

Apeldoorn, Verdiepend onderzoek detailhandel op locatie De Voorwaarts

IPMMC Vastgoed



Apeldoorn, Verdiepend onderzoek detailhandel op locatie De Voorwaarts

IPMMC Vastgoed

Rapportnummer:	203X00723.059935_7
Datum:	7 oktober 2010
Contactpersoon opdrachtgever:	Dhr. T. Vamberský
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Tommy Walvius
Trefwoorden:	Apeldoorn, De Voorwaarts, doelgericht winkelen
Bron foto kافت:	Hollandse Hoogte 7
Beknopte inhoud:	Voorliggende rapportage is een verdieping op het onderzoek naar de mogelijkheden voor perifere en grootschalige detailhandel in Apeldoorn uit 2008. Op basis van landelijke voorbeelden en de verder uitgewerkte plannen voor de Voorwaarts wordt ingegaan op de functionele invullingsmogelijkheden (detailhandel) en de mogelijke effecten op de Apeldoornse detailhandelsstructuur.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	3
2. ONTWIKKELINGEN MEGASTORECLUSTERS	7
3. MARKTMOGELIJKHEDEN	13
3.1 Sport	13
3.2 Spel	14
3.3 Bruin- & witgoed	15
3.4 Fietsen	17
3.5 Woonwinkels	18
3.6 Indicatief winkelprogramma	20
3.7 Theoretische uitbreidingsruimte	21
3.8 Conclusies	22
4. EFFECTEN EN CONCLUSIES	23
4.1 Mogelijke effecten indicatief programma	23
4.1 Effecten juridisch-planologisch bezien	26
4.2 Vooruitblik	27
4.3 Slotoverwegingen	28
BIJLAGEN	
BIJLAGE 1: FUNCTIONELE INVULLING GDV-LOCATIES	1
BIJLAGE 2: EFFECTEN	5
1. Algemene uitgangspunten	5
2. Sport	7
3. Speelgoed	8
4. Bruin- en witgoed	9
5. Fietsen	10
6. Wonen	12

1. INLEIDING

Achtergrond

De gemeente Apeldoorn heeft al geruime tijd geleden de intentie uitgesproken dat er een megastorecluster gerealiseerd kan worden op de locatie De Voorwaarts, nabij het nieuwe Omnisportcentrum en de woonboulevard. In dit kader heeft BRO in 2008 voor de gemeente Apeldoorn een onderzoek uitgevoerd naar de mogelijkheden voor een versterking van het aanbod aan perifere en grootschalige detailhandel in Apeldoorn en specifiek op deze locatie. De toen berekende distributieve ruimte was voldoende om te komen tot de invulling van de eerste fase van het toenmalige beoogde programma (circa 12.000 m² bruto verkoop vloeroppervlak (bvo)).

Inmiddels zijn de plannen voor het Megastorecluster verder geconcretiseerd door ontwikkelaar IPMMC. Het detailhandelsprogramma voor fase 1 is vergroot om zo voldoende attractief te zijn voor de consument en daarmee voor potentiële aanbieders. Ook het ambitieniveau van de gemeente Apeldoorn is inmiddels bijgesteld en richt zich nu op een steviger cluster van grootschalige winkels met een omvang van tenminste 20.000 m² winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)¹.

Rekening houdend met de ambities voor winkelcentra elders in de gemeente, is BRO gevraagd om nogmaals naar de haalbaarheid en wenselijkheid van uitvoering van de plannen te kijken. Ook landelijk is er inmiddels beter inzicht op het functioneren van dit soort winkelclusters nu er meer gerealiseerd zijn. Voorliggende oplegnotitie moet daarom vooral gezien worden als een aanvulling op eerdere rapportages.

Positionering De Voorwaarts in de detailhandelstructuur

De Voorwaarts is in eerste instantie bedoeld als cluster voor grootschalige winkels. De noodzaak om te komen tot dergelijke gespecialiseerde winkelgebieden als aanvulling op de bestaande soorten winkelgebieden (hoofdwinkelcentra, buurt- en wijkcentra woonboulevards) is al eind jaren tachtig, begin jaren negentig van de vorige eeuw onderkend en heeft een plek gekregen in het rijksdetailhandelsbeleid van 1993 (PDV/GDV-beleid). Beoogd werd zo in te spelen op de dynamiek in de detailhandel, echter zonder het functioneren van de bestaande winkelcentra, met name de binnensteden, aan te tasten. Deze denkrichting staat ook aan de basis van het gemeentelijke detailhandelsbeleid van Apeldoorn.

¹ Gemeente Apeldoorn (2010) PDV/GDV beleid gemeente Apeldoorn – herijking van beleid

Uitgangspunt van dit beleid is dat de verschillende soorten Apeldoornse winkelcentra aanvullend aan elkaar zijn en daarom een eigen profiel hebben, gericht op de verschillende soorten koopmotieven. Zo staat bij de buurt- en wijkcentra het boodschappen doen voorop en bij het hoofdwinkelcentrum het recreatieve winkelen. De grote wijkcentra en stadsdeelcentra hebben zowel een boodschappenfunctie als een beperkte functie voor recreatief winkelen.

Binnen deze constellatie is De Voorwaarts, evenals de andere Apeldoornse perifere winkelconcentraties, vooral bedoeld voor het doelgericht aankopen doen. Grote winkels met een zeer ruim assortiment op een bepaald vlak kunnen dit bieden. In dit rapport wordt ingegaan op de meest voorkomende branches met grootschalig aanbod gericht op doelgerichte aankopen. Dit winkelaanbod wordt in voorliggend rapport ook wel aangeduid met GDV, grootschalige detailhandelsvestigingen.

Plannen IPMMC

Voor het totale project De Voorwaarts is een uiteindelijk omvang van circa 40.000 m² bvo geraamd. De plannen in de eerst te realiseren fase hebben een omvang van 30.700 m² bvo, waarvan 27.300 m² bvo wordt ingevuld met detailhandel. Het betreft allemaal grootschalige winkels, met een omvang groter dan 1.500 m² bvo. Daarnaast is er ruimte voor horeca, semi-commerciële voorzieningen, dienstverlening en sportmedische voorzieningen. De invulling zoals beoogd sluit hiermee goed aan bij het imago van Apeldoorn als sportstad.

Tabel 1.1 Onderverdeling programma De Voorwaarts naar fase²

Fase	m ² BVO	M ² WVO
1	27.300	20.475
2	9.000	6.750
Totaal	36.300	27.225

Het voorlopige detailhandelsprogramma van de eerste fase bestaat uit winkels gericht op bijvoorbeeld bruin- en witgoed, sport, rijwielen, (baby)wonen en/of speelgoed. Dit zijn branches waarin zich de schaalvergroting sterk manifesteert en die veelvuldig op perifere locaties voor grootschalige detailhandel voorkomen. In onderhavig rapport zijn deze branches ook specifiek nader onderzocht. Dit sluit overigens niet uit dat er uiteindelijk sprake kan zijn van de vestiging van nog andere branches of soorten winkels, zoals bijvoorbeeld volumineuze detailhandel.

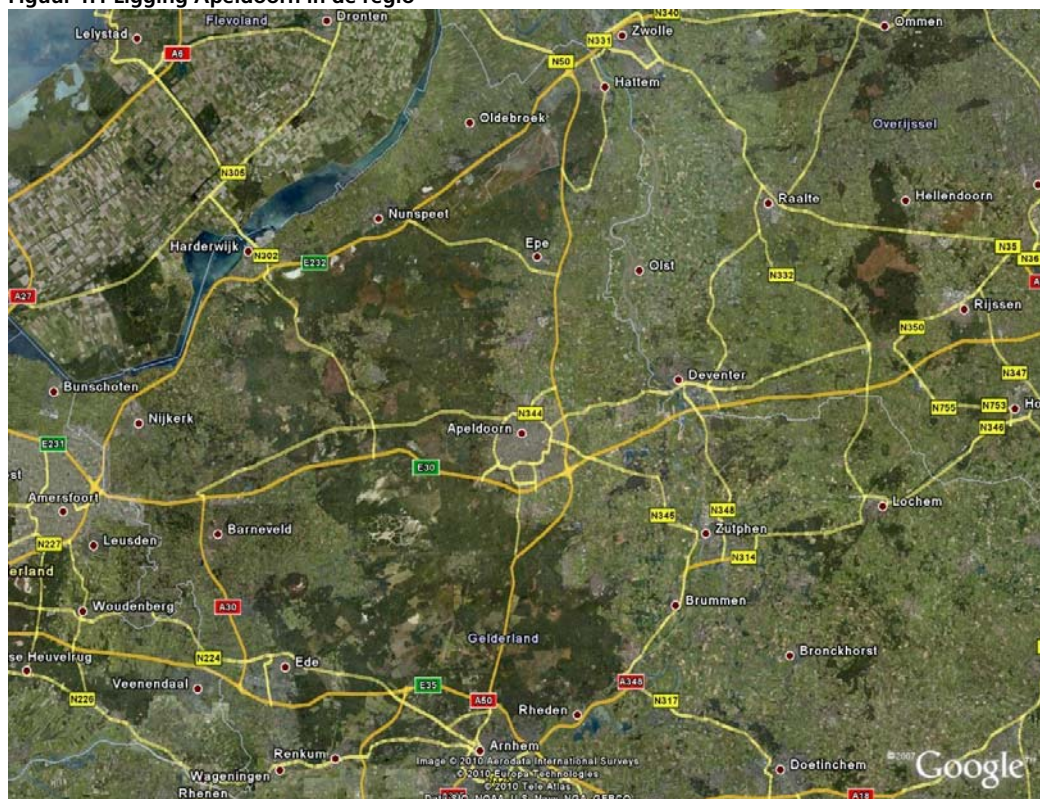
Onderzoeksgebied

De gemeente Apeldoorn heeft in de PDV/GDV-visie aangegeven dat het megastore-cluster op De Voorwaarts een bovenlokale / regionale verzorgingsfunctie dient te krijgen. Om deze reden is er niet alleen gekeken naar de gemeente Apeldoorn,

² bvo/wvo norm 0,75

maar ook naar de andere gemeenten die op de Apeldoornse detailhandelstructuur georiënteerd zijn, of zich hier mogelijk in de toekomst op oriënteren. Het gaat dan met name om de overige gemeenten in de regio Stedendriehoek: Brummen, Deventer, Epe, Voorst en Zutphen. Dit wordt beschouwd als het primaire verzorgingsgebied. Dit betekent niet dat er geen rekening wordt gehouden met andere omliggende gemeenten (secundaire verzorgingsgebied), maar de verwachting is dat de oriëntatie van deze inwoners op Apeldoorn aanzienlijk lager is.

Figuur 1.1 Ligging Apeldoorn in de regio



Leeswijzer

In Hoofdstuk 2 wordt nader ingegaan op de vraag wat een megastorecluster nu eigenlijk is en welke ontwikkelingen op dit gebied te onderscheiden zijn in Nederland. Vervolgens kijken we naar de marktmogelijkheden voor grootschalig winkel-aanbod op de Voorwaarts. Afsluitend worden de mogelijke effecten van de plannen voor het winkelcluster op het bestaande winkelaanbod én de verzorging van de consument in beeld gebracht.

2. ONTWIKKELINGEN MEGASTORECLUSTERS

Opkomst megastoreclusters

In Europa is sprake van een opkomst van meer ontwikkelde retailpark-formats. In 2008 bedroeg de totale oppervlakte van de planvoorraad van retailparken, ruim negen miljoen m² bvo. Voor Nederland is deze planvoorraad voor de periode 2008 – 2013 geraamd op 1,5 miljoen m² bvo³. Dit wordt gevoed door de vraag naar nieuwe beleggingsproducten. Cushman & Wakefield geeft aan dat de huurders bestaan uit een kleine, vaste groep internationale huurders, met name uit de meubel- en doe-het-zelfbranche. In het buitenland zijn er echter ook modische formules te vinden op deze locaties. De branches sport & spel, fietsen & autoaccessoires en bruin- & witgoed, die in het buitenland veel op deze locaties te vinden zijn, zijn ook in Nederland in opkomst in de periferie.

De Nederlandse overheid is van oudsher terughoudend wat betreft perifere detailhandel, om de centrumgebieden en de buurt- en wijkwinkelcentra te beschermen. Nederland maakte in de jaren '80 kennis met de eerste generatie woonboulevards door een veranderende houding van de overheid ten aanzien van perifere detailhandel. In de loop der jaren zijn deze winkelgebieden veranderd van onsamenhangende clusters met winkels in de PDV-branches⁴ tot planmatig ontwikkelde 'thema-centra', waar het thema wonen wordt aangevuld met aanvullende branches (wonen, doe-het-zelf en plant & dier). Met de vaststelling van het beleid stelde de overheid de restrictie voor GDV-locaties (geconcentreerde grootschalige detailhandelslocaties) tot 13 stedelijke knooppunten. Hier konden ook grootschalige winkels buiten de PDV-branches zich vestigen, zoals in de branches bruin- en witgoed en sport & spel. Onder meer Alexandrium II in Rotterdam en de Arena Arcade in Amsterdam zijn hier voorbeelden van.

Met de komst van de Nota Ruimte is het landelijke PDV/GDV-beleid komen te vervallen. Provincies en gemeenten kunnen hun eigen beleid vaststellen. GDV-branches zijn dan ook steeds vaker op van oudsher PDV locaties te vinden. Nieuwe perifere locaties worden steeds meer multifunctionele centra. De consument kijkt al niet meer vreemd op van formules als Xenos, Media Markt of Toys XL op de woonboulevard. Naast deze verkleurde woonboulevards, zijn de laatste jaren ook echte retailparks ontwikkeld, ook wel megastoreclusters genoemd, zoals Plein Westermaat in Hengelo en Retail Park Roermond. Navolgend wordt dieper ingegaan op de belangrijkste Nederlandse cases.

³ Cushman & Wakefield (2008) European Retail Warehousing 2008

⁴ Het betreft hier detailhandel in auto's, boten en caravans, bouwmarkten, keukens- en sanitairzaken, tuincentra en de gehele woningsinrichtingbranche.

Plein Westermaat Hengelo

Plein Westermaat is één van de 13 aangewezen GDV-locaties in stedelijke knooppunten als uitvloeisel van het rijks GDV-beleid in de jaren negentig. De totale omvang van het project bedraagt 36.771 m² wvo. Hiermee is het qua omvang het tweede winkelgebied in Hengelo. Naast de branche woninginrichting zijn de branches doe-het-zelf, bruin- en witgoed en sport & spel vertegenwoordigd. Met name de laatstgenoemden hebben een meer recreatieve winkelfunctie. De grote publiekstrekker in het winkelgebied is de vestiging van IKEA (ca. 17.000 m² wvo). Ook de aanwezige bruin- & witgoedzaken trekken veel consumenten naar het winkelgebied.

Uit het Koopstromenonderzoek Overijssel 2010⁵ komt duidelijk naar voren dat Plein Westermaat een (boven)regionale aantrekkingskracht heeft. Plein Westermaat staat op de vijfde plaats met een geraamde omzet in de niet-dagelijkse artikelsector van € 143 miljoen, na de centrumgebieden van Zwolle (€ 285 mln.), Enschede (€ 229 mln.), Apeldoorn (€ 218 mln.) en Emmen (€ 161 mln.).

Uit een onderzoek uit 2004⁶, op koopzondagen toen beide gebieden open waren, komt naar voren dat circa 20% van de bezoekers van Plein Westermaat ook het centrum bezoekt. Andersom bezoekt circa 10% van de bezoekers na de binnenstad ook het retailpark. In het onderzoek wordt geconcludeerd dat de winkels elkaar versterken. In steden met een sterkere binnenstad is overigens wel vaak sprake van een sterkere wisselwerking.

Retailpark Roermond

In 2008 is in Roermond het Retailpark geopend. Het Retailpark omvat bijna 36.000 m² wvo detailhandel. Aanwezig zijn onder meer Kampeerhal De Vrijbouter, Media Markt, Intersport, AH-XL, Toys 'R' Us en Electroworld. Uit het onderzoek Grenzeloos winkelen⁷ komt naar voren dat het Retailpark bovenregionaal met name een grote aantrekkingskracht heeft op consumenten uit de regio's Venlo en Weert. Maar ook Duitse consumenten uit de regio's Mönchengladbach en Kleve / Krefeld bezoeken het winkelgebied.

Wanneer de cijfers van 2009 worden afgezet tegen de cijfers van 2007, dan is te zien dat de oriëntatie op Roermond als totale aankoopplaats is versterkt. Ondanks de opening van het Retailpark en de Huis- & tuinboulevard, of wellicht mede dankzij de opening hiervan, is de oriëntatie op het centrum van Roermond en het Designer Outlet Center verder toegenomen.

⁵ I&O Research (2010) Koopstromenonderzoek Overijssel 2010

⁶ PropertyNL 2004

⁷ BRO (2009) Grenzeloos winkelen 2009 – Provincie Limburg

Wel eens bezochte winkelgebieden

Centrum	2009	2007
Designer Outlet Center	27%	22%
Roermond Centrum	17%	13%
Retailpark	6%	-
Roermond Huis- & tuinboulevard	3%	-
Roermond Sijben	2%	1%

Roermond Retailpark wordt vooral door de consumenten bezocht om doelgerichte aankopen te doen (voor een bepaald product), maar ook om recreatief te winkelen (om te oriënteren). De bezoekenredenen zijn hierbij zeer divers en zowel gebaseerd op aanbodaspecten als op verkeersaspecten. Het gratis parkeren en de ligging aan de rand van de stad zorgen voor een relatief hoge score op de bezoekenredenen parkeertarieven en bereikbaarheid per auto. Aankopen die consumenten in het Retailpark doen hebben voor een groot deel betrekking op elektrische apparatuur en hobby- en vrijetijdsartikelen. Daarnaast worden ook aankopen gedaan op het gebied van levensmiddelen, huishoudelijke en luxe artikelen en media. De aankopen op het gebied van horeca zijn laag ten opzichte van de andere winkelgebieden in het cluster. Terwijl de kwaliteit van de horeca relatief goed wordt gewaardeerd. Een mogelijke verklaring kan liggen in het feit dat mensen vooral doelgericht het winkelgebied bezoeken en minder behoefte hebben aan horeca. In het algemeen wordt Roermond Retailpark iets bovengemiddeld beoordeeld. Vooral het aantal parkeerplaatsen, de parkeertarieven en de zondagsopenstelling worden bovengemiddeld gewaardeerd. Aanbodaspecten (aantal winkels, prijsniveau en sfeer en gezelligheid) krijgen een iets lagere beoordeling dan de andere winkelgebieden.

Meerpaal Houten

De Meerpaal in Houten is een planmatig ontwikkeld centrum over meerdere verdiepingen, met een totale omvang van circa 20.000 m² vvo. Op het dak is een parkeervoorziening gerealiseerd van 270 plaatsen. Grote trekkers zijn LEEFtrends (wonen), Frans de Witte (campingsport) en Intersport Megastore (sport). Het winkelcentrum is geopend in 2005 en heeft te kampen gehad met diverse zowel ruimtelijke als functionele knelpunten:

- Het winkelcentrum is sterk naar binnen gericht en er is nauwelijks sprake van interactie met de omgeving. Van enige synergie met de omliggende woonwinkels is geen sprake.
- Door de brede winkelfronten ontbeert het winkelcentrum aan levendigheid. Het atrium functioneert te weinig als het hart van het centrum.
- De bereikbaarheid is niet ideaal met het parkeren op het dak en de interne ontsluiting via een centrale lift, trappen en een roltrap.
- De branchering is vanaf de start al aan veranderingen onderhevig geweest. Gamma heeft vrij snel plaats gemaakt voor LEEFtrends. Recent heeft laatstgenoemde door interne verbouwingen aan omvang moeten inboeten.

- De concurrentie binnen het verzorgingsgebied is met winkelcentra en ontwikkelingen als Kanaleneiland en The Wall groot. Het aanbod is (te) weinig onderscheidend.

The Wall Utrecht

Het Utrechtse GDV-cluster The Wall omvat sportzaak Topshelf Megastore, electro-winkels Saturn en BCC, bouwmarkt Karwei, woonwinkel LEEFtrends, speelgoedzaak Toys XL en een vestiging van Mc Donald's. Ook is er ruimte voorzien voor leisure, horeca en enkele bedrijfsmatige activiteiten. De verhuur van het leisuregedeelte verloopt zeer moeizaam. Oorzaken zijn o.a. de huidige economische situatie en wetgeving, de vorm (fysieke opzet) van de panden en het huurniveau. Er wordt over nagedacht om een deel van de voor leisure bedoelde ruimte maar te verhuren aan winkels. Overigens heeft in 2010 Mega Bike haar deuren weer gesloten.

De invulling van The Wall is sterk gericht op doelgericht winkelbezoek. Het winkel-aanbod is echter wel 'voorspelbaar', door de invulling met de landelijk bekende formules die op deze locaties opereren. Het onderscheidend karakter wordt vooral bepaald door de omvang van de zaken en de vormgeving van het gebouw.

De Centrale Leeuwarden

Retailpark De Centrale is een PDV/GDV-ontwikkeling aan de rand van Leeuwarden, op relatief korte afstand van de binnenstad. Het winkelgebied is geleidelijk verkleurd van een PDV-locatie naar een PDV/GDV-locatie. Behalve de branches wonen en doe-het-zelf, zijn ook de branches huishoudelijke & luxe artikelen, sport & spel en bruin- & witgoed relatief sterk aanwezig. Opvallend is dat de schaal van verschillende winkels relatief beperkt is. Hier is geen sprake van superschaal. Opmerkelijk is ook de aanwezigheid van de branche huishoudelijke & luxe artikelen, dat normaliter niet tot het doelgericht winkelen wordt gerekend.

De gemeente geeft in haar detailhandelsvisie uit 2003 aan dat er nauwelijks aanwijzingen zijn dat het realiseren van het PDV/GDV-centrum de Centrale meer dan marginale invloed heeft gehad op het winkelbestand in de binnenstad⁸. Als we kijken naar de koopstromenonderzoeken, dan is te zien dat het centrum marktaandeel inlevert, door ontwikkelingen in ondersteunende winkelcentra en in de periferie. De koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse artikelensector is gedaald van 60% in 2001 naar 53% in 2008. Daarnaast is ook de koopkrachtbinding van de Centrale gedaald van 11% in 2001 naar 9% in 2008. Deze bestedingen komen met name terecht in grotere ondersteunende winkelcentra als De Schrans, waar ook bijvoorbeeld Action en kledingformules te vinden zijn.

⁸ Gemeente Leeuwarden (2003) Hereiking PDV/GDV-beleid

De Centrale bindt een aanzienlijk aandeel in de branches bruin- en witgoed, woninginrichting en doe-het-zelf, maar wordt door de consumenten in geen enkele branchegroep als belangrijkste aankoopplaats aangeduid. Ook op het gebied van de branche bruin- en witgoed, heeft het centrum een groter marktaandeel.

In het provinciale koopstromenonderzoek is tevens gevraagd naar de tevredenheid van de consument over bezochte winkelgebieden⁹. Hieruit komt naar voren dat de consument winkelgebied De Centrale slecht waardeert als het gaat om gezelligheid, sfeer en inrichting. De punten bereikbaarheid en parkeren, waar perifere winkelgebieden het met name van moeten hebben, worden juist hoger beoordeeld.

Conclusies

In Europa is een opkomst zichtbaar van retailpark-concepten, zo ook in Nederland. Waar GDV voorheen aansluiting vond bij grotere winkelgebieden (o.a. woonmalls), zien we nu ook zelfstandige ontwikkelingen op goed bereikbare locaties. De locaties functioneren echter wisselend. Een goede bereikbaarheid en voldoende parkeerplaatsen zijn de belangrijkste succesfactoren. Daarnaast dragen vooral aspecten als voldoende omvang (keuzemogelijkheden voor de consument) en de aanwezigheid van door aard en/of omvang bijzondere aanbieders vooral bij aan een goed functioneren. In de praktijk kampen verschillende van deze winkelgebieden met knelpunten in de fysieke inrichting van de winkelgebieden (brede fronten winkels) en op het gebied van sfeer en gezelligheid scoren de referentiecentra vaak niet hoog.

Als er wordt gekeken naar de samenstelling van het aanbod, dan zijn er grote overeenkomsten. Het is een kleine groep (inter)nationale formules die zich richt op deze perifere locaties, zoals Media Markt/ Saturn, BCC, Toys XL, Intersport, Topshelf, Halfords, LEEFtrends, Kwantum en Leen Bakker. Hoewel het aanbod op de retailparks sterk uitwisselbaar is, is het vaak wel bijzonder in de gemeentelijke of regionale detailhandelsstructuur (schaal). Wil men ook een bovenregionale uitstraling, dan zullen vooral meer unieke winkelformules dit moeten bewerkstelligen.

Als er wordt gekeken naar de impact van de retailparken op de detailhandelsstructuur, dan zijn de effecten beperkt. In het geval van Roermond is te zien dat de consument zich meer oriënteert op alle winkelgebieden; Roermond is versterkt als totale winkelstad. In Hengelo is er slechts een beperkte synergie tussen Plein Westermaat en de binnenstad, maar in plaatsen met sterke binnensteden zoals Groningen en Breda is het combinatiebezoek tussen woonboulevard en binnenstad sterker¹⁰.

⁹ Broekhuis Rijs Advisering (2008) Koopstromenonderzoek Provincie Fryslân 2007

¹⁰ Circa 31% van de bezoekers van het Sontplein e.o. bezoekt ook de binnenstad van Groningen, terwijl 10% van de binnenstadsbezoekers ook het Sontplein e.o. aandoet (bron: detailhandelsmonitor gemeente Groningen 2009). In Breda liggen deze cijfers op respectievelijk 21% en 4% (bron: Binnenstad van Breda en woonboulevard, synergie of concurrentie?).

Het marktaandeel van binnensteden komt wel onder druk te staan door de toenemende concurrentie; niet alleen door de verruiming van het perifere winkelaanbod, maar ook doordat ondersteunende centra steeds meer niet-dagelijkse artikelen aanbieden. Er is dan ook een verandering zichtbaar van de functie van de Nederlandse binnensteden: zij profileren zich steeds meer als centra voor recreatief winkelen, kijken en vergelijken, beleven, verblijven, etc. De wisselwerking tussen detailhandel, horeca, cultuur en vermaak wordt daarbij steeds belangrijker, evenals het totale verblijfsklimaat.

Resumerend kan worden gesteld dat perifere winkelclusters voornamelijk doelgericht worden bezocht; gemak en bereikbaarheid zijn kernbegrippen. Het aanbod bestaat in veel gevallen ook echt uit grootschalige aanbieders en is hierdoor geen volwaardig alternatief voor de binnenstad, waar recreatief winkelen steeds meer het hoofddoel van bezoek wordt.

3. MARKTMOGELIJKHEDEN

In het vorige hoofdstuk kwam naar voren dat er verschillende winkelformules zijn, die zich sterk richten op de Nederlandse retailparks. In Apeldoorn en omgeving hebben de laatste jaren al diverse vernieuwingen plaatsgevonden, waarbij ook nieuwe grootschalige winkelformules zijn toegevoegd. In dit hoofdstuk wordt gekeken wat de marktmogelijkheden per branche zijn en hoe groot de uniciteit van het beoogde cluster voor grootschalige winkels op De Voorwaarts voor Apeldoorn en de regio Stedendriehoek kan zijn. Navolgend wordt eerst nader ingegaan op de kwalitatieve versterkingsmogelijkheden van het aanbod in de branches sport, spel, bruinen witgoed, fietsen, wonen en doe-het-zelf en vervolgens wordt een doorkijk gegeven naar de kwantitatieve aspecten.

3.1 Sport

Aanbod regio

Het sportaanbod in de regio Apeldoorn bestaat uit 53 aanbieders, met een totale omvang van 11.790 m² wvo (inclusief hengelsport en ruitersport). Het sportaanbod in de regio blijft hiermee ruim achter bij het landelijke gemiddelde (-39%). Dit is met name te verklaren door de achterblijvende subbranche buitensport. Het merendeel van het aanbod bestaat uit kleinschalige aanbieders. Slechts vier aanbieders zijn groter dan 500 m² wvo. Telstar Sport in Deventer is veruit de grootste aanbieder in de regio met een omvang van 2.280 m² wvo. Ook in Harderwijk is een vestiging van deze formule.

Tabel 3.1 Top 5-sportaanbieders Apeldoorn + omliggende regio

Naam	winkelgebied	kern	gemeente	m ² wvo
Telstar Sport	Centrum Deventer	Deventer	Deventer	2.280
Perry Sport	Centrum Apeldoorn	Apeldoorn	Apeldoorn	793
Intersport Jonker	Centrum Apeldoorn	Apeldoorn	Apeldoorn	714
Bever Zwerfsport	Centrum Apeldoorn	Apeldoorn	Apeldoorn	634
Vrielink Ruiter & Paard	Bebouwde kom	Apeldoorn	Apeldoorn	465

Alle subbranches zijn aanwezig in de regio Apeldoorn. De grootste metrages worden ingenomen door de allround sportzaken, alhoewel de gemiddelde omvang met 447 m² wvo relatief beperkt is. Daarnaast zijn er verschillende buitensportzaken aanwezig, waarvan Bever Sport in het centrum van Apeldoorn de grootste is met een omvang van circa 650 m² wvo. De meer specialistische aanbieders zijn beperkt in omvang.

Als we kijken naar het formulebeeld dan zijn de meeste landelijk bekende formules aanwezig. Missende formules zijn de grootschalige sportformules als Topshelf en Decathlon met een gemiddeld wvo van respectievelijk 5.657 en 3.235 m² wvo. Topshelf heeft een sterk modisch assortiment (software: kleding, schoenen, etc.), terwijl Decathlon een sterke focus heeft op de 'hardware' (baskets, hockeysticks, ballen, rackets, etc.).

Daarnaast zien we in Nederland ook enkele bijzondere, grootschalige aanbieders, op het gebied van buitensport, zoals kampeerhal De Vrijbouter (Roden, Gouda en Roermond), Obelink in Winterswijk of Four Seasons in Duiven. Andere voorbeelden zijn de Skihut in Scheveningen/ Oosterbeek en De Wit in Schijndel. Dergelijke aanbieders hebben ook een sterke bovenregionale aantrekkingskracht.

Mogelijkheden voor De Voorwaarts

Er is geen sportaanbieder van megaschaal in de regio aanwezig. De vestiging van een sportzaak met een omvang van meer dan 5.000 m² wvo zal daarom het onderscheidende karakter van De Voorwaarts in de regio versterken. Dit geldt vooral voor formules die sterk inspelen op beleving en try & buy. Dit betekent dat in de winkel veel artikelen verkocht worden die de consument ter plekke ook daadwerkelijk kan uit proberen. Hiervoor kunnen in en buiten de zaak voorzieningen getroffen worden. Dit biedt ook kansen voor de inrichting van het gebied met bijvoorbeeld voetbal-/ basketbalveldjes of een skatepark.

De vestiging van een megasportzaak kan de basis vormen voor de vestiging van andere, meer gespecialiseerde sport- en sportgerelateerde winkels zoals een outdoor-sportwinkel, een (sport)fietsenspecialzaak of een surf-/skatewinkel. Tevens kan gedacht worden aan aanverwante voorzieningen zoals een fitnesscentrum. In totaliteit ontstaat dan een op (outdoor)sport gericht voorzieningencluster dat goed aansluit bij van het naastgelegen Omnisportcentrum en bijdraagt aan een verdere versterking van het imago van Apeldoorn als sportstad.

3.2 Spel

Aanbod regio

In de branche spel zijn in de regio Apeldoorn 29 winkels, met een totale omvang van 4.966 m² wvo. Hiermee blijft het aanbod in de regio circa 14% achter bij het landelijke gemiddelde. De grootste aanbieders zijn de bekende landelijke formules Inter-toys, Bart Smit en Top 1 Toys. Deze winkels zijn allemaal in de centrumgebieden gelegen; in het bijzonder in Apeldoorn.

De speelgoedbranche is sterk gefilialiseerd in de regio Stedendriehoek. De bekende centrumformules zijn allemaal aanwezig, maar de grootschalige formules Toy Champ (gem. 1.210 m² wvo) en Toys XL (gem. 1.575 m² wvo) zijn niet aanwezig.

Tabel 3.2 Top 5-spelaanbieders Apeldoorn + omliggende regio

Naam	Winkelgebied	Kern	Gemeente	M ² wvo
Top 1 Toys	Centrum Apeldoorn	Apeldoorn	Apeldoorn	595
Bart Smit	Centrum Apeldoorn	Apeldoorn	Apeldoorn	440
Bart Smit	Centrum Deventer	Deventer	Deventer	423
De speelgoedplank	Centrum Apeldoorn	Apeldoorn	Apeldoorn	337
Intertoys	Centrum Apeldoorn	Apeldoorn	Apeldoorn	265

Naast het landelijke filiaalbedrijf is er ook een groot aantal zelfstandige ondernemers aanwezig, veelal met een meer gespecialiseerd assortiment (spellen, houten speelgoed, etc.). Voorbeelden hiervan zijn de Speelgoedplank in Apeldoorn en Zutphen, Kapoes en Villa Wammus in Apeldoorn. Hierbij moet ook gedacht worden aan modelbouwspecialzaken, zoals Wentink.

Mogelijkheden voor De Voorwaarts

De grootschalige formules Toy Champ en Toys XL zijn vaak op perifere locaties te vinden. Ze ontbreken nog in de regio en kunnen een aanvulling bieden op het huidige assortiment. Men is dan met name onderscheidend in de omvang en opzet van de winkel. Het landelijke beeld is echter dat de consument minder bereid is om ver te rijden voor speelgoed, temeer daar het doorsnee aanbod in de meeste centra wordt aangeboden. Grootschalige speelgoedzaken concurreren vooral met de landelijke formules als Bart Smit, Intertoys en Blokker Speelgoed en zij hebben minder effecten op de zelfstandige, specialistische aanbieders.

3.3 Bruin- & witgoed

Aanbod regio

Het aanbod in de branche bruin- en witgoed ligt ruim 33% boven het landelijke gemiddelde per hoofd van de bevolking (in totaal 26.198 m² wvo, verspreid over 129 aanbieders). Meer dan de helft van dit aanbod bestaat uit de branche electro (17.785 m² wvo). Navolgend zijn de grootste electronicawarenhuizen weergegeven. Veruit de grootste aanbieder is Media Markt aan de rand van het centrum van Deventer. Deze aanbieder is bijna twee maal zo groot als de overige aanbieders. Opvallend is dat een groot deel van de aanbieders zich op bedrijventerreinen/ themacusters bevindt, zoals Snipperling Deventer, Gerritsenweg Zutphen en Europaweg Apeldoorn.

Tabel 3.3 Top 6-electroaanbieders Apeldoorn + omliggende regio

Naam	Winkelgebied	Kern	Gemeente	M ² wvo
Media Markt	Centrum Deventer	Deventer	Deventer	3.101
It's	Centrum Apeldoorn	Apeldoorn	Apeldoorn	1.609
BCC	Snipperling	Deventer	Deventer	1.400
BCC	Gerritsenweg	Zutphen	Zutphen	1.358
De Harens Smid	Snipperling	Deventer	Deventer	1.200
BCC	Europaweg	Apeldoorn	Apeldoorn	1.000

De meeste electronicawarenhuizen in Nederland zijn kleiner dan 2.500 m² wvo. Met de komst van MediaMarkt en Saturn, kent Nederland verschillende grotere electro-warenhuizen. De grootste vestigingen van deze formules zijn Mediamarkt Arena Boulevard (7.460 m² wvo) en Saturn the Wall (5.400 m² wvo). Daarnaast zijn er enkele regionale sterke spelers, zoals Leo van Schaijk in Cuijk, Correct Rotterdam en Bemmel & Kroon in Zoeterwoude.

Mogelijkheden voor De Voorwaarts

De branche bruin- en witgoed is in de regio Stedendriehoek al sterk aanwezig op perifere locaties, alhoewel de winkels van relatief beperkte schaal zijn. Daarnaast is er in de regio een vestiging van Media Markt aanwezig en een dergelijke grote winkel wordt ook voorzien in het centrum van Apeldoorn. De uniciteit van een derde grootschalige aanbieder is dus relatief beperkt. Wel past het goed in het concept van een retailpark en het zal de concurrentiepositie van Apeldoorn als aankoopplaats versterken. Recente koopstroomcijfers¹¹ geven aan dat zowel de koopkrachtbinding als –toevloeiing in deze branche in Apeldoorn sinds 2005 aanzienlijk gedaald zijn door de toegenomen concurrentie, en beide cijfers liggen momenteel op een relatief laag niveau.

Ook sluit een grote electrowinkel goed aan op het woonaanbod op de naastgelegen woonboulevard. Dit omdat de verkochte artikelen een sterke relatie hebben met de inrichting van de woning. Het gaat hierbij om bijvoorbeeld audio en videoapparatuur maar ook om grote en kleine huishoudelijke apparaten of computerapparatuur. Door de relatief hoge bezoekersintensiteit van een grootschalige electrozaak mag er bovendien een impulswerking voor het hele winkelgebied inclusief de Woonboulevard verwacht worden.

¹¹ Koopstromenonderzoek 2010, deelrapportage gemeente Apeldoorn - kern Apeldoorn, I&O sept. 2010. Koopkrachtbinding 2010 78%, aandeel omzet van buiten 23%.

3.4 Fietsen

Aanbod regio

In het verlengde van de sportbranche ligt de fietsenbranche. Met een totaal aanbod van circa 12.600 m² wvo ligt dit verhoudingsgewijs boven het landelijke gemiddelde (+13%). Er dient echter geconcludeerd te worden dat de meeste aanbieders slechts een lokale verzorging kennen. Het assortiment is beperkt, er wordt veel gewerkt met bestellingen, waarbij onderhoud en service een belangrijke rol spelen.

Op Runshoppingcenter de Snipperling in Deventer zijn twee grootschalige rijwielen-speciaalzaken gevestigd; in Apeldoorn is Fietscity veruit de grootste. Deze aanbieders hebben een groter verzorgingsbereik.

Tabel 3.4 Top 5-Fietswinkels Apeldoorn + omliggende regio

Naam	Winkelgebied	Kern	Gemeente	M ² wvo
De Fietsmaker van Riesewijk	Snipperling	Deventer	Deventer	1.009
Fietscity Apeldoorn	Verspreid	Apeldoorn	Apeldoorn	900
Bike Totaal	Verspreid	Deventer	Deventer	800
WK scooter centre	Snipperling	Deventer	Deventer	625
J. Bos	verspreid	Deventer	Deventer	500

De grootste fietsenspeciaalzaak in Nederland is ca. 2.000 m² wvo. De grootschalige aanbieders bestaan uit zowel zelfstandige ondernemers als landelijke formules als Bike Totaal, Profile, MegaBike en De Fietsmaker¹². Verschillende van deze formules zijn nog niet aanwezig in Apeldoorn en omgeving.

Mogelijkheden voor De Voorwaarts

Vestiging van een grootschalige fietsenspeciaalzaak sluit goed aan bij het naastgelegen Omnisportcentrum, waar ook een wielervedbaan aanwezig is, draagt bij aan de versterking van het sport/outdoorthema als bijzonder element binnen het winkelcluster. Niet alleen past zo'n winkel bij het imago van Apeldoorn als sportstad maar ook bij Apeldoorn als fietsstad. Het grote aantal toeristisch-recreatieve bezoekers in de omgeving biedt een dergelijke winkel ook een extra consumentenpotentieel.

3.5 Doe-het-zelf

Aanbod regio

De doe-het-zelfbranche in de regio Apeldoorn heeft een omvang van 57.700 m² wvo, verdeeld over 75 aanbieders. Met een winkelaanbod van 152 m² wvo per 1.000 inwoners, blijft het circa 6% achter bij het landelijke gemiddelde (162 m² wvo / 1.000

¹² Recent is bekend geworden dat deze formule het faillissement heeft aangevraagd. Plannen voor een mogelijke doorstart zijn nog onbekend.

inwoners). De grootste aanbieders in deze branche zijn de bouwmarkten van Gamma, Praxis en Karwei. De grootste vestiging in de regio is de Karwei in Apeldoorn-Noord (ca. 5.700 m² wvo). Bouwmarkten van megaschaal zijn niet aanwezig in de regio.

Tabel 3.5 Top 5-doe-het-zelfaanbieders Apeldoorn + omliggende regio

Naam	winkelgebied	kern	gemeente	m ² wvo
Karwei	Verspreid	Apeldoorn	Apeldoorn	5.653
Gamma	Verspreid	Apeldoorn	Apeldoorn	4.850
Gamma	Snipperling	Deventer	Deventer	4.500
Praxis	Snipperling	Deventer	Deventer	4.067
Karwei	Verspreid	Zutphen	Zutphen	3.010

Alle subbranches zijn aanwezig in de regio Apeldoorn. Circa driekwart van het wvo bestaat uit bouwmarkten (19 vestigingen). De gemiddelde omvang van de bouwmarkten is aanzienlijk groter dan van de overige subbranches (ca. 2.300 m² wvo / ca. 250 m² wvo). Andere sterk vertegenwoordigde subbranches zijn verf & behang (16 vestigingen) en breedpakket (14 vestigingen).

Als we kijken naar het formulebeeld dan zijn alle bouwmarktformules aanwezig, behalve Hornbach. Deze formule is de laatste jaren in opkomst in Nederland met bouwmarkten van megaschaal: gemiddeld 10.000 m² wvo. In deze bouwmarkten zijn ook grote woon- en tuinafdelingen aanwezig.

Mogelijkheden voor De Voorwaarts

De bouwmarkten in Apeldoorn zijn gevestigd langs Het Kanaal en in het gebied Europaweg. Aan de oostzijde van Apeldoorn is geen bouwmarkt gevestigd, ook niet op de woonboulevard. Toevoeging van een bouwmarkt op De Voorwaarts zorgt voor een betere spreiding van het bouwmarktaanbod in Apeldoorn, past binnen het woonthema van de woonboulevard en zorgt voor een aanzienlijke bezoekersstroom. Dit wordt versterkt wanneer een bouwmarkt van megaschaal wordt gerealiseerd, die uniek is in de regio.

3.6 Woonwinkels

Aanbod regio

Er is hier gekeken naar het aanbod in de branche wonen, met de subbranche babywoonwinkel in het bijzonder. De branche wonen heeft een totale omvang van 183.927 m² wvo. In totaal zijn er 255 aanbieders. De omvangrijkste subbranches zijn meubelen, woonwarenhuis en woninginrichting. Woonboulevard Zutphen, met als grote trekker Eijerkamp, is veruit het belangrijkste woonthemacentrum in de regio. Veelal voeren de grotere woonwarenhuizen ook een deelassortiment 'babywonen'.

De regio heeft dan ook een relatief omvangrijk woonwinkelaanbod; afgezet tegen het aantal inwoners ligt het aanbod 21% boven het gemiddelde.

Het aantal specialistische babywoonwinkels is echter beperkt. Het gaat om 4 aanbieders, met een totale omvang van 2.204 m² wvo. Het merendeel van deze meters wordt ingenomen door het babykamerpaleis. Opvallend is dat de omvang van de winkels van Prénatal relatief beperkt is; elders in het land hebben zij grotere vestigingen.

De meest voorkomende babywoonwinkel van Nederland is Prénatal. Deze formule blijft in omvang echter ver achter bij grootschalige babywoonwinkels als Baby Park, Babydump en Kids Factory. Het zijn dan ook met name de grootschalige bijzondere aanbieders van Nederland die een (boven)regionale aantrekkingskracht hebben op de consument. Voorbeelden hiervan zijn de Kindercompagnie in Lithoijen en Baby Park (o.a. Kesteren). Door de grotere schaal is hier meer ruimte voor demonstratie van de 'hardware' (buggy's, ledikanten, bedjes, etc.) en showkamers.

Tabel 3.6 Top 5-(baby)woonwinkels Apeldoorn + omliggende regio

Wonen				
Naam	Winkelgebied	Kern	Gemeente	M ² wvo
Eijerkamp	Gerritsenweg	Zutphen	Zutphen	13.898
Verrij Wonen	Verspreid	Brummen	Brummen	6.700
Berghuis meubelen	Centrum Schalkhaar	Schalkhaar	Deventer	6.500
Woonwereld Factory Outlet	Pollaan	Zutphen	Zutphen	5.120
Woonze Apeldoorn	Woonboulevard	Apeldoorn	Apeldoorn	5.000
Babywoonwinkels				
Naam	Winkelgebied	Kern	Gemeente	M ² wvo
Het Babykamerpaleis	Kanaal Zuid	Apeldoorn	Apeldoorn	1.550
Prénatal	Centrum Apeldoorn	Apeldoorn	Apeldoorn	250
Prénatal	Centrum Zutphen	Zutphen	Zutphen	213
Gelria	Centrum Apeldoorn	Apeldoorn	Apeldoorn	191

Mogelijkheden voor De Voorwaarts

De omvang van de babywoonwinkels in de regio is relatief beperkt. Wanneer er een nieuwe, echt grootschalige formule wordt gevestigd op De Voorwaarts, is er daarom sprake van regionale aantrekkingskracht. Uit voorbeelden elders in Nederland blijkt dat de consument bereid is verder te reizen voor een compleet assortiment. Het gaat dan met name om de grote aankopen, zoals een buggy of ledikant of de complete babykamerinrichting. Een dergelijke meer bijzondere aanbieder sluit ook uitstekend aan bij de het woninginrichtingsaanbod op de naastgelegen Woonboulevard. Met de toevoeging van een formule als Baby Park, Baby Dump of Kids Factory wordt er echt iets onderscheidends toegevoegd in de regio.

Ook lokale interieurconcepten als Het Babykamerpaleis (Kanaal-Zuid) of de Kindercompagnie betekenen een versterking voor het gebied de Voorwaarts/woonboulevard.

Hoewel de regio al beschikt over een sterk woonwinkelaanbod, wordt een uitbreiding van deze branche op De Voorwaarts op voorhand niet uitgesloten. Dit omdat de beter functionerende Nederlandse woonboulevards vaak een ruimere omvang hebben dan de Apeldoornse. Aanvulling kan bijvoorbeeld gevonden worden met grootschalige formules als Loods 5 of Woondock. Ook kan De Voorwaarts eventueel ruimte bieden aan lokale verplaatsers. Hiermee kan de voor de woonbranche zo belangrijke clustering een extra impuls krijgen.

3.7 Indicatief winkelprogramma

De ambitie van de gemeente Apeldoorn is om te komen tot een grootschalig doelgericht cluster met een omvang van tenminste 20.000 m² wvo (zie inleiding). Met een dergelijke omvang krijgt het project naar de mening van BRO voldoende massa/keuzemogelijkheden om aantrekkelijk te zijn voor de consument. Op basis van de voorlopige ideeën over de branchering van ontwikkelaar IPMMC, de landelijke ontwikkelingen en referenties en de hiervoor aangegeven lokale en regionale kwalitatieve versterkingsmogelijkheden, heeft BRO navolgend een indicatief programma opgesteld.

Tabel 3.7 Indicatief detailhandelsprogramma De Voorwaarts

Branche	m ² BVO	m ² WVO
Sport/outdoor	10.000	7.500
Bruin- & witgoed	5.500	4.125
Fietsenspecialzaak	3.000	2.250
Overig (incl. babywoonzaak, bouwmarkt, etc.)	9.000	6.750
Totaal	27.500	20.625

Opgemerkt moet worden dat in bovenstaande overzicht een reguliere bouwmarkt van een moderne maatvoering onder overig geschaard kan worden, maar de vestiging van een echte megabouwmarkt zou het overgrote deel zo niet alle in de eerste fase beschikbare ruimte opsouperen. De eventuele fysieke inpassing van een dergelijke zaak vraagt om een eigen oplossing, los van fase 1.

3.8 Theoretische uitbreidingsruimte

Door confrontatie van vraag en aanbod zijn per branche de theoretische uitbreidingsruimte in te schatten. Deze berekeningen per branche zijn weergegeven in bijlage 2. Hieruit komt naar voren dat er een totale theoretische uitbreidingsruimte is van bijna 21.000 m² wvo (tabel 3.8). De grootste uitbreidingsruimte ligt in de branches sport en doe-het-zelf (bouwmarkt).

Tabel 3.8 Overzicht uitbreidingsruimte per branche

Branche	Uitbreidingsruimte
Sport	+ 6.100 m ² wvo
Speelgoed	+ 400 m ² wvo
Bruin- en witgoed	+ 1.800 m ² wvo
Fietsen	+ 1.800 m ² wvo
Wonen	nihil
Bouwmarkt	+ 9.100 m ² wvo
Totaal branches	+ 19.200 m ² wvo

De totale geraamde theoretische distributieve uitbreidingsruimte bedraagt bijna de volle omvang van het programma, maar zonder bouwmarkt gaat het om bijna de helft van fase 1 van De Voorwaarts. Dat laatste wil echter niet zeggen dat daarmee het indicatieve programma ook niet haalbaar of gewenst is. Wij wijzen er bijvoorbeeld op dat de berekeningen gebaseerd zijn op meerdere aannames en dat toekomstige ontwikkelingen zich moeilijk voorspellen laten.

Belangrijker is echter dat winkels met een hoge uniciteit (door omvang, assortimentering, dienstverlening, formule, etc.) soms een zeer groot verzorgingsbereik kennen en dus ook relatief heel veel omzet van buiten trekken. Dergelijke zaken hebben een hoge toegevoegde waarde en zij creëren als het ware hun eigen marktruimte. Ikea is hier een goed voorbeeld van. Op voorhand is het niet te zeggen of dergelijke uitzonderlijke zaken zich op De Voorwaarts zullen vestigen.

Het al of niet aanwezig zijn van distributieve ruimte is verder slechts één van de elementen die van belang zijn bij de beoordeling van de effecten van winkelontwikkelingen. Er zijn ook meer kwalitatieve aspecten die meegewogen dienen te worden. Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen op een vanuit de structuur gezien goede plek zoals De Voorwaarts, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij.

Bij nieuwe winkelontwikkelingen zoals op De Voorwaarts wordt aan bestaande ondernemers de kans geboden om, als ze nu niet goed (meer) gehuisvest zijn, hun winkel te verplaatsen. De insteek hierbij is vooral nu perifeer gevestigde zaken te

faciliteren. Bij dergelijke verplaatsingen is er geen sprake van een overschrijding van de berekende ruimte, vooropgesteld dat de te verlaten plek niet (in dezelfde branche) heringevuld wordt.

De aangegeven uitbreidingsruimte is dus indicatief en mag niet als norm worden gezien. Gebeurt dit wel, dan zal de vernieuwing in de detailhandel in een plaats op slot gezet worden. Dit is in ieder geval niet het uitgangspunt van het gemeentelijke detailhandelsbeleid van Apeldoorn. De berekening van de distributieve ruimte heeft met name tot doel de mogelijke effecten van een initiatief op de (ontwikkeling van de) detailhandelsstructuur beter te kunnen inschatten. In het volgende hoofdstuk wordt hierop nader ingegaan.

3.9 Conclusies

Een winkel kan op twee manieren onderscheidend zijn: in omvang of in formule/assortiment. In voorgaande paragrafen is naar voren gekomen dat er zonder meer mogelijkheden zijn in diverse branches om het winkelaanbod uit te breiden met zaken die door hun omvang en uitgebreide assortiment onderscheidend zijn voor Apeldoorn, maar ook voor de regio Stedendriehoek. Uit de aanbodanalyse zijn ook verschillende bestaande ondernemingen naar voren gekomen die nu al een bijzondere positie innemen in de regio. Door een verplaatsing naar De Voorwaarts kunnen zij dit winkelcluster versterken en daardoor tevens een bijdrage leveren aan de versterking van de detailhandelsstructuur (modernisering winkel, clustering aanbod). Met de combinatie van meerdere grootschalige winkels op een goed bereikbare plek wordt ingespeeld op het doelgerichte koopgedrag van de consument.

Voor de locatie De Voorwaarts als winkelgebied geldt dat de uniciteit verder vooral gelegen kan zijn in een clustering van sport- en andere winkels rondom het thema sport/recreatie. De aanwezigheid van het Omnisportcentrum en sportmedische voorzieningen zorgt voor extra synergie en de combinatie van de thematische winkel- en andere voorzieningen kan sterk bijdragen aan de uitstraling van Apeldoorn als sportstad bij uitstek. Daarnaast kan De Voorwaarts bijdragen aan een uitbreiding (en daarmee versterking) van het winkelaanbod rondom het thema 'in en om het huis' (nu alleen woonboulevard en tuincentrum aanwezig). In totaliteit wordt De Voorwaarts zo een megastorecluster dat op meerdere punten een meerwaarde heeft voor Apeldoorn.

In enkele onderzochte branches is relatief weinig distributieve marktruimte aan te geven. Tegelijkertijd is er wel veel marktvraag (nieuwe formules die op de markt komen, vraag vanuit de consument). De consequentie is dat het realiseren van ruim 20.000 m² wvo effecten kan hebben op de bestaande lokale en regionale vraag- en aanbodstructuur in de detailhandel. In navolgend hoofdstuk wordt hier nader op ingegaan.

4. EFFECTEN EN CONCLUSIES

4.1 Mogelijke effecten indicatief programma

Effecten per branche

Bij een forse toename van het winkelaanbod in Apeldoorn, neemt de omzet naar verwachting toe, maar de gemiddeld behaalde omzet per m² wvo zal mogelijk in sommige branches dalen. Dit zou er eventueel toe kunnen leiden dat het nieuwe aanbod onder het verwachte niveau functioneert of dat er omzet bij bestaand aanbod wordt weggehaald, met het misschien verdwijnen van bestaand aanbod als gevolg. De effecten verschillen per branche:

- De verwachting is dat nieuw grootschalig sportaanbod een sterke regionale functie zal vervullen, gezien het beperkte aanbod in de regio. De uitbreidingsruimte is ruim, waardoor negatieve effecten op de structuur niet te verwachten zijn.
- In de speelgoedbranche is slechts beperkt marktruimte. Effecten op bestaande aanbieders zijn daardoor niet uit te sluiten.
- Toevoeging van een electronicawarenhuis op De Voorwaarts zal zorgen voor een druk op de omzetten in de branche bruin- & witgoed. Hierbij is nog geen rekening gehouden met een tweede electronicawarenhuis in het centrum. De effecten worden wel verspreid over een groot aantal aanbieders.
- In de rijwielbranche is redelijk veel marktruimte waardoor de toevoeging van een grootschalige zaak (hoge uniciteit!) in principe geen structurele negatieve effecten zal hebben.
- Als we de laatste koopstroomgegevens in de doe-het-zelfbranche afzetten tegen het aantal vierkante meters, functioneert het huidige aanbod boven niveau. Hier liggen dan ook kansen voor versterking. Over de hele branche is er voldoende bestedingspotentieel voor een toevoeging van een bouwmarkt van megaschaal. Er kunnen echter wel verschuivingen optreden; met name bij de kleinere bouwmarkten die zich niet voldoende weten te onderscheiden.
- Op basis van de landelijke kengetallen is de woonbranche zowel in de stad als de regio al ruim bemeten. Er zijn wel kwalitatieve versterkingsmogelijkheden. De toevoeging van aanbieders in de woonbranche zal mogelijk effecten hebben op verouderd, verspreid gevestigd aanbod in Apeldoorn en omgeving. Maar hier staat tegenover dat het woonwinkelaanbod meer geclusterd raakt, en daarmee wordt ingespeeld op het koopgedrag en de algemene ontwikkelingen in deze branche.

Effecten op De Voorwaarts als winkelgebied

Met de voorgenomen toevoeging van ruim 20.000 m² wvo grootschalig winkelaanbod op de beoogde locatie worden de keuzemogelijkheden voor de consumenten in Apeldoorn aanzienlijk vergroot. Dat zal er toe leiden dat er minder lokale koopkracht afvloeit naar elders. Voor de consument betekent dit tevens een overzichtelijker aanbod en meer gemak, te meer daar de locatie via de ring goed bereikbaar is vanuit alle delen van de stad. De betreffende ondernemers zullen ook profiteren van de indirecte synergie: de bekendheid van de plek bij een groot publiek. De strategische ligging in de regio (goede bereikbaarheid) draagt hier eveneens aan bij.

De effecten op de al in het gebied aanwezige detailhandel (grootschalig tuincentrum, Woonboulevard) zullen naar de inschatting van BRO per saldo positief zijn. Het gebied wordt in totaliteit immers aantrekkelijker als winkelgebied en zal ook een grotere naamsbekendheid krijgen. Bovendien wordt het aanbod op het gebied van "in en om het huis" verbreed, waardoor het winkelgebied als geheel aantrekkelijker wordt voor consumenten die hun huis en/of tuin willen inrichten of herinrichten.

Effecten op de binnenstad

Omdat het centrum van Apeldoorn de komende jaren zijn eigen dynamiek kent, is onze verwachting dat de effecten van realisatie van De Voorwaarts hier beperkt zullen zijn. Het centrum zal volgens de plannen aanzienlijk versterkt worden. Het gaat daarbij enerzijds om een toename van het winkelaanbod en anderzijds om een verbetering van het algehele verblijfsklimaat (circuitvorming, inrichting, etc.). Ook de beoogde uitbreiding van de parkeermogelijkheden is in dit verband belangrijk.

De binnenstad en De Voorwaarts richten zich op geheel andere vormen van koopgedrag. Met De Voorwaarts wordt tegemoet gekomen van de wens van de consument om doelgericht artikelen aan te schaffen, terwijl het bij de binnenstad met name gaat om recreatief winkelen. Aspecten als verblijven, verrast worden, beleven, kijken en vergelijken, zien en gezien worden zijn daarbij heel belangrijk. Bij doelgericht winkelen staan daarentegen gemak en efficiëntie voorop. Door hun gerichtheid op verschillende soorten koopgedrag zullen De Voorwaarts en de binnenstad grotendeels complementair aan elkaar zijn en in totaliteit voor een betere, completere consumentenverzorging kunnen zorgen. Een stad als Leeuwarden, waar een retailpark als De Centrale al geruime tijd functioneert naast het hoofdwinkelcentrum in de binnenstad, bewijst dat dit ook goed mogelijk is. We wijzen er op dat de binnenstad van Leeuwarden nog een extra impuls gaat krijgen in de vorm van het winkelproject Nieuw Zaailand.

De versterking van het Apeldoornse hoofdwinkelcentrum is mede bedoeld om ruimte te bieden aan schaalvergroting, met name in de voor recreatief winkelen belang-

rijke modische en aanverwante branches. De vraag naar middelgrote maar ook echt grote winkelunits neemt ook in deze branches sterk toe.

Met het realiseren van ruim 20.000 m² wvo op De Voorwaarts zullen de marktmogelijkheden voor een uitbreiding van het winkelaanbod in het centrum met niet-modische branches wat afnemen. De ervaring leert echter dat de binnenstad ook voor dit soort winkels aantrekkelijk zal blijven en daardoor een breed winkelaanbod blijft houden. Sommige (soorten) winkels in de niet-modische branches zijn door de aard van de formule, specialisatie of schaal namelijk aangewezen op kleinere units en/of hoge passantenaantallen. De Voorwaarts kan dat niet bieden, de binnenstad wel. Een voorbeeld is in dit verband de woonbranche die al heel lang in sterke mate perifeer (op de woonboulevards) aanwezig is. Toch zijn in elk hoofdwinkelcentrum nog woondecoratiewinkels of gespecialiseerde woonwinkels te vinden.

Een aantrekkelijk cluster van grootschalige winkels op De Voorwaarts zal er, evenals een vernieuwde binnenstad, toe bijdragen dat Apeldoorn meer consumenten uit de regio zal gaan trekken. Het centrum kan ook van profiteren van deze extra bezoekers middels combinatiebezoek tussen de winkelgebieden. Eerder in dit rapport is aangegeven dat er sprake kan zijn van een wisselwerking tussen een binnenstad en een perifeer gelegen winkelcluster (o.a. Groningen en Breda). Voorwaarde hiervoor is wel dat beide winkelgebieden voldoende aantrekkelijk zijn voor de consument en z'n specifieke bezoekdoel (respectievelijk recreatief winkelen en doelgericht aankopen doen). Daarnaast dient de onderlinge bereikbaarheid goed te zijn. De rechtstreekse verbinding tussen De Voorwaarts en de binnenstad is in dit verband gunstig te noemen.

Effecten op de buurt- en wijkcentra en het verspreide aanbod

Ook de buurt- en wijkwinkelcentra zullen nauwelijks effecten ondervinden van de voorgenomen plannen op De Voorwaarts. Dit komt met name omdat het doelgerichte aanbod in de afgebakende branches hier slechts beperkt aanwezig is. De aanbieders die hier aanwezig zijn, richten zich ook meer op service en gemak, waardoor ze een eigen functie kunnen blijven vervullen in het boodschappenprofiel van deze centra. Aan het boodschappenprofiel van deze centra wordt overigens met name invulling gegeven door de dagelijkse sector (levensmiddelen- en genotspecialzaken, drogisterijen, supermarkten). Dergelijk aanbod wordt dan ook niet op De Voorwaarts toegestaan.

Er zijn wel effecten te verwachten bij het doelgerichte winkelaanbod dat verspreid over de gemeente aanwezig is, solitair of in kleine, incomplete buurtstrips. Deze effecten zullen zich echter spreiden over een groot aantal aanbieders. Het perspectief voor veel van deze zaken is overigens al matig, zeker als het relatief kleinschalige zaken zijn en ze niet of nauwelijks gespecialiseerd zijn.

De afname van dit soort aanbod is een zich algemeen voordoend verschijnsel, en de realisatie van De Voorwaarts zal hooguit een versnelling van dit proces betekenen.

Effecten op de regio

Voor de omliggende gemeenten geldt hetzelfde beeld. De binnensteden van Zutphen en Deventer hebben hun eigen onderscheidende karakter en zullen hierdoor altijd een aantrekkelijk alternatief blijven voor de consument. Effecten zullen met name op het laagste verzorgingsniveau optreden, in de kleinste kernen en bij ongunstig gelegen en/of verouderd winkelaanbod.

Resumé

Het indicatieve programma, zoals opgesteld door BRO voor De Voorwaarts, zal zorgen voor een aanvaardbare concurrentiedruk. De effecten zullen met name optreden bij verouderd, verspreid gelegen aanbod en hebben hiermee een bepaalde sanderende werking. Maar het gaat hierbij feitelijk om een versnelling van een proces dat nu ook al gaande is. Door in te zetten op verplaatsingen kan dit effect bovendien verminderd worden. Bezien vanuit de totale detailhandelsstructuur is er hoe dan ook sprake van versterking, omdat verouderd, versnipperd aanbod plaats maakt voor een modern cluster met hogere uniciteit. Hiermee wordt voorzien in de wensen van de consument, is er een positief effect op de woonboulevard te verwachten en wordt de regiopositie van Apeldoorn als winkelstad versterkt. Tevens wordt invulling gegeven aan het PDV/GDV-beleid van de gemeente Apeldoorn, dat een sterkere clustering als insteek heeft.

4.1 Effecten juridisch-planologisch bezien

Hoewel het initiatief past binnen het gemeentelijke beleid, zijn effecten op individuele, gevestigde ondernemingen op voorhand natuurlijk nooit uit te sluiten. Vanuit juridisch-planologisch oogpunt is dat echter pas relevant als dat ernstige ruimtelijke effecten op de detailhandelsstructuur heeft. Het gaat er hierbij om dat er geen sprake mag zijn van 'duurzame ontwricting' van die structuur.

Recente uitspraken¹³ tonen aan dat bij de beoordeling van duurzame ontwricting van het voorzieningenniveau in een bepaalde sector geen doorslaggevende betekenis toe gekend wordt aan het al of niet aanwezig zijn van overaanbod en/of de mogelijke sluiting van bestaande detailhandelsvestigingen. Centraal staat de vraag of voor de inwoners van de gemeente een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft in die zin dat zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun geregelde en dagelijkse inkopen kunnen blijven doen. De consument staat dus (nog

¹³ Casus Bouwmarkten Winschoten, Uitspraak 24 juni 2009 & Casus Winkelcentrum Gemeente Marne, Uitspraak 10 juni 2009.

steeds) voorop in de jurisprudentie. Hij of zij moet de beschikking hebben over een voldoende gedifferentieerd aanbod, op aanvaardbare afstand van de woonomgeving. Het door overbewinkeling verdwijnen van één of meerdere zaken, doet niet ter zake.

Doordat er geen winkelaanbod op het gebied van dagelijkse artikelen op De Voorwaarts zal komen, zijn er niet of nauwelijks negatieve effecten voor de dagelijkse verzorging van de inwoners van Apeldoorn. Voor de niet-dagelijkse sector is de factor afstand veel minder relevant en de keuzemogelijkheden worden voor de in Apeldoorn of omgeving wonende consumenten eerder groter dan kleiner.

Voor het opstellen van het bestemmingsplan is het van belang dat de uitgangspunten van de ontwikkeling gemotiveerd worden vanuit een goede ruimtelijke ordening en de ruimtelijke kwaliteit. Het gaat dan om aspecten als de verkeersafwikkeling, parkeerbehoefte, ruimteslag, effecten op de omgeving, beeldkwaliteit, etc. Ten aanzien van de branchering kunnen zoals gezegd geen argumenten van concurrentiebeperking een rol spelen, maar wel conceptuele of thematiseringsachtige argumenten. In onderhavig rapport zijn hiervoor de argumenten aangedragen.

4.2 Vooruitblik

In deze oplegnotitie is de haalbaarheid en wenselijkheid van de eerste fase van het project De Voorwaarts nader onderzocht. Het totale planvolume wordt bij realisatie van fase 2 groter. De realisatie van de volgende fase zal naar verwachting positief zijn voor het functioneren van het winkelgebied De Voorwaarts in zijn totaliteit. Voor dergelijke locaties geldt immers dat de omvang van sterke invloed is op de aantrekkingskracht, want de keuzemogelijkheden voor de consument worden groter. In zijn algemeenheid geldt dat grotere perifere winkellocaties het beter doen dan de kleine. Daarnaast betekent realisatie van de volgende fase dat de ruimtelijke opzet van het gebied verbetert, net als de totale uitstraling (incl. woonboulevard en tuincentrum). Hierdoor krijgen ook de aanvullende voorzieningen meer bestaansrecht.

Een verdere uitbreiding van het megastorecluster op De Voorwaarts kan gezien bovenstaande bijdragen aan een verdere versterking van de Apeldoornse detailhandelsstructuur, maar dit is mede afhankelijk van de aard en omvang van de uitbreiding. Dit bepaalt mede of er geen (onaanvaardbare) negatieve effecten zullen optreden bij de andere tot de Apeldoornse hoofddetailhandelsstructuur behorende winkelgebieden. Een verdere uitbreiding vraagt daarom een gedegen onderbouwing en het monitoren van de effecten van de realisatie eerste fase kan daarvan een onderdeel zijn. Hierbij dient ook in ogenschouw genomen te worden dat het centrum van Apeldoorn de komende jaren fors versterkt zal (moeten) worden.

Het verdient aanbeveling om de realisatie van volgende fasen van De Voorwaarts mede te bezien in het licht van de voortgang van de centrumontwikkeling en de winkelontwikkelingen elders in Apeldoorn.

4.3 Slotoverwegingen

Hoewel de dynamiek in de detailhandel de laatste jaren landelijk iets afgenomen is als gevolg van de economische situatie, blijft de dynamiek in Apeldoorn groot. Er is veel belangstelling voor vestiging¹⁴ en er zijn plannen ontwikkeld voor een uitbreiding van het winkelaanbod in zowel het centrum, in diverse buurt- en wijkcentra en op perifere locaties. Deze versterking van de detailhandelsstructuur op meerdere niveaus past in het gemeentelijke beleid. Ook de realisatie van een cluster van grootschalige winkels op de locatie De Voorwaarts is opgenomen in het beleid van de gemeente Apeldoorn. De concentratie van dit soort doelgericht bezochte winkels op een goed bereikbare locatie in de stad draagt bij aan een vergroting van de consumentenverzorging van de eigen inwoners en aan een versterking van de regionaal-verzorgende positie van de detailhandel in Apeldoorn.

Om de beoogde functie goed te kunnen invullen, is het gewenst dat het nieuwe detailhandelscluster op De Voorwaarts vanaf de start al een aantrekkelijke uitstraling krijgt, en daarvoor is een voldoende omvang noodzakelijk. In de nota 'Perifere en grootschalige detailhandel gemeente Apeldoorn, herijking van het beleid' uit het voorjaar van 2010 is dit ook beargumenteerd en vastgelegd. Uitgegaan wordt van realisatie van tenminste 20.000 m² wvo. Dit komt overeen met realisatie van de eerste fase.

In onderhavige rapportage is aangegeven dat de realisatie van een winkelcluster van een dergelijke omvang distributie-planologisch verantwoord is. De redenen hiervoor zijn:

- De ontwikkeling past binnen het landelijke beeld ten aanzien van PDV/GDV-clusters en –ontwikkelingen én het gemeentelijke beleid.
- Er is distributieve ruimte in meerdere van de onderzochte branches.
- Een deel van de invulling kan via verplaatsing van nu reeds in Apeldoorn en omgeving (perifeer) gevestigde ondernemingen plaats vinden. De realisatie van een cluster van voldoende omvang in één keer kan bovendien een stimulans betekenen voor verplaatsingen (potentiële kandidaten zien dat het een aantrekkelijk centrum wordt om zich te vestigen).

¹⁴ Gebaseerd op persberichten en informatie van de gemeente en ontwikkelaars.

- In enkele branches waar er theoretisch geen of weinig marktruimte te bereken is, is er wel sprake van een mogelijke kwalitatieve versterking in de vorm van toevoeging van ontbrekende bijzondere formules, specialisaties of marktsegmenten.
- Eventuele negatieve effecten zullen zich met name voordoen bij ongunstig gesitueerd en/of verouderd aanbod in de relevante branches. Voor de consumentenverzorging is dit niet erg: er komt immers een nieuw, modern winkelgebied met dit soort aanbod voor terug.
- Zo er al bestaand winkelaanbod verdwijnt als gevolg van de realisatie van De Voorwaarts, dan zijn de effecten op de Apeldoornse winkelstructuur als geheel zeer beperkt. Van duurzame ontwrichting zal zeker geen sprake zijn, vooropgesteld dat de het programma geen branches omvat die essentieel zijn voor het functioneren van de overige reguliere winkelcentra (zoals dagelijkse artikelen).
- Via een brancheadviescommissie kan sturing gegeven worden aan een invulling van De Voorwaarts die het meeste bijdraagt aan een versterking van de Apeldoornse winkelstructuur als geheel.

BRO komt tot de conclusie dat het bestemmingsplanmatig mogelijk maken van de realisatie van fase 1 goed te onderbouwen is. Ten aanzien van eventuele latere uitbreidingen is het gewenst deze te koppelen aan een nadere onderbouwing.

BIJLAGE 1: FUNCTIONELE INVULLING GDV-LOCATIES

Retailpark Roermond

Hoofdbranche	Naam	Wvo
Levensmiddelen	AH XL	3.315
	Bakkerij Bart	30
Huishoudelijke & Luxe Artikelen	Blokker	830
	Xenos	900
Sport & Spel	Toys XL	1.650
	Intersport Megastore	3.600
Hobby	De Vrijbouter	9.000
	Muzikaza	1.600
Bruin & Witgoed	Media Markt	3.000
	Tummers Electro World	1.500
Wonen	Jysk	1.080
	Henders & Hazel	850
	Knibbeler	1.000
	LEEFtrends	6.400
Horeca	Rofra Home	1.160
	Bufkes	
	Piet Friet	
	Wok to Go	
	Burger King	
	Park Lunch	
Totaal		35.915

Westermaatplein, Hengelo

Hoofdbranche	Naam	Wvo
Sport & Spel	Toys XL	2.066
	Intersport Megastore	3.526
Bruin & Witgoed	Media Markt	3.221
	BCC	2.020
Doe-Het-Zelf	Praxis	6.500
Wonen	Ikea	17.000
	Prenatal	1.538
	Beter Bed	900
Horeca	McDonald's	
	Wok 'n Roll	
Ontspanning	Fit For Free	
Totaal		36.771

Retailpark De Centrale, Leeuwarden

Hoofdbranche	Naam	Wvo
Schoenen & Lederwaren	Bristol	875
Huishoudelijke & Luxe Artikelen	Xenos	406
	Action	911
	Blokker	883
Sport & Spel	Toys XL	1.050
	Sport Direct	1.122
Bruin & Witgoed	Media Markt	3.000
	BCC	1.298
Auto & Fiets	Automat	288
	Halfords Superstore	740
Doe-Het-Zelf	Praxis	2.818
Wonen	Metz	741
	Beter Bed	860
	Brugman Keukens & Badkamers	1.131
	Carpet Right	1.061
	Xenario	578
	Kwantum	1.877
	Leen Bakker	2.290
Swiss Sense	403	
Automotive	Autotaalglass Leeuwarden	
	Kwik-Fit	
Horeca	Croissanterie Paris	
Totaal		22.332

De Meerpaal, Houten

Hoofdbranche	Naam	Wvo
Sport & Spel	Frans de Witte active camping	3.555
	Bever Zwerfsport	1.235
	Intersport Megastore	3.396
Plant & Dier	De Tuinkamer	1.453
Wonen	LEEFtrends	5.439
	Prominent	374
	Apoera	159
	Keuken Concurrent	1.000
	Keuken Kampioen	968
Automotive	Leen Bakker	2.565
	Schadenet Winkel	
	Garagebedrijf Nieuwenhuijsen	
Horeca	Bickel Beer	
Totaal		20.144

The Wall, Utrecht

Hoofdbranche	Naam	Wvo
Sport & Spel	Toys XL	1.968
	Topshelf Megastore	6.000
Plant & Dier	floruit	50
Bruin & Witgoed	Saturn	5.400
	BCC	1.907
Doe-Het-Zelf	Karwei	4.956
Wonen	LEEFtrends	6.500
Horeca	McDonald's	
Totaal		26.781

BIJLAGE 2: DISTRIBUTIE-PLANOLOGISCHE UITBREIDINGSRUIMTE

1. Algemene uitgangspunten

- In 2008 heeft BRO onderzoek gedaan naar de mogelijkheden van perifere en grootschalige detailhandel in de gemeente Apeldoorn. Navolgende uitgangspunten liggen dan ook in lijn met het voorgaande onderzoek. Het betreft een verdieping met de kennis van nu.
- De koopkrachtbindings- en koopkrachttoevloeiingspercentages zijn gebaseerd op de recente cijfers van het koopstromenonderzoek Overijssel 2010¹⁵. Voor de branches waar geen gegevens voor beschikbaar waren, heeft BRO eigen schattingen gemaakt op basis van eigen kennis en ervaring.
- Het koopkrachttoevloeiingspercentage is licht verhoogd in verband met toeristisch/recreatieve bestedingen en andere bovenregionale bestedingen.
- Het inwoneraantal van de gemeente Apeldoorn bedroeg op 1 januari 2010 155.697 inwoners en de verwachting is dat dit toeneemt tot 159.677 in 2020¹⁶. Uitgaande van deze groei, is voor de benadering van het toekomstig functioneren gerekend met een inwoneraantal van de stad Apeldoorn, exclusief Ugchelen en andere omliggende dorpen, van 134.026 voor 2020. Het inwoneraantal neemt hiermee circa 3.500 inwoners toe ten opzichte van de huidige situatie (130.685 inwoners per 1 januari 2010).
- Voor 2020 is uitgegaan van een versterking van Apeldoorn als koopstad, resulterend in een hogere lokale koopkrachtbinding en een sterkere (boven)regionale aantrekkelijkheid voor consumenten. Dit laatste komt tot uiting in een hoger aandeel omzet van buiten de eigen plaats (% koopkrachttoevloeiing).
- Het gemiddeld besteedbaar inkomen per hoofd van de bevolking in Apeldoorn ligt circa 0,8 procent hoger dan het landelijke gemiddelde van € 13.300,-¹⁷. Aangezien het bestedingscijfer niet meer dan 5 procent afwijkt van het landelijke gemiddelde, zal er geen correctie worden toegepast. Voor de benadering van het economische functioneren zijn de landelijke toonbankbestedingen per hoofd van de bevolking gebruikt. Deze bestedingscijfers zijn gebaseerd op de meest recente HBD-gegevens. Vanwege de vergelijking met de aanbodgegevens zijn door BRO in sommige branches aanpassingen gedaan (omzet aan andere artikelen dan het kernassortiment). De bestedingen zijn voor 2020 gelijk gehouden aan het huidige niveau.

¹⁵ I&O Research (2010) Koopstromenonderzoek Overijssel 2010

¹⁶ Gemeente Apeldoorn, afdeling Burgerzaken & CBS Statline bevolkingsprognose 2009-2040

¹⁷ CBS regionale inkomensverdeling 2009, peiljaar 2006

- In verband met de vergelijkbaarheid met de beschikbare bestedingscijfers wijkt de omvang van het aanbod in enkele branches iets af van de eerder gepresenteerde cijfers. Dit wordt per branche toegelicht. Het niet meenemen van deze subbranches betekent niet dat ze niet welkom zijn op de beoogde locatie, maar dat het niet mogelijk is om hier de berekeningen voor uit te voeren.
- Sinds de vorige rapportage hebben verschillende mutaties plaatsgevonden in het detailhandelsaanbod. Met name in de woonbranche is het aanbod toegenomen.
- De gehanteerde vergelijkbare omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) is gebaseerd op de meest recente omzetkengetallen van het HBD, verhoogd met de BTW. Voor 2020 is in de meeste gevallen uitgegaan van een lichte daling van de vloerproductiviteit in verband met verwachte uitbreiding van met name (zeer) grootschalig aanbod, zowel in het centrum van Apeldoorn als op de locatie De Voorwaarts.
- Alle bedragen zijn inclusief BTW.
- De cijfers zijn afgerond.
- Omdat de berekeningen gebaseerd zijn op meerdere aannames zijn de uitkomsten indicatief.

2. Sport

Uitgangspunten:

- Voor de branche sport is het aanbod beperkt tot 3.875 m² wvo. Het aanbod is hiermee 239 m² wvo gedaald ten opzichte van 2008. In het aanbod zijn de subbranches hengelsport en ruitersport niet meegenomen, vanwege het ontbreken van deze subbranches in de bestedingscijfers.
- Door een forse kwalitatieve uitbreiding kan de koopkrachtbinding toenemen tot 93% in 2020.
- Bij een versterking van het aanbod wordt een koopkrachttoevloeiing, als onderdeel van de totale omzet, van 35% haalbaar geacht.
- De bestedingen in de sportbranche bedragen € 83,- per hoofd van de bevolking per jaar. Dit cijfer is gebaseerd op de bestedingscijfers voor sportkleding, sportshoewisel en sportartikelen en is exclusief de bestedingen aan verblijfsrecreatieve goederen.
- De gemiddelde omzet per m² wvo bedraagt volgens de cijfers van het HBD uit 2010 geeft een cijfer van € 1.600,- (incl. BTW). Voor de benadering van de omzetclaim zijn we uitgegaan van een gemiddelde omzet van € 1.750,- voor de bestaande aanbieders en € 1.500,- voor de grootschalig nieuw aanbod.

Tabel 1: Functioneren van de branche sport

	2020
Inwoners	134.026
Besteding/hoofd	€ 83
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 11,1
Koopkrachtbinding	93%
Totaal gebonden bestedingen	€ 10,3
Koopkrachttoevloeiing	35%
Omzet door toevloeiing (in mln.)	€ 5,6
Totale bestedingen (in mln.)	€ 15,9
Huidige omzetclaim (in mln.)	€ 6,8
Verschil (in mln.)	€ 9,1
Uitbreidingsruimte (m ² wvo)	6.100

3. Speelgoed

Uitgangspunten:

- De koopkrachtbinding voor de speelgoedbranche is geraamd op circa 94%. Door versterking van het aanbod zal de koopkrachtbinding toenemen naar 96%.
- De koopkrachttoevloeiing in de branche speelgoed is geraamd op 24%. Door versterking van het aanbod lijkt een toevloeiingscijfer van maximaal 30% reëel.
- Voor de bestedingen per hoofd van de bevolking is uitgegaan van de landelijke omzetgegevens in de speelgoedbranche. Dit cijfer bedraagt € 50,- per hoofd van de bevolking per jaar.
- De bestedingen zijn gebaseerd op de subbranches speelgoed en modelbouw. De huidige omvang van de branche is 2.369 m² wvo. In 2008 bedroeg de omvang van deze branche 2.065 m² wvo (+304 m² wvo).
- De gemiddelde omzet per m² voor de speelgoedbranche bedraagt circa € 3.500,- per m² wvo (huidige omzetclaim). De verwachting is dat de nieuwe speelgoed-aanbieder slechts een omzet behaalt van € 2.500/m² wvo. Hierop is de uitbreidingsruimte gebaseerd.

Tabel 2: Functioneren van de branche speelgoed

	2020
Inwoners	134.026
Besteding/hoofd	50
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 6,7
Koopkrachtbinding	96%
Totaal gebonden bestedingen	€ 6,4
Koopkrachttoevloeiing	30%
Omzet door toevloeiing (in mln.)	€ 2,8
Totale bestedingen (in mln.)	€ 9,2
Huidige omzetclaim (in mln.)	€ 8,3
Verschil (in mln.)	€ 0,9
Uitbreidingsruimte (m ² wvo)	400

4. Bruin- en witgoed

Uitgangspunten:

- De bestedingen zijn gebaseerd op een iets beperkter aantal branches dan eerder is aangegeven. Het aanbod aan winkels in de subbranche onderdelen voor wit- en bruingoed is niet meegenomen. De omvang van de branche komt daardoor uit op 8.146 m² wvo (8.813 m² wvo in 2008).
- De bestedingen aan audio- en videoapparatuur plus huishoudelijke apparaten in bruin- en witgoedwinkels is geraamd op € 260,- per hoofd per jaar.
- De uitbreidingsruimte is gebaseerd op een gemiddelde omzet van € 4.500,- per m² wvo, vanwege de grote schaal van de voorgenomen winkel. Voor de bepaling van de huidige omzetclaim is rekening gehouden met het aandeel centraal gelegen winkels, met een relatief hogere huisvestingslast (€ 5.250,- / m² wvo), en ligt hiermee hoger dan het landelijke gemiddelde (€ 5.150,- / m² wvo).
- De koopkrachtbinding aan de electrobranche bedraagt in het koopstromenonderzoek 2010 78% en is hiermee fors gedaald (2005: 94%)¹⁸. Dit is ook niet vreemd gezien de versterkingen in de regio (o.a. Media Markt in Deventer). De verwachting is dat de koopkrachtbinding met de voorgenomen versterking zal toenemen tot 95%.
- Bij de voorgenomen versterkingen een versterking met bijzondere zaken van het aanbod wordt 35% haalbaar geacht.

Tabel 3: Functioneren van de branche bruin- en witgoed

	2020
Inwoners	134.026
Besteding/hoofd	260
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 34,8
Koopkrachtbinding	95%
Totaal gebonden bestedingen	€ 33,1
Koopkrachttoevloeiing	35%
Omzet door toevloeiing (in mln.)	€ 17,8
Totale bestedingen (in mln.)	€ 50,9
Huidige omzetclaim (in mln.)	€ 42,8
Verschil (in mln.)	€ 8,1
Uitbreidingsruimte (m ² wvo)	1.800

¹⁸ Gemeente Apeldoorn (2005) Koopstromenonderzoek 2005 – Deelrapport Apeldoorn

5. Fietsen

Uitgangspunten:

- Voor de branche automaterialen ontbreken betrouwbare bestedingscijfers en omzetgegevens. Het economisch functioneren wordt daarom berekend voor de branche rijwielen. Het aanbod is hierdoor beperkt tot 3.542 m² wvo, het aanbod is nagenoeg gelijk gebleven aan 2008.
- De koopkrachtbinding wordt geschat op 88% en kan bij een kwalitatieve uitbreiding toenemen tot 90% in 2020.
- De koopkrachttoevloeiing, als onderdeel van de totale omzet, is in deze branche vaak laag. Het toevloeiingspercentage is naar raming 12,5% en zal bij een uitbreiding van het aanbod toenemen tot circa 25%. Dit is relatief hoog voor de subbranche rijwielen, maar wordt reëel geacht gezien de geplande unieke aanbieder.
- De bestedingen in de rijwielenbranche bedragen € 80,- per hoofd van de bevolking per jaar.
- De gemiddeld gehanteerde omzet per m² wvo bedraagt circa € 2.500,- per m² wvo. Dit zal lager komen te liggen bij een toevoeging van een grootschalige vestiging in de periferie. Voor de uitbreidingsruimte wordt een omzet per m² gehanteerd van € 2.250,- in 2020.

Tabel 4: Functioneren van de branche rijwielen

	2020
Inwoners	134.026
Besteding/hoofd	€ 80
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 10,7
Koopkrachtbinding	90%
Totaal gebonden bestedingen	€ 9,6
Koopkrachttoevloeiing	25%
Omzet door toevloeiing (in mln.)	€ 3,3
Totale bestedingen (in mln.)	€ 12,9
Huidige omzetclaim (in mln.)	€ 8,9
Verschil (in mln.)	€ 4,0
Uitbreidingsruimte (m ² wvo)	1.800

6. Bouwmarkt

Uitgangspunten:

- De berekeningen hebben vanwege de beschikbare bestedingscijfers alleen betrekking op de subbranches bouwmarkten, breedpakketzaken, ijzerwaren & gereedschappen en verf/behang. Het aanbod in Apeldoorn is hierop afgestemd en komt neer op 19.273 m² vvo.
- Volgens het meest recente koopstroomonderzoek bedraagt de huidige binding in de doe-het-zelfbranche 97%¹⁹. Aangezien bouwmarkten de dragers van deze branche zijn, achten wij bij versterking van het aanbod een koopkrachtbindingspercentage van 98% reëel.
- De koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet kan ons inziens bij de toevoeging van een unieke trekker, toenemen tot maximaal 35%.
- De bestedingen in de bouwmarktbranche bedragen € 271,- per hoofd van de bevolking.
- Om de uitbreidingsruimte te berekenen is er uitgegaan van het landelijke gemiddelde omzet per m² voor de bouwmarktbranche van circa € 1.675,- (gelijk voor de huidige omzetclaim).

Tabel 5: Functioneren van de branche bouwmarkten

	2020
Inwoners	134.026
Besteding/hoofd	€ 271
Bestedingspotentieel (in mln.)	€ 36,3
Koopkrachtbinding	98%
Totaal gebonden bestedingen (in mln.)	€ 35,6
Koopkrachttoevloeiing	25%
Omzet door toevloeiing (in mln.)	€ 11,9
Totale bestedingen (in mln.)	€ 47,5
Huidige omzetclaim (in mln.)	€ 32,3
Verschil (in mln.)	€ 15,2
Uitbreidingsruimte (m ² vvo)	9.100

¹⁹ I&O Research (2010) Koopstromen onderzoek 2010 – deelrapportage Apeldoorn

7. Wonen

Uitgangspunten:

- Gezien de grote concurrentiedruk in de branche wonen is een maximale koopkrachtbinding in de woonbranche van 70 procent reëel. In de huidige situatie is dit cijfer 63 procent²⁰.
- De koopkrachttoevloeiing als aandeel zal bij toevoeging van een nieuwe formule vergroten tot circa 40 procent. Volgens het koopstromenonderzoek 2010 bedraagt dit cijfer in de huidige situatie 34 procent²¹.
- Voor de bestedingen per hoofd van de bevolking is uitgegaan van de landelijke omzetgegevens in de woonbranche, namelijk € 450,-.
- De bestedingen zijn gebaseerd op een iets beperkter aantal branches dan eerder is aangegeven. Niet opgenomen zijn bestedingen bij winkels op het gebied van zonwering, tegels/plavuizen, verlichting en badkamers. Voor de vergelijkbaarheid moeten deze branches ook niet bij het aanbod gerekend worden. De huidige omvang van de branche komt daardoor uit op 58.746 m² wvo. Hiermee is het aanbod aanzienlijk toegenomen ten opzichte van 2008: 53.841 m² wvo.
- Om de uitbreidingsruimte te berekenen, is er uitgegaan van een gemiddelde omzet per m² voor de woonbranche van ca. € 1.300,-. Dit is gelijk gehouden aan de huidige omzetclaim. Dit ligt lager dan het landelijke gemiddelde (€ 1.425,-/m² wvo), vanwege het grote aandeel verspreid aanwezig aanbod in Apeldoorn.

Tabel 6: Functioneren van de branche wonen

	2020
Inwoners	134.026
Besteding/hoofd	€ 450
Bestedingspotentieel (in mln.)	€ 60,3
Koopkrachtbinding	70%
Totaal gebonden bestedingen (in mln.)	€ 42,2
Koopkrachttoevloeiing	40%
Omzet door toevloeiing (in mln.)	€ 28,1
Totale bestedingen (in mln.)	€ 70,4
Huidige omzetclaim (in mln.)	€ 76,4
Verschil (in mln.)	- € 6,0
Uitbreidingsruimte (m ² wvo)	0

²⁰ I&O Research (2010) Koopstromen onderzoek 2010 – deelrapportage Apeldoorn

²¹ I&O Research (2010) Koopstromen onderzoek 2010 – deelrapportage Apeldoorn

