

Alblasserdam

ruimtelijk-economisch onderzoek
uitbreiding bouwmarkt/tuincentrum



Rho

—
ADVISEURS
VOOR
LEEFRUIMTE

Alblasserdam

ruimtelijk-economisch onderzoek uitbreiding bouwmarkt/tuincentrum

projectnummer:

048200.16734.00

projectleider:

drs. G. Welten

datum:

21-10-2013

opdrachtgever:

gemeente Alblasserdam

Inhoud

1. Inleiding	3
2. Analyse	4
2.1. Kwalitatieve versterking	4
2.2. Economische analyse	8
2.3. Conclusie	13
3. Conclusie	14

Aanleiding

Uitbreiding is voorzien van de bestaande bouwmarkt/tuincentrum van Hornbach op het bedrijventerrein Vinkenwaard (Kelvinring 60) in Alblasserdam. De beoogde ontwikkeling heeft een omvang van 3.674 m² bruto vloeroppervlak (bvo). De uitbreiding betreft een oppervlak van 4.174 m² bvo. Echter, gebruik van 500 m² hiervan is reeds mogelijk met de op 19 mei 2005 verleende vrijstelling en bouwvergunning voor het tuincentrumdeel “Groene Golf” van de vestiging.

De ontwikkeling betreft voor 1.137 m² bvo de realisatie van een zogeheten afhaalcentrum/drive-in en in ondergeschikte mate buitenverkoop van bouwmaterialen. Het overige deel à 2.537 m² bvo betreft de afronding van het tuincentrumdeel van de Hornbach-vestiging.

De beoogde branchering van de uitbreiding is bouwmarkt en tuincentrum. De provinciale Verordening Ruimte (PVR Zuid-Holland, 30 januari 2013) staat de vestiging van beide branches toe op locaties buiten de bestaande winkelconcentraties in de centra van steden, dorpen en wijken. Als dergelijke ontwikkelingen groter zijn dan 1000 m² bvo moeten deze vergezeld gaan van een distributieplanologisch onderzoek. Uit het onderzoek moet blijken dat er geen sprake is van ontwrichting van de detailhandelsstructuur. Daarnaast moeten alle stedelijke ontwikkelingen in de provincie worden getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking, waarbij de eerste stap bestaat uit het aantonen van de regionale behoefte aan de ontwikkeling. Beide zaken zijn onderdeel van dit onderzoek.

Onderzoek

Door middel van ruimtelijk-economisch (distributieplanologisch) onderzoek worden de volgende vragen beantwoord:

- Is er voldoende marktruimte voor de beoogde ontwikkeling? Anders gezegd: bestaat er vanuit de consument behoefte aan de ontwikkeling? Dit in het kader van de toets aan de ladder voor duurzame verstedelijking.
- Heeft de ontwikkeling onaanvaardbare gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Alblasserdam? Hierbij wordt ook het effect op de leegstand van winkels meegenomen.

De vraag of sprake is van duurzame ontwrichting van de detailhandelsstructuur heeft alleen betrekking op de mate waarin inwoners van een verzorgingsgebied kunnen voorzien in hun eerste levensbehoefte (conform de uitspraak van de ABRvS 201208105/1/R2). Tuin- en doe-het-zelfartikelen worden niet aangemerkt als eerste levensbehoefte, waardoor deze toets niet relevant is. Wel wordt in dit onderzoek getoetst of er geen onaanvaardbare gevolgen zijn voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Alblasserdam, alsmede de actuele regionale behoefte aan voormelde ontwikkeling inzichtelijk gemaakt.

Leeswijzer

Het ruimtelijk-economisch onderzoek wordt uitgevoerd in hoofdstuk 2. De conclusies worden in hoofdstuk 3 gegeven aan de hand van beantwoording van de hoofdvragen van het onderzoek.

2. Analyse

In dit hoofdstuk wordt getoetst of bij de consumenten binnen het verzorgingsgebied in kwalitatieve en in kwantitatieve zin behoefte bestaat aan de beoogde ontwikkeling van Hornbach Alblasserdam.

Van bvo naar wvo

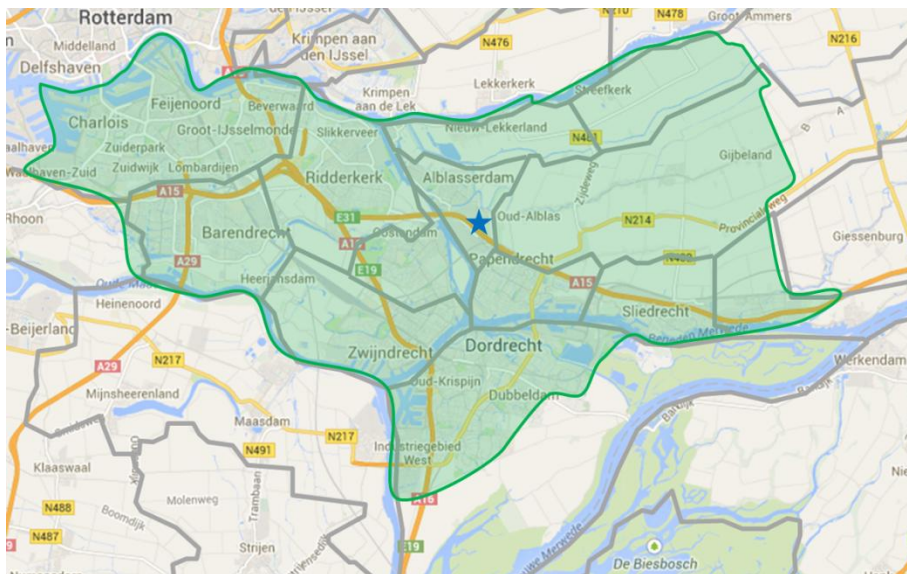
In ruimtelijk-economisch onderzoek in de detailhandel wordt gerekend met winkelvloeroppervlak (wvo). Dit betreft het voor consumenten toegankelijke en zichtbare deel van de winkel, exclusief magazijn, kantoor, sociale en technische ruimten. Het winkelvloeroppervlak is doorgaans circa 80-85% van het bruto vloeroppervlak (bvo).

2.1. Kwalitatieve versterking

Verzorgingsgebied

Uit gegevens van Hornbach is bekend dat in de Randstad circa 80% van de omzet per vestiging afkomstig is van consumenten die binnen 13 autominuten van de vestiging wonen (bron: Hornbach Nederland BV). Dit 13-autominutengebied wordt als zeer gebruikelijk gezien voor grootschalige bouwmarkten en tuincentra. Het wordt opgevat als het primair marktgebied.

In figuur 2.1 is het verzorgingsgebied van Hornbach Alblasserdam weergegeven (bron: Nationale Bereikbaarheidskaart¹⁾; bewerking Rho).



Figuur 2.1 Het 13-autominutengebied (groen) met de gemeentegrenzen (grijs)

¹⁾ De Bereikbaarheidskaart: om de reistijden te voorspellen is door samensteller GoudappelCoffeng gebruik gemaakt van een nationaal verkeersprognosemodel in OmniTRANS, waarbij een zogenaamde dynamische toedelingstechniek (MaDAM) is gebruikt. Daardoor is ook rekening gehouden met files die vertraging veroorzaken. Het verplaatsingspatroon is berekend tussen 4000 zones (postcodegebieden). De rekenresultaten zijn gekalibreerd op waargenomen verkeersintensiteiten en waargenomen reistijden.

Winkelaanbod verzorgingsgebied

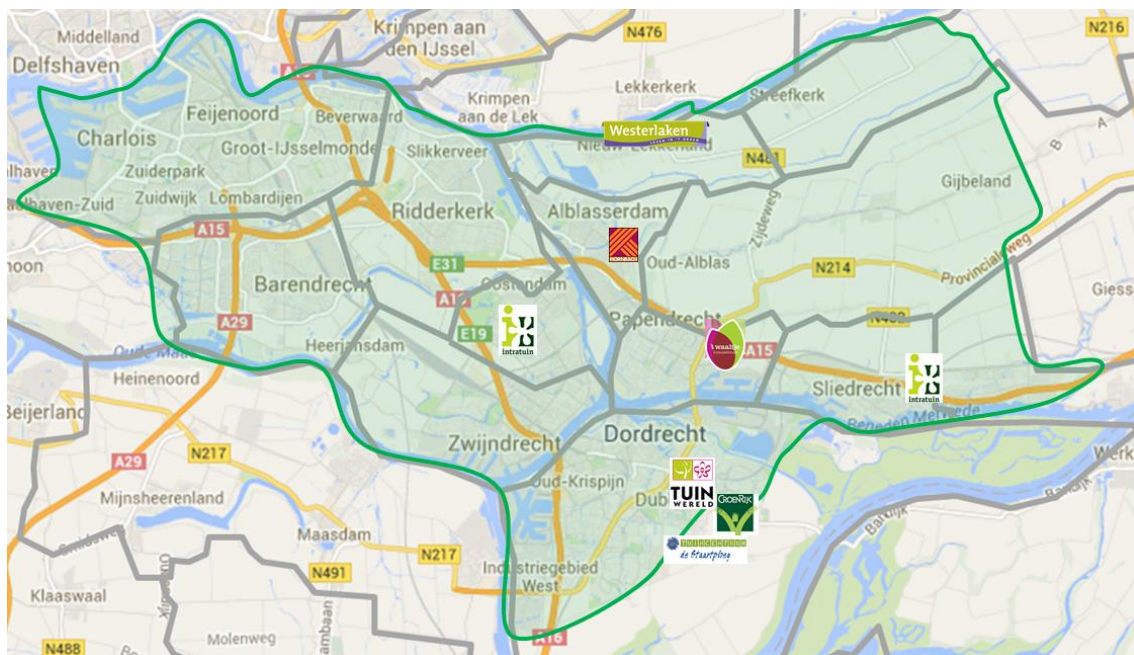
Binnen de stedelijke gebieden van de Drechtsteden en Rotterdam zijn verscheidene bouwmarkten aanwezig (figuur 2.2). De spreiding ervan is redelijk evenwichtig. De meeste consumenten in het gebied hebben op relatief korte afstand (minder dan 10 km) keuze uit meerdere bouwmarkten. Hornbach Alblasterdam is de enige vestiging van deze formule in het verzorgingsgebied.



Figuur 2.2 Spreiding aanbod bouwmarkten (> 1.500 m² vvo) in verzorgingsgebied

De tuincentra (> 1.500 m² vvo) in het verzorgingsgebied zijn in een ruime cirkel rond Alblasterdam gelegen met een concentratie van aanbieders in Dordrecht. Vooral de Intratuin in Slidrecht heeft een zeer grootschalige omvang van meer dan 10.000 m² vvo (Locatus, oktober 2013).

Aan de westkant van het verzorgingsgebied ontbreken grootschalige tuincentra, wel bevinden zich in dit gebied kleinschalige winkels in tuinartikelen.



Figuur 2.3 Spreiding aanbod tuincentra (> 1.500 m² vvo) in verzorgingsgebied

Unieke opzet Hornbach-vestiging

De vestigingen van Hornbach hebben een zeer grootschalige omvang van meer dan 10.000 m² wvo. Een volwaardige Hornbach-vestiging kent de volgende ruimtelijke opzet:

- bouwmarkt-deel:
- tuincentrum-deel:
- drive-in met de verkoop van volumineuze artikelen / grote hoeveelheden: circa 10% van het oppervlak (doe-het-zelfbranche).

Een bouwmarkt met tuincentrumdeel van meer dan 10.000 m² wvo en een drive-in is nog niet aanwezig binnen het verzorgingsgebied.

Het assortiment van het huidige bouwmarktdeel van de Hornbach in Alblasserdam is gericht op de grotere klussen in en om het huis (Hornbach profileert zich als 'de Projectbouwmarkt') en bevat geen branchevreemde artikelen²⁾ (zoals fietsen, kleding, multimedia).

In doe-het-zelfartikelen is het assortiment breed en diep. Van alle producten zijn zeer veel vormen/maten/uitvoeringen aanwezig. Voor alle artikelen – van huismerk tot A-merk – biedt Hornbach de laagste-prijs-garantie.

Voor afnemers van grote hoeveelheden of zeer volumineuze producten is de realisatie van een zogenaamde drive-in voorzien in Alblasserdam. Deze voorziening, die bij veel overige Hornbach-vestigingen al aanwezig is, biedt kopers de mogelijkheid om aangeschafte producten direct vanaf het schap in de auto, aanhanger of iets dergelijks te plaatsen. Het assortiment van de drive-in bestaat hoofdzakelijk uit grove bouwmaterialen. In dit deel van de winkel kunnen de goederen worden afgehaald en direct in het voertuig worden geplaatst. De drive-in zal ook veel door professionals (veelal kleinere aannemers en ZZP'ers) worden bezocht.

De drive-in wordt extensief gebruikt voor de uitstal van goederen, omdat er relatief veel verkeersruimte nodig is om de voertuigen te laten manoeuvreren. In beginsel moeten namelijk drie voertuigen naast elkaar door de gangpaden kunnen rijden. Ondanks deze extensieve inrichting, wordt het gehele oppervlak van de drive-in (doe-het-zelfbranche) als wvo meegenomen in de analyse.

Het tuinassortiment van Hornbach is – zoals bij de meeste bouwmarkten – hoofdzakelijk gericht op de niet-levende tuinartikelen, zoals straatstenen, tuinhout of tuingereedschap. Dit in tegenstelling tot een doorsnee tuincentrum, waar de nadruk meer op levende tuinartikelen ligt (en op artikelen voor de woninginrichting). Hornbach vult het niet-levende tuinassortiment aan met een basisassortiment tuinplanten en producten voor tuinonderhoud. Dit als service richting de klant. Om de consument het complete tuinassortiment van Hornbach te kunnen bieden is de uitbreiding van het tuincentrumdeel van de vestiging in Alblasserdam voorzien.

Deze grootschalige opzet maakt dat consumenten vooral voor de grotere klussen een Hornbach bezoeken. Voor het spreekwoordelijke doosje spijkers of het blikje verf zal de consument doorgaans een kleinere bouwmarkt, breedpakketzaak of specialist 'om de hoek' bezoeken. Met het zeer complete assortiment en de lage prijsstelling richt Hornbach zich naast consumenten ook op de bouwprofessional (veelal kleinere aannemers en ZZP'ers).

De 'grote-klussen-bouwmarkt' Hornbach heeft een geheel eigen marktpositie en is complementair ten opzichte van overige bouwmarkten en tuincentra, vanwege:

- de grootschalige opzet met een winkel bestaande uit een bouwmarkt, een tuincentrum en een drive-in;
- de nadruk in het assortiment op doe-het-zelfproducten en niet-levende tuinartikelen;
- het brede en diepe assortiment in vormen, maten, uitvoeringen, prijzen en merken gericht op de grotere bouw-/verbouwingsklussen;
- de laagste prijsgarantie;

²⁾ De Hornbach verkoopt in ondergeschikte omvang keukens, sanitair en woninginrichting waaronder meubels. Deze productgroepen hebben betrekking op klussen in en om het huis en behoren daarom tot het reguliere assortiment van een bouwmarkt.

- het ontbreken van branchevreemde artikelen, zoals fietsen, computers;
- het ruime aanbod in grove bouwmaterialen.

Consumentengedrag leidt tot schaalvergroting

De ontwikkeling van bouwmarkten/tuincentra met de beschreven opzet past in de trends die optreden binnen deze winkelbranche. In de tuin- en doe-het-zelfbranche neemt namelijk het aantal winkel reeds jaren af in het hele land (tabel 2.1). In de doe-het-zelfsector is vooral het aantal speciaalzaken (ijzerwaren, verf en behang) sterk afgenomen. Deze landelijke afname verliep veel sterker dan bij de bouwmarkten en breedpakketzaken (bouwmarkten kleiner dan 1.500 m² wvo).

Tabel 2.1 Aantal vestigingen naar winkelvorm in Nederland (HBD, 2013)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
bouwmarkten (> 1.500 m ² wvo)	760	760	770	770	720	710
breedpakketzaken (< 1.500 m ² wvo)	490	480	460	430	440	430
ijzerwaren- en gereedschappen	500	470	450	430	420	380
verf- en behang	1.040	1.020	990	870	840	780
tuincentra	750	730	710	700	680	650

In de afgelopen periode is de gemiddelde omvang van bouwmarkten en tuincentra toegenomen (tabel 2.2). De gemiddelde oppervlakte van bouwmarkten is tussen '05 en '12 toegenomen met 23% die van tuincentra zelfs met 33%.

Tabel 2.2 Ontwikkeling omvang bouwmarkten en tuincentra in Nederland (HBD, 2013)

	2005	2012
bouwmarkten	2.330	2.860
tuincentra	1.950	2.584

Deze schaalvergroting is ingegeven door de consument die de voorkeur geeft aan het bezoek aan een grootschalige winkel met een breed en diep assortiment. De bouwmarkten en tuincentra spelen in op deze trend. Het gevolg is dat het aantal bouwmarkten groter dan 5.000 m² wvo met 75% gegroeid is in de periode '05-'12. Bij tuincentra doet de sterkste groei zich voor onder de vestiging groter dan 10.000 m² wvo, waarvan het aantal in Nederland met 33% is gegroeid tussen '05 en '12. In dezelfde periode is het aantal relatief kleine (< 2.000 m² wvo) bouwmarkten en tuincentra sterk afgenomen.

Tabel 2.3 Aantal vestigingen naar grootteklasse in Nederland (HBD, 2013)

	2005		2012	
	bouwmarkten	tuincentra	bouwmarkten	tuincentra
10.000 m ² wvo of meer	11	21	10	28
5.000-10.000 m ² wvo	28	68	49	76
2.000-5.000 m ² wvo	337	149	417	153
tot 2.000 m ² wvo	361	456	230	302

Ontwikkeling Hornbach sluit aan op behoefte consumenten

Geconcludeerd wordt dat er in de tuin- en doe-het-zelfbranche sprake is van een sterke mate van schaalvergroting. Deze schaalvergroting is het gevolg van consumentengedrag, omdat consumenten de voorkeur geven aan het bezoek aan een grootschalige vestiging met een breed en diep assortiment boven een kleinschalige winkel en/of een speciaalzaak. Daarbij kunnen de grootschalige winkels in beide branches inspelen op de toenemende behoefte aan schaalvergroting, functiemenging en beleving bij consumenten. Ook in het verzorgingsgebied van de Hornbach Alblasterdam zal in de komende periode het oppervlak van de bouwmarkten en tuincentra toenemen. Met de beoogde ontwikkeling speelt Hornbach Alblasterdam in op deze kwalitatieve behoeften van consumenten.

2.2. Economische analyse

In de economische (distributieplanologische) analyse wordt de winkelomzet in beide sectoren in het verzorgingsgebied vergeleken met het landelijk gemiddelde. Dit landelijk gemiddelde wordt als acceptabel omzetniveau gezien. De mate waarin de lokale marktomstandigheden in positieve zin hiervan afwijken indiceert een behoefte aan kwantitatieve uitbreiding van het winkelaanbod in de betreffende sector.

Er is gekozen voor de uitvoer van een actuele toets specifiek voor Hornbach Alblasserdam. Zodoende is er de beschikking over een representatieve analyse die toegespitst is op het specifieke project. De conclusies van deze analyse op basis van actuele uitgangspunten kunnen afwijken van eerdere onderzoeken die zijn uitgevoerd voor andere verzorgingsgebieden en/of voor andere onderzoeksvragen.

Uitgangspunten analyse

De economische analyse is gebaseerd op de volgende uitgangspunten:

- inwonertal verzorgingsgebied (13-autominutengebied);
- omvang winkelaanbod in verzorgingsgebied;
- koopstromen;
- winkelbestedingen aan tuin- en doe-het-zelfartikelen;
- gemiddelde vloerproductiviteit in de beide winkelsectoren.

Inwonertal verzorgingsgebied

Tabel 2.1 Inwonertal verzorgingsgebied Hornbach Alblasserdam (CBS, 2013)

Gemeente	inwonertal
Alblasserdam	19.465
Barendrecht	47.055
Dordrecht	118.860
Hardinxveld-Giessendam*	13.110
Hendrik-Ido-Ambacht	28.255
Molenwaard**	20.465
Papendrecht	32.030
Ridderkerk	45.210
Rotterdam***	136.800
Sliedrecht	24.230
Zwijndrecht	44.500
totaal	529.980

* Hardinxveld-Giessendam: gehele gemeente exclusief Boven-Hardinxveld

** Molenwaard: uitsluitend de kernen: Bleskensgraaf, Brandwijk, Kinderdijk, Laag-Blokland, Molenaarsgraaf, Nieuw-Lekkerland, Oud-Alblas, Streefkerk en Wijngaarden

*** Rotterdam: de wijken Feijenoord en Charlois

Omvang winkelaanbod in verzorgingsgebied

Tabel 2.2 Omvang winkelaanbod (Locatus, oktober 2013)

gemeente	tuin	doe-het-zelf
Alblasserdam	1.496	11.328
Barendrecht	3.226	12.780
Dordrecht	14.464	11.933
Hardinxveld-Giessendam*	252	800
Hendrik-Ido-Ambacht	9.982	6.755
Molenwaard*	4.775	2.285
Papendrecht	5.242	5.539
Ridderkerk	5.386	8.958
Rotterdam*	2.694	6.088
Sliedrecht	11.575	5.468
Zwijndrecht	1.080	4.232
totaal	60.172	76.166

* Alleen relevant deel gemeente (voor toelichting zie tabel 2.1)

Benadering koopstromen

De koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing per gemeente is afkomstig van het Koopstromenonderzoek Randstad (KSO, november 2011). De resultaten van dit grootschalige onderzoek zijn algemeen geaccepteerd. Het onderzoek wordt eens in de 5-7 jaar herzien.

Tabel 2.3 Koopstromen tuinbranche naar gemeente (KSO, november 2011)

koopkrachtbinding

gemeente	inwonertal	bestedingspotentieel	koopkrachtbinding %	gebonden bestedingen
Alblasserdam	19.465	€ 1.400.000	47%	€ 700.000
Barendrecht	47.055	€ 3.300.000	55%	€ 1.800.000
Dordrecht	118.860	€ 8.300.000	85%	€ 7.100.000
Hardinxveld-Giessendam	17.654	€ 1.200.000	38%	€ 500.000
Hendrik-Ido-Ambacht	28.255	€ 2.000.000	52%	€ 1.000.000
Nieuw-Lekkerland*	9.520	€ 700.000	74%	€ 500.000
Papendrecht	32.030	€ 2.200.000	75%	€ 1.700.000
Ridderkerk	45.210	€ 3.200.000	86%	€ 2.800.000
Rotterdam	616.260	€ 43.100.000	71%	€ 30.600.000
Sliedrecht	24.230	€ 1.700.000	93%	€ 1.600.000
Zwijndrecht	44.500	€ 3.100.000	65%	€ 2.000.000
Graafstroom*	9.795	€ 700.000	10%	€ 100.000
Liesveld*	9.787	€ 700.000	45%	€ 300.000
totaal	1.022.621	€ 71.600.000	71%	€ 50.700.000

koopkrachttoevloeiing

gemeente	gebonden bestedingen	toevloeiing %	omzet uit toevloeiing
Alblasserdam	€ 700.000	32%	€ 300.000
Barendrecht	€ 1.800.000	26%	€ 600.000
Dordrecht	€ 7.100.000	4%	€ 300.000
Hardinxveld-Giessendam	€ 500.000	13%	€ 100.000
Hendrik-Ido-Ambacht	€ 1.000.000	54%	€ 1.200.000
Nieuw-Lekkerland*	€ 500.000	23%	€ 100.000
Papendrecht	€ 1.700.000	12%	€ 200.000
Ridderkerk	€ 2.800.000	44%	€ 2.200.000
Rotterdam	€ 30.600.000	9%	€ 3.000.000
Sliedrecht	€ 1.600.000	67%	€ 3.200.000
Zwijndrecht	€ 2.000.000	39%	€ 1.300.000
Graafstroom*	€ 100.000	0%	€ 0
Liesveld*	€ 300.000	6%	€ 0
totaal	€ 50.700.000	20%	€ 12.500.000

* Gemeentes zijn per 01-01-2013 opgegaan in de gemeente Molenwaard

Tabel 2.4 Koopstromen doe-het-zelfbranche naar gemeente (KSO, november 2011)

koopkrachtbinding

gemeente	inwonertal	bestedingspotentieel	koopkrachtbinding %	gebonden bestedingen
Alblasserdam	19.465	€ 4.300.000	72%	€ 3.100.000
Barendrecht	47.055	€ 10.400.000	89%	€ 9.300.000
Dordrecht	118.860	€ 26.100.000	87%	€ 22.700.000
Hardinxveld-Giessendam	17.654	€ 3.900.000	24%	€ 900.000
Hendrik-Ido-Ambacht	28.255	€ 6.200.000	72%	€ 4.500.000
Nieuw-Lekkerland*	9.520	€ 2.100.000	66%	€ 1.400.000
Papendrecht	32.030	€ 7.000.000	75%	€ 5.300.000
Ridderkerk	45.210	€ 9.900.000	87%	€ 8.600.000
Rotterdam	616.260	€ 135.600.000	75%	€ 101.700.000
Sliedrecht	24.230	€ 5.300.000	79%	€ 4.200.000
Zwijndrecht	44.500	€ 9.800.000	76%	€ 7.400.000
Graafstroom*	9.795	€ 2.200.000	10%	€ 200.000
Liesveld*	9.787	€ 2.200.000	12%	€ 300.000
totaal	1.022.621	€ 225.000.000	75%	€ 169.600.000

koopkrachttoevloeiing

gemeente	gebonden bestedingen	toevloeiing %	omzet uit toevloeiing
Alblasserdam	€ 3.100.000	65%	€ 5.800.000
Barendrecht	€ 9.300.000	48%	€ 8.600.000
Dordrecht	€ 22.700.000	6%	€ 1.400.000
Hardinxveld-Giessendam	€ 900.000	1%	€ 0
Hendrik-Ido-Ambacht	€ 4.500.000	24%	€ 1.400.000
Nieuw-Lekkerland*	€ 1.400.000	19%	€ 300.000
Papendrecht	€ 5.300.000	32%	€ 2.500.000
Ridderkerk	€ 8.600.000	12%	€ 1.200.000
Rotterdam	€ 101.700.000	9%	€ 10.100.000
Sliedrecht	€ 4.200.000	55%	€ 5.100.000
Zwijndrecht	€ 7.400.000	11%	€ 900.000
Graafstroom*	€ 200.000	7%	€ 0
Liesveld*	€ 300.000	0%	€ 0
totaal	€ 169.600.000	18%	€ 37.300.000

* Gemeentes zijn per 01-01-2013 opgegaan in de gemeente Molenwaard

Er wordt vanuit gegaan dat de bovenstaande procentuele koopstromen op gemeenteniveau representatief zijn voor het verzorgingsgebied zoals dat in figuur 2.1. weergegeven is.

Bestedingen

De ontwikkeling betreft de detailhandelsbranches: 'doe-het-zelf' en 'tuin'.

De meest recente HBD-cijfers voor deze branches dateren van juli 2012. Hierin is het effect van zowel de economische conjunctuur als de internetverkoop op de bestedingen in de winkels meegenomen.

- tuin: € 70,- per persoon per jaar;
- doe-het-zelf: € 220,- per persoon per jaar.

Gemiddelde vloerproductiviteit

De analyse wordt uitgevoerd voor de branches: 'doe-het-zelf' en 'tuin'.

De meeste recente HBD-cijfers dateren van juli 2012. Hierin is het effect van zowel de economische conjunctuur als de internetverkoop op de bestedingen in de winkels meegenomen.

- tuin: € 520,- per m² wvo per jaar;
- doe-het-zelf: € 1.390,- per m² wvo per jaar.

Analyse marktomstandigheden branches tuin en doe-het-zelf

In het navolgende wordt de omzet van het winkelaanbod per sector berekend aan de hand van de bovenstaande uitgangspunten.

Tabel 2.5 Marktomstandigheden tuinbranche

	2013
inwoners verzorgingsgebied	529.980
winkelbestedingen tuin	€ 70
bestedingspotentieel	€ 37.400.000
koopkrachtbinding	71%
gebonden bestedingen	€ 26.700.000
koopkrachttoevloeiing	20%
winkelomzet uit toevloeiing	€ 6.900.000
omzet in verzorgingsgebied	€ 33.600.000
omvang aanbod tuin	60.172
vloerproductiviteit in verzorgingsgebied	€ 560
landelijk gemiddelde vloerproductiviteit	€ 520
verschil t.o.v. landelijk gemiddelde	8%
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	4.400

De gemiddelde omzet per m² van het winkelaanbod in de tuinbranche in het verzorgingsgebied ligt momenteel circa 8% boven het landelijk gemiddelde. Hieruit kan geconcludeerd worden dat er bij de consument behoefte bestaat aan een kwantitatieve uitbreiding van het winkelaanbod in de tuinbranche. Deze kan becijferd worden op circa 4.300 m² wvo.

Tabel 2.6 Marktomstandigheden doe-het-zelfbranche

	2013
inwoners verzorgingsgebied	529.980
winkelbestedingen doe-het-zelf	€ 220
bestedingspotentieel	€ 116.900.000
koopkrachtbinding	75%
gebonden bestedingen	€ 88.200.000
koopkrachttoevloeiing	18%
winkelomzet uit toevloeiing	€ 20.000.000
omzet in verzorgingsgebied	€ 108.200.000
omvang aanbod doe-het-zelf	76.166
vloerproductiviteit in verzorgingsgebied	€ 1.420
landelijk gemiddelde vloerproductiviteit	€ 1.390
verschil t.o.v. landelijk gemiddelde	+2%
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	1.700

In het verzorgingsgebied ligt de gemiddelde omzet per m² in de winkels in de doe-het-zelfbranche boven het landelijk gemiddelde. Er wordt geconcludeerd dat ook hier bij de consument behoefte bestaat aan enige kwantitatieve uitbreiding van het winkelaanbod. Bij gelijkblijvende koopstromen kan deze becijferd worden op circa 1.700 m² wvo.

Leegstand in verzorgingsgebied

In een aantal gemeenten is sprake van een behoorlijke leegstand in de centrumgebieden en in de wijk-/buurtcentra (tabel 2.7 en tabel 2.8), maar vanwege het kleinschalige karakter van deze winkelgebieden en van de (leegstaande) units (tabel 2.9) is de beoogde ontwikkeling hier niet in te passen.

In zijn algemeenheid kan worden gesteld dat de leegstand niet bepalend is voor de actuele behoefte in het licht van het plan van Hornbach. De leegstaande gronden of gebouwen in het verzorgingsgebied zijn – voor zover beschikbaar – gegeven de schaal, bereikbaarheid, functionaliteit en ruimtelijke kwaliteit van de uitbreiding van Hornbach niet geschikt voor transformatie of herstructurering. Te meer, omdat

het niet wenselijk is dat de onderdelen die onlosmakelijk met een Hornbach-vestiging zijn verbonden afzonderlijk van de hoofdvestiging worden gerealiseerd.

Tabel 2.7 Leegstand naar aantal winkels in het verzorgingsgebied

	centrumgebied		wijk- en buurtcentra		grootschalige concentraties		overige perifere locaties	
Alblasserdam	14	12%	0	0%	-	-	0	0%
Barendrecht	6	4%	7	6%	3	6%	0	0%
Dordrecht	111	13%	17	5%	5	28%	9	3%
Hardinxveld-Giessendam*	8	9%	0	0%	-	-	1	2%
Hendrik-Ido-Ambacht	2	3%	9	19%	-	-	3	4%
Molenwaard*	5	8%	3	18%	-	-	1	1%
Papendrecht	9	7%	0	0%	-	-	3	3%
Ridderkerk	16	8%	4	4%	-	-	6	2%
Rotterdam*	-	-	122	4%	-	-	47	5%
Sliedrecht	21	13%	2	8%	5	8%	3	4%
Zwijndrecht	7	5%	22	15%	-	-	13	7%

* Alleen relevant deel gemeente (voor toelichting zie tabel 2.1)

Tabel 2.8 Leegstand naar winkeloppeervlakte in het verzorgingsgebied

	centrumgebied		wijk- en buurtcentra		grootschalige concentraties		overige perifere locaties	
Alblasserdam	1915	15%	0	0%	-	-	0	0%
Barendrecht	578	3%	833	5%	2354	5%	0	0%
Dordrecht	15557	18%	2433	6%	3937	22%	1255	4%
Hardinxveld-Giessendam*	688	7%	0	0%	-	-	45	2%
Hendrik-Ido-Ambacht	213	2%	1316	17%	-	-	1633	7%
Molenwaard*	695	12%	280	21%	-	-	32	0%
Papendrecht	1638	7%	0	0%	-	-	1061	6%
Ridderkerk	4204	13%	702	6%	-	-	906	4%
Rotterdam*	-	-	13919	8%	-	-	3733	5%
Sliedrecht	3326	15%	437	11%	4980	7%	250	2%
Zwijndrecht	1196	6%	2487	15%	-	-	3133	22%

* Alleen relevant deel gemeente (voor toelichting zie tabel 2.1)

Tabel 2.9 Gemiddelde omvang leegstaande units

	centrumgebied	wijk- en buurtcentra	grootschalige concentraties	overige perifere locaties
Alblasserdam	137	0	-	0
Barendrecht	96	119	785	0
Dordrecht	140	143	787	139
Hardinxveld-Giessendam*	86	0	-	45
Hendrik-Ido-Ambacht	107	146	-	544
Molenwaard*	139	93	-	32
Papendrecht	182	0	-	354
Ridderkerk	263	176	-	151
Rotterdam*	-	114	-	79
Sliedrecht	158	219	996	83
Zwijndrecht	171	113	-	241

* Alleen relevant deel gemeente (voor toelichting zie tabel 2.1)

De aard en de omvang van de leegstand in de centrumgebieden, de ondersteunende winkelgebieden, de grootschalige concentraties en de overige perifere locaties houdt geen verband met de beoogde ontwikkeling van Hornbach in Alblasserdam, en die ontwikkeling zal op de autonome situatie niet of nauwelijks invloed hebben. Met inachtneming van voorgaande economische analyse heeft de beoogde uitbreiding van de Hornbach geen invloed op de autonome situatie van de winkelleegstand in het verzorgingsgebied. Het plan kan gerealiseerd worden binnen de huidige marktomstandigheden,

waardoor er voor alle winkels in de tuin- en doe-het-zelfbranche voldoende omzet te behalen blijft voor economisch-duurzaam functioneren. Er zal daarom geen sprake zijn van een toename van de winkelleegstand, waardoor er geen onaanvaardbare gevolgen zijn voor het woon- en leefklimaat.

2.3. Conclusie

De beoogde uitbreiding van Hornbach bedraagt 3.674 m² bruto vloeroppervlak. Omdat het uitbreiding van de winkelvloer betreft wordt het oppervlak in bvo volledig gerekend als wvo. De ondersteunende onderdelen van de winkel – magazijn, kantoor en dergelijke – bevinden zich immers al elders in het gebouw.

De totale ruimte voor ontwikkeling bedraagt circa 6.000 m² wvo (4.300 m² tuin + 1.700 m² doe-het-zelf). De beoogde ontwikkeling past hier ruimschoots binnen. Hierbij is ervan uitgegaan dat de huidige koopstromen gelijkblijven. Dit betekent dat er voor alle reeds aanwezige winkels in de branches tuin en doe-het-zelf voldoende omzet te behalen blijft voor economisch duurzaam functioneren. Daardoor is geen sprake van een toename van de leegstand in de betreffende sectoren als gevolg van de ontwikkeling. Ook zijn de bestaande leegstaande winkelunits in het verzorgingsgebied niet geschikt voor de inpassing van de beoogde uitbreiding, gegeven de schaal, bereikbaarheid, functionaliteit en ruimtelijke kwaliteit van de beoogde Hornbach-vestiging in Alblasterdam.

Geconcludeerd wordt dat er geen sprake is van een onaanvaardbaar effect op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in het verzorgingsgebied.

3. Conclusie

De conclusies worden in dit hoofdstuk gegeven aan de hand van de beantwoording van de onderzoeksvragen.

De beoogde ontwikkeling betreft de uitbreiding van de winkelvloer van het tuincentrumdeel van de Hornbach met 3.674 m² wvo. Het bestemmingsplan maakt op de beoogde locatie de vestiging van detailhandel in tuin- en doe-het-zelfartikelen³⁾ mogelijk.

Is er voldoende behoefte aan de beoogde ontwikkeling?

De beoogde ontwikkeling van Hornbach tot een volwaardige vestiging van het bedrijf inclusief drive-in komt tegemoet aan de kwalitatieve behoefte bij de consumenten ten aanzien van aankopen in de tuin- en doe-het-zelfbranche. Hierbij zijn de volgende kenmerken van belang:

- Het is een zeer grootschalige aanbieder met een breed en diep assortiment (producten in veel vormen/maten/uitvoeringen/merken) met de laagste prijsgarantie.
- De nadruk in het tuinassortiment op niet-levende tuinartikelen – reguliere tuincentra zijn vooral gericht op het levende en het decoratieve deel van de tuinartikelen.
- Het assortiment bevat geen branchevreemde artikelen (zoals fietsen, kleding, multimedia).
- De vestiging krijgt de beschikking over een drive-in. Hier kan de klant – met name ZZP-ers – grote hoeveelheden en/of volumineuze producten direct in het voertuig plaatsen.
- De kenmerken van een complete Hornbach-vestiging, zoals voorzien in Alblasterdam, maken dat deze op te vatten is als 'grote-klussen-bouwmarkt'. Dit is aanvullend ten opzichte van 'decoratieve bouwmarkten', zoals bijvoorbeeld Karwei, en ten opzichte van kleinschaliger doe-het-zelfaanbieders. Een dergelijke grote-klussen-bouwmarkt ontbreekt momenteel in het verzorgingsgebied.

De totale economische ruimte voor ontwikkeling bedraagt circa 6.000 m² wvo. Dus ook in kwantitatieve zin bestaat bij de consument behoefte aan een versterking van de detailhandelsstructuur. Bij de actuele marktomstandigheden betreft deze behoefte in het verzorgingsgebied voor circa 4.300 m² de tuinbranche en voor 1.700 m² wvo de branche doe-het-zelf. Omdat het onduidelijk is waar het doe-het-zelfassortiment ophoudt en het tuinassortiment begint (Is zand, straatstenen, tuinhout etc. tuin- of doe-het-zelfassortiment?), wordt geconcludeerd dat een behoefte van 6.000 m² wvo de beoogde ontwikkeling van 3.674 m² wvo ruimschoots overschrijdt.

Heeft de ontwikkeling onaanvaardbare gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Alblasterdam?

Omdat de beoogde ontwikkeling binnen de economische ruimte voor ontwikkeling past, betekent het dat er voor alle winkels (grootschalig en kleinschalig) in de tuin- en doe-het-zelfbranche in het verzorgingsgebied voldoende omzet te behalen blijft voor economisch duurzaam functioneren. Hierbij is ervan uitgegaan dat de huidige koopstromen gelijk blijven. Daardoor kan er geen sprake zijn van een toename van de leegstand in de betreffende sectoren als gevolg van de beoogde ontwikkeling. Ook zijn

³⁾ De Hornbach verkoopt in ondergeschikte omvang keukens, sanitair en woninginrichting waaronder meubels. Deze productgroepen hebben betrekking op klussen in en om het huis en behoren daarom tot het reguliere assortiment van een bouwmarkt.

de bestaande leegstaande winkelunits in het verzorgingsgebied niet geschikt voor de inpassing van de uitbreiding, gegeven de schaal, bereikbaarheid, functionaliteit en ruimtelijke kwaliteit van de beoogde Hornbach-vestiging in Alblasserdam.

De beoogde uitbreiding van de Hornbach-vestiging ten opzichte van het bestaande aanbod binnen het verzorgingsgebied is relatief gering. In de tuinbranche is sprake van een uitbreiding met 4,2% ($2.537 \text{ m}^2 / 60.172 \text{ m}^2$) en in de doe-het-zelfbranche is sprake van een uitbreiding van 1,5% ($1.137 \text{ m}^2 / 76.166 \text{ m}^2$). Er wordt geconcludeerd dat de voorziene uitbreiding, mede gelet op de procentueel geringe omvang ervan, niet leidt tot onaanvaardbare gevolgen voor de ruimtelijke kwaliteit van bestaande winkelgebieden in de vorm van verschraling van het winkelaanbod en leegstand.

Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling van Hornbach Alblasserdam geen onaanvaardbaar effect heeft op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in het verzorgingsgebied. Van een duurzame ontvruchting van de detailhandelsstructuur kan geen sprake zijn, omdat dit uitsluitend betrekking heeft op het aanbod van winkels die voorzien in de eerste levensbehoefte. Tuin- en doe-het-zelfartikelen behoren daar niet toe.