorm van enkele themagebieden in de winkel. Dit alles zal geschieden op een compact winkelmetrage van ca. 808 m² winkelvloeroppervlakte, waarbij sterk wordt ingezet op een efficiënte lay-out.

Met het ontwikkelen van dit winkelconcept wordt aangesloten bij de historie van dit tuinbouwgebied en er wordt nadrukkelijk gestreefd naar een interactie met de omliggende glastuinbouwers. De landelijke uitstraling van dit gebied en de bedrijvigheid van de glastuinbouw vormen een meerwaarde voor de gekozen winkellocatie. Tegelijkertijd wordt ingespeeld op de maatschappelijke trend van enerzijds de 'beleving' van producten met een totaal groenconcept (zoals ook de 'pluktuin') en anderzijds op het steeds meer willen weten waar producten vandaan komen en de toenemende vraag naar streekproducten.

Dit nieuwe groencentrum zal worden bezocht door meerdere doelgroepen. Aan de ene kant zal het een lokaal verzorgende rol krijgen voor de omliggende dorpen, maar door het specifieke karakter spreekt het ook klanten uit een grotere regio aan. In feite zal dit groenconcept het voor consumenten waard zijn om over grotere afstanden dit groencentrum te gaan bezoeken. De reikwijdte van het groenconcept is moeilijk af te bakenen, aangezien dit zo'n nieuw concept is dat eigenlijk nog nergens anders in deze regio is gevestigd. Het is nu niet aan te geven hoe groot die bovenlokale doelgroep is in de toekomst, maar er wordt vooralsnog uitgegaan dat de omzet van dit groencentrum, voor wat betreft de 'koopkrachttoevloeiing vanuit de regio', voorlopig ca. 35% van de totaal te behalen omzet zal gaan bedragen.

Het concept kan niet worden vergeleken met een standaard tuincentrum zoals Intratuin of andere aanbieders:

1. de winkel heeft een kleinschalig karakter (ca. 808 m² w.v.o. - overdekt en buitenpresentatie - t.o.v. landelijke ketens die al gauw 2.500 m² w.v.o. of veel meer zijn exclusief de buitenpresentatie);
2. de fysieke ligging tussen de glastuinbouw en de kleinschalige opzet zijn de charme van dit nieuwe bedrijf;
3. er is een directe functionele relatie met de glastuinbedrijven in de omgeving;
4. het assortiment betreft hoofdzakelijk lokale en regionale producten;
5. het betreft een zelfstandig ondernemer die niet bij een keten aansloten zal zijn;
6. de winkel heeft nagenoeg geen branchevreemde producten zoals de meeste tuincentra, waar veel woonaccessoires, cadeau-artikelen en huishoudelijke artikelen verkocht worden. Hier ligt het accent meer op de groengerelateerde producten zoals plantpotten, potgrond, mestartikelen, etc.

Kortom, het betreft een innovatief winkelconcept dat geen standaard assortiment, geen standaard uitstraling en geen standaard locatie zal hebben.

Doelgroep en functie groencentrum Hazenpad: het verzorgingsgebied

De ontwikkeling van het groencentrum aan het Hazenpad/Geestweg te Roelofarendsveen kan worden gekarakteriseerd als een tuincentrum met een bijzondere functie. De omvang van de winkel doet vermoeden dat er sprake is van een lokale functie. De basis van het klantenbestand zal inderdaad uit de directe omgeving komen zoals uit Roelofarendsveen, Oude Wetering en Rijpwetering. Maar daarnaast zullen door het specifieke concept ook vanuit een bredere regio klanten worden getrokken. Dit groencentrum kent door facetten als de contacten met de lokale telers, de pluktuin en de biologische groentetuin een specifieke doelgroep. Dit groencentrum kent daarmee in feite een uniek concept voor de regio. Het is nu nog niet bekend welke afstand de klanten zullen overbruggen, wat de reikwijdte is. De herkomst van de klanten zal in ieder geval zeer diffuus zijn. Overigens is het niet zo dat deze winkel in z'n totaliteit veel klanten zal gaan trekken. Deze groep 'groene en duurzaam georiënteerde' consument heeft nog steeds een relatief beperkte omvang, qua percentage van de totale bevolkingsomvang van deze regio. In feite is het een niche markt. Het is echter wel een groep klanten die geneigd is om grotere afstanden af te leggen voor een bijzonder winkelconcept. Zeker in de tweede fase kan er sprake zijn van een 'middagje uit' voor de groene consument. Naast de lokale functie vervult het nieuwe groencentrum derhalve ook een aanvullend regionale functie. Door het specifieke concept is er sprake van een doelgroep die niet overeenkomt met die van een 'regulier' tuincentrum. Voor een bepaling van de economische mogelijkheden zal de regionale impact moeten worden bekeken, hierbij zal qua bepalen van eventuele markttechnische regionale effecten rekening worden gehouden met de omvang van het groencentrum en het specifieke concept.

De ondernemer heeft er voor gekozen om te starten met ca. 808 m² winkelvloeroppervlakte, juist omdat eerst wordt afgetast in de markt naar de mogelijkheden. Uiteindelijk zal afhankelijk van het succes van de formule worden gekozen voor een uitbreiding naar maximaal 2.008 m² w.v.o. Bij een bepaalde omvang en bepaalde doelgroep past een bepaald ruimtelijk profiel, onderstaand wordt ingezoomd op de fysieke kwaliteiten van de projectlocatie.

Ruimtelijke condities tuincentrum

De ruimtelijke condities voor een tuincentrum betreffen in de basis een goede winkelmaat, goede bereikbaarheid, goede zichtbaarheid, goede parkeervoorziening, goede expeditie-afwikkeling, goede vindbaarheid en goede toegankelijkheid. De beoordeling van deze genoemde zeven factoren is niet zondermeer standaard. Met andere woorden: wat is goed? De kwaliteit van een locatie hangt sterk af van de functie van het tuincentrum. Een tuincentrum met een regionale reikwijdte zoals bijvoorbeeld de Intratuin in Ter Aar of de Ranzijn tuin en dier in Leiderdorp heeft totaal andere ruimtelijke randvoorwaarden nodig dan een kleinschalig tuincentrum als Van der Meer in Oude Wetering.

Zoals bovenstaand is aangegeven krijgt het nieuwe groencentrum een dubbelfunctie. Normaliter kan bij een winkel grofweg de verdeling regionaal, sub-regionaal en lokaal worden aangehouden bij het bepalen van de functie van een winkel. In dit geval is dat anders, zowel de lokale consument als een 'groen en duurzaam georiënteerde' regionale consument zal worden aangesproken door het nieuwe concept. De reikwijdte van dit groencentrum zal dan ook groter zijn dan kan worden vermoed door de relatief beperkte winkelmaat. Het is logisch dat een tuincentrum met een omvang van 5.000 m² w.v.o. of zelfs meer, een grote reikwijdte heeft en deze zal al snel een regionale functie vervullen. Met een grotere winkelmaat kan in de basis meer aantrekkingskracht op de consument worden uitgeoefend. Echter, naast grootschaligheid kan ook een specialistische winkel een aantrekkingskracht op een grotere regio uitoefenen. Zaken zoals de bereikbaarheid, vindbaarheid en parkeren zijn dan ook belangrijke facetten bij de ruimtelijke toetsing van dit groencentrum.



Beoordeling ruimtelijke condities plan groencentrum Hazenpad

De winkelomvang van de projectlocatie aan het Hazenpad/Geestweg is, met ca. 808 m² w.v.o. aan binnen en buiten verkoopruimte in de eerste fase, voor een tuincentrum als zeer kleinschalig te beschouwen². De ondernemer heeft gekozen voor een verdeling in fases, in de tweede fase zou geleidelijk worden gestreefd naar een winkelmaat van ca. 2.008 m² w.v.o., een meer moderne winkelmaat voor een tuincentrum. Echter, ook in deze fase behoudt het groencentrum een relatief kleinschalige omvang. De ligging van de locatie is positief, er

² de gemiddelde winkelmaat voor een tuincentrum lag in 2015 op 2.757 m² w.v.o. (bron: www.detailhandel.info – Stichting Detailhandels-economie en Maatschappij)

is sprake van een locatie gelegen tussen een drietal dorpen als primair marktgebied en in een sterk groeiende regio als secundair marktgebied (Holland Rijnland). Het betreft een solitaire winkellocatie. De traffic ter plaatse is beperkt, het is geen gebied met veel passanten. Echter, een tuincentrum functioneert op zichzelf staand en is niet afhankelijk van traffic of samenhang met andere winkels. Er is momenteel geen winkelambiance / winkelmilieu op deze locatie, echter het toekomstige groencentrum past bij de landelijke ligging in combinatie met een specifieke uitstraling van het glastuinbouwgebied en de vele slootjes.



De locatie is zelf niet gelegen aan een regionale ontsluitingsweg, maar aan lokale wegen. Er is via het Veenderveld echter wel een directe aansluiting op provinciale wegen en ook de rijksweg A4. De wegenstructuur is duidelijk en overzichtelijk in dit gebied, met rechte wegen. De locatie is daarmee voldoende bereikbaar. De toegankelijkheid van de locatie is uitstekend, er komt een aparte toe- en afrit bij het perceel. De vindbaarheid is op dit moment niet optimaal aangezien het geen winkellocatie of trafficlocatie (een locatie met veel passanten) is, maar dit hangt ook af van bewegwijzering in de toekomst. De zichtbaarheid van de locatie is voldoende, het is een breed perceel met voldoende overzicht. Wel staan er langs de weg bomen die de zichtbaarheid negatief beïnvloeden. De herkenbaarheid van het winkelpand is nog niet bekend. De directe beschikbaarheid van parkeerfaciliteiten bij deze winkel is goed, er is sprake van een ruim parkeerterrein. Naast het winkelpand is een grote loods die zal dienen als magazijn. De afwikkeling van de expeditie vindt plaats separaat van het bezoekersparkeren.

Samenvattend, de ruimtelijke condities van de locatie aan het Hazenpad/Geestweg zijn voor een groencentrum overwegend goed. Deze relatief kleinschalige opzet past uitstekend bij het groencentrum met een landelijk karakter zoals de ondernemer voor ogen heeft. Er kan ook goed worden aangesloten bij de bijzondere uitstraling van het glastuinbouwgebied. Er is een interessante fysieke ligging in het gebied en er zijn daadwerkelijk korte lijnen met de toeleveranciers van de producten in het gebied. De bereikbaarheid van de locatie, die ook van belang is voor de genoemde regionale klanten, is positief.

De ondernemer heeft als basis de bewoners van de omliggende dorpen als beoogde primaire doelgroep. Sub-regionale of regionale aspiraties zijn in eerste instantie beperkt, vooral vanwege de beoogde kleinschalige winkelunit in de eerste fase (ca. 808 m² w.v.o.). Maar toch wordt rekening gehouden met regionale klanten. Met een grotere winkelunit zal dit groencentrum meer klanten uit een bredere regio gaan trekken. Met de bereikbaarheid en parkeervoorziening is het mogelijk om dit te realiseren. Echter, zoals eerder is aangegeven is dit niet een concept met een zeer grote aantrekkingskracht qua aantallen, aangezien het een niche markt betreft. De ruimtelijke situatie ter plaatse heeft in de maximale vorm een goede omvang voor de plannen. Er zal geen overbelasting gaan plaatsvinden van deze locatie.

De tuincentrasector in het algemeen³

Tuincentra verkopen vooral bloemen, planten, boomkwekerijgewassen, zaden en tuinbenodigdheden, maar ook dierbenodigdheden⁴. Een deel van de tuincentra kweekt zelf in beperkte mate producten (bloemen, planten en boomkwekerijgewassen). De grotere tuincentra bieden alle productsoorten aan⁵. Gespecialiseerde centra richten zich op een beperkt assortiment, bijvoorbeeld alleen groenproducten. De tuinbranche kent een sterk seizoenpatroon. Het merendeel van de consumentenbestedingen wordt gedaan in het tweede kwartaal. Verder heeft het weer een belangrijke invloed op de bestedingen bij tuincentra. Bij mooi weer besteden consumenten meer geld. In 2014 zijn er 1.386 verkooppunten van tuincentra en winkels in tuinartikelen (agri en dierartikelen). Het aantal verkooppunten loopt licht terug. Er is een onderscheid tussen tuincentra en winkels in tuinartikelen. Voor deze rapportage gaat het specifiek over tuincentra. Tuincentra zijn voornamelijk gevestigd op locaties buiten de stad (verspreide winkels).

³ bron: HBD/Detailhandelinfo.nl en Rabobank Cijfers en Trends

⁴ eventueel in combinatie met de verkoop van tuingeredschappen, het maken van bloemstukken, bruidsboeketten, grafstukken e.d.

⁵ tuincentra waarbij het omzetaandeel zelfgekweekte producten 35% of meer uitmaakt van de omzet worden niet tot deze branche gerekend

Nederland telde bijna 650 vestigingen in specifiek de sub-branchen tuincentra in 2012 (recentere gegevens over deze splitsing tussen tuincentra en winkels met tuinartikelen zijn niet bekend). Dat aantal is de laatste jaren afgenomen, in 2005 waren er nog 810 tuincentra. Bekende namen zijn o.a. Groenrijk, Intratuin, Ranzijn, Overvecht en Tuinwereld. Daarnaast zijn er ongeveer 600 winkels in tuinartikelen, waaronder de zogenaamde agri- en dierartikelen, zoals de 230 winkels van Boerenbond en Welkoop. Opvallend is dat dit soort winkels de laatste jaren juist is toegenomen. Tot slot zijn er 150 winkels gespecialiseerd in tuinmeubelen. Het totaal aantal m² van tuincentra en winkels in tuinartikelen schommelt rond de 2,2 miljoen m².

De gemiddelde omvang van een winkel in de totale sector is 1.571 m² w.v.o. in 2014. Deze branche kent een grote spreiding in bedrijfsomvang. Ongeveer 25% van de tuincentra neemt 65% van het kasoppervlak voor zijn rekening. Specifiek voor de tuincentra geldt dat de totale winkelvloeroppervlakte van tuincentra toeneemt. Inmiddels heeft 39% van alle tuincentra een winkelvloeroppervlakte van 2.000 vierkante meter of meer.

De tuincentra zijn gemiddeld 2.584 vierkante meter groot (overdekte ruimte) in 2012, in 2005 was dit ca. 1.950 m² w.v.o. Er zijn zelfs tuincentra van 10.000 m² w.v.o. of meer, dit waren er 28 in 2012. Het aantal tuincentra loopt jaarlijks terug, maar het aantal vierkante meters neemt toe.

Tuincentra hebben het grootste marktaandeel op de totale tuinmarkt met ongeveer 30% eind 2013. Tuincentra hebben vooral een groot marktaandeel (40% of meer) in onderhoud buitenshuis, bollen en zaden, potten, vazen en schalen, tuinmeubels, kerstartikelen en barbecues. Op de totale markt voor planten is het marktaandeel van tuincentra het grootst. In de eenjarige tuinplanten hebben tuincentra een marktaandeel van 61%. Dit aandeel loopt overigens terug als gevolg van concurrentie van supermarkten. Bij meerjarige planten is dit aandeel nog hoger met 69% en stabiel.

Het signalement van de tuincentralsector in de regio Holland Rijnland

In de regio Holland Rijnland zijn 18 tuincentra gevestigd met in totaal ca. 62.105 m² w.v.o.⁶ De tuincentra zijn divers qua winkelmatten, formules, ligging, etc. De gemiddelde winkelmaat is op basis van deze cijfers 3.450 m² w.v.o., dit is als zeer groot te bestempelen. Dit heeft met name te maken met enkele zeer grote aanbieders zoals Ranzijn in Leiderdorp, en Intratuin in Ter Aar. Dit gemiddelde ligt hoger dan de landelijke cijfers voor tuincentra. Er zijn geen uitgesplitste getallen over de verzorgingsgraad van de tuincentralsector aan te geven.

<i>Regio Holland Rijnland</i>			Branche
Branche	nVKP	WVO	
37.130.558-Tuincentrum	18	62.105	37.130.027-Aquariums 37.130.087-Bloem/Plant 37.130.147-Dibevo 37.130.555-Tuinartikelen 37.130.558-Tuincentrum 37.130.559-Tuinmeubelen

In het dorp Roelofarendsveen is geen tuincentrum aanwezig, wel is er een winkel met tuin- en dierartikelen, de Welkoop. Deze formule heeft echter geen tuincentrum bij het winkelcomplex.



Ter Aar: Intratuin



Leiderdorp: Ranzijn



Roelofarendsveen: Welkoop

In het naastgelegen Oude Wetering is momenteel nog een kleinschalig tuincentrum (Van der Meer). Deze ondernemer is bezig met het afbouwen van de bedrijfsactiviteiten.

Bij de regio zijn ten aanzien van nieuwe ontwikkelingen op het gebied van tuincentra alleen recente plannen in Sassenheim (Intratuin) en Alphen aan den Rijn (Bosrand) bekend.

De volgende opmerkingen kunnen worden gemaakt over de tuinsectorbranche in de regio Holland Rijnland:

⁶ bron: Locatus, 6 januari 2015

- In 2015 bedraagt het aantal vierkante meters in de branche tuincentra 62.105 m² w.v.o.
- Ten tijde van het regionale onderzoek naar perifere detailhandel van DTNP uit 2012⁷ bedroeg dit aantal nog 65.000 m² w.v.o.
- Het aantal vierkante meters is met bijna 3.000 m² w.v.o. afgenomen.
- De tuincentra zijn verspreid over heel de regio Holland Rijnland.
- Er is sprake van een opvallend grootschalig aanbod in deze regio.
- De onderhavige ontwikkeling betreft in fase 1 slechts 1,3% van het aanwezige aanbod en in de tweede fase slechts 3,2%.

Regionaal beleid

Het beleid van de regio op het gebied van tuincentra is opgenomen in de *Regionale Detailhandelsstructuurvisie*, GoudAppel Coffeng, 2006 en de recentere *Strategie voor detailhandel op perifere locaties Holland Rijnland*, DTNP, 2012. Onderstaand volgen de belangrijkste punten wat betreft tuincentra⁸ uit de laatste visie.

Winkels mogen zich in principe alleen in winkelgebieden vestigen. Voor bepaalde branches (woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra, auto-boten-caravans) is omwille van ruimtelijk-relevante redenen (aard en omvang van de artikelen) in het verleden besloten op deze algemene regel een uitzondering te maken. Beleid voor perifere detailhandel (PDV-beleid) heeft betrekking op alle detailhandel buiten reguliere winkelgebieden (hoofdwinkelcentra, stadsdeelcentra, wijk- en buurtcentra). In navolging van het provinciale beleid ligt de nadruk in de in het beleid toegestane 'volumieuze branches' woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra, en op de ABC-branches (auto-boten-caravans).

In de regio Holland Rijnland was, ten tijde van het opstellen van het beleid in de regio, aan tuincentra ca. 65.000 m² w.v.o. aanwezig. In zowel Alphen aan den Rijn e.o. en de Bollenstreek is ongeveer 25.000 m² w.v.o. gevestigd. Het aanbod in Leiden e.o. is fors kleiner. Naar verwachting komt dit door het hoog stedelijk karakter van de sub-regio. Het aanbod tuincentra in Holland Rijnland had een vloerproductiviteit die op het Nederlandse gemiddelde lag. Daarmee functioneerde dit aanbod op een gemiddeld niveau.

In de Verordening Ruimte (2011) van de provincie Zuid-Holland zijn in Holland Rijnland zes bestaande clusters

aangewezen voor perifere detailhandel én een zoeklocatie in de noordelijke Bollenstreek voor een zevende PDV-cluster: Rijnke Boulevard, Woonboulevard 'Woon', 't Heen Katwijk, de Baanderij, Lammenschansweg, Euromarkt Davinci en een 7^e in de Noordelijke Bollenstreek.

Het Dagelijks Bestuur van de regio Holland Rijnland heeft de ambitie het functioneren van de zes bestaande PDV-clusters te optimaliseren. Daarbij moet rekening worden gehouden met de effecten en gevolgen voor het functioneren van de gehele detailhandelsstructuur. Door trends in de winkelmarkt dreigt stagnatie en leegstand. Perifere clusters hebben een minder grote maatschappelijke functie dan andere winkelgebieden. Voor verspreid gelegen winkels geldt dit nog sterker. In het algemeen kan daarom worden gesteld dat leegstand in reguliere winkelgebieden erger is dan leegstand op andere typen locaties. Leegstand op verspreid gelegen solitaire locaties is het minst erg.

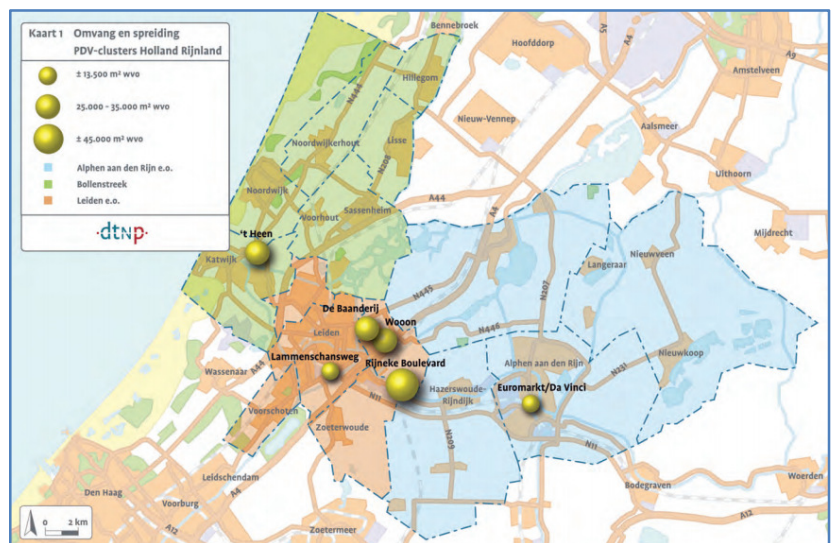
Mede op basis van de ambitie van Holland Rijnland zijn er de volgende uitgangspunten voor de strategie voor PDV-clusters:

- Het primaat voor het detailhandelsbeleid ligt bij de bestaande reguliere winkelgebieden (binnensteden, dorpscentra, stadsdeel-, wijk- en buurtcentra).

Tabel 2 Omvang en branchering winkelaanbod in Holland Rijnland (m² wvo)

<i>Woninginrichting</i>	207.000
<i>Doe-het-zelf</i>	74.000
<i>Tuincentra</i>	65.000
Totaal	346.000

Bron: Locatus (2011), Benchmark Verkenner



⁷ bron: Strategie voor detailhandel op perifere locaties Holland Rijnland, DTNP, 2012

⁸ detailhandel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak waar bedrijfsmatig boomkwekerijproducten, planten, bloembollen en bloemen te koop worden aangeboden, alsmede materialen voor de aanleg, de verfraaiing en het onderhoud van tuinen

- Ontwikkelingen in de periferie mogen de functie en het functioneren van bestaande reguliere winkelgebieden niet ondermijnen.
- In navolging van het provinciale beleid blijft de focus op perifere locaties liggen op de volumineuze PDV-branches (woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra), mede omdat brancheverruiming feitelijk een toevoeging is van reguliere winkelmeters en daarmee zorgt voor nieuwe verdringingseffecten. Hierdoor wordt de gewenste positie van reguliere winkelgebieden ondermijnd.
- Het PDV-aanbod concentreren op zeven clusters, met een omvang en samenstelling die aansluit op de beoogde verzorgingsfunctie. Nieuwe PDV initiatieven in de regio exclusief toewijzen aan de zeven aangewezen clusters.
- Buiten de zeven locaties worden geen substantiële uitbreidingen of nieuwe initiatieven toegestaan. Dit leidt tot een (versnelde) sanering van (relatief zwak) verspreid aanbod en daarmee tot versterking van de positie van zeven clusters.

Berekening vloerproductiviteit tuincentra in Holland Rijnland

	Holland Rijnland
Inwoners primair verzorgingsgebied	527.000
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 70
Koopkrachtbinding	85%
Koopkrachttoevoeging	10%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 35 mln
Huidig winkelaanbod m² wvo	65.000
Huidig omzet/m² (excl. BTW)	€ 545
Gemiddelde omzet/m² (excl. BTW)	€ 550

Indicatie distributieve mogelijkheden winkels in tuincentra in Holland Rijnland in 2020

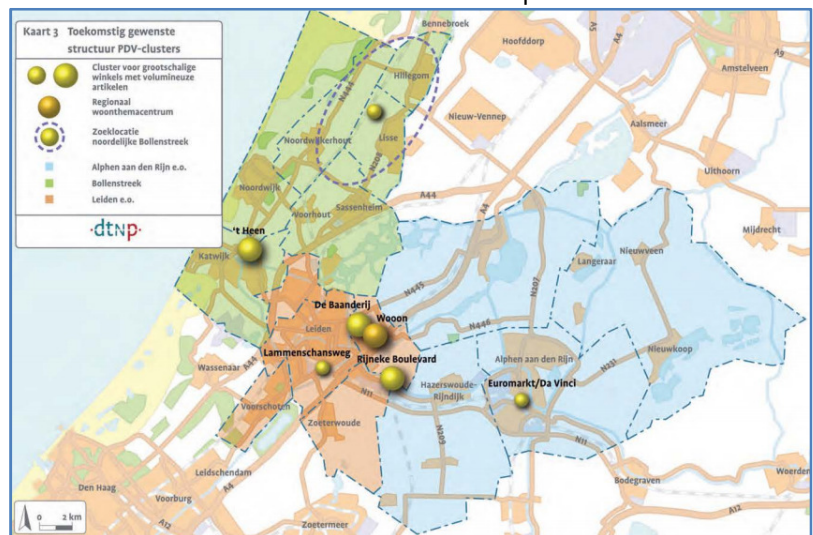
	Holland Rijnland
Inwoners primair verzorgingsgebied	535.000
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 70
Koopkrachtbinding	90-95%
Koopkrachttoevoeging	5%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 35-37 mln
Omzet/m² (excl. BTW)	€ 550
Potentieel winkelaanbod m² wvo	65.000-68.000
Huidig winkelaanbod m² wvo	65.000

Om te bepalen wat in deze veranderende winkelmarkt de haalbare omvang is van de perifere detailhandel in deze regio, is door DTNP een indicatieve distributieve berekening opgesteld voor de belangrijkste branches in de periferie branches, te weten woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra. Evenals bij doe-het-zelfwinkels kiezen consumenten in algemene zin voor het dichtstbijzijnde tuincentrum. Door de schaalgrootte van tuincentra hebben tuincentra meestal een grotere verzorgingsfunctie dan doe-het-zelfwinkels. Om deze reden is ervoor gekozen een berekening te maken voor heel Holland Rijnland. Uitgegaan kan worden van een koopkrachtbinding van 90 à 95% en een relatief beperkte koopkrachttoevoeging van 5%. Op basis hiervan was in 2012 een toekomstig aanbod haalbaar van 65.000 à 68.000 m² w.v.o. Dit aanbod was vergelijkbaar met het destijds aanwezige aanbod ($\pm 65.000 \text{ m}^2 \text{ w.v.o.}$). Geconcludeerd kon worden dat het aanbod in de regio Holland Rijnland in tuincentra in evenwicht is met de toekomstige vraag.

De regio Holland Rijnland heeft de ambitie het functioneren van de PDV-clusters te optimaliseren. Gestreefd

wordt naar *kansrijke clusters* met een passende omvang en branchering, zonder daarmee de gewenste positie van reguliere centra te ondermijnen. Voor Holland Rijnland zien de regio kansen voor twee typen PDV-clusters, elk met een eigen identiteit en functie: een (boven)regionaal woonthemapcentrum (Woon) en clusters voor grootschalige winkels in volumineuze artikelen (die niet inpasbaar zijn in reguliere winkelgebieden) met elkaar niet-overlappende verzorgingsgebieden. Op alle overige perifere locaties worden geen nieuwe initiatieven of substantiële uitbreidingen toegestaan.

Naast een regionaal verzorgend woonthemapcentrum is in Holland Rijnland



ruimte voor een aantal clusters voor grootschalige winkels met volumineuze artikelen die niet inpasbaar zijn in (reguliere) winkelgebieden. De kracht van deze locaties is dat zij ruimte bieden aan grote en relatief doelgericht bezochte winkels. Een herkenbare opzet, goede ontsluiting en voldoende gratis parkeergelegenheid zijn cruciale factoren. Om de positie van de locaties verder te versterken worden marktpotenties voor perifere detailhandel exclusief gebundeld op deze locaties. Om te komen tot zeven goed functionerende clusters en zo een duurzame en gezonde structuur voor consument en marktpartijen te realiseren zal op perifere locaties buiten de zeven te versterken PDV-clusters geen substantiële uitbreiding en nieuwvestiging van detailhandel worden toegestaan.

De regio Holland Rijnland heeft de ambitie het functioneren van de zes bestaande PDV-clusters te optimaliseren en een zevende locatie te ontwikkelen. Daarbij moet echter wel rekening worden gehouden met de bestaande reguliere winkelcentra. De ontwikkeling van een PDV-cluster mag niet leiden tot een toename van leegstand in reguliere winkelgebieden.

In het beleid heeft het functioneren van reguliere winkelcentra prioriteit. Daar moet leegstand worden voorkomen. Pas daarna is het beleid erop gericht leegstand op PDV-clusters te voorkomen en terug te dringen. Om leegstand op PDV-clusters terug te dringen en te voorkomen, moeten heldere keuzes worden gemaakt. Zonder heldere keuzes zullen marktpotenties versnipperen over (te) veel locaties met elk (te) weinig kritische massa en attractiviteit.

Door het vaststellen van een visie op de PDV-structuur wordt aangegeven waar nieuwe ontwikkelingen worden toegestaan. De marktpotenties voor winkels in de volumineuze branches worden zoveel mogelijk geclusterd op de zeven PDV-clusters uit de visie. Winkels mogen zich in principe alleen in winkelgebieden vestigen. Voor de traditionele PDV-branches zijn er ruimtelijk-relevante redenen (aard en omvang van de artikelen) die vestiging buiten de reguliere winkelgebieden rechtvaardigen.

Om deze ruimtelijk-relevante redenen kunnen volumineuze branches een ontheffing krijgen voor perifere locaties. Deze ruimtelijk-relevante redenen zijn voor andere branches of artikelgroepen vaak niet aanwezig en bovendien beleidsmatig ongewenst. Door de verkoop van nevenassortimenten in perifeer gelegen winkels niet toe te staan, is het voor iedereen helder wat is toegestaan.

Nieuwe ontwikkelingen worden eerst lokaal getoetst en vervolgens regionaal. Voorgesteld wordt om alle perifere detailhandelsinitiatieven waarvoor een bestemmingswijziging of ontheffing nodig is, ter toetsing op regionale effecten voor te leggen aan de regio Holland Rijnland. Er is een toetsingskader opgesteld op basis waarvan initiatieven getoetst kunnen worden. Indien een negatief advies wordt gegeven voor een initiatief kan worden gekeken of het initiatief in aangepaste vorm (bijvoorbeeld een andere locatie, branche of omvang) wel op een positief advies kan rekenen.

Figuur 3 Toetsingskader Holland Rijnland voor perifere detailhandelsinitiatieven waarvoor een bestemmingswijziging of ontheffing nodig is



Distributieve en markttechnische context

Bij het bepalen van de distributieve mogelijkheden is het eerst van belang om het verzorgingsgebied af te bakenen. Bij een kleiner tuincentrum dan gebruikelijk zou al snel gedacht kunnen worden dat de winkel een lokale functie zou gaan vervullen. Zoals bovenstaand voor dit gespecialiseerde groencentrum is gemotiveerd zal er echter sprake zijn van een dubbele doelgroep, zowel de lokale markt als ook een toevloeiing vanuit de regio. In de basis zal er in het kader van nabijheid en betrokkenheid bij de lokale tuinderssector de lokale binding zijn. Echter, door de specifieke duurzame en groene opzet, speciale ligging, het opereren in een niche markt en het bijzondere winkelconcept met thema's zal het klanten vanuit heel de regio gaan trekken. Er zullen niet zozeer veel klanten naar dit gespecialiseerde groencentrum komen, maar wel zal het klantenpotentieel een diffuus karakter hebben en geleidelijk over een grotere afstand afkomstig zijn. Juist om die laatste reden is het van belang om de regionale context te overzien wat betreft de distributieve analyse.

In de uitgevoerde distributieve analyse (zie bijlage) is te zien dat er voldoende distributieve mogelijkheden zijn in deze regio. Dat was in het verleden zo ten tijde van het regionale onderzoek van de perifere winkelmarkt, maar ook anno nu. Los van een *kwantitatieve* distributieve analyse is het ook van belang om te kijken naar de *kwalitatieve* behoefte aan een groencentrum zoals dat momenteel voorligt. Het beschreven concept dat uitgaat van 'beleving' en het 'kopen van producten die dichtbij huis worden geproduceerd' is een trend waarop wordt ingespeeld met dit nieuwe winkelconcept. Het groencentrum onderscheidt zich hiermee van reguliere tuincentra. Kwalitatief is dit winkelconcept dan ook een aanvulling voor het huidige grootschalige aanbod in de regio Holland Rijnland en voorziet deze ontwikkeling in een behoefte.

De impact van de voorliggende plannen voor dit gespecialiseerde groencentrum is zeer beperkt op het functioneren van de huidige tuincentrumsector in de regio Holland-Rijnland. Het plan omvat in eerste instantie slechts 808 m² w.v.o., dit wil zeggen in de eerste fase slechts 1,3% van de totale aanbodstructuur op dit moment. Voor de 2^e fase blijft dit eveneens beperkt met ca. 3,2% van het aanwezige aanbod. Eventuele markttechnische effecten zijn dan ook verwaarloosbaar. Zoals eerder vermeld is er in de naastgelegen kern Oude Wetering een kleinschalig tuincentrum dat momenteel zijn activiteiten aan het afbouwen is. Op lokaal niveau waarborgt het

nieuwe groencentrum voor de lokale en sub-regionale consument ook een basisvoorziening in de tuincentrumbranche. Met andere woorden: zowel kwalitatief, kwantitatief als markttechnisch zijn er geen belemmeringen voor de komst van deze nieuwe ontwikkeling in Roelofarendsveen. Sterker nog, dit groencentrum kan een goede aanvulling vormen op het huidige aanbod in de regio.

De vragen

Aan welke voorwaarden dient een courante ruimtelijk-functionele setting van een tuincentrum te voldoen?

Een tuincentrum behoort tot een branche die net als andere winkels is gebaat bij een moderne winkelmaat, goede kwaliteit qua parkeerfaciliteiten, bereikbaarheid, toegankelijkheid, zichtbaarheid, vindbaarheid en een goede expeditie-afwikkeling. Zeker de winkelmaat is een belangrijk aspect om tegemoet te komen aan de wensen van de consument, voor een ruim assortiment en voldoende circulatieruimte. Zeker in een tijd dat deze branche steeds verder aan het schaalvergroten is, is die winkelmaat cruciaal.

Hierbij kan echter wel een aantal belangrijke opmerkingen worden gemaakt. Tuincentra hebben verschillende functies en hierbij gaan verschillende kwaliteiten en eisen ten aanzien van de ruimtelijke condities gepaard. Een tuincentrum met een lokaal verzorgende rol heeft veelal een andere grootte dan een tuincentrum met een regionale functie en reikwijdte. Maar daartegenover staat dat de winkelmaat verschillend is voor een specialistisch of juist een tuincentrum met een breed en compleet assortiment. Een kleinschalige gespecialiseerde zelfstandige speler heeft andere condities dan een grootschalige landelijke winkelketen.

Past de beoogde locatie aan het Hazenpad/Geestweg bij deze ruimtelijk-functionele voorwaarden?

De projectlocatie aan het Hazenpad/Geestweg is geen standaard winkellocatie. Het betreft een locatie in het buitengebied, te midden van de glastuinbouwbedrijven. Het nieuwe groencentrum is echter ook geen standaard tuincentrum. En de locatie is een bewuste keuze gezien het concept en de interactie met de omliggende bedrijven.

Bij de beoordeling van de ruimtelijke condities is het eerst van belang om de rol en het concept van dit groencentrum te typeren. Het plan betreft een kleinschalige winkel voor de verkoop van alles wat groeit en bloeit. Het assortiment wordt (nagenoeg) grotendeels betrokken bij glasbedrijven in de omgeving. Nadrukkelijk is gekozen voor een kleinschalige opzet om een bepaalde sfeer neer te zetten. Er wordt een relatie gelegd met de bedrijven in de omgeving. Dit gebeurt onder andere door de samenstelling van het assortiment en enkele themagebieden binnen het groencentrum. Juist de ligging in het glastuinbouwgebied biedt wederzijdse voordelen. Het concept is dat het produceren van een product en de verkoop ervan (producent en consument) dichterbij elkaar worden gebracht. De consument raakt op deze manier ook meer met de glastuinbouw bekend. Het nieuwe groencentrum heeft een beperkte omvang en is gespecialiseerd, aan de hand van een thema. Dit heeft impact op de uitstraling van deze winkel. De functie van dit gespecialiseerde groencentrum zal deels lokaal zijn. Echter, het bijzondere karakter van het concept zal ook 'groen en duurzaam georiënteerde' consumenten uit een bredere regio trekken. De ruimtelijke condities van de projectlocatie, met name de omvang van de voor het publiek toegankelijke ruimte (binnen en buiten), zullen in eerste instantie beperkt zijn. Echter, zelfs in fase 2 blijft het een groencentrum met een bescheiden afmeting. De overige ruimtelijke condities kunnen als voldoende worden bestempeld, met een goede parkeervoorziening, voldoende bereikbaarheid en zichtbaarheid.

Past een specialistisch opgezet groencentrum binnen de regionale winkelstructuur en leidt dit tot een versterking van deze structuur in de regio Holland Rijnland?

Het nieuwe groencentrum Hazenpad zal een speciale functie krijgen. Het zal door zijn kleinschalige opzet, de uitstraling van de locatie en keuze van het assortiment een aanvullende functie krijgen. Het groencentrum kan goed dienen als aanvulling op de grootschaligheid en het meer generalistische karakter van de huidige aanbodstructuur in de tuincentrumsector in Holland Rijnland. De huidige winkelstructuur wordt vooral gekarakteriseerd door enkele zeer grootschalige aanbieders. Deze nieuwe kleinschalige zelfstandige aanbieder kan zowel qua schaalgrootte als qua concept en thema een aanvulling vormen op het huidige tuincentrumareaal. Deze kleinschalige ontwikkeling zal niet zondermeer standaard in te delen zijn binnen de hiërarchische winkelstructuur van lokale, sub-regionale en regionale tuincentra. Het nieuwe groencentrum zal een dubbelfunctie krijgen, enerzijds voor de omliggende kernen, anderzijds voor een specifieke regionale doelgroep. De omvang van die regionale doelgroep zal overigens bescheiden zijn, het betreft een niche markt. Echter, deze doelgroep zal zeer verspreid over de regio zijn. Aangezien een winkelstructuur zich continu zal moeten vernieuwen en inspelen op de wensen van de consument is het groencentrum aan het Hazenpad een welkome aanvulling. De trends zijn enerzijds schaalvergroting, maar anderzijds ook juist specialisatie en het zoeken naar bijzondere winkelconcepten. Het beoogde groencentrum speelt op dit tweede aspect in, het is een vernieuwend winkelconcept dat in de regio nog niet gevestigd is.

*Wat is het (ruimtelijk) toekomstperspectief van een dergelijk specialistisch
groencentrum in de regio Holland Rijnland?*

De ruimtelijke condities van de projectlocatie aan het Hazenpad/Geestweg zijn overwegend goed. De vraag is echter of de winkel niet te klein wordt. De ondernemer heeft zelf gekozen voor een relatief klein begin met rond de 1.010 m² b.v.o. en een geleidelijk doorgroei na ongeveer 5 jaar (in fase 2) met ongeveer 1.500 m² b.v.o. die wordt toegevoegd aan de 1^e fase. De termijn van de schaalvergroting met 1.500 m² b.v.o. hangt af van zaken zoals lokale naamsbekendheid en omzetontwikkeling. Dan blijft dit groencentrum overigens nog steeds een relatief kleinschalig tuincentrum. De overige ruimtelijke condities zijn passend voor een winkel met een lokaal en aanvullend regionaal verzorgende functie. Het is niet de bedoeling, maar op deze locatie kan deze winkel ook nooit uitgroeien tot een grote regionale speler op de markt. Daarvoor is de locatie niet logisch en zijn factoren als winkelmaat en vindbaarheid niet voldoende. Dit specialistische groencentrum speelt nadrukkelijk in op een maatschappelijke trend naar 'duurzaamheid', 'beleving' en 'lokale producten'. Met name de pluktuin, de relaties met tuinders en de 'zelfwerkzaamheden van de klanten' dragen bij tot het bijzondere specialistische karakter van dit groencentrum. De 'lokale voedingsbodem' zal overigens ook toe gaan nemen, juist vanwege de realisatie van het woongebied Braassemerland. Bezien vanuit het oogpunt van een lokale en aanvullende regionale speler is het ruimtelijke toekomstperspectief ruim voldoende. Gezien het specifieke concept (thema groencentrum) is ook het toekomstperspectief vanuit meer economisch punt gewaarborgd.

Wat zijn de (distributieve) effecten van dit winkelinitiatief op de huidige winkelstructuur?

Het bepalen van de regionale behoefte aan een nieuw tuincentrum kent een kwalitatieve en kwantitatieve component. Kwalitatief is er sprake van een duidelijke meerwaarde van het nieuwe concept doordat deze zich kan onderscheiden en bijzonder is. Ook kwantitatief zijn er mogelijkheden. De afgelopen jaren is het aantal inwoners van de regio Holland Rijnland gegroeid, opvallend genoeg is het regionale aanbod in de tuincentrumsector juist afgenomen. Dit leidt er toe dat er sprake is van een onderverzorging in deze sector. Dit betekent dat onvoldoende aan de regionale behoefte en vraag tegemoet wordt gekomen. Er zijn dan ook volop mogelijkheden voor nieuwe initiatieven. Distributief gezien ondermijnt dit nieuwe initiatief geenszins de bestaande winkelstructuur. Los van deze distributieve ruimte is er sprake van een zeer kleine toevoeging aan het winkelareaal van slechts 1,3% in fase 1 en ca. 3,2% in fase 2. Hierbij dient te worden opgemerkt dat een lokale aanbieder in Oude Wetering (in het eigen verzorgingsgebied) de activiteiten aan het afbouwen is. Op termijn is er dan ook geen sprake van een toevoeging, maar een vervanging. Daarbij komt de verwachte groei van het lokale marktgebied door de woningbouw in de kern Roelofarendsveen. De effecten van het nieuwe groencentrum op de regionale structuur zijn derhalve distributief gezien nihil. Het initiatief is echter juist wel een positieve ontwikkeling voor de lokale en regionale consument door het nieuwe groencentrumconcept.

Past dit nieuwe groencentrum binnen het regionale beleid?

De regio streeft naar een clustering van de perifere detailhandelsvestigingen in een zevental winkelgebieden. De projectlocatie in Roelofarendsveen is geen onderdeel van één van de aangewezen clusters en is tegelijkertijd een nieuwe winkellocatie. Toch is een aantal opmerkingen hierbij van belang. Ten eerste betreft het een kleinschalig winkelconcept dat zoals bovenstaand is weergegeven een aanvulling vormt op het huidige winkelareaal in de regio, ten tweede gaat mede door de omvang er een lokale en aanvullend regionale rol vervuld worden, ten derde is de ligging tussen en de interactie met de glastuinbouw juist een kracht voor dit groencentrum. Tot slot is er momenteel op korte afstand een tuincentrum gelegen dat momenteel aan het afbouwen is, hiermee komt een plek vrij binnen het lokale verzorgingsgebied. Door deze combinatie van factoren kan deze vestiging ondanks de solitaire ligging toch een goede aanvulling zijn op het regionale winkelaanbod en een betere verzorging voor de omliggende kernen.

Tot slot

In dit rapport is een drietal belangrijke factoren naar voren gekomen. Ten eerste is er sprake van een distributieve onderverzorging in de tuincentra-branch, ten tweede is er de geringe impact qua aantal vierkante meters dat wordt toegevoegd in de branche tuincentra en ten derde het bijzondere winkelconcept dat hier wordt ontwikkeld. Distributief gezien zijn er geen belemmeringen voor de toevoeging van een nieuw kleinschalig groencentrum aan het Hazenpad in Roelofarendsveen. Het tweede aspect is de impact van een kleinschalige aanbieder. De effecten van deze toevoeging zullen nihil zijn, zeker gezien het feit dat er slechts 1,3% aan het aanbod wordt toegevoegd in fase 1 en maximaal 3,2% in fase 2. Er zullen zelfs geen waarneembare marktverschuivingen gaan optreden. Daarbij komt nog dat dit nieuwe groencentrum de functie van het tuincentrum Van der Meer in het naastgelegen dorp op termijn zal gaan overnemen. Tot slot is er het winkelinitiatief zelf, nadrukkelijk is gekozen voor een innovatief concept waarbij productie en verkoop in elkaars nabijheid komen te liggen. Er wordt ingezet op het aanbieden van lokale producten. Dit groencentrum kent een 'duurzame' en 'natuurlijke' component. Hierbij wordt direct aangehaakt op enerzijds de specifieke ligging in het glastuinbouwgebied en anderzijds op de huidige trends van het kopen van streekproducten en het willen beleven van een bepaald winkelconcept. Dit gespecialiseerde groencentrum zal zich richten op een speciale doelgroep in de markt, naast de lokale consumenten is er een kleine duurzaam en groen georiënteerde

regionale klantengroep. Op alle bovengenoemde vlakken liggen er veel mogelijkheden voor het nieuwe groencentrum. Uiteindelijk zijn de winkelstructuur en de consument gebaat bij innovatie. Continu is een winkelstructuur zich aan het vernieuwen om in te spelen op de veranderende wensen van de consument. Het kleine en gespecialiseerde groencentrum zal een uitstekende aanvulling zijn voor de grootschalige aanbodstructuur in de tuincentrumsector in de regio Holland Rijnland¹

BIJLAGE

Het demografische signalement van Holland Rijnland

De projectlocatie is gelegen in de kern Roelofarendsveen in de gemeente Kaag en Braassem. De hele gemeente heeft 25.745 inwoners⁹ en de kern zelf heeft 7.459 inwoners. De gemeente Kaag en Braassem is gelegen in het noorden van de regio Holland Rijnland. Het verzorgingsgebied zoals afgebakend voor dit onderzoek is de totale regio Holland Rijnland. Het betreft een regio in het westen van het land, grofweg tussen Den Haag en Amsterdam, met 14 gemeenten.

In totaal heeft de regio 546.990 inwoners.

- Gemeente Alphen aan den Rijn
- Gemeente Kaag en Braassem
- Gemeente Leiden
- Gemeente Lisse
- Gemeente Noordwijk
- Gemeente Oegstgeest
- Gemeente Voorschoten
- Gemeente Hillegom
- Gemeente Katwijk
- Gemeente Leiderdorp
- Gemeente Nieuwkoop
- Gemeente Noordwijkerhout
- Gemeente Teylingen
- Gemeente Zoeterwoude



Deze regio kent de afgelopen jaren een substantiële groei, in 2004 had de regio nog 531.146 inwoners. Dus in 10 jaar was er een groei van bijna 16.000 inwoners. Ook voor de komende jaren is er weer een fors woningbouwprogramma.

Tussen 2012 en 2019 is er een woningbouwprogramma van 21.316 woningen¹⁰ (deel hiervan is reeds gerealiseerd). Voor de periode tussen 2020 en 2029 staan nog eens 12.213 woningen op het programma.

Gemeente	aantal inwoners							ontwikkeling (%)	
	2004	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2013-14	2004-14
Holland Rijnland	531.146	535.534	537.836	540.415	542.661	545.118	546.990	+0,3%	+3,0%
Alphen aan den Rijn	104.688	106.007	106.171	106.190	106.558	106.685	106.785	+0,1%	+2,0%
Hillegom	20.588	20.487	20.484	20.627	20.831	20.868	20.944	+0,4%	+1,7%
Kaag en Braassem	25.173	25.412	25.642	25.744	25.737	25.715	25.745	+0,1%	+2,3%
Katwijk	60.576	61.337	61.828	62.044	62.476	62.688	62.782	+0,1%	+3,6%
Leiden	118.702	116.787	117.123	117.915	118.748	119.800	121.163	+1,1%	+2,1%
Leiderdorp	26.182	26.470	26.426	26.609	26.706	26.743	26.813	+0,3%	+2,4%
Lisse	22.061	22.301	22.335	22.685	22.511	22.393	22.336	-0,3%	+1,2%
Nieuwkoop	26.815	26.757	26.929	26.988	26.974	27.082	27.104	+0,1%	+1,1%
Noordwijk	24.452	25.335	25.407	25.438	25.517	25.671	25.691	+0,1%	+5,1%
Noordwijkerhout	15.092	15.355	15.555	15.601	15.648	15.740	15.956	+1,4%	+5,7%
Oegstgeest	21.188	22.564	22.597	22.767	22.788	23.153	22.910	-1,0%	+8,1%
Teylingen	34.598	35.533	35.759	35.812	35.686	35.800	35.735	-0,2%	+3,3%
Voorschoten	22.505	22.996	23.462	23.865	24.310	24.658	24.951	+1,2%	+10,9%
Zoeterwoude	8.526	8.193	8.118	8.130	8.171	8.122	8.075	-0,6%	-5,3%

Distributieve situatie

Vooraf dient een opmerking te worden gemaakt. In de Strategie voor detailhandel op perifere locaties Holland Rijnland van DTNP uit 2012 is uitgegaan van de Locatus databank (uit 2011) en het aantal vierkante meters was destijds ca. 65.000 m² w.v.o.

De cijfers van Locatus anno januari 2015 bedragen ca. 62.105 m² w.v.o. De regio is niet kleiner geworden dan destijds, er was alleen sprake van een gemeentelijke herindeling (van 15 naar 14 gemeenten). Het aantal inwoners is door de woningbouwplannen en nieuwe indeling van de regio gegroeid, het aantal vierkante meters is in deze jaren juist afgenomen.

In het regionale beleid wordt wat betreft de distributieve situatie aangesloten bij het Koopstromenonderzoek Randstad uit 2011. Hierbij is uitgegaan van een regionale koopkrachtbinding van 90 à 95%. De koopkrachttoevoeling zal naar verwachting beperkt zijn (5%). Door het uitvoerende bureau is destijds uitgegaan van een distributieve ruimte van ca. 65.000 tot 68.000 m² w.v.o. voor 2020.

Distributieve opmerkingen

Bij deze distributieve ruimte kan een aantal opmerkingen worden gemaakt:

- het aantal inwoners is sinds het onderzoek van DTNP toegenomen van 527.000¹¹ naar 546.990;

⁹ bron: gemeente Kaag en Braassem, 31-12-2014

¹⁰ bron: Regio Holland Rijnland. Het betreft de geraamde plancapaciteit per gemeente. Het gaat om harde en zachte plannen. Niet alle gemeenten hebben het programma na 2020 doorgegeven

¹¹ bij de berekening van DTNP in 2012 was er nog een andere samenstelling van de regio (wijziging in 2014 m.b.t. Alphen aan den Rijn)

- het aantal vierkante meters is sindsdien afgenomen;
- het bestedingscijfer is licht afgenomen¹²;
- de vloerproductiviteit is fors afgenomen.

Distributieve achtergrond

Op basis van deze distributieve ingrediënten bedraagt de distributieve ruimte anno 2015 ca. 69.750 m² w.v.o. oplopend naar ca. 73.600 m² w.v.o., op basis van een regionale binding van 90 tot 95% en een toevloeiing van 5%. Dit is een groot verschil met de cijfers van DTNP van destijds. In 2012 werd gesproken van een evenwichtige distributieve situatie.

Anno 2015 is er in de tuincentrabranche in deze regio sprake van een forse 'onderverzorging'.

Deze onderverzorging heeft te maken met een toename van het aantal inwoners in combinatie met een afname van het aantal aanwezige vierkante meters in de branche tuincentra.

Ondanks een afname van het bestedingscijfer zullen de bestedingsmogelijkheden in deze branche fors toenemen. Dit heeft te maken dat het regionale verzorgingsgebied qua aantal inwoners is gegroeid. Er is anno 2015 een uitbreidingsruimte van ca. 7.600 tot 11.450 m² w.v.o. beschikbaar.

De toevoeging van het nieuwe groencentrum bedraagt slechts ca. 808 m² w.v.o. (binnen- en buitenruimte). Hiervoor zijn distributief gezien dus geen belemmeringen. Sterker nog, de toevoeging van aantal vierkante meters is juist noodzakelijk om beter tegemoet te treden aan de consument en te komen tot een meer evenwichtig aanbod.

De distributieve ruimte zal straks verder toenemen door een verdere groei van het aantal inwoners naar 2020 toe gezien. Het nieuwe groencentrum in Roelofarendsveen neemt slechts een fractie in van de aanwezige en toekomstige uitbreidingsruimte. Ook bij de uitvoering van de tweede fase met een groei naar maximaal 2.008 m² w.v.o. zijn er distributief gezien geen belemmeringen.

Daarbij komt dat de lokale aanbieder in het aangrenzende Oude Wetering bezig is met het afbouwen van activiteiten. Het nieuwe groencentrum kan dan als vervanging komen, met als gevolg dat er geen enkele marktverschuiving zal plaatsvinden. De nieuwe ontwikkeling ondermijnt dan ook zeker niet de bestaande winkelstructuur.

Ten slotte zal het groencentrum een lokale rol vervullen in een gemeente met groeiambitie. De gemeente is samen met diverse marktpartijen het Braassemerland aan het ontwikkelen. Hierdoor zal de komende jaren het aantal inwoners van de gemeente en de kern Roelofarendsveen dus blijven groeien. Daarmee groeit ook de 'lokale voedingsbodem'.

Markttechnische effecten

De distributieve ruimte is zoals bovenstaand aangegeven ruim voldoende voor de toevoeging van het groencentrum in Roelofarendsveen.

Er zijn dan ook geen negatieve distributieve effecten te verwachten, er zal géén aantasting of ondermijning van het huidige winkelareaal of de winkelstructuur plaatsvinden. Overigens al zou er geen distributieve ruimte zijn, dan nog zouden er nagenoeg geen markttechnische effecten plaatsvinden. Dit is onderstaand op hoofdlijnen weergegeven:

- In de tuincentrumbranche is in Holland Rijnland op dit moment ca. 62.105 m² w.v.o. aanwezig.
- De toevoeging van een specialistische groencentrum van ca. 808 m² w.v.o. in deze regio betekent een uitbreiding aan m²-tuincentra in de gehele regio Holland Rijnland van ca. 1,3%.
- Per vierkante meter bedraagt de vloerproductiviteit in de tuincentrumbranche afgerond ca. € 483,-, excl. b.t.w. en € 570,- incl. b.t.w.¹³.
- Bezien vanuit de markttechnische kant betekent de toevoeging van het groencentrum van 808 m² w.v.o. een omzetclaim van afgerond ca. € 0,46 mln. inclusief b.t.w. op jaarbasis.
- Er zijn op dit moment 18 tuincentra met 62.105 m² w.v.o. in de regio met een gemiddelde van 3.450 m² w.v.o.
- De gemiddelde omzet per aanbieder bedraagt ca. € 1,97 mln. (dit wil zeggen bij de gemiddelde vloerproductiviteit bij 3.450 m² w.v.o.).
- Per aanbieder in de regio (bij een gelijke verdeling) levert de komst van het groencentrum een afname op tot maximaal ca. € 0,026 mln. (ca. € 0,46 mln. delen door 18 aanbieders).
- Ook bij fase 2, de volumegroei naar maximaal ca. 2.008 m² w.v.o., zijn de hypothetische effecten marginaal, met een nieuwe omzetclaim van ca. € 1,1 mln., ofwel ca. € 0,06 mln. per aanbieder.

¹² Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek 2013, HBD, recentere cijfers zijn niet beschikbaar

¹³ dit zijn omzetcijfers per vierkante meter voor de detailhandelsomzet

- Dit is echter puur een hypothetische benadering om een mogelijke impact van de komst van het groencentrum in beeld te brengen, een mogelijke extra bestedingsvolume van de specifieke groene consument is in deze analyse buiten beschouwing gelaten.
 - Aangezien er voldoende distributieve ruimte is, zullen er bij beide ontwikkelingsfasen van dit gespecialiseerde groencentrum geenszins verstorende distributieve effecten optreden. Er is immers voldoende bestedingsruimte. Deze bestedingsmogelijkheden zullen zelfs nog toenemen door de groei van het aantal inwoners.
-

COLOFON

Titel rapport	Roelofarendsveen * 2015 Groencentrum Hazenpad Ruimtelijk-functionele toets
Opdrachtgever	Bureau SRO, de heer ir. drs. Rene van den Oetelaar
Uitgevoerd door	Adviesburo Kardol, adviseurs winkelplanologie
Projectteam	Drs. A.J. Kardol & S.H. Kardol
Datum	9 april 2015
Status	Definitieve rapportage
Trefwoord	Roelofarendsveen/tuincentrum/Hazenpad
Aantal blz.	15
Nummer document	Src.090.docx.
Informatie	Adviesburo Kardol De Heurne 9 7255 CK Hengelo Gld. tel. 0575 46 33 98 fax. 0575 46 37 24 e-mail adviesburo-kardol@bit.nl

Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron wordt vermeld