

projectnaam
**Third opinion uitbreiding
tuincentrum Zuidplas**

datum
9 februari 2022

opdrachtgever
Gemeente Zuidplas

projectnummer
P05032

opgesteld door
FS, RK

i.a.a.
RvL

BRO
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl
www.bro.nl

Inleiding

Aanleiding

De gemeente Zuidplas werkt op verzoek van Tuincentrum Van der Spek in Zevenhuizen mee aan een nieuw bestemmingsplan voor de uitbreiding van het tuincentrum. Adviesbureau Stec heeft middels een DPO onderzoek gedaan naar de behoefte aan en effecten van de uitbreiding van dit tuincentrum en komt tot een positief resultaat. Een aantal bezwaarmakers heeft een tegenonderzoek/second opinion laten uitvoeren door Goudappel. De bezwaarmakers zijn van mening dat op basis van deze second opinion geen behoefte zou zijn aan een uitbreiding van Tuincentrum Van der Spek. De gemeente Zuidplas is van mening dat deze behoefte er wel is. De discussie spitst zich primair toe op de kwantitatieve behoefte ofwel de gehanteerde cijfers in de distributieve berekeningen.

Tijdens de Commissie Ruimte waarin het ontwerpbestemmingsplan inzake de uitbreiding van Tuincentrum Van der Spek werd besproken, is vanuit de raad het verzoek gekomen om een nadere toelichting op de rapporten van Stec en Goudappel te maken omdat deze twee bureaus verschillende conclusies trekken bij dezelfde uitgangspunten.

U heeft BRO gevraagd een analyse te maken van beide rapporten met als resultaat een verklaring van de verschillen en een onafhankelijke nieuwe eindconclusie. Naast het beoordelen van de eerder verschenen rapporten zijn in totaal drie gesprekken gevoerd met de voor en tegenstanders van het beoogde initiatief. Tijdens deze gesprekken kon gereageerd worden op het initiatief en de rapporten van Stec en Goudappel. BRO heeft de input uit deze gesprekken meegenomen en verwerkt in dit memo.

Resultaat

Het resultaat is een onafhankelijk en objectief adviesrapport met daarin enerzijds een verklaring van de verschillen tussen de rapporten van Stec en Goudappel, een advies over het initiatief in het licht van de Ladder voor duurzame verstedelijking en een resultaat van de interviews.

Doel

Het rapport heeft als doel de gemeenteraad van de gemeente Zuidplas helder, objectief en genuanceerd inzicht te geven in de conclusie in hoeverre de uitbreiding van het tuincentrum voldoet aan de Ladder voor duurzame verstedelijking en meer specifiek in hoeverre het initiatief voldoet aan de kwantitatieve behoefte.

Inhoudelijke reactie

Onderstaand is allereerst inhoudelijk ingegaan op de verschillen tussen Stec en Goudappel inzake de distributieve berekening en gehanteerde cijfermatige uitgangspunten.

1. Gehanteerde aanbodcijfers

Duiding verschillen Stec en Goudappel

- Stec Groep en Goudappel hanteren afwijkende aanbodcijfers. Het verschil is te wijten aan het gebruik verschillende bronnen. Stec Groep heeft voor het bepalen van het totale winkelvloeroppervlak gebruik gemaakt van de destijds meest recente cijfers van Locatus. De gehanteerde bron betreft de aanbodcijfers van Goudappel is bij BRO onbekend.
- In de second opinion constateert Goudappel afwijkende metrages voor twee tuincentra binnen het verzorgingsgebied. Vervolgens heeft Stec Groep de cijfers geactualiseerd, waarbij gebruik is gemaakt van (wederom) de meest actuele cijfers van Locatus. Op basis van de geactualiseerde cijfers van Locatus blijkt dat de beide genoemde tuincentra aanzienlijk groter zijn dan voorheen

uit de cijfers van Locatus bleek. Dit is door Stec overgenomen.

Toelichting juiste werkwijze – theorie/juridisch

- Om het totale aanbod inzichtelijk te maken, is het gebruikelijk de aanbodcijfers van Locatus te hanteren. Locatus wordt door adviesbureaus landelijk gebruikt als bron bij ruimtelijk-economisch onderzoek.
- Cijfers van Locatus worden algemeen erkend en geaccepteerd, zoals ook Stec reeds aangeeft. In de Omzetkengetallennotitie wordt tevens gewezen op het gebruik van Locatus als bron voor de winkelvloeroppervlakten¹.
- De omzetkengetallen notitie is een document opgesteld in samenspraak met verschillende adviesbureaus, waaronder ook Stec Groep en Goudappel, met onder meer als doel het voorkomen van het gebruik en rekenen met verschillende cijfers.

Overwegingen ten aanzien van het aanbod – praktijk

- Ondanks dat het aanbod theoretisch/juridisch correct en volgens de gebruikelijke manier is vastgesteld door Stec, is BRO van mening dat de lokale context in dit specifieke geval een belangrijkere rol speelt dan elders in Nederland. Het kweken van bomen en planten loopt als een rode draad door de geschiedenis van het gebied.
- De omgeving van Boskoop kent vele kwekers en lokale aanbieders. Ook deze verkopen direct aan de consument. Hierdoor is het werkelijke vloeroppervlak waar tuinartikelen worden verkocht in de praktijk waarschijnlijk een stuk groter dan vastgesteld door Locatus (figuur 1).
- Het is echter niet mogelijk om het volledige aanbod van verkopen aan huis/bedrijf, groothandelsbedrijven en andere vormen van verkoop in beeld te brengen. Eenduidige cijfers/bronnen ontbreken.

- De vele aanbieders resulteren ook in een hogere aantrekkingskracht van de regio als geheel. Consumenten zijn bereid een hogere afstand af te leggen voor het doen van tuinaankopen. Hierdoor is de verwachting dat ook het gemiddelde bedrag dat consumenten uitgeven aan tuinartikelen hoger ligt dan gemiddeld in Nederland.
- Daar komt bij dat in de landelijke bestedingscijfers, die gebruikt worden in DPO-onderzoek, geen rekening houden met bestedingen aan bedrijven of niet-tuincentra. Kortom, als je meer vloeroppervlak zou toevoegen in de DPO-berekening, zou je ook uit moeten gaan van een gemiddeld hoger bestedingskengetal per hoofd. Ook dit is methodologisch lastig, omdat niet bekend is hoeveel hier wordt besteed. Het DPO blijft een modelmatige weergave van de werkelijkheid met veel aannames.



Figuur 1: Voorbeeld bloemencarroussel.



Figuur 1: Voorbeeld verkoop bij kwekers.

¹ Retailinsiders, Omzetkengetallen 2020, juli 2021.

2. Gehanteerde uitgangspunten online bestedingen

Duiding verschillen Stec en Goudappel

- In de DPO berekening van Stec is naar de toekomst toe geen correctie doorgevoerd voor de groei van de online bestedingen. Goudappel stelt echter dat het van belang is om de groei van de online bestedingen wel degelijk mee te nemen in de berekening. Als bron hiervoor worden voorbeelden uit het koopstromenonderzoek gebruikt en het onderzoek van GfK en Shopping Tomorrow.
- In het onderzoek van GfK en Shopping Tomorrow wordt het verwachte aandeel online in 2026 geschat op circa 28%. Goudappel stelt dat op basis van dit onderzoek de bestedingen met 10% verlaagd dienen te worden door de toenemende invloed van online. Een schatting die volgens Goudappel gezien het onderzoek van GfK en Shopping Tomorrow zelfs nog aan de lage kant is.
- Als reactie daarop stelt Stec Groep dat ook zij een groei zien van online bestedingen. Tegelijkertijd constateert Stec echter ook dat de fysieke winkelbestedingen in tuincentra toenemen (zie omzetkengetallennotitie). Dit betekent dat zowel online bestedingen als fysieke bestedingen in tuincentra toenemen. Stec Groep geeft hierbij aan een veilige inschatting gemaakt te hebben door de stijgende omzetkengetallen te compenseren met de groei van online.

Realistische invloed van online en methode om online te corrigeren in DPO berekeningen – theorie/juridisch

- Het aantal online bestedingen binnen de tuinbranche neemt onmiskenbaar toe, zoals online bestedingen binnen de gehele retail toenemen. De online kooporiëntatie in de tuinbranche is echter nog zeer beperkt (4%). De toename van online bestedingen binnen de tuincentrumbranche heeft echter niet geleid tot een afname van bestedingen in fysieke winkels. Integendeel, ook in de fysieke winkels is al jaren een sterke groei zichtbaar. De

fysieke winkelomzet in tuincentra is gestegen van € 59 per hoofd in 2015 naar € 73 per hoofd in 2019 (zie omzetkengetallennotitie).

- Op basis bovenstaande gegevens bestaat theoretisch geen aanleiding om aan te nemen dat als gevolg van online rekening moet worden gehouden met een forse afname van fysieke bestedingen in tuincentra in 2030. Eerder nog dient rekening te worden gehouden met een stijging van de fysieke bestedingen, maar BRO kiest hier niet voor om enerzijds behoudend te blijven en anderzijds vanwege het feit dat de toekomst nooit te voorspellen is.

Overwegingen online en positionering - praktijk

- Uit de gevoerde gesprekken blijkt dat enkele aanbieders vrezen voor toenemende concurrentie in een tijd waarin tuinartikelen steeds vaker in andere bedrijven worden verkocht (branchevervaging) en men steeds meer online doet. De uitbreiding van Van der Spek is in de ogen van sommige aanbieders een significante 'extra' vorm van concurrentie dat de winstgevendheid en groeipotentie onder druk kan zetten.
- Naast de bedreigingen wordt ook benadrukt te kijken naar de kansen, zoals de jaarlijks toenemende bestedingen in de sector (zelfs tijdens corona) en de forse toename van het aantal inwoners in de toekomst. Dit gecombineerd zorgt voor veel extra omzetpotentie.
- Verder is er ook binnen tuincentra, net zoals bij supermarkten, onderscheid te maken in de positionering. De reeds gevestigde tuincentra in het gebied onderscheiden zich momenteel duidelijk van elkaar. Intratuin focust zich op het midden/hogere segment en heeft een breed en uitgebreid assortiment met de nadruk op beleving. Zo worden er naast bloemen en planten ook tuinartikelen, kleding en dierproducten verkocht. Van der Spek is gericht op het discount segment. Het aanbod bestaat nu en

in de toekomst voornamelijk uit bloemen en planten. Van der Dussen richt zich op kwaliteit en specialistisch aanbod (niche). Deze duidelijke afbakening en positionering draagt bij aan de complementariteit van de tuincentra en dient zoveel mogelijk behouden te worden.

- Op basis van de gesprekken ziet BRO geen aanleiding om uit te gaan van een veel negatiever omzeteffect als gevolg van online. Aanbieders profiteren immers ook van online, door de online vindbaarheid.

3. Gehanteerde methode effectenanalyse

Duiding verschillen Stec en Goudappel

- Goudappel en Stec Groep zijn het eens dat de effecten met name te verwachten zijn voor aanbieders in de categorie planten/bloemen- en dierenwinkels. Goudappel geeft aan dat veel van deze aanbieders in centra gelegen zijn en een negatief omzeteffect kunnen verwachten. Dat terwijl juist deze centra kwetsbaar zijn en onder druk staan.
- Stec Groep concludeert echter dat geen sprake zal zijn van onaanvaardbare effecten gelet op het beperkte aandeel van deze winkels in de omliggende centrumgebieden. Bovendien geeft Stec aan dat het omzeteffect zich zal spreiden over een groot gebied en dat het effect op één enkele aanbieder beperkt is.
- Goudappel focust zich primair op het omzeteffect voor ondernemers, terwijl Stec een stap verder gaat door het omzeteffect te vertalen naar de kans op leegstand en deze leegstand te toetsen aan de aanvaardbaarheid in het kader van een goede ruimtelijke ordening.

Effecten dierbenodigdheden en bloemen en doorvertaling naar lokaal niveau

- Het is juist om te veronderstellen dat de uitbreiding van het tuincentrum effect kan hebben op winkels binnen de categorie planten/bloemen en dieren. Het gaat binnen

de ruimtelijke ordening echter niet om het effect an sich, maar om de aanvaardbaarheid van eventuele leegstandseffecten in het kader van een goede ruimtelijke ordening. Hiervoor dienen een aantal stappen te worden doorlopen.

- Allereerst is het van belang om de behoefte in kaart te brengen. Indien sprake is van voldoende kwantitatieve behoefte is er in theorie voldoende omzet te behalen voor alle aanbieders en wordt geen leegstand verwacht.
- Indien sprake is van beperkte omzeteffecten wordt dit geschaard onder een aanvaardbaar ondernemersrisico. Leegstand wordt niet verwacht omdat enig omzeteffect niet direct leidt tot sluiting van een winkel.
- Indien wel sprake is van significante omzeteffecten, moet rekening worden gehouden met de kans op leegstand. Uit jurisprudentie² blijkt het volgende: *“Het enkele feit dat de voorziene ontwikkeling kan leiden tot beëindiging van de (eigen) bedrijfsactiviteiten ter plaatse en daardoor tot leegstand van het in gebruik zijnde bedrijfsgebouw is op zichzelf eveneens onvoldoende om te concluderen dat zich relevante leegstand zal voordoen. Dit kan echter onder omstandigheden anders zijn, bijvoorbeeld indien het bedrijfsgebouw dermate bijzondere bouwkundige dan wel locatie-specifieke eigenschappen heeft, dat andersoortig gebruik - al dan niet door transformatie - niet of onder zeer bezwarende omstandigheden tot de mogelijkheden behoort, hetgeen niet licht zal kunnen worden aangenomen.”*
- Leegstand als gevolg van concurrentie is binnen de ruimtelijke ordening dus niet per definitie relevante leegstand.

- Indien eventuele leegstand zich binnen de gewenste structuur bevindt, maar niet essentieel is voor de consumentenverzorging, dan is naar verwachting tevens sprake van aanvaardbare leegstand.
- Indien wel sprake is van een essentiële winkel voor de detailhandelsstructuur (binnen centra), ontstaat kans op onaanvaardbare leegstand. Om te bepalen of daadwerkelijk sprake is van onaanvaardbare leegstand zal een afweging moeten worden gemaakt, waarbij onder meer wordt gekeken naar aantal risicopanden, bestaande leegstand in de omgeving van risicopanden, pand- en locatie-eigenschappen en planologische mogelijkheden (ten behoeve van herinvulling).
- De beoogde uitbreiding van Van der Spek leidt op basis van Stec mogelijk tot een vloerproductiviteit die 2% beneden het landelijk gemiddelde komt te liggen. Daarmee zijn bestaande aanbieders nog altijd uitstekend in staat om gezond te kunnen functioneren. Ten opzichte van de bestaande situatie blijft de vloerproductiviteit nagenoeg gelijk. Naar verwachting resulteert de uitbreiding van Van der Spek dan ook niet tot leegstand binnen het verzorgingsgebied.
- In het geval uitgegaan wordt van (veel) meer m² wvo tuinartikelen, door bijvoorbeeld kwekers en andere aanbieders in het verzorgingsgebied, neemt de distributieve uitbreidingsruimte af. De kans op leegstand neemt dan mogelijk toe. Aangezien dit type aanbod volledig solitair gelegen is en geen ruimtelijke meerwaarde heeft in de detailhandelsstructuur, zal eventuele leegstand niet geclassificeerd worden als onaanvaardbare leegstand. Bovendien is de activiteit ‘detailhandel aan consumenten’

vaak een nevenactiviteit, omdat veel kwekers primair leveren aan bedrijven.

4. Effecten horeca

Duiding verschillen Stec en Goudappel

- Goudappel stelt dat de beoogde horecagelegenheid vanwege de (relatieve) omvang een ontwrichtend effect zal hebben voor de bestaande horeca in de bestaande reguliere winkelgebieden. Door deze nieuwe ontwikkeling is de kans op leegstand en herinvulling van leegstaande panden klein.
- Stec Groep is echter van mening dat er geen onaanvaardbare ruimtelijke effecten optreden gezien het feit dat de horecavestiging beperkt toegankelijk is en zich hoofdzakelijk richt op de bezoekers van het tuincentrum. Bovendien is het horeca concept van Van der Spek afwijkend van het reeds bestaande aanbod in de centrumgebieden en daardoor in mindere mate concurrerend. In de centrumgebieden blijft behoefte aan (dag)horeca voor bezoekers die tijdens het winkelen willen lunchen, koffie drinken of op het terras willen zitten.

Effecten en complementariteit van horeca volgens BRO, onderbouwd met cijfers

- Beleving en het bieden van een totaalervaring zijn belangrijker trends binnen de retail en ook specifiek voor tuincentra om toekomstbestendig te zijn³. Met de beoogde horecaontwikkeling speelt Van der Spek in op de behoefte en wensen van de huidige consument.
- De beoogde horeca, naar verwachting een pannenkoekenrestaurant, is sterk complementair aan het reeds

² Hornbach Nijmegen, ECLI:NL:RVS:2021:1661.

³ Rabobank Cijfers & Trends, Tuincentra, mei 2017.

aanwezige aanbod in de nabije omgeving. In de gemeente Zuidplas is momenteel nog geen pannenkoekenrestaurant gevestigd.

- Bovendien wordt opgemerkt dat pannenkoekenrestaurants vaak niet gevestigd zijn in de stadscentra, maar doorgaans op (aantrekkelijke) locaties zoals een bos, park of bij het water. Ter indicatie, circa twee derde van de pannenkoekenrestaurants is gevestigd buiten centra⁴.
- De beoogde horeca is nadrukkelijk ondersteunend aan de hoofdfunctie, namelijk het tuincentrum. Verder wordt gewezen op de beperkte openingstijden van de horecagelegenheid. De horecavestiging focust zich met name op de bezoekers van het tuincentrum (gezinnen met kinderen) en alleen tijdens openingstijden van het tuincentrum. De horeca in de omliggende winkelgebieden kent ruimere openingstijden waardoor ook in dit opzicht sprake is van complementariteit.
- Geconcludeerd wordt dat de beoogde horecagelegenheid sterk complementair is aan de bestaande horecagelegenheden in de winkelgebieden, zowel qua type (pannenkoekenrestaurant), bezoekmotief (ondersteunend aan tuincentrum) als randvoorwaarden (beperkte openingstijden). Daarmee is het reëel om te veronderstellen dat het effect voor de bestaande structuur beperkt is.

5. Complementariteit reguliere centra

Duiding verschillen Stec en Goudappel

- Goudappel stelt in haar rapport dat het totaalconcept van Van der Spek een vergelijkbaar bezoekdoel krijgt als de kernwinkelgebieden.
- Stec kan zich hier niet in vinden en geeft aan dat tuincentra doelgericht worden bezocht terwijl het primair bij

kernwinkelgebieden recreatief winkelen is of het doen van boodschappen. Hoewel het totaalconcept overlap wordt het tuincentrum primair bezocht voor tuin gerelateerde aankopen.

BRO: Tuincentrum complementair aan winkelgebieden

- BRO wijst op het gegeven dat tuincentra vanwege hun aard en omvang niet inpasbaar zijn binnen reguliere centrumgebieden. Tuincentra in Nederland zijn, net als Van der Spek, doorgaans gelegen op solitaire locaties.
- Er is een duidelijke trend zichtbaar waarbij consumenten een bezoek aan het tuincentrum steeds meer ervaren als een dagje uit. Beleving en winkelcomfort spelen hierbij een belangrijke rol. Dit is in zoverre vergelijkbaar met hoofdwinkelgebieden. Een tuincentrum is echter gericht op volumineuze artikelen die van oudsher in de periferie zijn toegestaan en nauwelijks in de hoofdwinkelgebieden voorkomt. Een bezoek aan een tuincentrum is voornamelijk een dagje uit op het gebied van 'in en om het huis', 'tuinbeleving' en 'groen'. Het betreft recreatief winkelen met een doelgericht motief voor een specifieke sector. Dit is daardoor niet te vergelijken met recreatief winkelen in een hoofdwinkelgebied, waar met name kleding, schoenen, sport en media centraal staan.
- Veel tuincentra verkopen de laatste jaren branchevreemde producten, maar nadrukkelijk ondergeschikt aan de hoofdfunctie van het tuincentrum. Consumenten blijven tuincentra primair bezoeken voor de aankoop van tuin gerelateerde producten. Dit betekent dat de brancheverbreiding die we zien bij tuincentra, en ook bij Van der Spek, niet ten koste gaat van de complementariteit met reguliere winkelgebieden.

6. Aanvullende punten Goudappel

Goudappel reageert op diverse specifieke punten ten aanzien van de buitenruimte, het nevenassortiment en regionale afstemming.

Buitenruimte

Opmerking Goudappel

- Een deel van het assortiment zal in de buitenruimte worden opgesteld. Desondanks is de buitenruimte geen onderdeel van het winkelvloeroppervlak van het tuincentrum. Indien de buitenruimte wel wordt meegenomen leidt dit tot grotere ruimtelijke effecten voor de bestaande structuur.

Buitenruimte – theorie/juridisch

- Het winkelvloeroppervlak is het voor de consumenten toegankelijke / zichtbare deel van de winkel dat verwarmbaar is en vrij van weersinvloeden. De buitenruimte van detailhandel, onder meer bij tuincentra, wordt niet meegeteld bij het winkelvloeroppervlak. Zowel Locatus als het CBS gaan uit van deze definitie.
- De omzet die wordt behaald op producten die buiten uitgesteld staan, wordt meegerekend (en verdisconteerd) bij de omzet van de binnenruimte. De omzetcijfers van het CBS hebben immers betrekking op het tuincentrum als geheel. In de landelijke omzetkengetallen worden deze omzetten in het gehele tuincentrum vertaald het m² winkelvloeroppervlak van Locatus (binnenruimte).
- Gemiddeld ligt de vloerproductiviteit op basis van landelijke cijfers daardoor iets hoger, omdat hier ook de omzet van de buitenruimte in is meegenomen.

⁴ Locatus Winkelgebiedenverkenner, geraadpleegd in december 2021.

Buitenruimte- praktijk

- Tijdens de gesprekken werd gewezen op de onderschatting van de buitenruimtes. Ondanks dat theoretisch de juiste werkwijze gehanteerd is, is het van belang om kritisch te kijken naar de lokale situatie. Zo is het overdekte gedeelte van tuincentrum Van der Dussen aan de kleine kant en wordt het merendeel van de omzet gerealiseerd op de buitenruimte. Dit is geen 'gemiddelde' situatie.
- In Locatus staat Van der Dussen in de boeken op 599 m² wvo (binnenruimte). De ondernemer geeft aan dat sprake van circa 9.000 m² buitenruimte die toegankelijk is voor de consument. Door het niet meerekenen van deze specifieke ruimte ontstaat er een onderschatting van de omzetclaim. BRO kan echter niet verifiëren welke buitenruimte daadwerkelijk voor de consument toegankelijk is en hoeveel omzet hier wordt gehaald.
- Hierbij moet opgemerkt worden dat de verkopen in de buitenruimte sterk weersafhankelijk zijn. Op een mooie dag is de gegenereerde omzet een stuk hoger dan op een regenachtige dag. Bovendien ligt de vloerproductiviteit van de buitenruimte een stuk lager dan de binnenruimte. Een groot deel is immers opslag. De omloopsnelheid van verkoop is ook lager.
- Het is lastig om methodologisch zuiver om te gaan met de buitenruimte. Geconcludeerd wordt dat het meewegen van de buitenruimte bij Van der Dussen waarschijnlijk resulteert in iets minder distributieve uitbreidingsruimte. Hoeveel minder is niet in te schatten, omdat in relatie tot de DPO-methode de buitenruimte normaliter niet wordt meegerekend.

NevenassortimentOpmerking Goudappel

- Volgende de geldende richtlijnen mag 20% met nevenassortiment worden ingevuld, een toename van 190 m²

naar 1.400 m². Afhankelijk van de invulling van het nevenassortiment kan dit een zeer forse ruimtelijk impact op de bestaande structuur hebben.

Reactie BRO

- De richtlijn van 20% is niet gemaximeerd en biedt in het geval van Van der Spek ruimte voor het voeren van nevenassortiment van 1.400 m² wvo. Daarmee voldoet Van der Spek aan het beleid en de regels in het bestemmingsplan.
- In het bestemmingsplan is echter ook opgenomen dat het aangeboden nevenassortiment dient te passen bij het hoofdassortiment. Daarmee wordt voorkomen dat het tuincentrum volstrekt afwijkend assortiment kan gaan voeren. Het primair bezoekmotief blijft bovendien de aankoop van tuin gerelateerde artikelen.
- Het is dan ook niet reëel om te veronderstellen dat het nevenassortiment zal leiden tot een forse ruimtelijke impact op de bestaande structuur.

Regionale afstemmingOpmerking Goudappel

- In de second opinion is ingegaan op het advies van de Provinciale Adviescommissie Detailhandel. De inhoudelijke argumenten van de adviescommissie zijn niet weerlegd: regionale afstemming heeft later niet meer plaatsgevonden, het totaalconcept heeft een grote ruimtelijke impact en de omvang van de plannen zijn zeer groot waardoor een enorm metrage aan tuinmarktmeters ontstaat.

Reactie BRO

- De adviescommissie is van mening dat de regionale afstemming niet op een juiste wijze heeft plaatsgevonden. Echter is niet duidelijk op wat voor manier deze afstem-

ming had moeten plaatsvinden, aangezien voor deze afstemming door de adviescommissie geen duidelijke regels zijn opgesteld. Ten behoeve van de regionale afstemming is van diverse omliggende gemeenten een individuele reactie gevraagd en ontvangen.

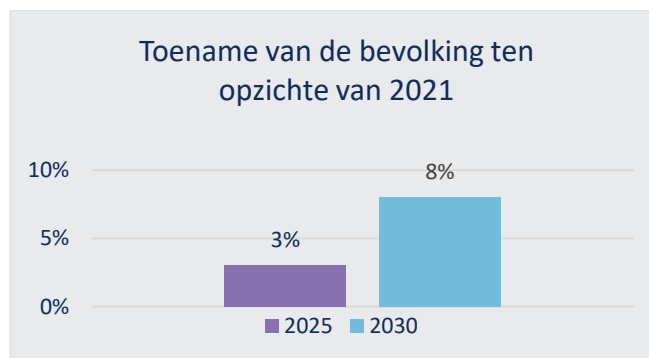
- Ten aanzien van de impact van het totaalconcept hebben we bij punt 4 reeds duidelijk gemaakt dat het totaalconcept invulling geeft aan de hedendaagse consumentenbehoefte (totaalervaring). Bij punt 5 hebben we tevens duidelijk gemaakt dat tuincentra sterk doelgericht worden bezocht en dat het totaalconcept niet ten koste gaat van de complementariteit met reguliere winkelgebieden. Consumenten zullen Van der Spek primair blijven bezoeken voor de aankoop van tuin gerelateerde artikelen.
- De ruimtelijke impact zal aanvaardbaar zijn en er zal een verbetering van de consumentenverzorging plaatsvinden. De consument krijgt door de uitbreiding een modern tuincentrum dat voldoet aan de veranderende wensen van consumenten en meer keuzemogelijkheden.
- Dat het metrage aan tuinmarktmeters aanzienlijk toeneemt is een feit. Mede om die reden heeft echter een effectenanalyse plaatsgevonden, waarmee de behoefte inzichtelijk is gemaakt, evenals de effecten voor de bestaande structuur.
- In de beeldvorming dient rekening gehouden te worden met de relatieve lage vloerproductiviteit van tuincentra (€ 542 per m²). 1 m² wvo tuincentrum is in omzet niet te vergelijken met 1 m² wvo bloemenwinkel in een winkelcentrum of 1 m² wvo dierenwinkel. Kortom, een uitbreiding van een tuincentrum betreft veel meters vanwege het extensieve ruimtegebruik ten behoeve van het bieden van beleving in de winkel, het uitstellen van volumieuze artikelen en het inrichten van sfeergebieden.

Bevolkingsanalyse

- Voor het bepalen van de marktruimte wordt gewerkt met prognoses voor onder andere de bevolkingsontwikkeling. Tijdens de gesprekken werd aangehaald dat bevolkingsprognoses geen garantie bieden voor de toekomst en eerdere bevolkingsprognoses niet gehaald werden. Op basis van deze prognoses worden beslissingen genomen voor de toekomst.
- Als gekeken wordt naar eerdere rapporten (Zevenhuizen-Moerkapelle/Waddinxveen, dpo vestiging Intratuin) werd het aantal inwoners (2015) in Zevenhuizen-Moerkapelle geschat op 14.500 in plaats van de uiteindelijke 10.750. Ook het aantal inwoners voor Waddinxveen is een stuk lager uitpakket dan eerder geprognostiseerd, circa 25.660 in plaats van 31.000. Hier moet bij opgemerkt worden dat inmiddels de bevolkingsaantallen fors zijn toegenomen. De huidige (feitelijke) bevolkingsaantallen worden dan ook gebruikt om een beeld te schetsen van de huidige marktruimte. Anno 2022 staat vast dat het draagvlak de komende jaren zal groeien. De opgaven zijn groot en de provincie heeft sterke ambities om het aantal woningen in de regio te vergroten.
- In figuur 2 is de verwachte toename van de bevolking ten opzichte van 2021 voor 2025 en 2030 weergegeven.

Advies en conclusie

Op basis van de beoordeling van beide rapporten, de gehouden interviews en een eigen afweging, komen wij tot de volgende conclusies.



Figuur 2: Toename van de bevolking ten opzichte van 2021 (Bron: Primos).

Kwantitatieve behoefte

- Wij onderschrijven de manier waarop de distributieplanologische berekening van Stec is uitgevoerd. Met behulp van de juiste landelijke kengetallen is een modelmatige berekening gemaakt die een inschatting geeft van de kwantitatieve behoefte. Juridisch en methodologisch is dit op een juiste wijze door Stec uitgevoerd.
- Er dienen echter praktische nuances geplaatst te worden bij de uitkomsten van deze berekening. Er bestaat echter een verschil tussen de theoretische weergave en de werkelijke situatie.
 - De regio heeft bovengemiddeld veel kwekerijen en heeft hierdoor, naast het in Locatus geregistreerde aanbod, veel overige aanbieders van bloemen en planten.
 - Meer aanbod betekent niet direct minder kwantitatieve behoefte. Het is waarschijnlijk dat door deze specifieke aanbieders ook meer bestedingen plaatsvinden. De bestedingen aan deze kwekerijen zitten immers niet in de landelijke

omzetkengetallen en dus ook niet in de distributieve berekening.

- In verhouding tot het landelijk gemiddelde is er gemiddeld meer buitenruimte aanwezig bij Van der Dussen. Dit zal leiden tot een hogere omzetclaim dan waar in de berekening rekening mee is gehouden.
- De toekomst blijft onzeker, maar vast staat dat op basis van harde woningbouwplannen rekening moet worden gehouden met een forse bevolkingsgroei. Ook staat vast dat ondanks de groei van online bestedingen ook de fysieke winkelbestedingen in tuincentra de afgelopen jaren zijn gestegen. Dit wordt ook door ondernemers in het verzorgingsgebied bevestigd.

- Uitkomsten van een distributieve berekening zijn altijd gebaseerd zijn op aannames, waardoor uitkomsten indicatief zijn. Kwalitatieve overwegingen dienen daardoor zwaarder meegewogen te worden bij plantoetsing in het kader van de Ladder voor duurzame verstedelijking. Dit is ook vaste jurisprudentie⁵.
- Met name door de forse bevolkingsgroei en toename van de toonbankbestedingen in tuincentra verwacht ook BRO dat in de toekomst sprake zal zijn van een kwantitatieve behoefte voor uitbreiding van het tuincentrum-aanbod.

Kwalitatieve behoefte

- Zelfs in het geval sprake zou zijn van een overschrijding van de kwantitatieve behoefte, kan een initiatief onderbouwd worden op kwalitatieve gronden. Met het beoogde initiatief van Van der Spek wordt nadrukkelijk invulling gegeven aan een kwalitatieve behoefte.

⁵ Uitspraak ABRvS inzake Alphen aan den Rijn, ECLI:NL:RVS:2018:3283, punt 4.7.

- Door de uitbreiding wordt een totaalconcept aangeboden, waarbij volop aandacht is voor de hedendaagse consumentenbehoefte, waaronder beleving, uitgebreide keuzemogelijkheid, winkelcomfort, etc.
- De consument krijgt meer keuzemogelijkheden, doordat er op korte afstand van elkaar drie volwaardige, maar complementaire tuincentra aanwezig zijn. Door de uitbreiding van Van der Spek worden andere ondernemers uitgedaagd om (nog) meer te vernieuwen.
- Het gebied krijgt een kwalitatieve impuls. Het tuincentrum wordt op een aantrekkelijke manier ingepast in het gebied, waardoor de omgevingskwaliteit verbetert.

Effecten

- Op basis van de Ladder mag een ontwikkeling geen onaanvaardbare leegstandseffecten tot gevolg hebben. Zowel op basis van de modelmatige berekeningen als de door BRO gevoerde gesprekken is hier geen sprake van.
 - De uitbreiding van Van der Spek zal omzeteffecten hebben bij bestaande aanbieders. Met name door de groei van de bevolking en groei van bestedingen kan deze extra omzet prima gedragen worden door het toenemende economisch draagvlak.
 - Het omzeteffect is mede daardoor niet dermate groot dat bestaande aanbieders de deuren moeten sluiten. Het gaat mogelijk ten koste van de winstgevendheid en/of groeipotentie, maar zal niet leiden tot leegstand. Bovendien hebben veel aanbieders ook nevenactiviteiten, bijvoorbeeld de verkoop van bloemen en planten aan bedrijven (ook internationaal).

- Zelfs in het scenario dat toch leegstand ontstaat, is deze leegstand vanuit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening aanvaardbaar. Bijna alle tuinaanbieders liggen solitair en hebben geen meerwaarde voor de detailhandelsstructuur. Ze zijn geen onderdeel van winkelgebieden.

Tot slot

- BRO begrijpt de genoemde zorgen van bepaalde aanbieders, maar de rol/taak van de gemeente is 'ruimtelijk ordenen'. Economische ordening in de zin van, het voorkomen van initiatieven om concurrentie effecten tegen te gaan, is wettelijk verboden.
- De partijen die BRO gesproken heeft geven allen het signaal dat het redelijk goed gaat met de tuinbranche. Geen enkele aanbieder heeft de afgelopen jaren te maken gehad met omzetverliezen. Per saldo hebben de meeste aanbieders (forse) omzetstijgingen meegemaakt.
- Advies aan de ondernemers is om met elkaar het gesprek te blijven voeren en samen te werken om de regionale consument aan te (blijven) trekken. Van der Dussen, Intratuin en Van der Spek liggen alle drie dicht bij elkaar op een vanuit de regio uitstekend bereikbare locatie. BRO ziet veel kansen om de kruisbestuivingen tussen de drie aanbieders verder te optimaliseren. Aandachtspunten hierbij zijn:
 - Behoud complementariteit en profiel, door afstemming assortimenten.
 - Gezamenlijke marketingacties.
 - Duidelijke routing en bewegwijzering.
- Combinatiebezoeken zijn kansrijk, omdat consumenten iets te kiezen willen hebben. Men trekt al snel een halve

dag uit voor aankopen bij tuincentra, waardoor het bezoek aan meerdere aanbieders dicht bij elkaar voor de hand ligt.