

Economisch onderzoek Hornbach

Gemeente Enschede

Definitief



Economisch onderzoek Hornbach

Gemeente Enschede

Definitief

Rapportnummer: 203x01079.07989_2

Datum: 27 november 2013

Contactpersoon opdrachtgever: Rob Marsch

Projectteam BRO: Tis Kolen

Trefwoorden: Hornbach, megabouwmarkt, doe-het-zelf, tuincentra

Bron foto kaft: -

Beknopte inhoud: Onderzoek naar de distributie-planologische effecten van een Hornbach megabouwmarkt in Enschede

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

B | **RO**
Ruimte | om *in* te leven

Inhoudsopgave	pagina
1. Inleiding	3
2. Management summary	5
3. de formule Hornbach	9
3.1 Het ontstaan van Hornbach	9
3.2 De formule	9
3.3 Het onderscheidend vermogen	10
3.4 Het assortiment	13
4. Trends en ontwikkelingen	15
4.1 Trends en ontwikkelingen in de doe-het-zelf branche	15
4.2 Trends en ontwikkelingen in de branche tuincentra	17
5. Distributie-planologische mogelijkheden in geheel Twente	19
5.1 Kwaliteiten Zuiderval locatie	19
5.2 De huidige en toekomstige omvang van het verzorgingsgebied	20
5.3 Het aanbod van doe-het-zelf winkels en tuincentra in het primaire verzorgingsgebied	21
5.4 De koopstromen in het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied	22
5.5 Huidig economisch functioneren	23
5.6 De omzeteffecten en de toekomstige marktruimte	24
5.7 Wel of geen actuele regionale behoefte	27
5.8 Kanttekeningen bij de berekeningen	28
6. Analyse rapport RBOI	31
7. Gevolgen voor de leegstand	33
7.1 Ervaringen elders	33
7.2 Verwachtingen in het verzorgingsgebied	34
Bijlagen	

1. INLEIDING

Hornbach wenst zich in Enschede te vestigen met een megabouwmarkt annex tuincentrum (in het vervolg te noemen megabouwmarkt) met een omvang van circa 16.500 m² bvo. Tegelijkertijd wenst zij ook in de gemeente Almelo aan de Henriette Roland Holstlaan – hoek Bornebroekstraat een soortgelijke vestiging te openen. Naast deze beide Hornbach initiatieven is er ook nog een initiatief van Bauhaus voor een soortgelijke megabouwmarkt in Hengelo (Plein Westermaat). Hoewel thans nog geen volledige zekerheid bestaat over de realisatie van het initiatief in Hengelo, is daarmee in deze rapportage wel rekening gehouden.

De gemeente Enschede heeft BRO verzocht haar visie te geven op de mogelijke effecten van deze vestigingen op het doe-het-zelf en tuincentra aanbod en de marktruimte daarvoor in haar gemeente en de omliggende gemeenten.

Tevens heeft zij gevraagd om de uitkomsten van het door BRO uit te voeren onderzoek te vergelijken met de uitkomsten de onderzoeken zoals die recentelijk zijn uitgevoerd door Rho, Adviseurs in Leefruimte.

2. MANAGEMENT SUMMARY

In het voorliggende rapport is een distributie-planologisch onderzoek uitgevoerd naar de mogelijkheden van een Hornbach-vestiging op de locatie Zuiderval in Enschede. Hierbij is rekening gehouden met de komst van 2 soortgelijke megabouwmarkten, een in Almelo en een in Hengelo.

Uit het onderzoek komt naar voren dat Hornbach een bouwmarkt is die zich op verschillende factoren onderscheidt van de traditioneel aanwezige bouwmarkten in het verzorgingsgebied en daarmee gezien kan worden als een kwalitatieve aanvulling op het reeds bestaande aanbod.

Distributie-planologisch onderzoek

De distributie-planologische berekeningen tonen aan dat het primaire verzorgingsgebied van de eventueel in Enschede te vestigen megabouwmarkt zich beperkt tot de Nederlandse gemeenten Enschede, Haaksbergen en Losser en de Duitse gemeenten Gronau, Ahaus, Ochtrup en Heek. Deze gemeenten liggen op maximaal circa 20 a 25 autominuten van de locatie Zuiderval. In het onderzoek wordt ervan uitgegaan dat circa 90% van de Hornbach omzet uit dit gebied afkomstig is.

Berekend is dat het thans bestaande aanbod in de doe-het-zelf sector en in de branche tuincentra in het primaire verzorgingsgebied na de komst van Hornbach in Enschede geconfronteerd zullen worden met een gemiddelde omzetsdaling van respectievelijk circa 15 a 20% in de doe-het-zelf sector en van circa 10% in de branche tuincentra.

Tegelijkertijd is berekend dat er in de doe-het-zelf sector in het primaire verzorgingsgebied na de realisatie van Hornbach (en er van uitgaande dat er geen mutaties in het bestaande aanbod zullen plaatsvinden) een overaanbod zal gaan ontstaan van circa 8.000 m² wvo. In de branche tuincentra tonen de cijfers een soortgelijk beeld aan, alhoewel hierbij wel opgemerkt dient te worden dat deze sterk overtrokken zijn.

Actuele regionale behoefte

Van een actuele, kwantitatieve regionale behoefte voor deze ontwikkeling is derhalve geen sprake. Wel is er een kwalitatieve behoefte. Dit blijkt o.a. uit het grote verzorgingsgebied dat een Hornbach megabouwmarkt bestrijkt. Waar andere bouwmarkten vooral een lokale verzorgingsfunctie hebben, heeft een Hornbach megabouwmarkt een regionale verzorgingsfunctie.

Bewijs hiervoor is tevens het feit dat Hornbach reeds gedurende een achttal jaren is uitgeroepen tot de "Beste winkelketen van Nederland". Deze hoge appreciatie door het publiek vindt zijn oorsprong in:

- Het zeer brede en diepe assortiment van Hornbach. Daar waar traditionele bouwmarkten slechts over een assortiment beschikken van zo'n 15.000 artikelen, beschikt Hornbach over een assortiment van 60.000 artikelen. Daarnaast zijn er nog circa 65.000 artikelen te bestellen. De consument heeft daardoor een veel ruimere vergelijkingsmogelijkheid dan in andere bouwmarkten;
- Hornbach beschikt over een drive-in. Deze wordt door de consument hoog gewaardeerd;

- De gemiddelde verblijfsduur bij Hornbach is aanzienlijk langer dan bij andere bouwmarkten en tuincentra in Nederland. Dit wordt veroorzaakt door de omvang van het assortiment en de presentatie hiervan;
- Hornbach geeft wekelijks productpresentaties in speciaal daarvoor bestemde ruimtes;
- De presentatie van het Hornbach-assortiment biedt de mogelijkheid om allerlei ideeën op te doen. Hierdoor kan een stimulans ontstaan voor nieuwe bestedingen;
- Hornbach is qua prijsstelling de voordeligste bouwmarkt in Nederland;
- Middels service balies wordt uitgebreide voorlichting over bepaalde artikelen gegeven.

Vergelijking met conclusies van Rho, Adviseurs in Leefruimte

Een vergelijking van de distributie-planologische uitkomsten van het voorliggende BRO rapport met de conclusies uit de onderzoeken van Rho, toont aan dat er geen belangrijke verschillen bestaan.

Gevolgen voor de leegstand

De realisatie van een Hornbach megabouwmarkt op de locatie Zuiderval in Enschede kan de leegstand op de woonboulevard Schuttersveld in Enschede doen oplopen naar circa 50% van de totale winkelloppervlakte in deze woonboulevard. Van belang is wel dat de leegstand op Schuttersveld voor een belangrijk deel al bestaat en een overwegend auto-noom karakter heeft. Momenteel staat circa 40% van het winkelloppervlak leeg.

Ook dreigt, met het eventueel wegvallen van de Fixet-bouwmarkt in het wijkcentrum Glanerbrug een toename van de leegstand. In het wijkwinkelcentrum is sprake van een – forse – leegstand, te weten 1.500 m² (op een totaal van circa 10.700 m²). Er bestaat een risico op het toenemen daarvan met circa 500 m² tot circa 2.000 m² vvo.

Geen verstoring detailhandelsstructuur in Enschede

Voor een verstoring van de detailhandelsstructuur in Enschede hoeft niet gevreesd te worden. Hiervoor geldt een tweetal argumenten:

1. Uitspraak Raad van State

In een uitspraak van 18 september 2013 heeft de Raad van State, naar aanleiding van de herontwikkeling van de monumentale suikerfabriek "De Zeeland" in Bergen op Zoom gesteld dat alleen in de sector dagelijkse goederen sprake kan zijn van ontvricting van de detailhandelsstructuur wanneer inwoners van een bepaald gebied niet langer op een aanvaardbare manier kunnen voorzien in de eerste levensbehoeften. Winkels in niet-dagelijkse artikelen dragen naar hun aard niet bij aan de mogelijkheid te voorzien in de eerste levensbehoeften en derhalve kan zich dus geen duurzame ontvricting van het voorzieningenniveau voordoen.

2. Doe-het-zelf winkels en tuincentra blijven altijd op aanvaardbare afstand aanwezig

Afgezien van de uitspraak van de raad van State kan zich in het primaire verzorgingsgebied geen duurzame ontvricting voordoen. Immers indien inderdaad enkele winkels in de branche doe-het zelf en tuincentra gesloten zouden worden, dan nog reesteren er nog voldoende andere winkels in het primaire verzorgingsgebied om op aanvaardbare afstand te kunnen voorzien in doe-het-zelf artikelen.

Ervaringen elders

Door BRO verricht onderzoek naar de effecten van een Hornbach megabouwmarkt op de detailhandelsstructuur in gemeenten waar Hornbach zich reeds een aantal jaren heeft gevestigd heeft aangetoond dat er in geen enkele gemeente een verstorende werking op de detailhandelsstructuur heeft plaats gevonden.

3. DE FORMULE HORNBAACH

3.1 Het ontstaan van Hornbach

Hornbach is sinds 1988 een beursgenoteerd familiebedrijf dat zich tot het eind van de vorige eeuw voornamelijk heeft geconcentreerd op Duitsland. Hornbach is in 1877 in Bornheim bij Landau/Pfalz als bouwmaterialenhandel opgericht, maar maakt sinds de beursnotering een grote groei door als bouwmarktorganisatie. Vanaf de opening van de eerste bouwmarkt, in 1968, was deze formule voorzien van een tuincentrum. Later werd daar een vakcentrum aan toegevoegd. Deze formulecombinatie heeft zich de laatste jaren ontwikkeld als Europese standaard voor de branche.

Sinds een aantal jaren is Hornbach gestart met een internationaal expansieprogramma. Inmiddels beschikt de onderneming over meer dan 130 vestigingen in Europa, verspreid over Duitsland, Oostenrijk, Tsjechië, Luxemburg, Slowakije, Zweden, Zwitserland en Nederland. De eerste vestiging in Nederland opende op 1 april 1997 haar deuren in Zaandam (circa 13.000 m² vvo). In maart 1999 en november 1999 zijn in respectievelijk Tilburg en Kerkrade vestigingen geopend. Daarna volgden Geleen, Groningen, Wieringen, Nieuwegein, Alblasterdam, Breda en Nieuwerkerk¹. In deze vestigingen is circa 60 % van het specifiek Duitse assortiment aangepast aan de wensen van de Nederlandse consument (het Duitse overall-assortiment komt overeen met het Nederlandse overall-assortiment). In een Hornbach-vestiging vinden geen groothandelsactiviteiten plaats. Het gaat uitsluitend om consumentenverkoop. Prijsstelling en kwaliteit van het assortiment is echter zodanig dat de winkels professionele bouwondernemingen en ZZP'ers tot hun klantenkring mogen rekenen. Thans beschikt Hornbach over circa 10 vestigingen in Nederland. Reeds gedurende een achttal jaren is Hornbach in Nederland uitgeroepen tot de 'Beste Winkelketen van Nederland'².

3.2 De formule

Hornbach vestigingen hadden, inclusief het tuincentrum tot voor kort een bebouwd oppervlak variërend van 10.000 tot 15.000 m² bvo. Deze oppervlakte is nodig om de gevoerde artikelen optimaal te kunnen presenteren. Het assortiment omvat circa 60.000 artikelen; daarnaast zijn nog eens 65.000 artikelen te bestellen. Ter vergelijking: een traditionele bouwmarkt voert een assortiment van zo'n 15.000 artikelen.

De in 2010 geopende vestiging van Hornbach in Breda is aanzienlijk groter. Deze beschikt naast het bouwmarktgedeelte en het tuincentrum over een drive-in. De vestiging in Breda heeft een omvang van circa 23.000 m² bvo. Het Hornbach assortiment is zeer breed en diep.

¹ Deze winkel zal in november 2013 geopend worden.

² De verkiezing van de 'Beste Winkelketen van Nederland' wordt jaarlijks georganiseerd door Q&A in samenwerking met de Telegraaf.

Hieronder is aangegeven waar Hornbach in Nederland gevestigd is en hoe groot deze winkels zijn.

Tabel 3.1 Hornbach vestigingen in Nederland³.

Gemeente	Locatie	Jaar van vestiging	Omvang in m ² wvo.
Zaandam	Grootsch.concentratie Zuiderhout	1997	17.500
Tilburg	Grootsch.concentratie Vossenbergh-Oost	1999	9.600
Kerkrade	Grootsch.concentratie Roda JC stadion	1999	12.000
Geleen	Verspreid		6.100
Groningen	Verspreid	2002	12.000
Wateringen	Verspreid	2002	9.700
Nieuwegein	Grootsch.concentratie Ravenswade	2003	11.300
Alblasserdam	Verspreid	2007	9.300
Breda	Verspreid	2010	17.500
Nieuwerkerk ⁴	Verspreid	2013	20.000

De meeste Hornbach vestigingen bevinden zich op verspreide locaties op bedrijventerreinen. Alleen in Zaandam (Zuiderhout), Tilburg (Vossenbergh-Oost), Kerkrade (bij het Roda JC stadion) en Nieuwegein (Ravenswade) is sprake van geclusterde detailhandel in een grootschalige detailhandelsconcentratie. Alhoewel hierbij wel opgemerkt moet worden dat de mate van clustering in Nieuwegein aanzienlijk geringer is dan in Zaandam, Tilburg en Kerkrade. Juist op locaties waar Hornbach onderdeel uitmaakt van een cluster met grootschalige detailhandel heeft de komst van Hornbach geleid tot meerdere grootschalige vestigingen naast of nabij de Hornbach vestiging. Hornbach heeft hier een stimulerende werking gehad op het verder tot ontwikkeling brengen van de betreffende grootschalige detailhandelslocatie.

Het gevoerde assortiment (60.000 artikelen) in combinatie met de wijze van presentatie (o.a. keuken/sanitair studio, projectshow, tapijtshow) leidt ertoe dat de *gemiddelde verblijfsduur* bij een Hornbach megabouwmarkt langer is dan bij andere bouwmarkten en tuincentra in Nederland. Het bezoek van een Hornbach megabouwmarkt is primair doelgericht, maar biedt door de omvang en diepte van het assortiment tevens de mogelijkheid om allerlei *ideeën op te doen* (principe bouwbeurs). Het assortiment van een Hornbach megabouwmarkt past voor 99% binnen de beperkingen die het Rijk heeft opgelegd binnen het PDV-beleid.

3.3 Het onderscheidend vermogen

Extra service aan de consument

Het onderscheidend vermogen van een Hornbach formule ten opzichte van andere bouwmarkten in Nederland zit mede in het *aanbieden van extra service aan de consument*. Er zijn onder andere 10 servicebalies voor de verschillende productgroepen aanwezig, waar de consument zich uitgebreid kan laten voorlichten over de artikelen. Elke in-

³ Bron: Locatus

⁴ Deze winkel zal in november 2013 geopend worden en beschikt tevens over een drive-in van 5.000 m² wvo.

formatiebalie wordt bemand door deskundig personeel. Door middel van een intensieve in-company opleiding (de zogenaamde “Hornbach-academie”) wordt ongeveer 20 % van het personeel van elke vestiging getraind als vraagbaak.

Tevens wordt het servicepersoneel geschoold in *bemiddeling van de cliënt richting aannemers* voor het laten installeren van de gekochte artikelen. Deze bemiddelingsrol is een typische activiteit van de nieuwe generatie bouwmarkten; hierdoor ontstaat een nieuwe onderlinge verbondenheid tussen het nationale filiaalbedrijf (voor de artikelen) en het regionale midden- en kleinbedrijf (voor de installatie).

Productdemonstraties

Voorts worden door Hornbach wekelijks *productdemonstraties* gegeven. Voor deze demonstraties beschikt Hornbach in elke vestiging over een eigen ‘leslokaal’ waar de consument gratis informatie krijgt over het klussen in huis en tuin.

In 2013 organiseerde Hornbach de zogenaamde “Stylingadviesdagen”. Professionele woonstylisten, niet in dienst van Hornbach, waren in oktober/november in het teken van de Stylingadviesdagen 2013 - de hele dag in de bouwmarkt aanwezig om mensen op weg te helpen met de inrichting van hun woning. De woonstylistes geven op-maat-gesneden advies in een persoonlijk gesprek, bijvoorbeeld over de maatvoering van nieuw aan te schaffen meubels en de indeling daarvan. Maar ook over sfeerdecoraties, toepasselijke materialen voor raam-, wand- en vloerafwerking en de verschillende materialen en kleurcombinaties voor wanden en vloeren. De Stylingadviesdagen bij Hornbach stonden in het teken van de vier woontrends die de bouwmarkt recent heeft gesignaleerd.

In september gaf Hornbach in Nieuwegein een spoedcursus ‘wanddecoratie’. De bouwmarkt liet gedurende de hele maand zien hoe klussers zelf, snel en eenvoudig, met creatieve afwerkings-technieken aan de slag kunnen. De projectshows vonden plaats in alle vestigingen (Hornbach Geleen uitgezonderd) van de bouwmarkt annex tuincentrum, van vrijdag 6 tot en met zaterdag 28 september. Wie alles wil leren over roesteffecten en zandstructuren kon voor een demonstratie terecht op vrijdagen van 18.30 tot 20.00. Op zaterdagen van 14.00 tot 15.00 uur werd er aandacht besteed aan de creatie van een moderne loft- en natuurstijl, terwijl de experts van Hornbach tussen 16.00 tot 17.00 de geheimen uit de doeken doen van gladde marmerwanden en lichtreflecties.

Palet aan mogelijkheden

“Het is indrukwekkend wat wandkleuren en structuureffecten kunnen doen voor de sfeer in een ruimte”, vertelt Hans van Bommel, hoofd inkoop bij Hornbach, aan de vooravond van de project-shows. “Opvallend daarbij is dat steeds meer klussers, naast de klassieke wandafwerking met een kwast en roller, van andere innovatieve technieken en gereedschappen gebruikmaken. Of het nu gaat om een marmer-, zand- of metaal-look, creativiteit kent bijna geen grenzen. Met onze project-show proberen we die creativiteit nog meer te prikkelen. En wie verven te veel moeite vindt, kan ook kiezen voor effectbehang, dat je net als normaal behang met lijm op de wand plakt. Er is dus een groot palet aan mogelijkheden om zelf de stemming in huis te beïnvloeden!”

De voordeligste bouwmarkt

Niet alleen qua omvang en assortiment is Hornbach onderscheidend ten opzichte van haar concurrenten, ook in de prijsstelling is dat het geval. Een onderzoek van de Consumentenbond.nl⁵ heeft uitgewezen dat Hornbach verreweg de voordeligste bouwmarkt is. Hornbach hanteert de ‘laagste prijsgarantie’ niet alleen voor de fysieke aankopen in de winkel,

⁵ Consumentengids, april 2013, pagina 26 e.v.; Consumentenbond.nl.

maar ook ten opzichte van de internetaankopen. Uit een onderzoek onder 3.250 A-merken bij acht bouwmarktketens noteerde Hornbach prijzen die 10 tot 11% goedkoper waren dan bij de andere ketens. Ook per productgroep is Hornbach de goedkoopste bouwmarkt.

Drive-in

De nieuwste vestigingen van Hornbach (Breda en ook de in november 2013 te openen vestiging in Nieuwerkerk) beschikken over een drive-in, waar de klanten met hun auto of busje het gewenste schap in de drive-in kunnen bereiken, de materialen op een inkooplijst noteren, direct in het voertuig plaatsen en alles in een keer kunnen afrekenen. De drive-in biedt gemak en veel tijdswinst voor zowel de consument als de professional. Het is de bedoeling dat op termijn aan alle Hornbach vestigingen in Nederland een drive-in wordt toegevoegd.

Volgens GfK, dat onderzoek doet naar consumentengedrag, staat Hornbach hoog in het vaandel bij doe-het-zelvers, maar vooral ook bij veel kleine aannemers en freelancers die daar hun bouwmaterialen aanschaffen⁶. Niet alleen de scherpe prijzen blijken bepalend te zijn. Meer belang wordt gehecht aan de grootte van het assortiment, voorraad en kwaliteit. De drive-in mogelijkheid wordt ook door de consumenten zeer gewaardeerd.

Beste Bouwmarkt

HORNBACH won in 2013 voor de achtste keer de ING Retail Jaarprijs, in de categorie 'Beste Bouwmarkt van Nederland'. De basis voor de succesvolle HORNBACH-formule zijn de vijf kernwaarden: laagsteprijsgarantie, deskundig advies, competente service, een enorm assortiment (120.000 artikelen) en grote voorraden (50.000 artikelen).

Werkgelegenheid

Met betrekking tot het werkgelegenheidsaspect wil Hornbach voor elke vestiging, deels in overleg met het UWV, meer dan 150 nieuwe personeelsleden werven. Voorkeur bestaat voor personeel uit de eigen regio, om beter te kunnen inspelen op de specifieke smaakvoorkeuren van het eigen publiek. Bijzondere aandacht wordt hierbij ook besteed aan mensen die ver van de arbeidsmarkt af staan. In overleg met de gemeente worden hiervoor speciale programma's opgesteld. Ook daarmee onderscheidt Hornbach zich van andere bouwmarkten en tuincentra in Nederland.

Hornbach heeft niet alleen een positieve invloed op de lokale werkgelegenheid maar stimuleert ook lokale bedrijven omdat Hornbach deze inschakelt bij de realisatie van de bouwmarkt. De hieruit voortkomende indirecte werkgelegenheid levert nog eens 150 arbeidsplaatsen op (niet alleen installatieservice maar ook beveiliging, catering, schoonmaak, enz.).

Herkomst van de klanten

Op basis van ervaringen met Hornbach megabouwmarkten in de Nederlandse vestigingen blijkt dat circa 75% van de omzet van Hornbach afkomstig is uit het gebied dat op maximaal circa 20 à 25 autominuten ligt van de betreffende Hornbach vestiging. De overige 25% komt van verder weg. Hornbach megabouwmarkten hebben derhalve een vrij sterke (sub)regionale verzorgingsfunctie en dragen sterk bij aan het imago van de betreffende gemeente. Naarmate het netwerk van grote bouwmarkten fijnmaziger wordt (en dat is

⁶ Bron: GfK; "Waardering doe-het-zelf winkels, de consument aan het woord", 2005

met de schaalvergroting de laatste jaren het geval) neemt het regionale karakter van de verzorgingsfunctie af.

Op zoek naar nieuwe locaties

Het plan is om in Nederland circa 25 Hornbach bouwmarkten/tuincentra te realiseren. Hiervoor is men op zoek naar locaties die voldoen aan:

- Een minimale oppervlakte van 4 a 4,5 ha; die kunnen worden bebouwd met een oppervlakte van 17.000 m² wvo, waarvan:
 - o Doe-het-zelf 9.300 m² wvo
 - o Tuin (overdekt en verwarmd) 1.500 m² wvo
 - o Tuin (buitenruimte) 3.500 m² wvo
 - o Drive-in 3.000 m² wvo
- Aantal benodigde parkeerplaatsen; 450 a 550
- Een goede bereikbaarheid;
- Minimaal aantal inwoners binnen een straal van 13 autominuten: circa 200.000 inwoners.

3.4 Het assortiment

In het Hornbach assortiment worden drie hoofdgroepen onderscheiden:

- een uitgebreid bouwmarkt assortiment;
- een tuincentrum assortiment;
- een bouwcentrum assortiment.

Het bouwmarktassortiment

De nadruk ligt op de *bouwmarktcomponent*. Tot het bouwmarkt assortiment wordt het complete aanbod gerekend van bouwmarkt tot speciaalzaak, dus niet enkel het reguliere DHZ-assortiment, maar ook de bouwstoffen en huisdecoratie assortimenten, waaronder: hout en bouwmaterialen, verf, verfbenodigdheden, lijmen en kitten, behang en behangbenodigdheden, tegels, vloeren (tegels, hout, vinyl et cetera), raamdecoratie en zonwering, keukens en badkamers, kasten, sanitair installatiemateriaal en accessoires, tegels, gereedschappen (hand, elektrisch en professioneel), verlichting en installatie materiaal en overige huisdecoraties (bijvoorbeeld lijsten).

Uitdrukkelijk wordt vermeld dat fietsen, fiets- en autoaccessoires en bruin- en witgoed⁷ niet in het assortiment van Hornbach voorkomen. Ook ligt het niet in de bedoeling deze productgroepen in het assortiment op te nemen. Het door Hornbach gevoerde assortiment beweegt zich voor 99% binnen de PDV-normen.

Tuincentrum

De tweede component betreft het *tuincentrum*. Van deze oppervlakte is bijna de helft overdekt en verwarmd. Het buitenterrein wordt mede gebruikt voor opslag van tuinbouwmaterialen, tuinhout en dergelijke. Het tuincentrum is ontworpen als functionele aanvulling op de bouwmarkt. Tot het assortiment worden gerekend tuinartikelen, vijvers en decoratie, (sier)bestrating, tuinhuisjes en houten speeltoestellen, meststoffen, dier- en dierbenodigdheden.

⁷ Wel wordt een beperkt assortiment keukenapparatuur verkocht.

Het bouwcentrum

De derde component, het *bouwcentrum* richt zich op cliënten die voor door hen ingeschakelde aannemers inkopen, en de meer professioneel ingestelde consument. In het bouwcentrum worden assortimenten gevoerd die men ook tegenkomt bij Pont-Meyer, Bouwmaat, Alfha Ciboma: ramen en deuren, bouwmaterialen en grondstoffen, hout en houtproducten en bouwelementen. In feite gaat het hier om een compleet assortiment voor het bouwen van een huis (van fundament tot dakpannen). Het is de bedoeling dat het bouwcentrum levert aan reguliere consumenten, die de installatie van de door hun gekozen producten niet zelf verrichten maar uitbesteden aan aannemers. Professionele klanten (aannemers, zelfstandigen) kunnen de beschikking krijgen over een zgn. profipas, waarmee ze op rekening kunnen kopen. Daarnaast zijn er ook nog andere voordelen voor de professionele klanten.

4. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

4.1 Trends en ontwikkelingen in de doe-het-zelf branche

- De consument gaat steeds meer klussen. Het verbeterde imago van zelfwerkzaamheid, de individualisering van de woonomgeving en de toenemende 'kluservaring' van de consument (geholpen door doe-het-zelf tv programma's) zijn hierop mede van invloed. Ook vrouwen nemen steeds vaker het voortouw om te gaan klussen. "Hornbach richt zich daarom ook op de vrouwelijke doe-het-zelver". Hierdoor is er in de bouwmarkten een trendverschuiving naar decoratie te zien.
- Bouwmarkten maken een kwaliteitsslag door het introduceren van verschillende nieuwe producten en concepten. Voorbeelden zijn vestigingen van verhuurder Trendrent, shop-in-shops van Bosch en de verkoop van verschillende designproducten. Daarnaast gaat ook de beleving een grotere rol spelen. Dit uit zich in de vestiging van horecaformule La Place in een bouwmarkt in Amsterdam en productdemonstraties.
- Ook de bouwmarkten gaan zich segmenteren. De Intergamma-formule Karwei gaat zich meer richten op decoratieve artikelen, terwijl Gamma bij de constructieve formule blijft.
- De uitbreiding van het winkelvloeroppervlak gaat gepaard met verbreding en verdieping van het assortiment. Ook neemt de integratie van andere branches toe, men verkoopt ook keukens, badkamers, tuinartikelen, verlichting, auto- en fietsaccessoires, huishoudelijke artikelen en woninginrichtingsartikelen⁸.
- De Nederlandse doe-het-zelf consument heeft specifieke kenmerken en wensen t.a.v. bouwmarkten, zo blijkt uit het onderzoek van GfK naar de waardering van doe-het-zelf winkels⁹:
 - De consument wenst one-stop-shopping (gemak en fun);
 - De consument is bereid tot lange(re) reistijden;
 - Product, zoals kwaliteit van de producten, uitgebreid assortiment en aanwezigheid van producten, is het meest van belang in de motivatie van de keuze voor een bouwmarkt;
 - Winkel(plaats), zoals een goede parkeergelegenheid en ruime openingstijden is het minst relevant.
- Het onderscheid tussen professioneel toeleverende zaken en het reguliere aanbod gericht op de consument neemt af. Enerzijds richten bouwmarkten zich meer op levering aan aannemers en kleine zelfstandigen, terwijl anderzijds de professionele toeleveranciers hun assortiment verbreden, showrooms inrichten en aparte balies maken voor particulieren.
- In 2012 was de totale doe-het-zelfmarkt ruim 7% kleiner dan in 2011¹⁰. In de eerste drie maanden van 2013 was de omzet van de doe-het-zelfzaken circa 12% kleiner dan een jaar eerder. De bouwmarkten, die 69% van de markt in handen hadden, zagen de omzet in 2012 afnemen met 4%. Dat blijkt uit cijfers van GfK en HBD. In 2011 lieten ze nog een stijging zien van 4%. Ook de andere branches op de doe-het-zelfmarkt be-

⁸ Hornbach verkoopt geen branchevreemde producten en heeft ook geen voornemens om dat te gaan doen.

⁹ Bron: GfK; "Waardering doe-het-zelf winkels, de consument aan het woord", 2005

¹⁰ Bron: HBD

haalden in 2012 minder omzet dan een jaar eerder. Met name kleine bouwmarkten & ijzerwarenzaken en de tuincentra zaten fors in de min¹¹.

- De verkopen via het internetkanaal zijn in de doe-het-zelf sector nog beperkt. Cijfers over het jaar 2010 geven aan dat het internetaandeel in de totale bestedingen in de branche Doe-het-zelf en Wonen zich beperkten tot circa 1,2% van de bestedingen¹². In 2012 groeide de internetomzet in de branche huis/tuin met circa 23% ten opzichte van 2011. In de jaren daarvoor was de omzetgroei beperkt¹³.
- De schaalvergroting zet door, 3.000 tot 4.500 m² wvo is voor een bouwmarkt tegenwoordig gebruikelijk. Daarnaast is er ook een toenemende druk vanuit de markt voor het vestigen van zeer grootschalige vestigingen. Voorbeeld hiervan is de Hornbach-formule die al gauw 17.000 m² wvo vraagt voor een bouwmarkt, tuincentrum en bedrijfservicepunt onder één dak.
- Het marktaandeel van de bouwmarkten is de laatste jaren verder gegroeid, terwijl het aantal speciaalzaken en breedpakketzaken terugloopt. De speciaalzaken en breedpakketzaken staan onder druk en moeten op zoek naar niches in de markt. Vaak is er ook geen bedrijfsopvolging.
- De verwachting is dat als de conjunctuur weer aantrekt, ook de bestedingen in deze branches weer toenemen. Een gunstige bijkomstigheid is hierbij dat de negatieve omzetteffekten van e-commerce zich veel minder in de doe-het-zelfbranche doen gelden dan in veel andere branches.

Ontwikkeling doe-het-zelf winkels naar grootte, vestigingsplaats e.d. in 2003, 2008 en 2013.

In bijlage 1 van deze nota is een uitgebreid overzicht opgenomen van de ontwikkeling van doe-het-zelf winkels in Nederland. Uit dat overzicht kan in algemene termen geconcludeerd worden dat er in de doe-het-zelf branche een verschuiving optreedt naar steeds grotere bouwmarkten. Ook zien we dat de branche zich verplaatst van de traditionele centra naar grootschalige concentratiegebieden/speciale winkelgebieden.

Per winkeltipe kunnen de volgende conclusies getrokken worden:

Bouwmarkten

- In de afgelopen 10 jaar is niet zo zeer het aantal bouwmarkten in Nederland gegroeid, maar wel de omvang hiervan. In 2003 had een bouwmarkt een gemiddelde omvang van circa 2.150 m² wvo; in 2013 bedroeg dat bijna 2.900 m² wvo.
- Er treedt een verschuiving op van kleine bouwmarkten naar grote bouwmarkten. Er zijn steeds minder bouwmarkten < 2.000 m² wvo; het aantal bouwmarkten van meer dan 2.000 m² neemt sterk toe.
- Het aantal bouwmarkten in hoofdwinkelgebieden, stadsdeel-, wijk- en buurtcentra neemt sterk af. Op verspreide locaties is het vrij stabiel. Op grootschalige concentratiegebieden en speciale winkelgebieden neemt het aantal en ook het metrage sterk toe. Op grootschalige concentratiegebieden en speciale winkelgebieden is de gemiddelde omvang van een bouwmarkt in de periode 2003 tot en met 2013 gestegen van circa 2.900 m² in 2003 tot ruim 3.700 m² wvo. Het aantal bouwmarkten groter dan 6.000 m² wvo steeg in deze gebieden van 6 naar 14.

¹¹ Mensen klussen tijdelijk minder omdat er minder verhuisd wordt. Zodra de woningmarkt weer op gang komt, zullen ook de bestedingen in de bouwmarkten weer aantrekken.

¹² Bron: Locatus en BSP.

¹³ Bron: www.thuiswinkel.org.

Breedpakketzaken¹⁴

- In de afgelopen 10 jaar is het aantal breedpakketzaken sterk gedaald. Waren er in 2003 in Nederland nog circa 520 breedpakketzaken in Nederland; in 2013 zijn er nog maar circa 430 (een daling van circa 20%).
- De daling van het aantal breedpakketzaken doet zich in alle winkelcentrumtypologieën voor.

Overige doe-het-zelf zaken¹⁵

- Het aantal doe-het-zelf speciaalzaken neemt sterk af. In Nederland waren er in 2003 nog circa 3.400; momenteel zijn dat er nog maar circa 2.250 (een afname van maar liefst 35%).
- Naar winkelcentrumtypologie bezien blijkt het aantal speciaalzaken vooral in de hoofdwinkelgebieden en de stadsdeel-, wijk- en buurtcentra op te treden. Ook op verspreide locaties nam het aantal af, zij het relatief wat minder. Opvallend is echter dat het aantal doe-het-zelfspeciaalzaken op grootschalige concentraties en speciale winkelgebieden toenam. In 2003 waren er op dergelijke locaties nog maar circa 80 speciaalzaken; in 2013 was dat uitgegroeid tot circa 125.

4.2 Trends en ontwikkelingen in de branche tuincentra

- Nederland telt bijna 650 vestigingen van tuincentra. Dat aantal is de laatste jaren afgenomen. Daarnaast zijn er ongeveer 600 winkels in tuinartikelen, waaronder vaak ook zogenaamde agri- en dierartikelen. Te denken valt aan de 230 winkels van Boerenbond en Welkoop. Dit soort winkels zijn de laatste jaren juist toegenomen. 150 winkels zijn gespecialiseerd in tuinmeubelen. Onder tuincentra bevinden zich nog veel combinatiebedrijven zoals tuincentrum/hoveniersbedrijf, tuincentrum/kwekerij en tuincentrum/bloemenwinkel;
- De doorsnee verkoopruimte van een tuincentrum bedraagt ruim 2.500 m² kas, met daarnaast nog eens 3.000 m² buitenverkoop. Tuincentra met 10.000 m² kasoppervlak of groter zijn echter geen uitzondering. De tuincentra kennen een zeer grote spreiding in bedrijfsomvang, zowel qua omzet als qua verkoopruimte (kasoppervlak en buitenverkoop). Ongeveer 25% van de tuincentra neemt 65% van het kasoppervlak voor zijn rekening. Groencentra zijn beduidend kleiner van opzet en beschikken gemiddeld over 1.000 m² kasoppervlak en 2.000 m² buitenverkoop;
- In 2012 gaven consumenten als gevolg van de ingezakte huizenmarkt 5% minder uit aan tuinartikelen dan in 2011 (ongeacht de branche van aankoop). De totale bestedingen bedroegen € 3,9 miljard (inclusief btw). Exclusief groot onderhoud zoals bestrating en tuinhout is sprake van een daling van 7%. Bijna 33% van de bestedingen (exclusief groot onderhoud) kwam in 2012 terecht in tuincentra. In 2008 was dat nog circa 34%¹⁶.
- De verkopen via het internetkanaal zijn in de branche Plant en Dier (waartoe tuincentra behoren) eveneens nog beperkt. Cijfers over het jaar 2010 geven aan dat het internetaandeel in de totale bestedingen in de branche Plant en Dier zich beperkten tot cir-

¹⁴ Onder breedpakketzaken worden verstaan bouwmarkten die kleiner zijn dan 1.500 m² vvo.

¹⁵ Zoals bijvoorbeeld speciaalzaken als verf- en behangwinkels, ijzerwaren en gereedschappen, sanitairwinkels, enz.

¹⁶ Bron: Tuinbranche Nederland, Produktschap Tuinbouw en GfK

ca 1,2% van de bestedingen¹⁷. In 2012 groeide de internetomzet in de branche huis/tuin met circa 23% ten opzichte van 2011. In de jaren daarvoor was de omzetgroei beperkt¹⁸.

- Toenemende behoefte aan service, advies, beleving, informatie, gemak en 'groen' (milieuvriendelijkheid/MVO/duurzaamheid/ecologie);
- Behoeft aan one-stop-shopping (alles voor huis en tuin, lifestyle). Tuincentra breiden hun assortiment continu uit met nieuwe (branchevreemde) groepen zoals kleding (outdoor), interieurproducten, tuinspeelgoed, fietsen, autoaccessoires en allerlei huishoudelijke artikelen¹⁹;
- De consument staat continu online in contact met andere consumenten en zal door het uitwisselen van ervaringen zijn koopgedrag aanpassen;
- Toenemende vergrijzing, ontgroening en eenpersoonshuishoudens;
- Tuinartikelen zijn in de DHZ-markt niet meer weg te denken;
- Bij onzekerheid over individuele koopkracht (economische crisis, en minder geld om te besteden aan bijvoorbeeld reizen), blijft de consument eerder thuis en maakt het thuis gezellig.

Ontwikkeling tuincentra naar grootte, vestigingsplaats e.d. in 2003, 2008 en 2013.

In bijlage 1 is tevens een overzicht gegeven van de ontwikkeling van het aantal tuincentra in Nederland. Algemene conclusie die getrokken kan worden is dat er steeds minder tuincentra zijn, maar wel aanzienlijk grotere.

- Het aantal tuincentra in Nederland neemt af. In 2003 waren er nog circa 865, nu nog 648 (een daling van circa 25%). Het metrage nam echter sterk toe van circa 1,4 miljoen m² wvo in 2003 tot bijna 1,7 miljoen m² in 2013 (+20%). Als gevolg hiervan nam de gemiddelde omvang toe van circa 1.630 m² tot circa 2.600 m² wvo.
- Circa 95% van alle tuincentra is gevestigd op verspreide locaties, alhoewel het aantal tuincentra in grootschalige winkelconcentraties/speciale winkelgebieden wel toeneemt.

¹⁷ Bron: Locatus en BSP.

¹⁸ Bron: www.thuiswinkel.org.

¹⁹ Bij Hornbach is dat niet het geval.

5. DISTRIBUTIE-PLANOLOGISCHE MOGELIJKHEDEN IN GEHEEL TWENTE

In dit hoofdstuk vindt een distributief-planologische analyse plaats van de mogelijkheden voor een Hornbach megabouwmarkt op de locatie Zuiderval in Enschede. Bezien zal worden welke kwaliteiten de locatie Zuiderval heeft, welke marktruimte er voor deze grootschalige bouwmarkt aanwezig is, rekening houdende met de komst van twee soortgelijke bouwmarkten in Almelo en in Hengelo. In Almelo (locatie: Henriette Roland Holstlaan-hoek Bornebroekstraat) betreft het tevens een bouwmarkt/tuincentrum van Hornbach, terwijl het in Hengelo (locatie: Plein Westermaat) gaat om een andere grootschalige bouwmarkt (Bauhaus).

Achtereenvolgens zullen aan de orde komen:

1. Beschrijving kwaliteiten van de Zuiderval locatie;
2. De huidige en toekomstige omvang van het verzorgingsgebied voor een grootschalige bouwmarkt op de locatie Zuiderval in Enschede;
3. Het aanbod van doe-het-zelf winkels en tuincentra in het primaire verzorgingsgebied en de uitbreidingsplannen die er momenteel bestaan;
4. De koopstromen in het primaire verzorgingsgebied;
5. Het huidige economisch functioneren van de doe-het-zelf branche en tuincentra in het primaire verzorgingsgebied;
6. De omzetteffecten en de toekomstige marktruimte op het gebied van doe-het-zelf en tuincentra;
7. Kanttekeningen bij de berekeningen.

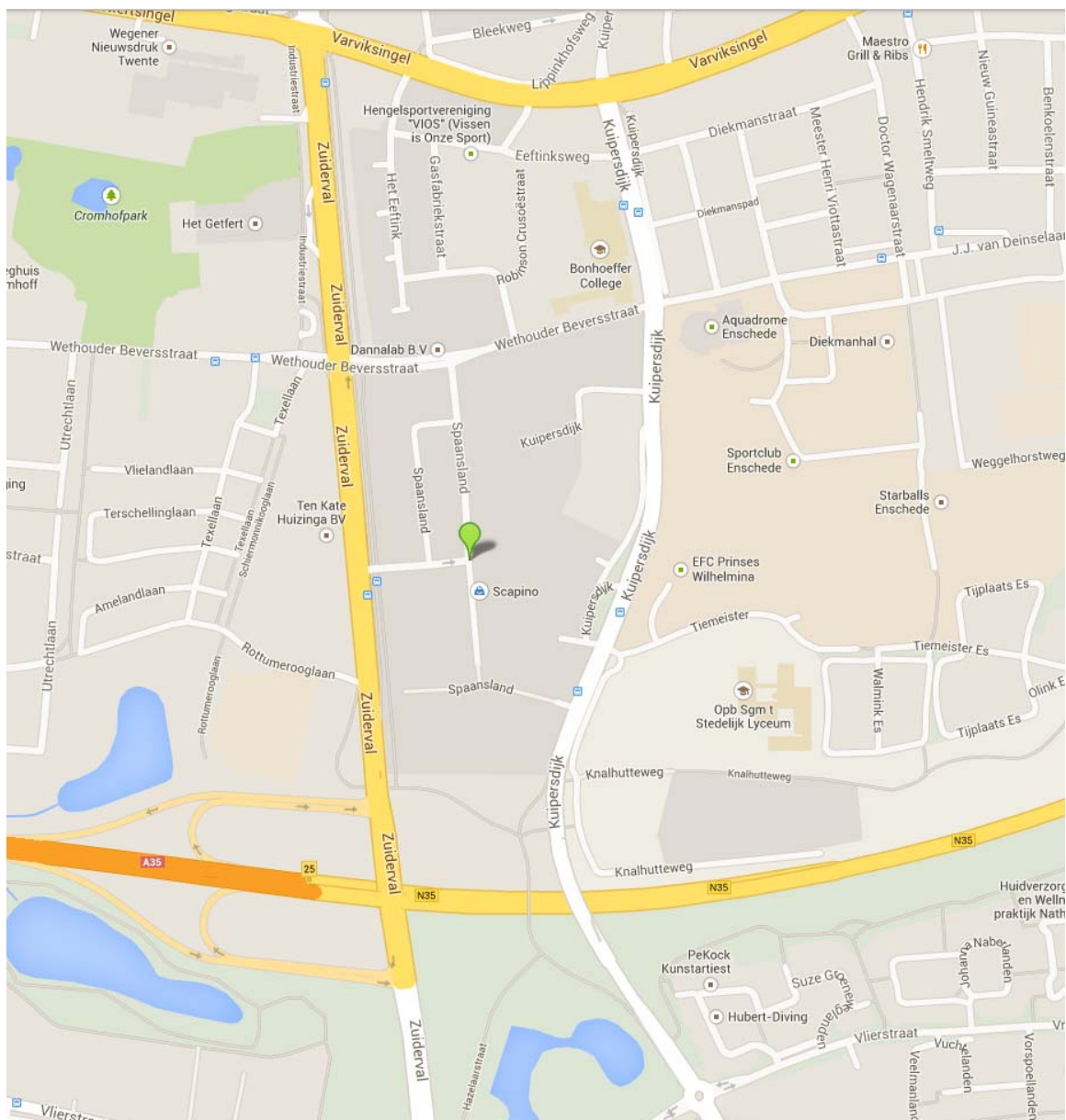
5.1 Kwaliteiten Zuiderval locatie

Hornbach wenst zich te vestigen op de locatie Zuiderwal / Kuipersdijk / Spaansland. In het hieronder staande plaatje is de locatie Zuiderval / Kuipersdijk aangegeven.

Zuiderval is, als verbindingsweg tussen de snelweg A35 en het centrum van Enschede, zowel per auto als met het openbaar vervoer, zeer goed bereikbaar. Zuiderval ligt direct aan de snelweg A35 en nabij de A1 en de (toekomstige) A18. Dit zijn de directe verbindingen met de rest van Nederland en Duitsland.

Het plangebied Zuiderval omvat circa 40 hectare en is daarmee één van de grootste binnenstedelijke herstructureringsgebieden in Nederland.

Op de locatie Zuiderval / Kuipersdijk / Spaansland is momenteel reeds een aantal winkels gevestigd, waaronder Megapraxis, Nettorame supermarkt, Zeeman, Scapino en Blokker. Ook is er DCW gevestigd, het leerwerkbedrijf voor mensen met een arbeidsbeperking, van de gemeente Enschede



5.2 De huidige en toekomstige omvang van het verzorgingsgebied

Grootchalige bouwmarkten met een omvang van meer dan 10.000 m² wvo hebben door- gaans een groot verzorgingsgebied. Uit ervaringen van Hornbach blijkt dat circa 75% van de omzet afkomstig is uit een gebied dat op maximaal circa 20 a 25 autominuten afstand van de vestiging ligt. De overige 25% komt van verder weg. Tendens is echter dat – met de toename van de fijnmazigheid en schaalvergroting – het aantal autominuten voor de eer- ste groep klanten afneemt.

Wanneer deze afstandsgegevens geprojecteerd zouden worden op de locatie Zuiderval in Enschede zou dit betekenen dat circa 75% van de omzet afkomstig zal zijn uit de Neder-

landse gemeenten Enschede, Haaksbergen, Hof van Twente, Losser, Hengelo, Oldenzaal, Borne, Almelo en Wierden en de Duitse gemeenten Gronau, Ahaus, Ochtrup en Heek²⁰.

In werkelijkheid zal dit bereik echter niet gehaald worden gegeven het feit dat zowel in Almelo als in Hengelo eveneens grootschalige bouwmarkten gerealiseerd zullen worden. Voor inwoners van de gemeenten Hof van Twente, Hengelo, Oldenzaal, Borne, Almelo en Wierden betekent dit dat andere grootschalige bouwmarkten dichterbij liggen dan de te realiseren grootschalige bouwmarkt op de locatie Zuiderval in Enschede. Het verzorgingsgebied voor de Hornbach-vestiging in Enschede zal derhalve aanzienlijk kleiner zijn.

Het primaire verzorgingsgebied

Dit betekent dat het primaire verzorgingsgebied van de te realiseren grootschalige bouwmarkt op de locatie Zuiderval wordt afgebakend op de gemeenten: Enschede, Haaksbergen en Losser en de Duitse gemeenten Gronau, Ahaus, Ochtrup en Heek. Uit dit gebied zal circa 90% van de omzet afkomstig zijn.

In de hieronder staande tabel is aangegeven welke omvang de gemeenten in het primaire verzorgingsgebied momenteel en in de toekomst hebben.

Tabel 5.1 Huidige en toekomstige omvang van het primaire verzorgingsgebied²¹.

	Bevolkingsomvang		
	2013	2020	2030
Enschede	158.627	160.521	161.502
Haaksbergen	24.322	24.674	24.642
Losser	22.552	23.060	23.827
Gronau	45.590	47.420	47.450
Ahaus	38.578	39.680	39.800
Ochtrup	19.077	19.260	19.130
Heek	8.459	8.570	8.580
TOTAAL	317.205	323.185	324.931

Het primaire verzorgingsgebied voor een Hornbach megabouwmarkt in Enschede heeft een omvang van circa 320.000 inwoners, waarvan circa 210.000 in het Nederlandse deel en circa 110.000 in het Duitse deel.

5.3 Het aanbod van doe-het-zelf winkels en tuincentra in het primaire verzorgingsgebied

In de hieronder staande tabel is het aanbod gegeven van doe-het-zelf winkels en tuincentra in het primaire verzorgingsgebied. In bijlage 2 zijn de belangrijkste winkels genoemd.

²⁰ Afstanden zijn berekend aan de hand van www.google.nl. Steeds is uitgegaan van het middelpunt van de gemeente.

²¹ Bron: Nederlandse gemeenten: ABF Research – Primos Prognose.
Duits gemeenten: www.wegweiser-kommune.de

Tabel 5.2 Huidige aanbod van doe-het-zelf winkels en tuincentra in het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied.

Gemeente	Doe-het-zelf winkels		Waarvan bouwmarkten		Tuincentra	
	Aantal	WVO	Aantal	WVO	Aantal	WVO
Enschede	35	27.279	6	19.900	2	13.164
Haaksbergen	6	4.448	1	2.384	3	4.756
Losser	4	2.321	1	1.846	2	12.379
Totaal	45	34.048	8	24.130	7	30.299

In het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied bevinden zich in totaal 45 doe-het-zelf winkels (waarvan 8 bouwmarkten) en 7 tuincentra. De bouwmarkten zijn vooral geconcentreerd in Enschede. De belangrijkste zijn MegaPraxis (5.600 m² wvo), Gamma (4.650 m² wvo) en Karwei (4.500 m² wvo). Het aanbod van bouwmarkten in Haaksbergen bestaat uit een Gamma (2.400 m² wvo) en in Losser uit een Multimate (1.800 m² wvo).

Grote tuincentra zijn aanwezig in Enschede (Intratuin met een omvang van ruim 10.000 m² wvo) en in Losser (tuincentrum Wolters met een omvang van ruim 12.000 m² wvo).

Voor het Duitse deel van het primaire verzorgingsgebied ontbreken totaal cijfers over het aanbod. Wel is bekend dat er in Gronau 2 bouwmarkten aanwezig zijn met een omvang van 1.950 m² en 5.500 m², In Ochtrup een bouwmarkt van circa 2.750 m² en in Ahaus drie bouwmarkten van respectievelijk 3.400 m², 1.900 m² en 1.400 m².

Het aantal tuincentra in Duitsland is beperkt. Alleen in Ahaus is een groot tuincentrum aanwezig van in totaal circa 9.000 m²²².

Uitbreidingen met megabouwmarkten in Almelo en Hengelo

Zowel in Almelo als in Hengelo worden voorbereidingen getroffen voor de bouw van megabouwmarkten. In Almelo gaat het om de locatie Henriette Roland Holstlaan-hoek Bornbroekstraat, waarvoor onlangs het bestemmingsplan Rhijnbeek is vastgesteld. In Hengelo is de locatie Plein Westermaat in beeld voor een vestiging van Bauhaus. Wij gaan er van uit dat deze bouwmarkten, wat omvang en assortiment vergelijkbaar zijn met de geplande Hornbach-vestiging op de locatie Zuiderval in Enschede.

5.4 De koopstromen in het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied

De koopstromen in het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied zien er in de branche doe-het-zelf en winkels op het gebied van bloemen, planten en tuinartikelen als volgt uit:

²² Bron: Ruimtelijk-economisch onderzoek Hornbach, Hengelo-Enschede, Rho, adviseurs voor leefruimte, juli 2013.

Tabel 5.3 Koopstromen in het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied in de branches doe-het-zelf en bloemen, planten en tuinartikelen (tuincentra)²³.

Gemeente	Koopkrachtbinding		Koopkrachttoevloeiing	
	Doe-het-zelf	Tuincentra	Doe-het-zelf	Tuincentra
Enschede	94%	90%	4%	12%
Haaksbergen	87%	80%	23%	17%
Losser	60%	51%	30%	38%

De doe-het-zelf winkels in Enschede binden circa 94% van de lokale bestedingen. De toevloeiing is beperkt, nl. circa 4%. Ook in Haaksbergen en Losser is de lokale bevolking voor zijn doe-het-zelf aankopen voor een groot deel op de eigen winkels georiënteerd.

De toevloeiing van omzet in de Enschedese doe-het-zelf winkels is met circa 4% beperkt. Deze beperkte toevloeiing geeft aan dat het verzorgingsgebied voor winkels in de doe-het-zelf branche in Enschede slechts een kleine omvang heeft. Ter vergelijking: van de omzet in de doe-het-zelf branche in Almelo en Hengelo komt respectievelijk circa 24% en 26% van buiten de eigen gemeente.

Ook op het gebied van tuincentra is in Enschede en Haaksbergen sprake van een grote lokale binding. In Losser is de binding aanzienlijk kleiner. Wanneer naar de omzettoevloeiing gekeken wordt blijkt dat in Enschede de toevloeiing met circa 12% vergelijkbaar is met de toevloeiing in Hengelo (14%). In Almelo is de toevloeiing aanzienlijk groter (33%).

5.5 Huidig economisch functioneren

De gemiddelde bestedingen:

Voor de bestedingen in de doe-het-zelf branche gaan we uit van landelijke gemiddelden. De bestedingen in de branche doe-het-zelf bedroegen in 2011 per hoofd circa € 220,- op jaarbasis (exclusief BTW)²⁴. Voor het jaar 2012 wordt, rekening houdende met de omzettaalingen in deze branche als gevolg van de economische crisis, de gemiddelde bestedingen geraamd op circa € 205,-. Voor 2013 worden deze ingeschat op circa € 200,- per hoofd van de bevolking. Voor de komende jaren (2020) wordt verondersteld dat de bestedingen, als gevolg van het aantrekken van de economie en de huizenmarkt, weer enigszins zullen aantrekken, tot een niveau dat gelijk is aan het niveau van omstreeks 2009. Voor 2020 en later wordt derhalve uitgegaan van een bestedingsomvang in Nederland van € 229,- per inwoner.

Voor de tuincentra volgen we dezelfde redeneerlijn. In 2011 werd in deze sector per hoofd van de bevolking voor circa € 70,- per inwoner besteed. Als gevolg van de economische crisis gaan wij er ook hier vanuit dat de bestedingen in 2012 en 2013 gedaald zullen zijn. Voor 2013 hanteren wij een bestedingsniveau van circa € 65,- per inwoner. Voor de jaren daarna (2020) gaan wij uit van opnieuw circa € 70,- per hoofd van de bevolking.

²³ Bron: Raporportage Koopstromenonderzoek 2010, regio Twente; I&O Research, 2010. In deze rapportage zijn steeds de koopkrachtbindings- en toevloeiingscijfers gegeven per kern. Op basis van de daar aanwezige bevolking zijn deze herberekend tot koopstromen per gemeente.

²⁴ Bron: Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, HBD, juli 2012.

Economisch functioneren

In de hieronder staande tabel is aangegeven welke omzetten in de doe-het-zelf branche en in tuincentra op dit moment gerealiseerd worden in de Nederlandse gemeenten van het primaire verzorgingsgebied.

Tabel 5.4 Raming gemiddelde omzet per m² wvo in de Nederlandse gemeenten van het primaire verzorgingsgebied in 2013.

	Doe-het-zelf winkels			Tuincentra		
	Enschede	Haaksbergen	Losser	Enschede	Haaksbergen	Losser
Inwoners	158.627	24.322	22.552	158.627	24.322	22.552
Bestedingen per hoofd in €	200	200	200	65	65	65
Bestedingspotentieel (x € 1 mln)	€ 31,7	€ 4,9	€ 4,5	€ 10,3	€ 1,6	€ 1,5
Koopkrachtbinding	94%	87%	60%	90%	80%	51%
Koopkrachttoevloeiing	4%	23%	30%	12%	17%	38%
Omzet (x € 1 mln)	€ 31,0	€ 5,5	€ 5,8	€ 10,5	€ 1,5	€ 1,2
Aanwezig metrage in m ² wvo	27.279	4.448	2.321	13.164	4.756	12.379
Gem. omzet per m ² wvo	€ 1.140	€ 1.240	€ 2.500	€ 800	€ 320	€ 97

De gemiddelde omzetten zoals die momenteel in genoemde gemeenten gerealiseerd worden liggen aanzienlijk onder de gemiddelde omzetten zoals die in 2011 in Nederland gerealiseerd werden (doe-het-zelf € 1.390,- per m² wvo; tuincentra € 520,- per m² wvo²⁵). Uiteraard dient hier rekening gehouden te worden met het feit dat deze Nederlandse cijfers dateren van 2011. Sedertdien zijn de bestedingen in doe-het-zelf winkels aanzienlijk gedaald (circa 10%) en daarmee ook de gemiddelde omzetten per m² wvo. Wanneer we hier rekening mee houden mogen we concluderen dat de gemiddelde omzetten in het primaire verzorgingsgebied zich om en nabij het Nederlands gemiddelde bevinden.

5.6 De omzeteffecten en de toekomstige marktruimte

In deze paragraaf zal ingegaan worden op de effecten van de realisatie van een Hornbach megabouwmarkt op de locatie Zuiderval in Enschede op de detailhandelsstructuur in het primaire verzorgingsgebied, rekening houdende met de komst van 2 soortgelijke megabouwmarkten in Almelo en Hengelo.

De plannen van Hornbach in Enschede

Hornbach wenst op genoemde locatie een megabouwmarkt (inclusief tuincentrum en afhaal drive-in) te realiseren van in totaal 16.500 m² bvo bestaande uit:

- Een bouwmarktgedeelte van 12.000 m² bvo (circa 10.000 m² wvo²⁶) bestaande uit:
 - o De doe-het-zelf markt van 10.000 m² bvo (9.000 m² wvo) en
 - o De drive-in van 2.000 m² bvo (1.000 m² wvo)

²⁵ Bron: Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, HBD, juli 2012.

²⁶ Bij de omrekening van bvo naar wvo is gerekend met een verhouding van 100 : 90. Voor de drive-in is gerekend met 100 : 50.

- Een tuingedeelte van 4.500 m² bvo (4.000 m² wvo) bestaande uit:
 - o Het binnengedeelte van 2.500 m² bvo (2.250 m² wvo) en
 - o Het buitengedeelte van 2.000 m² bvo (1.800 m² wvo).

De te realiseren omzet

Voor het berekenen van de omzeteffecten op het bestaande aanbod in het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied is het van belang inzicht te hebben in de omzet die Hornbach in Enschede zal gaan realiseren. Een inschatting van de door Hornbach te realiseren omzet in Enschede komt in het bouwmarkt gedeelte uit op circa € 12 miljoen en in het tuincentrumgedeelte op circa € 2 miljoen²⁷.

Herkomst van de Hornbach omzet

Het grootste deel van de Hornbach omzet zal afkomstig zijn uit een van de gemeenten in het primaire verzorgingsgebied. Gegeven de toekomstige aanwezigheid van soortgelijke bouwmarkten in Almelo en Hengelo gaan wij ervan uit dat circa 90% van de omzet afkomstig is uit het primaire verzorgingsgebied. We veronderstellen dat circa 20 a 25% van de omzet die Hornbach in het primaire deel van het verzorgingsgebied gaat realiseren afkomstig is uit Duitsland²⁸.

De omzetherkomst van Hornbach ziet er dan als volgt uit:

Tabel 5.4 Verwachte omzetherkomst Hornbach megabouwmarkt op de locatie Zuiderval in Enschede.

	Bouwmarkt gedeelte	Tuincentrum gedeelte
Totale omzet	€ 12 miljoen	€ 2 miljoen
Afkomstig uit primaire gebied 90%	€ 10,8 miljoen	€ 1,8 miljoen
- Waarvan uit Enschede ²⁹	€ 6,5 miljoen	€ 1,1 miljoen
- Waarvan uit Haaksbergen	€ 1,0 miljoen	€ 0,15 miljoen
- Waarvan uit Losser	€ 0,9 miljoen	€ 0,15 miljoen
- Uit Duitsland 20 a 25%	€ 2,4 miljoen	€ 0,4 miljoen
Afkomstig van elders	€ 1,2 miljoen	€ 0,2 miljoen

Welke omzeteffecten de vestiging van Hornbach in het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied met zich mee brengt wordt in de hieronder staande tabel inzichtelijk gemaakt.

²⁷ Hierbij is voor het bouwmarktdeel uitgegaan van een gemiddelde omzet per m² wvo van € 1.200,-. Voor het tuincentrumdeel is uitgegaan van circa € 500,- per m² wvo. Deze cijfers liggen enigszins lager dan de gemiddelde omzetten die per m² wvo landelijk gerealiseerd worden. Dat is ook logisch. Grootschalige winkels realiseren immers per m² wvo lagere omzetten dan kleinere winkels.

²⁸ Deze veronderstelling is gebaseerd op het feit dat circa 20 a 25% van de binnenstadsbezoeker afkomstig is uit Duitsland (bron: Binnenstad in beweging, Binnenstadsmonitor Enschede 2012-2013; I&O Research, januari 2013).

²⁹ Gebaseerd op de verwachte omvang van de bevolking in 2020.

Tabel 5.5 Omzeteffecten op de branche doe-het-zelf en tuincentra in het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied in 2020.

	Doe-het-zelf winkels			Tuincentra		
	Enschede	Haaksbergen	Losser	Enschede	Haaksbergen	Losser
Inwoners	160.521	24.674	23.060	160.521	24.674	23.060
Bestedingen per hfd	€ 229	€ 229	€ 229	€ 70	€ 70	€ 70
Bestedingspotentieel (x € 1 mln)	€ 36,8	€ 5,6	€ 5,3	€ 11,2	€ 1,7	€ 1,6
Binding in 2011	94%	87%	60%	90%	80%	51%
Correctie binding voor toename internet bestedingen (-/0,7%) ³⁰	93,3%	86,4%	59,6%	89,4%	79,4%	50,6%
Toevloeiing in 2011	4%	23%	30%	12%	17%	38%
Omzet in 2020 excl. Hornbach effect	€ 35,7	€ 6,3	€ 4,5	€ 11,4	€ 1,7	€ 1,3
Omzet Hornbach (x € 1 mln)	+ € 12,0			+ € 2,0		
Omzetverschuivingen als gevolg van komst Hornbach omzet (x € 1 mln)	-/- € 6,5	-/- € 1,0	-/- € 0,9	-/- € 1,1	-/- € 0,15	-/- € 0,15
Totale omzet in 2020 na komst Hornbach (x € 1 mln)	€ 41,2	€ 5,3	€ 3,6	€ 12,3	€ 1,55	€ 1,15
Omzet Hornbach (x € 1 mln)	€ 12,0			€ 2,0		
Resteert voor bestaande aanbod (x € 1 mln)	€ 29,2	€ 5,3	€ 3,6	€ 10,3	€ 1,55	€ 1,15
Omzetverlies bestaande aanbod in 2020	15 a 20%	15 a 20%	15 a 20%	10%	10%	10%

Als gevolg van de komst van Hornbach naar de locatie Zuiderval in Enschede, zal rekening houdende met de komst van soortgelijke bouwmarkten in Almelo en Hengelo en een geringe toename van de internetbestedingen in deze branches, de totale doe-het-zelf omzet in Enschede een omvang krijgen van circa € 41,2 miljoen. De omzet in tuincentra neemt toe naar circa € 12,3 miljoen. Wanneer we hierop in mindering brengen de omzet die Hornbach zal realiseren, resteert de omzet voor de in 2013 reeds bestaande ondernemers. Wanneer we dit cijfer vergelijken met de omzet die in 2020 gerealiseerd zou worden als Hornbach zich niet in Enschede zou vestigen, kan geconcludeerd worden dat het bestaande aanbod in de doe-het-zelf branche geconfronteerd zal worden met een afname van de omzet van circa 15 a 20%. In de branche tuincentra wordt de afname van de omzet ingeschat op circa 10%.

Welke effecten de komst van Hornbach in Enschede zal hebben op het aanbod in de doe-het-zelf branche en tuincentra is hieronder weergegeven. Hierbij wordt er van uitgegaan dat door de toename van de bestedingen per hoofd van de bevolking aan doe-het-zelf

³⁰ Het aandeel van de internetbestedingen in de doe-het-zelf branche en in tuincentra zal in 2020 met 0,7% toegenomen zijn tot circa 1,9% van de totale bestedingen (2010 1,2%). Bron: Locatus en BSP.

producten en tuincentra ook de gemiddelde omzetten per m² wvo in 2020 hoger zullen zijn dan thans het geval is. In bijlage 3 is aangegeven hoe de te hanteren gemiddelde omzetten per m² wvo berekend zijn.

Tabel 5.6 Over/onderbewinkeling in de branches doe-het-zelf en tuincentra in de Nederlandse gemeenten van het primaire verzorgingsgebied.

	Doe-het-zelf winkels			Tuincentra		
	Enschede	Haaksbergen	Losser	Enschede	Haaksbergen	Losser
Omzet in 2020 na komst Hornbach (x € 1 mln)	€ 41,2	€ 5,3	€ 3,6	€ 12,3	€ 1,55	€ 1,15
Omzet per m ² wvo	€ 1.350	€ 1.408	€ 2.132	€ 695	€ 432	€ 312
Noodzakelijk metrage in m ² wvo	30.500	3.800	1.700	17.700	3.600	3.700
Aanwezig metrage in 2013	27.279	4.448	2.321	13.164	4.756	12.379
Toevoeging Hornbach	10.000			4.000		
Aanwezig in 2020	37.279	4.448	2.321	17.164	4.756	12.379
Overaanbod in m² wvo	Ca 6.800	600	600	-/-500	1.200	8.700

Door de realisatie van Hornbach zal er in het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied een overaanbod van doe-het-zelf winkels ontstaan van circa 8.000 m² wvo. In de branche tuincentra belooft de overcapaciteit circa 9.500 m² wvo, alhoewel hierbij wel opgemerkt moet worden dat de berekende overcapaciteit in Losser wel als sterk overgedimensioneerd beschouwd moet worden. In Enschede zal de realisatie van Hornbach nauwelijks effect hebben op andere tuincentra in Enschede.

5.7 Wel of geen actuele regionale behoefte

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de vraag in hoeverre de komst van een Hornbach megabouwmart voorziet in een actuele regionale behoefte zoals is aangegeven in de "ladder van duurzame verstedelijking". Hierbij kan onderscheid gemaakt worden in een:

1. Kwantitatieve regionale behoefte en een
2. Kwalitatieve regionale behoefte.

Zoals in de nota van toelichting bij art. 3.1.6. lid 2 Bro is aangegeven gaat het uiteindelijk om de effecten van de nieuwe stedelijke ontwikkeling op de winkelleegstand. Het in kaart brengen van kwantitatieve en kwalitatieve behoeften moet dus in dat licht worden gekwantificeerd, met als uitgangspunt de vraag of de effecten op de winkelleegstand al of niet aanvaardbaar zijn voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat.

Kwantitatieve regionale behoefte

Op basis van de berekeningen zoals die hiervoor zijn uitgevoerd kan in het primaire verzorgingsgebied niet gesproken worden over een kwantitatieve behoefte. Zowel momenteel als in de toekomst zijn er in het primaire verzorgingsgebied voldoende winkels in de doe-het-zelf branche en tuincentra.

Kwalitatieve regionale behoefte

Met het toevoegen van een Hornbach megabouwmarkt wordt wel voorzien in een kwalitatieve behoefte. Immers een Hornbach megabouwmarkt wijkt in zijn presentatie naar de consument op vele fronten af van de in het primaire marktgebied aanwezige bouwmarkten. Zij biedt de consument een ruimere keuze om bouwmarkten in zijn woonomgeving te bezoeken. De meest belangrijke verschillen in haar presentatie naar de consument zijn te vinden in:

- Het zeer brede en diepe assortiment van Hornbach. Daar waar andere bouwmarkten in Nederland slechts over een assortiment beschikken van zo'n 15.000 artikelen, beschikt Hornbach over een assortiment van 60.000 artikelen. Daarnaast zijn er nog circa 65.000 artikelen te bestellen. De consument heeft daardoor een veel ruimere vergelijkingsmogelijkheid dan in andere bouwmarkten;
- Hornbach beschikt over een drive-in. Deze wordt door de consument hoog gewaardeerd;
- De gemiddelde verblijfsduur bij Hornbach is aanzienlijk langer dan bij andere bouwmarkten in Nederland. Dit wordt veroorzaakt door de omvang van het assortiment, de presentatie hiervan en extra functies zoals de drive-in, de workshops, de productinformatie en klantenbegeleiding;
- Hornbach geeft wekelijks productpresentaties in speciaal daarvoor bestemde ruimtes;
- De presentatie van het Hornbach-assortiment biedt de mogelijkheid om allerlei ideeën op te doen. Hierdoor kan een stimulans ontstaan voor nieuwe bestedingen;
- Hornbach is qua prijsstelling de voordeligste bouwmarkt in Nederland;
- Middels service balies wordt uitgebreide voorlichting over bepaalde artikelen gegeven.

Dat Hornbach zeer gewaardeerd wordt door het publiek blijkt ook uit het grote verzorgingsgebied van de bouwmarkt. Waar andere bouwmarkten vooral een lokale verzorgingsfunctie hebben, heeft een Hornbach megabouwmarkt afhankelijk van het aanbod in de omgeving een subregionale of regionale verzorgingsfunctie. Bewijs hiervoor is het feit dat Hornbach reeds gedurende een achttal jaren is uitgeroepen tot de "Beste winkelketen van Nederland".

5.8 Kanttekeningen bij de berekeningen

De berekeningen in de bovenstaande tabellen gaan er steeds van uit dat er geen veranderingen optreden in de aanbodstructuur van beide branches. Zoals we in hoofdstuk 4 reeds gezien hebben is het aantal breedpakketzaken en het aantal speciaalzaken in de doe-het-zelf branche en het aantal tuincentra de afgelopen jaren sterk afgenomen. Daarentegen is de gemiddelde omvang van de bouwmarkten sterk toegenomen.

Ook voor de komende jaren is een voortzetting van deze tendens te verwachten. Zo is uit een onderzoek van CBW-Mitex (thans Inretail) gebleken dat meer dan 35% van de MKB-ondernemers ouder is dan 50 jaar en dat circa 30% van de MKB-ondernemers in de komende jaren hun bedrijf willen sluiten. Opvolgers voor deze groep zijn nauwelijks te vinden. Het uitblijven van opvolging zal volgens CBW/Mitex terug te vinden zijn in minder te exploiteren winkelmeters in 2020³¹. Het gaat hier dus om autonome effecten in het aanbod, die niet worden veroorzaakt door de ontwikkeling van Hornbach.

Wat dit betekent voor het aanbod van doe-het-zelf winkels en tuincentra in het Nederlandse deel van primaire verzorgingsgebied is hieronder ingeschat:

Doe-het-zelf winkels

Momenteel zijn er in Enschede ongeveer 25 zelfstandige winkels (circa 5.000 m² wvo) in de doe-het-zelf branche, in Haaksbergen zijn dat er 3 (circa 1.100 m² wvo), evenals in Losser (circa 500 m² wvo). Indien we veronderstellen dat in de komende jaren circa 30% van deze ondernemers hun deuren zal sluiten en er geen opvolgers voor in de plaats komen, mag verwacht worden dat er de komende jaren in het thans bestaande aanbod nog circa 10 doe-het-zelf winkels met een gezamenlijke omvang van circa 2.000 m² wvo zullen sluiten. Hierdoor zal het overaanbod in de branche doe-het-zelf in het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied met circa 2.000 m² afnemen tot circa 6.000 m² wvo in 2020, waarvan circa 5.000 m² in Enschede.

Tuincentra

In het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied bevinden zich in totaal 4 zelfstandige tuincentra, waarvan tuincentrum Wolters in Losser de grootste is. Daarnaast is er nog een drietal kleinere, zelfstandige tuincentra in Losser en Haaksbergen. In Enschede zijn geen zelfstandige tuincentra. Verwacht mag worden dat in de komende 10 jaar wellicht een of twee van deze kleinere tuincentra hun deuren zullen sluiten.

Wel of geen ontwrichting

De vraag, die resteert nadat de omzeteffecten en overcapaciteit in beeld is gebracht, is de vraag in hoeverre er een duurzame verstoring van de detailhandelsstructuur in Enschede gaat optreden. Daarvoor hoeft echter niet gevreesd te worden. Hiervoor geldt een tweetal argumenten:

1. Uitspraak Raad van State

In een uitspraak van 18 september 2013 heeft de Raad van State, naar aanleiding van de herontwikkeling van de monumentale suikerfabriek "De Zeeland" in Bergen op Zoom gesteld dat alleen in de sector dagelijkse goederen sprake kan zijn van ontwrichting van de detailhandelsstructuur wanneer inwoners van een bepaald gebied niet langer op een aanvaardbare manier kunnen voorzien in de eerste levensbehoeften. Winkels in niet-dagelijkse artikelen dragen naar hun aard niet bij aan de mogelijkheid te voorzien in de eerste levensbehoeften en derhalve kan zich dus geen duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau voordoen.

³¹ Bron: Onderzoek Retail 2020, Re'Structure; CBW/Mitex, november 2010.

2. Doe-het-zelf winkels en tuincentra blijven altijd op aanvaardbare afstand aanwezig

Afgezien van de uitspraak van de raad van State kan zich in het primaire verzorgingsgebied geen duurzame ontwrichting voordoen. Immers indien inderdaad enkele winkels in de branche doe-het zelf en tuincentra gesloten zouden worden, dan nog resteren er nog voldoende andere winkels in het primaire verzorgingsgebied om op aanvaardbare afstand te kunnen voorzien in doe-het-zelf artikelen.

6. ANALYSE RAPPORT RBOI

In dit hoofdstuk worden de uitkomsten van het door Rho Adviseurs in Leefruimte verrichte onderzoek³² en de conclusies uit het voorliggende rapport met elkaar vergeleken.

Tabel 6.1 Overeenkomsten en verschillen onderzoek Rho en BRO.

Conclusies Rho	Conclusies BRO
Onderzoek heeft betrekking op geheel Twente (primaire verzorgingsgebied van 3 megabouwmakten (Almelo, Hengelo, Enschede).	Onderzoek heeft betrekking op alleen primaire marktgebied van Hornbach Enschede. Primaire Nederlandse marktgebied beperkt zich tot Enschede, Haaksbergen en Losser.
Marktgebied Hornbach: 80% van de omzet: binnen 15 autominuten 20% komt van verder weg	Marktgebied Hornbach: 75% van de omzet binnen 20 a 25 autominuten 25% komt van verder weg
Vanuit Duitsland alleen Gronau (incl. Epe)	Vanuit Duitsland Gronau, Ahaus, Ochtrup en Heek (allen binnen 25 autominuten)
Rho gaat voor de dpo-berekeningen uit van de bestedingen, zoals die in 2011 in de doe-het-zelf sector werden geconstateerd. Zij houdt geen rekening met de daling van de bestedingen als gevolg van de economische crisis.	BRO gaat wel uit van een daling van de bestedingen in de doe-het-zelf sector in de periode 2011 tot 2013. Echter als gevolg van een te verwachten toename van de huizenmarkt en het aantrekken van de economie, gaat BRO voor haar berekeningen voor 2020 van de bestedingscijfers zoals die geconstateerd werden in 2009. Dat betekent dat zowel BRO als Rho voor het jaar 2020 van dezelfde bestedingscijfers uitgaan.
De bestedingen in de branche tuinentra baseert Rho op de totale bestedingen in de branche plant en dier, bestaande uit tuinentra en kwekerijen, bloemisten, dierenwinkels en speciaalzaken (aquariums, tuinmeubelen, etc.)	BRO neemt alleen de bestedingen en de branche tuinentra onder de loep.
3 megabouwmakten leidt tot overaanbod van 19.300 m ² in de doe-het-zelf sector in geheel Twente.	Hornbach Enschede leidt (rekening houdende met de komst van 2 megabouwmakten in Almelo en Hengelo) tot een overaanbod van circa 8.000 m ² in het primaire verzorgingsgebied (Enschede, Haaksbergen en Losser).
Autonome afname in het aanbod in de doe-het-zelf branche (bedrijfssluitingen) tot 2018 ingeschat op ruim 4.000 m ² in geheel Twente.	Afname in de doe-het-zelf branche (bedrijfssluitingen) tot 2020 ingeschat op circa 2.000 m ² in het primaire verzorgingsgebied.
Voor tuinentra blijft na de realisatie van de 3 bouwmarkten in geheel Twente voldoende omzetspotentieel over.	In het primaire verzorgingsgebied zijn, rekening houdende met de komst van 2 megabouwmakten in Almelo en Hengelo geen grote nadelige effecten te verwachten van de komst van Hornbach naar Enschede.

³² Zie: Ruimtelijk-economisch onderzoek Hornbach, Hengelo – Enschede, Rho, juli 2013.

7. GEVOLGEN VOOR DE LEEGSTAND

In het laatste hoofdstuk van dit rapport wordt ingegaan op de gevolgen voor de leegstand in het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied. Alvorens hiermee te beginnen wordt eerst ingegaan op effecten op de detailhandelsstructuur in andere gemeenten in Nederland waar Hornbach zich reeds een aantal jaren geleden heeft gevestigd.

7.1 Ervaringen elders

In grote steden

In bijlage 4 is een overzicht gegeven van het aanbod van bouwmarkten en winkels in bouwmaterialen in 2012 in de 100 grootste steden in Nederland. Berekend is de gemiddelde oppervlakte die in deze gemeenten per 1.000 inwoners aanwezig is. Vervolgens is bij die gemeenten waar een Hornbach vestiging aanwezig is, de omvang van de Hornbach vestiging in mindering gebracht op het totaal aanbod en is opnieuw het aanbod van bouwmarkten en winkels in bouwmaterialen berekend, maar dan exclusief de Hornbach vestiging. Indien de aanwezigheid van Hornbach zou leiden tot grote verdringingseffecten, zouden de gemeenten waar een Hornbach vestiging aanwezig is, laag moeten scoren in de allerlaatste kolom van bijlage 2.

In werkelijkheid is dat niet het geval. Zo blijkt dat in de categorie steden tussen de 43.000 en 50.000 inwoners de gemeente Kerkrade zowel inclusief als exclusief de Hornbach vestiging het grootste metrage per 1.000 inwoners heeft. Van een verdringing in Kerkrade is dus geen enkele sprake.

In de categorie steden van 50.000 tot 75.000 inwoners zien we hetzelfde beeld. De gemeente Nieuwegein telt zowel inclusief als exclusief de Hornbach vestiging het grootste metrage aan bouwmarkten en winkels in bouwmaterialen.

In de categorie steden tussen de 75.000 en 100.000 inwoners scoort de gemeente Sittard-Geleen, exclusief de Hornbach metrage, een vergelijkbaar metrage met gemeenten als Roosendaal, Purmerend, Lelystad, Schiedam en Helmond.

In de groep van steden tussen de 100.000 en 150.000 inwoners scoort de gemeente Westland met haar metrage relatief laag. Zaanstad scoort, zelfs zonder de Hornbach mee te tellen, echter hoog.

Bij de steden tussen de 150.000 en de 200.000 inwoners zien we dat Breda gemiddeld scoort en dat de gemeente Groningen, zelfs wanneer de Hornbach vestiging niet wordt meegerekend een grote omvang heeft aan bouwmarkten en winkels in bouwmaterialen.

Ook in de categorie gemeenten met meer dan 200.000 inwoners zien we hetzelfde beeld. In de gemeenten waar wel een Hornbach vestiging aanwezig is wijkt het metrage aan bouwmarkten en winkels in bouwmaterialen, exclusief de Hornbach vestiging niet af van het aanbod in andere soortgelijke steden.

Geconcludeerd kan derhalve worden dat in grote gemeenten waar een Hornbach vestiging aanwezig is, relatief evenveel andere bouwmarkten en andere winkels in bouwmaterialen aanwezig zijn als in gemeenten waar geen Hornbach bouwmarkt aanwezig is.

Gemeenten Nieuwegein, Alblisserdam en Westland

Door BRO is specifiek onderzoek verricht naar de effecten van de vestiging van Hornbach op de detailhandelsstructuur in de gemeenten Nieuwegein, Alblisserdam en Westland (Wateringen). Uit dat onderzoek is naar voren gekomen dat in geen van deze gemeenten noch in de omliggende gemeenten de vestiging van Hornbach geleid heeft tot een verstoring op de detailhandelsstructuur. Wel wordt geconstateerd dat het aantal breedpakketzaken en speciaalzaken terugliep, doch dat is een landelijke tendens die niet veroorzaakt wordt door de komst van Hornbach.

7.2 Verwachtingen in het verzorgingsgebied

In hoofdstuk 5 is aangegeven dat er in de doe-het-zelf branche in het Nederlandse deel van het primaire verzorgingsgebied, rekening houdende met een autonome daling van het aanbod met circa 2.000 m² wvo (vooral MKB-ondernemers), in 2020 een overcapaciteit in deze branche dreigt te ontstaan van circa 6.000 m² wvo. Verwacht mag worden dat met name de kleinere bouwmarkten in het primaire verzorgingsgebied het meeste te leiden hebben van de komst van Hornbach. In feite zou dit kunnen betekenen dat door de komst van Hornbach op Zuiderval in Enschede het bestaan van 2 a 3 bouwmarkten in gevaar zou kunnen komen.

Uit een analyse blijkt dat de in Haaksbergen en Losser bevindende bouwmarkten op verspreide locaties gevestigd zijn. We gaan ervan uit dat deze bouwmarkten niet in hun voortbestaan bedreigd zullen worden door de komst van Hornbach in Enschede. Zij hebben immers een belangrijke verzorgingsfunctie voor de lokale bevolking.

In Enschede zijn er 6 bouwmarkten met in totaal 19.900 m² wvo. Van dit aantal zijn er twee gevestigd op verspreide locaties (Multimate aan de Buurserstraat en Karwei aan de Tubantiasingel). 3 zijn er gevestigd op grootschalige concentratiegebieden. Het gaat hierbij om Gamma aan de Slijpsteen, Praxis in Schuttersveld, en Mega Praxis aan het Spaansland. Naast deze vestigingen is er ook nog een Fixet bouwmarkt in het wijkcentrum Glanerbrug. Wanneer naar de omvang van deze bouwmarkten gekeken wordt blijkt dat vooral de bouwmarkten Praxis in Schuttersveld (circa 2.100 m² wvo), Multimate aan de Buurserstraat (2.500 m² wvo) en de Fixet bouwmarkt in Glanerbrug (550 m² wvo) zich in de gevarenzone bevinden. Van belang is hierbij dat dat reeds nu al het geval is. Het gaat hierbij primair om een autonome ontwikkeling die is ingegeven door de vraag in de markt naar schaalvergroting en concentratie, waaraan deze bouwmarkten in mindere mate kunnen voldoen. Met andere woorden: het risico op sluiting van dit type aanbieder is aanwezig als gevolg van autonome ontwikkelingen in de markt. Het effect zal door de ontwikkeling van Hornbach op Zuiderval wel kunnen worden versneld, maar wordt daardoor niet veroorzaakt.

Indien als gevolg van de komst van Hornbach de hierboven genoemde, in de gevarenzone bevindende bouwmarkten inderdaad zouden gaan sluiten zou dit betekenen dat de leegstand op de woonboulevard Schuttersveld nog verder zou toenemen. Momenteel staat al circa 30% van de winkelunits en circa 43% van het oppervlak leeg, waarmee de autonome leegstand in dat winkelgebied is gekwantificeerd. Het effect van Hornbach zou kunnen zijn dat de leegstand hierdoor toeneemt met 3% van het aantal winkelunits.

In het winkelcentrum Glanerbrug zal mogelijk een (sub) trekker uit het centrum verdwijnen, waarbij overigens geldt dat ook deze winkel als gevolg van autonome marktontwikkelingen op termijn, ook zonder de komst van Hornbach, in de gevarenczone zou zijn geraakt. Momenteel telt dit winkelcentrum een omvang van circa 10.700 m² wvo. De belangrijkste trekkers hier zijn Albert Heijn en Hema. Momenteel staan er 10 winkelpanden (1.550 m²) leeg, voornamelijk kleinere panden. Een leegstaand pand heeft een omvang van circa 800 m². De meeste panden staan pas minder dan een jaar leeg. Wanneer Fixet bouwmarkt inderdaad haar deuren zou sluiten, betekent dit dat de leegstand in winkelcentrum Glanerbrug toe zal nemen van 10 naar 11, ofwel van 1.550 m² nu tot ruim 2.000 m².

Geconcludeerd kan worden dat de komst van Hornbach eerder leidt tot een versnelling van leegstandsontwikkelingen, dan dat zij zelf daarvan de oorzaak is. De effecten van de komst van Hornbach zijn derhalve niet zodanig dat deze als onaanvaardbaar voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat in Enschede en de regio beschouwd mogen worden.

Bijlage 1: Winkelaanbod op het gebied van doe-het-zelf en tuincentra in Nederland in 2003, 2008 en 2013 per winkelcentrumtypologie.

Ontwikkeling Bouwmarkten in de periode 2003, 2008 en 2013.																														
	Hoofdwinkelgebieden						Stadsdeel- Buurt- en wijkcentra, binnenstedelijke winkelstraten						Grootchalige concentraties, speciale winkelgebieden						Verspreid						Totaal					
	2003		2008		2013		2003		2008		2013		2003		2008		2013		2003		2008		2013		2003		2008		2013	
	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo
< 100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
100 <200	1	158	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	148	0	0	0	0	0	2	306	0	0	0	0
200 <400	8	2.324	0	0	0	0	2	580	0	0	0	0	1	285	0	0	0	7	2.294	2	606	0	0	18	5.483	2	606	0	0	0
400 <800	19	10.213	5	3098	5	3120	6	3020	1	650	2	1234	2	1530	0	0	1	605	41	24.927	23	14239	15	9650	68	39.690	29	17987	23	14609
800 <1600	25	29.072	12	13166	12	14508	12	13528	8	9756	10	11975	14	19656	4	5553	1	1375	147	178.212	120	141716	105	126287	198	240.468	144	170191	128	154145
1600 <2000	6	10.746	2	3831	3	5577	1	1995	1	1728	1	1679	14	25251	10	17847	12	21713	74	131.769	65	117228	58	103657	95	169.761	78	140634	74	132626
2000 <4000	1	2.383	1	2125	0	0	9	22518	12	30690	4	11384	77	209695	89	257101	124	369475	171	447.594	234	642657	242	667185	258	682.190	336	932573	370	1048044
4000 <6000	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4850	1	4850	10	46324	15	72664	32	152509	16	73.739	30	140802	43	203408	26	120.063	46	218316	76	360767
>= 6000	0	0	0	0	0	0	0	0	1	13587	0	0	6	60991	6	59393	14	142226	17	167.170	26	245118	22	187821	23	228.161	33	318098	36	330047
Totaal	60	54.896	20	22.220	20	23.205	30	41.641	24	61.261	18	31.122	124	363.732	124	412.558	184	687.903	474	1.025.853	500	1.302.366	485	1.298.008	688	1.486.122	668	1.798.405	707	2.040.238
Ontwikkeling Breedpakketzaken in de periode 2003, 2008 en 2013.																														
	Hoofdwinkelgebieden						Stadsdeel- Buurt- en wijkcentra, binnenstedelijke winkelstraten						Grootchalige concentraties, speciale winkelgebieden						Verspreid						Totaal					
	2003		2008		2013		2003		2008		2013		2003		2008		2013		2003		2008		2013		2003		2008		2013	
	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo
< 100	7	564	3	257	3	244	8	552	4	272	0	0	0	0	0	0	0	17	1.125	20	1408	10	749	32	2.241	27	1937	13	993	
100 <200	44	6.586	31	4913	20	3117	22	3.358	27	4071	13	2044	1	100	1	149	0	47	7.050	34	5067	32	4728	114	17.094	93	14200	65	9.889	
200 <400	70	20.578	81	23899	51	14683	38	10.312	40	10694	30	7963	2	635	0	0	1	341	119	32.187	121	33966	88	24851	229	63.712	242	68559	170	47.838
400 <800	32	16.883	64	34931	51	27755	15	8.209	17	9171	9	5004	0	0	1	734	0	71	40.842	175	103107	85	49774	118	65.934	257	147943	145	82.533	
800 <1600	6	5.238	18	19401	9	8196	0	0	6	6077	0	0	0	0	6	6180	0	18	17.817	123	133380	26	25877	24	23.055	153	165038	35	34.073	
1600 <2000	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3759	0	0	0	0	0	0	1	1664	0	0	13	22552	0	0	0	15	26311	1	1.664	
2000 <4000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	4250	0	0	0	5	11290	0	0	0	0	7	15540	0	0	
4000 <6000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5250	0	0	
>= 6000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5250	0	0	0	0	1	5250	0	0	
Totaal	159	49.849	197	83.401	134	53.995	83	22.431	96	34.044	52	15.011	3	735	10	11.313	2	2.005	272	99.021	492	316.020	241	105.979	517	172.036	795	444.778	429	176.990
Ontwikkeling Overige die-het-zelfzaken in de periode 2003, 2008 en 2013.																														
	Hoofdwinkelgebieden						Stadsdeel- Buurt- en wijkcentra, binnenstedelijke winkelstraten						Grootchalige concentraties, speciale winkelgebieden						Verspreid						Totaal					
	2003		2008		2013		2003		2008		2013		2003		2008		2013		2003		2008		2013		2003		2008		2013	
	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo
< 100	409	24.133	301	17621	212	12378	194	12.012	160	10250	112	7219	13	845	13	898	26	1578	890	47.560	737	40819	584	32891	1.506	84.550	1211	69588	934	54066
100 <200	333	46.923	244	34592	187	26521	163	22.515	123	17421	86	11842	18	2.793	9	1433	17	2383	514	72.388	355	49746	304	40807	1.028	144.619	731	103192	594	81553
200 <400	162	44.290	147	39028	114	30820	69	18.610	61	16263	45	12156	13	3.613	18	5170	23	6554	298	78.606	246	66645	268	73493	942	145.119	472	127106	450	123023
400 <800	29	14.958	30	15307	26	13681	16	8.712	20	10456	15	7766	22	12.794	25	14712	35	20258	165	91.828	107	57079	112	60961	232	128.292	182	97554	188	102666
800 <1600	6	5.587	5	4467	5	4729	2	2.018	1	993	3	3634	10	9.638	13	13620	21	21463	63	65.389	43	46790	50	51110	81	82.632	62	65870	79	80936
1600 <2000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3.411	4	6711	3	5281	6	11.096	3	4961	1	1855	8	14.507	7	11672	4	7136
2000 <4000	1	2.400	1	2400	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2.027	1	2000	1	2100	11	25.688	8	19205	5	13262	13	30.115	10	23605	6	15362
4000 <6000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4.900	1	4900	1	4900	1	4.900	1	4.900	1	4.900	
>= 6000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Totaal	940	138.291	728	113.415	544	88.129	444	63.867	365	55.383	261	42.617	79	35.121	83	44.544	126	59.617	1.948	397.455	1.500	290.145	1.325	279.279	3.411	634.734	2.676	503.487	2.256	469.642
Ontwikkeling Tuincentra in de periode 2003, 2008 en 2013.																														
	Hoofdwinkelgebieden						Stadsdeel- Buurt- en wijkcentra, binnenstedelijke winkelstraten						Grootchalige concentraties, speciale winkelgebieden						Verspreid						Totaal					
	2003		2008		2013		2003		2008		2013		2003		2008		2013		2003		2008		2013		2003		2008		2013	
	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal																					

Bijlage 2: De belangrijkste winkels in de doe-het-zelf branche en de belangrijkste tuincentra in het primaire verzorgingsgebied en overige gemeenten in Twente.

Primaire verzorgingsgebied	Bouwmarkten		Tuincentra	
	Naam	M² wvo	Naam	M² wvo
Enschede	Gamma	4.650	Intratuin	10.140
	Praxis	2.142	Groenrijk	3.024
	Multimate	2.500		
	Mega Praxis	5.567		
	Karwei	4.500		
	Fixet	541		
Haaksbergen	Gamma	2.384	Groenrijk	3.419
Losser	Multimate	1.846	Wolters	12.304
Gronau				
Ahaus				
Ochtrup				
Heek				
Overige gemeenten in Twente				
Almelo	Gamma		Intratuin	12.803
	Multimate			
	Praxis			
Dinkelland	Zelfstandige	960	Oosterik	37.967
			Borghuis	16.887
Tubbergen				
Hellendoorn	Gamma	2.650		
	Formido	1.995		
Hengelo	Karwei	2.224		
	Fixet	1.000		
	Multimate	1.275		
	Praxis	6.500		
	Gamma	4.000		
Hof van Twente	Karwei	2.700		
	Multimate	946		

Oldenzaal	Multimate	1.195		
	Gamma	2.912		
Rijssen-Holten	Gamma	2.400		
	Karwei	2.500		
Twenterand	Formido	2.300		
	Multimate	1.540		
	Zelfstandige	1.550		
Wierden	Multimate	1.600		

Bijlage 3: Te hanteren gemiddelde omzet per m² wvo in 2020.

	Bouwmarkten			Tuincentra		
	Enschede	Haaksbergen	Losser	Enschede	Haaksbergen	Losser
Gem. omzet per m² wvo in 2013 (zie tabel 4.4)	€ 1.140	€ 1.240	€ 2.500	€ 800	€ 320	€ 97
Toename bestedingen per hfd van de bevolking in periode 2013 tot 2020	+15%	+15%	+15%	+8%	+8%	+8%
	€ 1.311	€ 1.426	€ 2.875	€ 865	€ 345	€ 105
Landelijk gemiddelde in 2020 ³³	€ 1.390	€ 1.390	€ 1.390	€ 520	€ 520	€ 520
Te hanteren³⁴	€ 1.350	€ 1.408	€ 2.132	€ 695	€ 432	€ 312

³³ Hierbij is verondersteld dat de gemiddelde omzetten per m² wvo in 2020 weer gelijk zullen zijn aan de omzetten die in 2011 per m² wvo gerealiseerd werden.

³⁴ Het gemiddelde van de landelijk te verwachten omzet per m² wvo in 2020 en de berekende omzet per m² wvo als gevolg van de toename van de bestedingen. In principe wordt hier dus verondersteld dat de gemiddeld te realiseren omzetten in het primaire verzorgingsgebied opschuiven richting het Nederlands gemiddelde.

BIJLAGE 4:

Aantal bouwmarkten en winkels in bouwmaterialen (exclusief webwinkels)

**GEMEENTEN TUSSEN DE 43.000 EN
50.000 INWONERS**

	Inwoners 2012	Inwoners klasse x 1.000	Aantal winkels	Totaal WVO	Aantal winkels per 1.000 inw	WVO per 1.000 inw	Hornbach aanwezig	Aantal winkels excl.	WVO excl.	Aantal winkels per 1.000 inw excl. Hornbach	WVO excl. Hornbach
Rijswijk (ZH.)	47.000	40-50	0	0	0,000	0,0		0	0	0,000	0,0
Utrechtse Heuvelrug	48.300	40-50	2	1.200	0,041	24,8		2	1.200	0,041	24,8
Medemblik	43.200	40-50	6	2.670	0,139	61,8		6	2.670	0,139	61,8
Heusden	43.200	40-50	3	2.730	0,069	63,2		3	2.730	0,069	63,2
Houten	48.400	40-50	2	3.140	0,041	64,9		2	3.140	0,041	64,9
Rheden	43.700	40-50	4	3.230	0,092	73,9		4	3.230	0,092	73,9
Peel en Maas	43.300	40-50	5	3.250	0,115	75,1		5	3.250	0,115	75,1
Zwijndrecht	44.600	40-50	4	4.660	0,090	104,5		4	4.660	0,090	104,5
Hollands Kroon	47.700	40-50	8	5.100	0,168	106,9		8	5.100	0,168	106,9
Lingewaard	45.800	40-50	6	5.190	0,131	113,3		6	5.190	0,131	113,3
Soest	45.600	40-50	7	5.460	0,154	119,7		7	5.460	0,154	119,7
Overbetuwe	46.300	40-50	10	5.590	0,216	120,7		10	5.590	0,216	120,7
De Ronde Venen	43.000	40-50	4	5.360	0,093	124,7		4	5.360	0,093	124,7
Waalwijk	46.400	40-50	3	6.090	0,065	131,3		3	6.090	0,065	131,3
Vlissingen	44.500	40-50	7	6.270	0,157	140,9		7	6.270	0,157	140,9
Veldhoven	43.900	40-50	3	6.240	0,068	142,1		3	6.240	0,068	142,1
Harderwijk	45.500	40-50	6	7.060	0,132	155,2		6	7.060	0,132	155,2
Heerenveen	43.600	40-50	7	6.880	0,161	157,8		7	6.880	0,161	157,8
Noordoostpolder	46.400	40-50	4	7.650	0,086	164,9		4	7.650	0,086	164,9

Ridderkerk	45.300	40-50	5	7.530	0,110	166,2		5	7.530	0,110	166,2
Berkelland	45.000	40-50	7	7.730	0,156	171,8		7	7.730	0,156	171,8
Middelburg (Z.)	47.900	40-50	7	8.630	0,146	180,2		7	8.630	0,146	180,2
Weert	48.700	40-50	4	9.460	0,082	194,3		4	9.460	0,082	194,3
Steenwijkerland	43.400	40-50	9	8.680	0,207	200,0		9	8.680	0,207	200,0
Zutphen	47.200	40-50	7	11.910	0,148	252,3		7	11.910	0,148	252,3
Barendrecht	47.100	40-50	5	12.000	0,106	254,8		5	12.000	0,106	254,8
Kerkrade	47.300	40-50	12	26.430	0,254	558,8	11.782	11	14.648	0,233	309,7

GEMEENTEN TUSSEN DE 50.000 EN 75.000 INWONERS

Leidschendam-Voorburg	72.500	50-75	2	2.660	0,028	36,7		2	2.660	0,028	36,7
Pijnacker-Nootdorp	50.200	50-75	3	4.390	0,060	87,5		3	4.390	0,060	87,5
Stichtse Vecht	63.400	50-75	4	6.110	0,063	96,4		4	6.110	0,063	96,4
Almelo	72.800	50-75	6	7.310	0,082	100,4		6	7.310	0,082	100,4
Velsen	67.300	50-75	11	7.210	0,163	107,1		11	7.210	0,163	107,1
Terneuzen	54.800	50-75	8	6.250	0,146	114,1		8	6.250	0,146	114,1
Zeist	61.300	50-75	7	7.690	0,114	125,4		7	7.690	0,114	125,4
Katwijk	62.500	50-75	8	8.000	0,128	128,0		8	8.000	0,128	128,0
Oosterhout	54.000	50-75	6	6.980	0,111	129,3		6	6.980	0,111	129,3
Den Helder	57.100	50-75	6	7.470	0,105	130,8		6	7.470	0,105	130,8
Alphen aan den Rijn	72.900	50-75	7	9.570	0,096	131,3		7	9.570	0,096	131,3
Lansingerland	55.300	50-75	5	7.570	0,090	136,9		5	7.570	0,090	136,9
Barneveld	53.600	50-75	7	7.390	0,131	137,9		7	7.390	0,131	137,9
Kampen	50.800	50-75	6	7.640	0,118	150,4		6	7.640	0,118	150,4
Hoorn	71.300	50-75	14	10.850	0,196	152,2		14	10.850	0,196	152,2
Roermond	56.200	50-75	4	8.680	0,071	154,4		4	8.680	0,071	154,4

Hardenberg	59.500	50-75	10	9.420	0,168	158,3		10	9.420	0,168	158,3
Vlaardingen	71.200	50-75	5	12.320	0,070	173,0		5	12.320	0,070	173,0
Gouda	71.300	50-75	4	12.370	0,056	173,5		4	12.370	0,056	173,5
Spijkenisse	72.200	50-75	7	13.600	0,097	188,4		7	13.600	0,097	188,4
Bergen op Zoom	66.200	50-75	8	12.520	0,121	189,1		8	12.520	0,121	189,1
Capelle aan den IJssel	66.200	50-75	4	12.520	0,060	189,1		4	12.520	0,060	189,1
Woerden	50.100	50-75	9	9.740	0,180	194,4		9	9.740	0,180	194,4
Heerhugowaard	52.500	50-75	9	10.300	0,171	196,2		9	10.300	0,171	196,2
Doetinchem	56.300	50-75	8	12.270	0,142	217,9		8	12.270	0,142	217,9
Assen	67.300	50-75	8	14.730	0,119	218,9		8	14.730	0,119	218,9
Hoogeveen	54.900	50-75	12	12.970	0,219	236,2		12	12.970	0,219	236,2
Veenendaal	62.900	50-75	9	16.790	0,143	266,9		9	16.790	0,143	266,9
Smallingerland	55.600	50-75	9	15.070	0,162	271,0		9	15.070	0,162	271,0
Nieuwegein	60.800	50-75	8	34.720	0,132	571,1	11.300	7	23.420	0,115	385,2
GEMEENTEN TUSSEN DE 75.000 EN 100.000 INWONERS											
Hilversum	85.500	75-100	8	2.850	0,094	33,3		8	2.850	0,094	33,3
Amstelveen	83.400	75-100	5	4.630	0,060	55,5		5	4.630	0,060	55,5
Heerlen	89.000	75-100	10	7.400	0,112	83,1		10	7.400	0,112	83,1
Delft	98.700	75-100	4	9.140	0,041	92,6		4	9.140	0,041	92,6
Oss	84.700	75-100	5	8.570	0,059	101,2		5	8.570	0,059	101,2
Deventer	98.700	75-100	6	11.090	0,061	112,4		6	11.090	0,061	112,4
Alkmaar	94.300	75-100	7	11.080	0,074	117,5		7	11.080	0,074	117,5
Súdwest Fryslân	82.700	75-100	9	10.830	0,109	131,0		9	10.830	0,109	131,0
Sittard-Geleen	94.500	75-100	19	18.520	0,201	196,0	6.100	18	12.420	0,190	131,4

Roosendaal	77.400	75-100	12	10.290	0,155	132,9		12	10.290	0,155	132,9
Purmerend	79.300	75-100	11	10.710	0,139	135,1		11	10.710	0,139	135,1
Lelystad	75.300	75-100	9	10.720	0,120	142,4		9	10.720	0,120	142,4
Schiedam	76.200	75-100	3	10.940	0,039	143,6		3	10.940	0,039	143,6
Helmond	88.800	75-100	9	12.920	0,101	145,5		9	12.920	0,101	145,5
Hengelo (O.)	81.000	75-100	14	16.450	0,173	203,1		14	16.450	0,173	203,1
Leeuwarden	95.400	75-100	9	23.890	0,094	250,4		9	23.890	0,094	250,4

**GEMEENTEN TUSSEN DE 100.000
EN 150.000 INWONERS**

Dordrecht	118.900	100-150	8	9.140	0,067	76,9		8	9.140	0,067	76,9
Maastricht	121.100	100-150	9	12.870	0,074	106,3		9	12.870	0,074	106,3
Zwolle	121.500	100-150	10	13.010	0,082	107,1		10	13.010	0,082	107,1
Westland	102.000	100-150	8	20.670	0,078	202,6	9.697	7	10.973	0,069	107,6
Ede	108.800	100-150	12	11.750	0,110	108,0		12	11.750	0,110	108,0
Leiden	118.800	100-150	11	13.490	0,093	113,6		11	13.490	0,093	113,6
Venlo	100.000	100-150	9	11.410	0,090	114,1		9	11.410	0,090	114,1
Arnhem	149.300	100-150	8	17.160	0,054	114,9		8	17.160	0,054	114,9
Zoetermeer	122.400	100-150	6	15.130	0,049	123,6		6	15.130	0,049	123,6
Haarlemmermeer	143.900	100-150	15	18.130	0,104	126,0		15	18.130	0,104	126,0
Zaanstad	148.200	100-150	21	37.980	0,142	256,3	17.551	20	20.429	0,135	137,8
Amersfoort	148.300	100-150	10	24.610	0,067	165,9		10	24.610	0,067	165,9
Emmen	108.900	100-150	13	18.750	0,119	172,2		13	18.750	0,119	172,2
's-Hertogenbosch	141.900	100-150	14	26.360	0,099	185,8		14	26.360	0,099	185,8

**GEMEENTEN TUSSEN DE 150.000
EN 200.000 INWONERS**

Haarlem	151.900	150-200	13	8.200	0,086	54,0		13	8.200	0,086	54,0
Nijmegen	165.200	150-200	9	17.400	0,054	105,3		9	17.400	0,054	105,3
Breda	176.600	150-200	13	38.750	0,074	219,4	17.600	12	21.150	0,068	119,8
Enschede	158.100	150-200	21	20.330	0,133	128,6		21	20.330	0,133	128,6
Almere	193.200	150-200	16	26.230	0,083	135,8		16	26.230	0,083	135,8
Apeldoorn	157.000	150-200	16	21.460	0,102	136,7		16	21.460	0,102	136,7
Groningen	193.000	150-200	18	41.970	0,093	217,5	11.980	17	29.990	0,088	155,4

**GEMEENTEN MET MEER DAN
200.000 INWONERS**

Rotterdam	616.000	>200	31	38.470	0,050	62,5		31	38.470	0,050	62,5
Amsterdam	789.300	>200	38	68.770	0,048	87,1		38	68.770	0,048	87,1
s-Gravenhage	501.100	>200	22	43.840	0,044	87,5		22	43.840	0,044	87,5
Utrecht	316.200	>200	25	35.610	0,079	112,6		25	35.610	0,079	112,6
Tilburg	207.600	>200	25	34.750	0,120	167,4	9.579	24	25.171	0,116	121,2
Eindhoven	217.300	>200	20	28.790	0,092	132,5		20	28.790	0,092	132,5

