

Distributie Planologisch Onderzoek gemeente Apeldoorn



Eindrapport

Den Haag, 13 juni 2013

A. Uyttenbroek
senior adviseur Franchise & Samenwerking

Relatienummer: 244.112620

© Copyright MKB Adviseurs BV 2013

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, geluidsband, elektronisch of op welke wijze dan ook en evenmin in een retrieval systeem worden opgeslagen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van MKB Adviseurs BV te Den Haag.

Hoewel de in dit rapport vermelde gegevens met de grootst mogelijke nauwkeurigheid zijn opgesteld, aanvaarden wij voor de juistheid hiervan en eventuele wijzigingen hierin geen aansprakelijkheid, hoe ook genaamd en op welke grond dan ook.

Inhoudsopgave

	blz.
1	Inleiding 3
1.1	Situatie 3
1.2	Opdrachtbeschrijving 3
1.3	Aanpak onderzoek 3
2	Agri Retail en welkoop-formule 4
3	Marktsituatie 5
3.1	Algemeen 5
3.2	Bestedingscijfers 7
4	Vraagzijde Apeldoorn 8
4.1	Algemeen 8
4.2	Draagvlak en bevolkingskenmerken 9
4.3	Bestedingspotentieel doe-het-zelfbranche, tuin- en dierbranche 10
5	Aanbodzijde Apeldoorn 12
5.1	Algemeen 12
5.2	Beleid en visie gemeente Apeldoorn 12
5.3	Ontwikkelingen doe-het-zelf en tuinbranche Apeldoorn 13
5.4	Concurrerend aanbod 13
5.5	Omzetclaim 16
6	Kwantitatieve overwegingen 18
6.1	Koopstromen 18
6.2	Marktruimte in het primaire verzorgingsgebied 18
6.3	Conclusie marktruimte 20
7	(Kwalitatieve) effecten 21
8	Eindconclusie 22

1 Inleiding

1.1 Situatie

Agri Retail B.V. is voornemens om aan de Laan van Spitsbergen 89 te Apeldoorn een Welkoopwinkel van 1.174 m² winkelvloeroppervlak (w.v.o.) te vestigen. Ter onderbouwing van de planvorming is aan MKB Adviseurs gevraagd een distributie planologisch onderzoek uit te voeren en de eventuele effecten ervan te onderzoeken.

1.2 Opdrachtbeschrijving

In het voorliggende onderzoek zal vanuit de visie van MKB Adviseurs worden onderzocht of er marktruimte beschikbaar is voor een Welkoopwinkel in de gemeente Apeldoorn. Voorts zal in kaart worden gebracht wat de effecten zijn van deze ontwikkeling op het reeds bestaande aanbod.

1.3 Aanpak onderzoek

Het onderzoek bevat onder meer de volgende onderdelen:

- Marktontwikkelingen;
- Vraag- en aanbodanalyse;
- Beleidskaders, plannen en initiatieven;
- Vraag en aanbod worden tegen elkaar afgezet om de marktruimte te bepalen. Tevens wordt ingegaan op de (kwalitatieve) effecten van de geplande Welkoopwinkel op de bestaande aanbodstructuur in Apeldoorn;
- In het afsluitende hoofdstuk wordt de eindconclusie weergegeven.

In bijlage 1 wordt ingegaan op de specifieke beoogde locatie voor een Welkoopwinkel in Apeldoorn.

2 Agri Retail en welkoop-formule¹

De huidige franchiseorganisatie Agri Retail is ontstaan na diverse fusies tussen coöperaties ten noorden en ten zuiden van de rivieren. In januari 1998 was de laatste grote fusie namelijk tussen de Boerenbondwinkels (de Limburgse Landwinkel en de Brabantse Agrorama) en het noordelijke Cebeco Welkoop Beheer. De nieuwe organisatie kreeg de naam Agri Retail en had in één klap 235 aangesloten winkels in heel Nederland. De eigendomsrechten van de winkels blijven bij de coöperaties en de particuliere ondernemers, die onder de vlag van de voormalige fusiepartners zijn toegetreten tot de formule. De diverse winkelformules worden samengevoegd tot één formule, die onder twee namen verder ging: Welkoop in het noorden van het land en BoerenBond in het zuiden.

In 2001 gooit Agri Retail het roer om en wordt de basis gelegd voor een vernieuwde winkelformule. Dit is noodzakelijk, omdat steeds minder boeren en steeds meer consumenten hun weg vinden naar de winkels van BoerenBond en Welkoop. Hoog in het vaandel staat nog steeds de 'boerengedachte', maar in de moderne plattelandswinkels gaat steeds meer aandacht naar het buitenleven. Bij een scherpere consumentenfocus hoorde tevens een upgradering van de winkels. Veel Welkoop- en Boerenbond winkels zijn de laatste jaren fors opgeknapt en gerestyled.

Het uitgekiende assortiment producten voor tuin en dier is afgestemd op de seizoenen en de behoefte om het buitenleven bewust te beleven. Naast onder meer tuingereedschap, potgrond, planten en zaden wordt tevens diervoeding en diervverzorging aangeboden. Maar ook werkkleding en –schoeisel, tuinmeubelen, barbecues behoort tot het assortiment waarbij deskundig advies en persoonlijke service een belangrijke unique selling point is.

Met de huismerken 'Landgoed' (tuin), 'Kenner' (dier) en 'Robusto' (klus) wordt het onderscheidend vermogen bevorderd.

De winkels worden ondersteund door persoonlijke begeleiding van retailmanagers. Verder vindt ondersteuning vanuit de franchisegever plaats op de gebieden ICT, logistiek, administratie en organisatie.

Er zijn op dit moment 232 vestigingen verspreid over geheel Nederland waarbij Gelderland en Noord-Brabant met achtereenvolgens 40 en 71 vestigingen goed vertegenwoordigd zijn. De winkels zijn sterk vertegenwoordigd op het platteland.

¹ www.boerenbond-welkoop.nl, info Agri Retail, HBD

3 Marktsituatie²

3.1 Algemeen

De winkels van Boerenbond en Welkoop vallen sinds 2010 onder de tuinbranche (tuincentra/tuinartikelen) met een semi zelfbedieningskarakter op het gebied van 'TUIN-DIER-BUITENLEVEN'. Het thema 'beleef het buitenleven' staat naast een agrarische invloed centraal in de formule. Voor 2010 werden de winkels door Locatus ingedeeld bij de doe-het-zelfbranche (bouwmarkten en breedpakketzaken).

De Welkoopwinkels vallen niet onder een specifieke branche vanwege de verschillende assortimentsgroepen. De drie hoofdgroepen in het assortimentsbeleid zijn Buitenklussen, Buitenleven en Dierenleven. Binnen deze hoofdgroepen worden een aantal subcategorieën onderscheiden zoals onder andere:

- groei en bloei;
- dierenvoeding;
- tuinaanleg;
- professioneel agrarisch pakket;
- recreatie.

In dit hoofdstuk gaan wij in op de drie hoofdgroepen van het Welkoop assortiment.

Buitenklussen/ doe-het-zelfbranche

De doe-het-zelfbranche omvat bouwmarkten, verf- en behangspeciaalzaken, ijzerwaren- en gereedschappenzaken en breedpakketzaken. Bouwmarkten verkopen steeds vaker branchevreemde artikelen als bloemen, planten, witgoed en meubels.

De doe-het-zelfbranche is in de huidige economische crisis dubbel geraakt. Factoren die de retailsector in hun greep houden, worden versterkt door de heersende malaise op de huizenmarkt. Herstel van de woningmarkt is een voorwaarde voor duurzaam herstel in de branche. Inmiddels hebben ook enkele fysieke ketens de online markt betreden, tot voor kort in de branche een blinde vlek. De online verkoop in de branche zal de komende jaren verder toenemen.

Doe-het-zelfzaken zagen volgens het CBS in 2012 hun omzet met 6,6% dalen ten opzichte van 2011. Dit was het vijfde jaar op rij dat de omzet daalde. De hardste klappen vielen ook in 2012 bij de breedpakket- en ijzerwarenzaken, met een omzetsdaling van respectievelijk 32% en 34%.

² CBS, HBD, Rabobank Cijfers & Trends, ABN-AMRO Visie op sectoren, MIX-online, www.boerenbond-welkoop.nl, GFK, Tuinbranche Nederland

Bij de bouwmarkten bleef de daling beperkt tot 4,9%. Bouwmarkten blijven marktaandeel winnen, ook in een neergaande markt, ten koste van de speciaalzaken.

Ketenvorming in de branche is fors. De drie grote ketens (DGN, Intergamma en Maxeda) beheersen zo'n 96% van de markt. Een vervaging die de laatste jaren steeds meer optreedt tussen de markt voor professionals en particulieren. Sommige bouwmarkten richten zich steeds meer op de professionele aannemers. Aan de andere kant verkoop en toenemend aantal groothandels in gereedschap via een webwinkel artikelen aan particulieren.

Gezien het lage consumentenvertrouwen en de onzekerheid in de woningmarkt blijft de consument terughoudend bij grote investeringen. Ook voor 2013 wordt een verdere daling van de omzet in de branche verwacht van per saldo zo'n 3%.

Buitenleven/tuinbranche

In 2012 is de totale tuinmarkt volgens cijfers van GFK met 5% gekrompen ten opzichte van 2011. De grootste omzetzakking ooit. De slechte omzet is vooral te wijten aan de slechte aprilmaand van 2012 en het lage consumentenvertrouwen. Consumenten die wel tuinproducten aanschafden gaven aanzienlijk minder geld uit. De totale omzet van de tuinbranche kwam in 2012 uit op bijna € 3,9 miljard (inclusief btw). De omzetzakking van de totale markt is zowel in levend (bloemen en planten) als in niet-levend (zoals gereedschap en dierbenodigdheden) terug te zien.

De tuincentra hebben het grootste marktaandeel op de tuinmarkt (exclusief onderhoud), namelijk 32,7%. De meeste aankopen van tuinartikelen (83%) vinden plaats in de fysieke winkel. 11% van de aankopen verloopt via internet. Dit zijn niet alleen webwinkels, maar ook websites van fysieke winkels. Ook voor 2013 wordt een verdere daling van de omzet in de branche verwacht met enkele procenten.

Dierenleven/dibevobranche

Dierenspeciaalzaken en tuincentra (mits met een afdeling "dier") zijn de belangrijkste afzetkanalen voor dierbenodigdheden en diervoeding. Ze hebben een marktaandeel van achtereenvolgens 48 en 51% in respectievelijk dierbenodigdheden en diervoeding. Supermarkt hebben in de onderscheiden productgroepen een marktaandeel van achtereenvolgens 7 en 33%.

Net als in de meeste andere branche neemt het aantal winkels licht af, maar neemt de oppervlakte per verkooppunt toe (trend naar schaalvergroting). Naast de economische tegenwind speelt internet een belangrijke rol in de markt voor diervoeding en dierbenodigdheden. Veel detaillisten verwachten een verdere verschuiving van de handel naar internet. Men verwacht dan ook een toenemende prijserosie, meer concurrentie en een dalende marge. De kleine zelfstandige dierenspeciaalzaken dienen zich sterker te profileren op het gebied van vakkennis, service en klantenbinding.

Trends- en ontwikkelingen in de detailhandel

- Schaalvergroting, er komen steeds minder verkooppunten, maar deze zijn wel groter dan voorheen;
- Een groeiende focus op prijs. Door de economische crisis wordt deze trend versterkt die al een aantal jaren geleden is ingezet in de supermarktbranche. Gevoed door meer transparantie in het aanbod maken consumenten een steeds bewustere keuze op prijs;

- Niet alleen door de crisis staan de omzetten onder druk. Ook structurele ontwikkelingen zoals de groei van e-commerce, zet de omzetten van winkeliers onder druk;
- De concurrentie tussen winkelgebieden en winkels zal verder toenemen. Centra en verkooppunten die goed bereikbaar zijn en voldoende keuzemogelijkheden bieden, winnen het van hun kleinere en slecht bereikbare tegenhangers;
- Door de crisis zijn diverse winkelvastgoedprojecten uitgesteld, afgesteld of sterk versoerd. Ruimtelijk-functionele versterking van de winkelstructuur is echter continu vereiste. Het risico is groot dat ook die noodzakelijke vernieuwing en versterking onder druk komt te staan.

3.2 Bestedingscijfers³

In onderstaande tabel geven wij de bestedingscijfers weer op basis van branche-informatie (HBD) in de belangrijkste assortimentsgroepen van Welkoop.

Consumptieve bestedingen per jaar per hoofd van de bevolking	
Doe-het-zelf branche (buitenklussen)	€ 206
Tuinbranche (zie tabel 3.2.2, buitenleven)	€ 232
Dibevobranche (dierenleven)	€ 90
Totaal	€ 528

Tabel 3.2.1: Totale bestedingen (inclusief btw)

In onderstaande tabel staat de specificatie van de bestedingen in de tuinmarkt weergegeven. Voor Welkoop speelt de categorie levend geen grote rol.

Consumptieve bestedingen per jaar per hoofd van de bevolking	
Niet levend	€ 96
Levend	€ 69
Groot onderhoud	€ 67
Totaal tuinbranche	€ 232

Tabel 3.2.2: Totale bestedingen tuinbranche (inclusief btw)

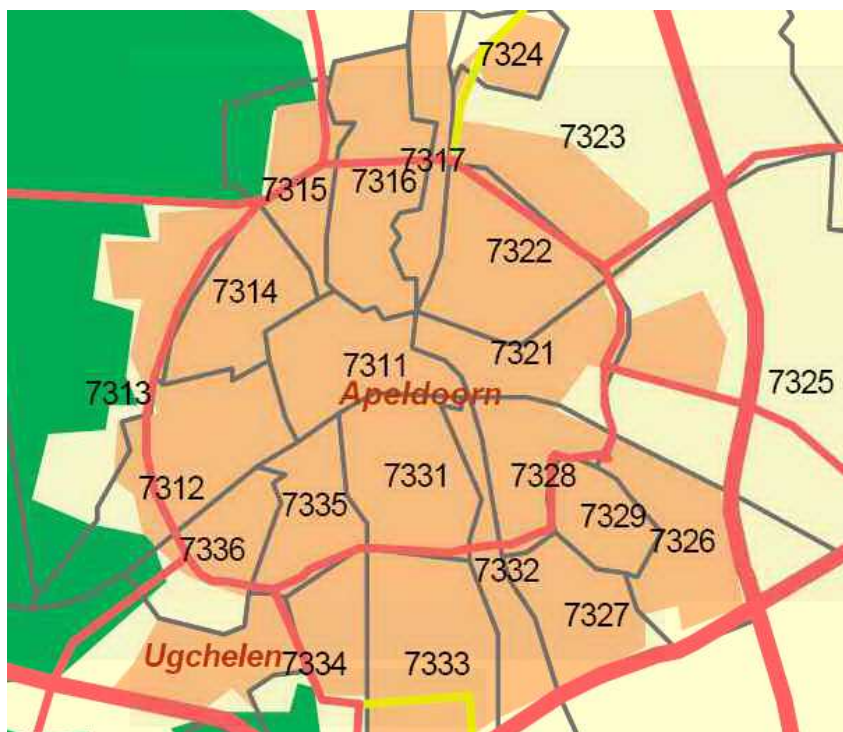
Aangezien Welkoop niet het gehele assortiment van doe-het-zelf zaken, tuincentra en dierspecialzaken voert heeft Agri Retail op basis van ervaringscijfers een eigen bestedingscijfer opgesteld. Rond de 70% van de bestedingen in de doe-het-zelfbranche, de tuin- en dibevobranche wordt gezien de benchmarkcijfers van Agri Retail, gerekend tot het Welkoop assortiment, oftewel een bestedingscijfer van per saldo € 370,--.

³ GFK, HBD, input Agri Retail, bewerking MKB Adviseurs.

4 Vraagzijde Apeldoorn⁴

4.1 Algemeen

De gemeente Apeldoorn bestaat naast de plaats Apeldoorn uit een achttal dorpen waaronder Beekbergen, Loenen en Wenum Wiesel. Apeldoorn is de belangrijkste plaats in de gemeente Apeldoorn, die per 1 januari 2013 in totaal 157.306 inwoners telt. Het stedelijk gebied van de gemeente kent 138.780 inwoners. Apeldoorn is verder onderverdeeld in 16 wijken.



Kaart 4.1.1: Postcodegebieden Apeldoorn

In onderstaande tabel geven wij het aantal inwoners in Apeldoorn.

Inwonersaantal 2013	
Stedelijk deel van Apeldoorn	138.780
Dorpen in gemeente Apeldoorn	18.526
Totaal Apeldoorn	157.306

Tabel 4.1.2: Aantal inwoners per gebied

⁴ CBS Kerncijfers wijken buurten 2004-2012, Bevolking per postcode 2012, Statline, Primos prognose 2011, Structuurvisie 2030 van maart 2013, gemeente Apeldoorn, Koopstromenonderzoek 2010 door bureau I&O, bewerking MKB Adviseurs.

4.2 Draagvlak en bevolkingskenmerken

Blijkens koopstroomonderzoek wordt het primaire verzorgingsgebied van de stad Apeldoorn gevormd door de inwoners van de gemeente Apeldoorn, exclusief de dorpen in het buitengebied. Vervolgens heeft elke formule/winkel, mede afhankelijk van de grootte en uitstraling en de specifieke situering binnen een marktgebied ook in relatie tot concurrerende aanbieders, uiteindelijk haar eigen verzorgingsgebied. Verder spelen ook de infrastructurele en geografische kenmerken van het gebied hierbij een rol.

Het aantal inwoners in het stedelijk deel van Apeldoorn bedraagt per 1 januari 2013, 138.780.

Het secundaire gebied wordt gevormd door dorpen in het buitengebied van de gemeente Apeldoorn. Tevens vervult Apeldoorn ook een belangrijke regionale functie voor de omliggende gemeenten (tertiair gebied).

Verzorgingsgebied	2013	2020	2025	2030
Primair	138.780	138.495	138.637	138.397
Secundair	18.526	18.500	18.400	18.300
Tertiair/ omliggende gemeenten	p.m.	p.m.	p.m.	p.m.
Totaal	157.306	156.995	157.037	156.697

Tabel 4.2.2: Bevolkingsomvang in het verzorgingsgebied

De komende jaren laat Apeldoorn volgens de primos prognose van ABF een dalende groeiverwachting zien. De mate waarin is lastig in te schatten, zeker omdat ook niet in te schatten is in hoeverre de geplande woningbouw (met name Apeldoorn Oost en Noord) doorgang vindt en in welk tempo. Volgens alle toekomstverkenningen zijn ook voor Apeldoorn de tijden van grote groei wel zo'n beetje voorbij is. Kortom, voor de berekeningen hanteren wij een bevolkingsaantal van gemiddeld 138.600.

Huishoudgrootte

De gemiddelde woningbezetting in de gemeente Apeldoorn ligt met 2,3 juist boven het landelijke cijfer van 2,2.

Verhouding koop/huurwoningen

Het percentage koopwoningen bedraagt in de gemeente Apeldoorn per saldo 57% en ligt daarmee boven het landelijk gemiddelde van 55%. Een hoog eigen woningbezit betekent veelal een positief effect op de doe-het-zelf- en tuinbestedingen.

Aandeel allochtonen

Het percentage niet-westerse allochtonen is in de gemeente Apeldoorn laag in verhouding tot het landelijke percentage, namelijk 8% ten opzichte van het landelijke percentage van 11%.

Bevolkingsopbouw⁵

Leeftijdsgroep	Apeldoorn	Nederland
0 – 14	17,0%	18,0%
15 – 24	11,0%	12,0%
25 – 44	25,0%	26,0%
45 – 64	29,0%	28,0%
65 en ouder	18,0%	16,0%
Totaal	100%	100%

Tabel 4.2.3: Leeftijdssamenstelling bevolking 2009

Naar leeftijdsopbouw is er in Apeldoorn sprake van een evenwichtig gemiddelde samenstelling. In het verzorgingsgebied zijn de leeftijdsgroepen 0-24 en 25-44 zwak vertegenwoordigd ten opzichte van het landelijk gemiddelde. De leeftijdsgroepen 45 en 65 plus zijn juist sterk vertegenwoordigd ten opzichte van het landelijk gemiddelde.

Gemiddeld besteedbaar inkomen verzorgingsgebied

Bij de bestedingen dient ook rekening gehouden te worden met het besteedbaar inkomen per inwoner in de gemeente Apeldoorn. Bij verschillen ten opzichte van het landelijk gemiddelde dienen correcties te worden uitgevoerd. Het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner ligt in de gemeente Apeldoorn per saldo afgerond 2% boven het landelijk gemiddelde.

4.3 Bestedingspotentieel doe-het-zelfbranche, tuin- en dierbranche

Om de gemiddelde landelijke bestedingsbedragen aan de specifieke situatie binnen het verzorgingsgebied aan te passen, wordt een inkomenselasticiteit van 0,5 gehanteerd en worden de landelijk bestedingscijfers gecorrigeerd met +1%. Gebaseerd op het gemiddelde inkomen per hoofd van de bevolking in het verzorgingsgebied corrigeren wij de landelijke bestedingscijfers (paragraaf 3.2) zoals opgenomen in tabel 4.3.1.

Gecorrigeerde consumptieve bestedingen per jaar per hoofd van de bevolking	
Doe-het-zelf-branche	€ 208
Tuinbranche	€ 234
Dierenbranche	€ 91
Totaal	€ 533
Welkoop-assortiment	€ 374

Tabel 4.3.1: Gecorrigeerde bestedingen (inclusief btw)

⁵ CBS statline, Veel jongeren verlaten de gemeente om ergens anders hoger onderwijs te gaan volgen.

Op grond van het aantal inwoners in het stedelijke gebied van Apeldoorn wordt het bestedingspotentieel, de marktomvang (inclusief btw) berekend op een niveau zoals opgenomen in onderstaande tabel.

Branche	Aantal inwoners	Gecorrigeerd bestedingscijfer	Marktomvang
Doe-het-zelfbranche	138.600	€ 208	€ 28.828.800
Tuinbranche	138.600	€ 234	€ 32.432.400
Dibevobranche	138.600	€ 91	€ 12.612.600
Totaal	138.600	€ 533	€ 73.873.800
Welkoop-assortiment	138.600	€ 374	€ 51.836.400

Tabel 4.3.2: Marktomvang in de onderscheiden branches (afgerond in €)

5 Aanbodzijde Apeldoorn⁶

5.1 Algemeen

Het detailhandelsaanbod in Apeldoorn kent in totaliteit een iets bovengemiddelde, omvang in vergelijking met qua inwoneraantal vergelijkbare gemeenten. Het aanbod is echter versnipperd. Naast het stadscentrum en de diverse wijk- en buurtwinkelcentra is een groot deel van het aanbod verspreid door de stad gesitueerd. Het verspreid gesitueerde aanbod bestaat voor een belangrijk deel uit PDV-branches (bouwmarkten, tuincentra, woninginrichting, keukens/sanitair).

De meer doelgericht bezochte branches zoals doe-het-zelf en dier- en plant zijn relatief goed vertegenwoordigd.

Het winkelaanbod in volumineuze artikelen bestaat uit een aantal winkelconcentraties (traditionele PDV-clusters en een mengvorm van PDV en GDV) als, Kanaal-Noord/Vlijtseweg, Woonboulevard, Europaweg, Kanaal-Zuid en Voorwaarts) en uit winkels die verspreid in de gemeente gevestigd zijn. De gewenste structuur en de uitgangspunten hieromtrent zijn vastgelegd in de notitie herijking van het beleid voor perifere en grootschalige detailhandel van januari 2010.

5.2 Beleid en visie gemeente Apeldoorn

Het beleid is gericht op verdere versterking van de winkelvoorzieningen, clustering van winkelvoorzieningen voor de verschillende koopmotieven (dagelijks, recreatief, doelgericht, regionaal) en het zoveel mogelijk tegengaan van verspreid gesitueerd perifeer aanbod. Kortom, een duidelijke winkelstructuur voor zowel de lokale als regionale consument waarbij ondernemers, daar waar mogelijk binnen de beleidslijnen, ruimte wordt geboden om te reloceren en/of uit te breiden.

In vermelde notitie van januari 2010 over perifere en grootschalige detailhandel zijn de ambities benoemd. Het betreft keuzes ten aanzien van ruimtelijke spreiding van voorzieningen, omvang en programma en definitie van de branchering. De notitie kent een opsomming van branches welke in Apeldoorn tot perifere detailhandel worden gerekend.

Ontwikkelingen in de detailhandel leiden onder meer tot branchevervaging en nieuwe concepten. Voor een bouwmarkt bijvoorbeeld is de beeldvorming duidelijk.

⁶ Structuurvisie 2013 van maart 2013, Perifere en grootschalige detailhandel gemeente Apeldoorn, herijking van beleid januari 2010, Koopstromenonderzoek 2010 bureau I&O, PDV en GDV Apeldoorn door BRO januari 2008, Detailhandelsvisie Apeldoorn, juni 2003.

Lastiger wordt het wanneer winkels assortimenten voeren die meerdere branches omvatten en waarvan het assortiment bestaat uit een mix van volumineuze en niet-volumineuze artikelen en daardoor lastig te typeren zijn, zoals ook Welkoop ((branche: mix van bouwmarkt, tuincentrum, specifiek agrarisch assortiment en assortiment voeding en huisvesting voor onder andere huisdieren).

Ook voor dit soort formules geldt dat het vanwege de aard en omvang (rond de 1.000 m² w.v.o) niet mogelijk en/of niet wenselijk is deze winkels te huisvesten in de reguliere winkelgebieden. Verder stelt ook het doelgerichte koopgedrag en het volumineuze karakter specifieke eisen aan de bereikbaarheid en parkeergelegenheid.

In de aanvullende notitie van de gemeente Apeldoorn van mei 2013 is de definitie van wat wel en niet onder perifere detailhandel valt, mede gezien de geschetste ontwikkelingen in de detailhandel, verder uitgewerkt en verduidelijkt. Ook Welkoop-achtige winkels behoren tot de perifere detailhandel. De Welkoopwinkel past dan ook binnen het PDV-beleid van de gemeente Apeldoorn, past binnen het ruimtelijke spreidingsbeleid en levert een bijdrage aan de verbetering van de kwaliteit van de winkelstructuur van Apeldoorn.

5.3 Ontwikkelingen doe-het-zelf en tuinbranche Apeldoorn

In het kader van het PDV-GDV beleid wordt door de gemeente en marktpartijen ingezet op concentratie van voorzieningen wat onder meer betekent dat ondernemers zoveel mogelijk de ruimte te geven om te reloceren en uit te breiden. De afgelopen jaren zijn er op aangewezen locaties grote vestigingen van Praxis (relocatie + uitbreiding), Karwei (relocatie + uitbreiding) en Gamma ontwikkeld. Ook de tweede vestiging van Gamma gaat reloceren en fors uitbreiden tot circa 4.500 m². Met uitzondering van Intratuin en Groenrijk is het aanbod in de groene sector (bloemen en plantenwinkels, kwekerijen) kleinschalig. Verdere planvorming is voor zover ons bekend op dit moment voor de onderhavige branches niet aan de orde.

5.4 Concurrerend aanbod

De belangrijkste concurrerende aanbieders, zoals opgenomen in onderstaande tabel, binnen de stad Apeldoorn hebben wij, gebaseerd op het databestand van Locatus⁷, geïnventariseerd. Een aantal aanbieders hebben wij bezocht en beoordeeld.

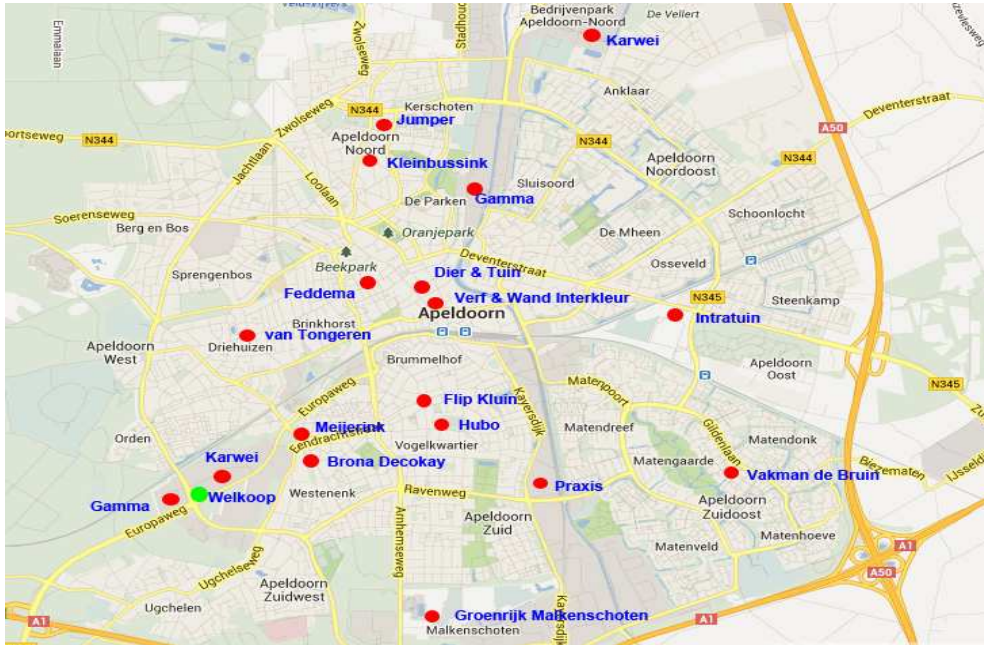
⁷ W.v.o.= winkelvloeroppervlakte

Naam	Straat	W.v.o. ⁸	Winkelgebied
Doe-het-zelf			
Gamma	Vlijtseweg	2.600	Verspreid
Karwei	Laan van de Dierenriem	5.653	Verspreid
Praxis	Kayersdijk	4.625	Verspreid
Karwei	Dijkgraafweg	2.500	Verspreid
Gamma	Laan van Spitsbergen	4.850	Verspreid
Subtotaal		20.228	
Breedpakket			
Van Tongeren	Asselsestraat	230	Buurtcentrum
De Bruin	De Eglantier	200	Wijkcentrum
Hubo	Adelaarslaan	370	Wijkcentrum
Sub-totaal		800	
IJzerwaren/gereedschappen			
Feddema	Asselsestraat	98	Hoofdwinkelgebied
Kleinbussink	Koninginnelaan	175	Wijkcentrum
Meijerink	Eendrachtstraat	75	Verspreid
Sub-totaal		348	
Verf/behang			
Interkleur	Hoofdstraat	246	Hoofdwinkelgebied
Decokay	Hoenderparkweg	360	Verspreid
Overige aanbieders	Diverse locaties	230	Verspreid
Sub-totaal		836	
Totaal DHZ		22.212	
Tuincentra			
Intratuin	De Voorwaarts	12.500	Verspreid
Groenrijk Malkenschoten	Malkenschoten	1.550	Verspreid
Totaal Tuincentra		1.4050	
Dierenbranche			
Jumper	Mercatorplein	490	Wijkcentrum
Discus	Reigersweg	276	Verspreid
Dier & tuin	Beekstraat	464	Hoofdwinkelgebied
Overige aanbieders	Diverse locaties	1.152	Verspreid
Totaal Dierenbranche		2.382	

Tabel 5.4.1: Concurrerend aanbod in het verzorgingsgebied

Het aanbod in het primaire verzorgingsgebied is deels grootschalig (bouwmarkten, tuincentra en enkele dierspecialzaken). De rest is passend bij het verzorgingsgebied kleinschalig en verspreid gesitueerd. Een met de Welkoop winkel vergelijkbare aanbieder is er niet. Wel op de bekende onderdelen van het assortiment zijn concurrerende aanbieders zoals genoemd actief.

⁸ Locatus Verkooppunt Verkenner mei 2013



Kaartbeeld 5.4.1: Concurrerend aanbod in het verzorgingsgebied inclusief de beoogde Welkoop locatie

Het aanbod is fors en qua diversiteit, uitstraling en locaties redelijk tot goed en zeer goed (Praxis, Gamma, Karwei, Intratuin). Een met Welkoop vergelijkbare winkel is echter niet in Apeldoorn gevestigd.

Impressie concurrerend aanbod in het primaire verzorgingsgebied



Karwei, LvDierenriem



Praxis, Kayersdijk



Karwei, Dijkgraafweg



Gamma, LvSpitsbergen



Hubo



Meijerink



Intratuin



Groenrijk, Malkenschoten



Jumper



Dier & Tuin

5.5 Omzetclaim

Vloerproductiviteit

De omzetclaim van het aanbod in het marktgebied wordt verkregen door de normatieve vloerproductiviteiten⁹ te vermenigvuldigen met het aanbod.

Beseft dient te worden dat deze landelijke kengetallen in feite altijd aangepast moeten worden aan de bedrijfsspecifieke en/of locale omstandigheden.

Zo verschilt de vloerproductiviteit die gehaald moet worden voor een rendabele exploitatie bijvoorbeeld sterk per formule, kwaliteitssegment en schaalgrootte. Ook varieert de noodzakelijke productiviteit per type locatie (onder andere afhankelijk van de huisvestingslasten).

Uitbreiding van het aanbod leidt namelijk vaak tot een daling van de vloerproductiviteit, zeker ook in de doe-het-zelf en tuinsector. Dit komt voort uit het feit dat de schaalvergrotingstendens in weinig branches zo waarneembaar is als in deze sector.

Deze ontwikkeling is het antwoord op de vraag van consumenten naar service, kwaliteit en overzichtelijkheid. Dit soort aspecten vraagt ruimte maar levert geen of een geringe bijdrage aan de omzet en leidt daarom tot een veranderend vierkante meter gebruik (lagere productiviteit). Andersom geldt ook dat relatief kleinschalige speciaalzaken relatief hoge(re) vloerproductiviteiten per m² realiseren. Voorts dient beseft te worden dat wanneer bouwmarkten en tuincentra niet een bepaalde kritische omvang hebben en dus niet of onvoldoende kunnen inspelen op consumententrends, ze een steeds grotere kans lopen om klanten te verliezen.

Mede aan de hand van de laatst bekende gegevens van het HBD over 2010/2011 en de bewerking daarvan door MKB Adviseurs voor 2012/2013 is de gemiddelde vloerproductiviteit in Nederland op het gebied van de doe-het-zelfbranche, de tuin- en dierenbranche achtereenvolgens (inclusief btw) € 1.417,- (per segment uitgesplitst met als voorbeeld de bouwmarkten met een vloerproductiviteit van € 1.388,-), € 641,- en € 2.275,-.

Huidige omzetclaim¹⁰

In tabel 5.5.1. is de huidige omzetclaim van het doe-het-zelfaanbod in het primaire verzorgingsgebied berekend. Wij gaan uit van de landelijke vloerproductiviteiten.

Branche	Aanbod in m ² w.v.o.
Bouwmarkten	20.228
Breedpakket	800
IJzerwaren en gereedschappen	348
Verf en behang	836

⁹ Cijfers (inclusief BTW) HBD, GFK, Rabobank, ABN Amro bank, bewerking MKB Adviseurs

¹⁰ Landelijke normatieve vloerproductiviteitscijfers GFK, HBD uitgesplitst per segment, bewerking MKB Adviseurs

6 Kwantitatieve overwegingen

6.1 Koopstromen¹¹

Koopkrachtbinding

Koopkrachtbindingscijfers geven een indicatie van de mate waarin winkellocaties klanten trekken uit het verzorgingsgebied. Bekend is dat consumenten voor het doen van doe-het-zelf- en aankopen in de plant- en dierbranche sterk gericht zijn op het "eigen" aanbod. Deze keuze wordt bepaald door de kwaliteit, keuzemogelijkheid en ligging van dit aanbod ten opzichte van het concurrerende aanbod. Wat betreft ligging, vormt nabijheid veelal een doorslaggevende factor.

Kortom, bij een compleet en volwaardig aanbod zal er relatief veel koopkracht kunnen worden gebonden. De binding aan Apeldoorn voor doe-het-zelfartikelen is met 97% absoluut hoog te noemen. Ook bloemen, planten en tuinartikelen hebben met 94% een absoluut hoge binding evenals de dierenbranche met 93 tot 95%.

Koopkrachttoevoeiing

Naast de koopkrachtbinding wordt ook de koopkracht vanuit het secundaire (en tertiaire) verzorgingsgebied meegenomen, de zogeheten toevoeiing. Deze toevoeiing (berekend als onderdeel van de omzet) bedraagt vanuit het secundaire verzorgingsgebied blijkens genoemd koopstroomonderzoek voor de doe-het-zelfbranche 22% en voor bloemen, planten en tuinartikelen 16%. Dit zijn eveneens goede percentages evenals van de dierenbranche met 10 tot 12%. Met name de doe-het-zelfbranche heeft haar positie in regio verder versterkt. De groene branche heeft haar positie in de regio behouden. De dierenbranche behaalt volgens laatste bekende cijfers in Apeldoorn, een percentage van 10 tot 12%. Wij hanteren genoemde percentages in onze berekeningen.

6.2 Marktruimte in het primaire verzorgingsgebied

In de volgende tabellen is de marktruimte in de betreffende branches (doe-het-zelf, tuin en dier) berekend. Geen rekening is gehouden met een mogelijk verdere verbetering van zowel de koopkrachtbinding als koopkrachttoevoeiing als gevolg van een nog completer aanbod functionerend vanuit de meest optimale geclusterde locaties. Uitgangspunt zijn de landelijke vloerproductiviteitscijfers.

Hieronder berekenen wij het omzetspotentieel voor de onderscheiden branches in Apeldoorn.

¹¹Koopstromenonderzoek 2010 bureau I&O, Perifere en grootschalige detailhandel Apeldoorn BRO 2008, Winkelvoorzieningen op waarde geschat van Drs. E.J. Bolt, 2003

Uit branche- informatie van het HBD blijkt dat tuincentra binnen de tuinbranche een marktaandeel van 32,7% hebben. Tuincentra en dierenspecialzaken realiseren een marktaandeel in de dierenbranche van rond de 50%.

Zoals blijkt zijn er in de huidige situatie mogelijkheden voor uitbreiding van het aantal m² w.v.o. in de onderscheiden branches/segmenten (een mix van het assortiment van Welkoop) in Apeldoorn.

Om een volwaardige Welkoopwinkel te exploiteren in Apeldoorn is een minimale omvang nodig van tussen de 1.000 en 1.200 m² w.v.o. De consument vraagt tegenwoordig service, kwaliteit, overzichtelijkheid en overige functies als bijvoorbeeld horecafaciliteiten en dergelijke. Dit soort aspecten vraagt ruimte maar levert geen of een geringe bijdrage aan de omzet en leidt daarom tot een veranderend vierkante meter gebruik (lagere productiviteiten). Verder dient beseft te worden dat wanneer winkels in de onderscheiden branches/segmenten niet een bepaalde kritische omvang hebben en dus niet kunnen inspelen op consumententrends, ze een steeds grotere kans lopen klanten te verliezen. Oftewel een Welkoopwinkel van genoemde omvang kan in voldoende mate tegemoet komen aan de huidige consumentenwensen. Een passende locatie qua aard, omvang en ligging is daarbij een belangrijke voorwaarde.

6.3 Conclusie marktruimte

Rekening houdend met het huidige aanbod is er op dit moment nog ruimte voor een aanbieder als Welkoop in Apeldoorn. Zoals gemeld zal ook de Gamma aan de Vlijtseweg inspeland op ondermeer de consumententrends en het beleid van de gemeente, gaan reloceren en fors uitbreiden. Ook deze uitbreiding past in de marktruimte.

7 (Kwalitatieve) effecten

Structuurversterking

Aangezien de planlocatie voor de nieuwe Welkoopwinkel nabij Gamma en Karwei gelegen is op een van de vier PDV-locaties, zal er een cluster van elkaar versterkende formules (onder andere Gamma, Karwei en Welkoop) ontstaan. Deze clustering zal zeker met de aanwezigheid van Welkoop naar verwachting leiden tot een grotere aantrekkingskracht van het gebied als geheel. Hierdoor zal de koopkrachtbinding en toevloeiing in het verzorgingsgebied kunnen toenemen.

Economische impuls

De vestiging van een nieuwe Welkoopwinkel is van toegevoegde waarde in termen van bestedingen, werkgelegenheid en uitstralingseffecten (zoals een impuls aan het gebied).

Vergroten keuzemogelijkheden consument

De toevoeging van een nieuwe Welkoopwinkel met een volwaardige en toekomstgericht omvang leidt in onze optiek tot een upgrade van het bestaande aanbod in de doe-het-zelf, tuin- en dibevobranche. Op het gebied van het specifieke Welkoop assortiment is geen enkele aanbieder in Apeldoorn gesitueerd.

Vanuit het oogpunt van de consument is de geplande Welkoopwinkel eveneens een positieve ontwikkeling. Deze voorziet namelijk in de vraag van de moderne consument naar ruimte keuzemogelijkheden en een volwaardig gesegmenteerd aanbod. Inwoners van Apeldoorn hebben momenteel niet de beschikking over een "eigen Welkoopwinkel".

Uit een analyse van de huidige marktruimte komt naar voren dat er markttechnisch voldoende ruimte is voor het toevoegen van een Welkoopwinkel. Ook kwalitatief zal een Welkoopwinkel het aanbod completer en volwaardiger maken en daarmee een goede aanvulling/versterking zijn. Uiteraard zal de concurrentie toenemen, maar wat belangrijker is, voor de consument nemen de keuzemogelijkheden toe.

Verdringing

Hoewel de vestiging van een Welkoopwinkel op de planlocatie distributief verantwoord is, zal de omzet deels ook komen van het bestaande aanbod. Hoe meer overlap (in functie, branche, metrage, formule, assortiment, prijsstelling, doelgroep, afstand) er is des te groter dit verdringingseffect.

8 Eindconclusie

Er is sprake van voldoende marktruimte voor toevoeging van een Welkoopwinkel van 1.000 tot maximaal 1.200 m² w.v.o.¹².

Toevoeging van een Welkoopwinkel betekent een kwalitatief goede versterking op het bestaande aanbod zodat een nog completer en volwaardiger aanbod worden geboden aan de consument. Hierdoor zal zowel de koopkrachtbinding als koopkrachttoevloeiing in de onderscheiden branches/segmenten kunnen worden verbeterd.

De toevoeging van een Welkoopwinkel is verantwoord ook vanuit markttechnisch oogpunt. Van structuurverstoring is geen sprake.

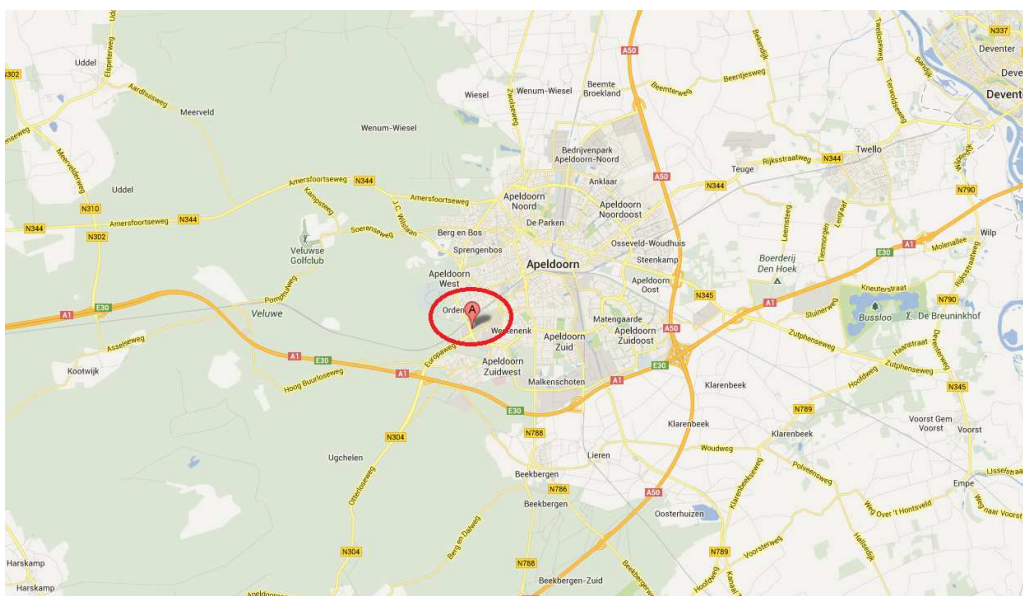
Welkoop achtige winkels (agri-retail) passen in het kader van de visie en uitgangspunten in het geformuleerde PDV-beleid (laatstelijk per mei 2013 aangevuld met de notitie "Definitie perifere detailhandel) van de gemeente Apeldoorn.

¹² W.v.o. = winkelvloeroppervlak

Bijlage 1: Locatie Welkoop Apeldoorn

Locatie, bereikbaarheid en huisvesting

De beoogde locatie is gesitueerd op de hoek Laan van Spitsbergen 89 en Dijkgraafweg in Apeldoorn West juist achter de Europaweg een van de toegangswegen naar het centrum van Apeldoorn. De locatie maakt onderdeel uit van het 'bedrijventerrein Brouwersmolen'. In dit gebied bevinden zich diverse vormen van volumineuze en/of grootschalige detailhandel. Naast PDV-branches als wonen en doe-het-zelf, zijn ook grootschalige GDV-branches als bruin- en witgoed (BCC), fietsen en autoaccessoires (Halfords) aanwezig. Het gebied is bestemd als concentratiegebied voor perifere detailhandel (Dijkgraafweg, Europaweg en Laan van Spitsbergen). Deze cluster van voorzieningen zet niet in op regionale aantrekkingskracht (zoals locatie De Voorwaarts tegenover de Woonboulevard) maar meer op lokaal/stedelijk georiënteerde PDV-winkels, met een gemiddelde uitstraling van de locatie.



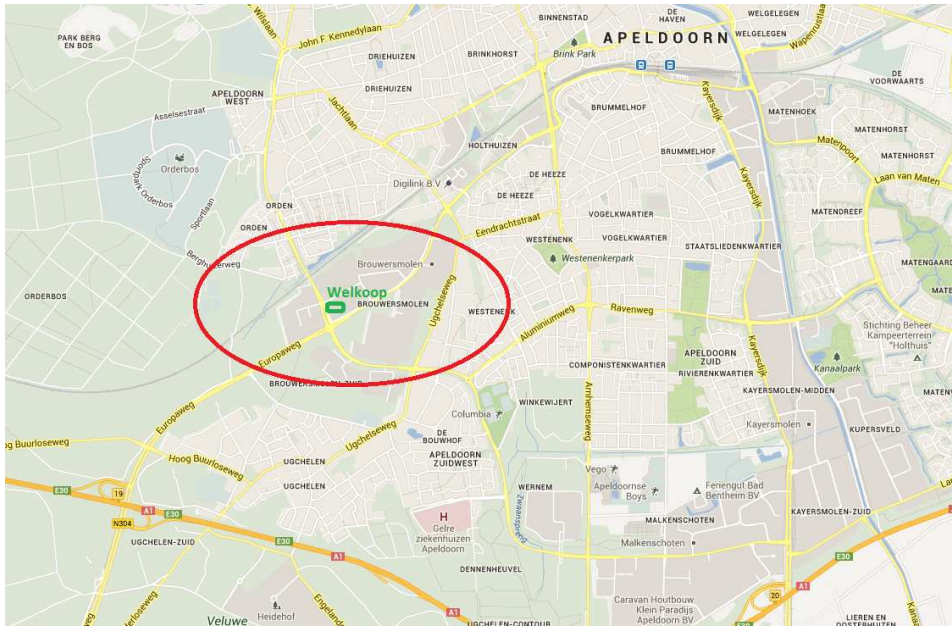
Kaartbeeld: Beoogde locatie in de regio Apeldoorn

Impressie van de beoogde locatie



De beoogde (zicht)locatie op het bedrijventerrein is goed bereikbaar (ligging rondweg) zowel vanuit Apeldoorn als vanuit andere omliggende gebieden.

Vanwege de ligging zal de attentiewaarde/uitstraling van de (zicht)locatie en de huisvesting goed zijn. Wij gaan er vanuit dat er voldoende parkeergelegenheid zal zijn (voorzien zijn 30 parkeerplaatsen).



Kaartbeeld: Beoogde locatie in Apeldoorn west

De locatie is absoluut geschikt voor de activiteiten van een Welkoop winkel (totale kavel is 2.911 m² waarvan 1.000 tot 1.200 m² wordt ingericht als w.v.o. + buitenpresentatie van circa 100 m²), waardoor het volledige assortiment optimaal kan worden gepresenteerd.

Conclusie

De beoogde locatie is voor een Welkoopwinkel goed te noemen vanwege de functie (PDV-locatie met een lokaal/stedelijk verzorgingsniveau met passende uitstraling) de bereikbaarheid, de zichtbaarheid en de parkeermogelijkheden. Tevens voldoet de locatie aan de uitgangspunten van het PDV- beleid en past daarmee binnen de visie van de gemeente Apeldoorn. Ook ruimtelijk gezien is het een goede locatie.