

Deventer
Snipperlingsdijk 4
7417 BJ Deventer
T +31 (0)570 666 222
F +31 (0)570 666 888
Postbus 161
7400 AD Deventer

Den Haag
Casuariestraat 9a
2511 VB Den Haag

Eindhoven
Flight Forum 92-94
5657 DC Eindhoven

Leeuwarden
F. HaverSchmidtwei 2
8914 BC Leeuwarden

Amsterdam
De Ruyterkade 143
1011 AC Amsterdam

Gemeente Zoetermeer

Marktruimte relevante regio HOM

Datum
Kenmerk
Eerste versie

19 juni 2017
ZTM111/Sdg/1220.01

1 Inleiding

De gemeente Zoetermeer heeft aan Goudappel Coffeng BV gevraagd om een actuele analyse op te stellen van de marktruimte in de relevante regio van de Holland Outlet Mall (HOM). De uitwerking van deze analyse leest u in het vervolg van deze notitie.

In deze analyse beschrijven we achtereenvolgens:

- de marktruimte in de relevante regio;
- de planvoorraad in de relevante regio.

2 Analyse regionale marktruimte

De analyse van de regionale marktruimte bestaat uit de volgende onderdelen:

- invulling HOM en afbakening relevante regio;
- het aanbod in de relevante regio;
- de marktvraag in de relevante regio;
- de marktruimte in de relevante regio.

2.1 Invulling HOM en afbakening relevante regio

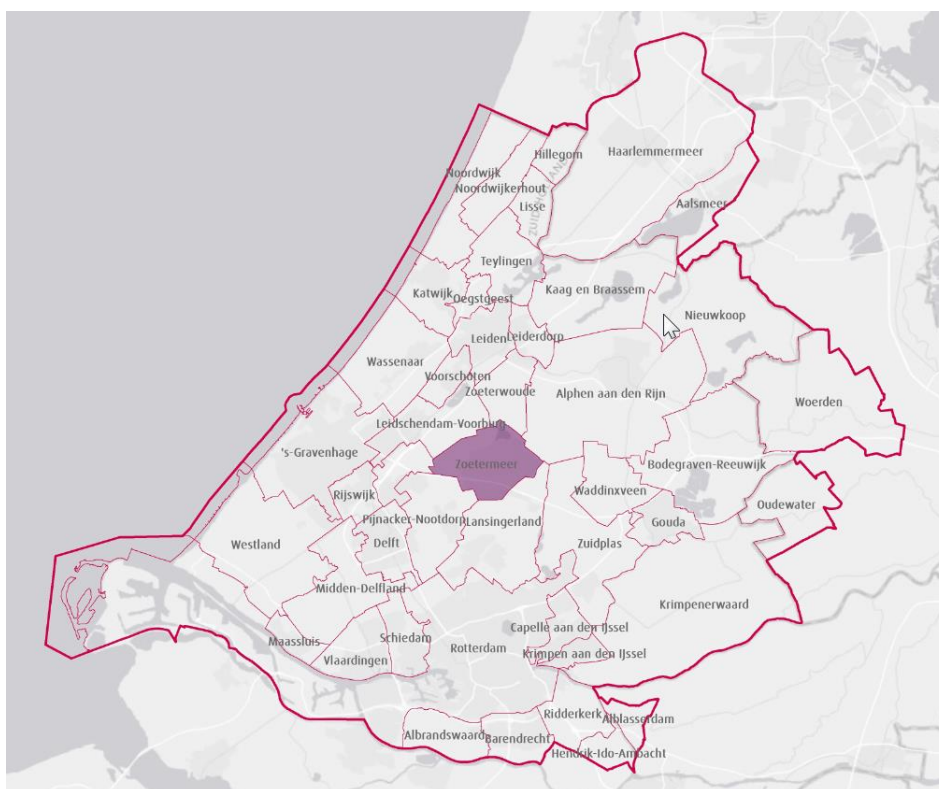
In de plannen voor de HOM wordt uitgegaan van een Factory Outlet Center met uiteindelijk 25.000 m² wvo. De eerste fase van de HOM omvat 14.500 m² wvo¹. Gezien de invulling bij bestaande Factory Outlet Centers (FOC's) wordt ervan uitgegaan dat deze 14.500 m² wvo voor 90% met mode & sport wordt ingevuld. De overige 10% van het retailaanbod wordt bij bestaande FOC's door een grote diversiteit aan branches ingevuld,

¹ Bron: Marktruimte en regionale effecten HOM Zoetermeer, DTNP 12 mei 2017.

waaronder kookaccessoires, horloges, zonnebrillen, elektrisch gereedschap en woonaccessoires². Door de dominantie van het aanbod mode & sport bij FOC's, zijn in die branche ook de meeste effecten van de HOM te verwachten. Daarom wordt in deze notitie specifiek aandacht besteed aan de mode- en sportbranche.

Relevante regio HOM

Voor de analyse van de marktruimte in de relevante regio van de HOM, gaan we uit van de gemeenten binnen 30 autominuten van de HOM. Dit is het gebied waar de HOM de meeste omzet vandaan haalt en waar zich de meeste effecten voordoen³. Buiten de 30 autominuten verwateren de effecten van de HOM snel en zijn de effecten marginaal. De relevante regio van de HOM bakenen we daarom af tot de gemeenten binnen 30 autominuten, waar de meeste effecten zich voordoen. Dit gebied ziet er als volgt uit:



Figuur 2.1: Relevante regio analyse marktruime

Huidig aanbod in de relevante regio

Het totale winkelaanbod in de relevante regio van de HOM bedraagt ruim 5 miljoen m² wvo. Hiervan behoort bijna 750.000 m² wvo tot de branche mode en sport. Van het totale winkelaanbod in de regio staat bijna 570.000 m² leeg. Voor een meer gedetailleerd beeld van het aanbod per gemeente verwijzen wij u naar bijlage 1.

² Bron: Marktruimte en regionale effecten HOM Zoetermeer, DTNP 12 mei 2017.

³ Zie ook Marktruimte en regionale effecten HOM Zoetermeer, DTNP 12 mei 2017.

	m ² wvo ⁴
aanbod branche mode & sport	743.200
totaal winkelaanbod (inclusief leegstand)	5.097.700
leegstand	566.100

Tabel 2.1: Winkelaanbod relevante regio HOM

Uit tabel 2.1 blijkt dat circa 15% van het totale winkelaanbod bestaat uit de branche mode & sport. Van het totale aanbod staat circa 11% leeg. Hierbij dient te worden aangetekend dat deze leegstand niet alleen de detailhandel betreft, maar ook horeca en diensten. Een vuistregel van Locatus is dat twee derde deel van de leegstand detailhandel betreft en een derde deel andere publieksgerichte voorzieningen als horeca en diensten. Uitgaande van deze vuistregel bedraagt de 'detailhandelsleegstand' 377.000 m², circa 7% van het totale winkelaanbod.

Bij de interpretatie van de kwantitatieve leegstandspercentages dient verder bedacht te worden dat deze percentages niets zeggen over de kwaliteit van de leegstand. Leegstand doet zich meestal voor op locaties die niet (meer) in de loop liggen, of het betreft incurante panden. Met name in de middelgrote steden en in aanloopstraten is sprake van leegstand. We zien een ontwikkeling dat 'sterke' locaties verder groeien en op 'zwakke' winkellocaties de leegstand toeneemt, of de winkels worden getransformeerd naar andere functies. Verouderde concepten en niet courante locaties, worden verdrongen door nieuwe locaties die voldoen aan de hedendaagse eisen.

2.2 De marktvraag in de relevante regio

Inwoneraantal

Het gebied binnen de relevante regio van de HOM telt 3.219.900 inwoners. Het aantal inwoners neemt toe naar 3.321.700 in 2020⁵.

Bestedingen

Gemiddeld bedragen de bestedingen in Nederland aan mode & sport € 920,- (incl. BTW)⁶. Het gaat hier om de bestedingen on- en offline. Omdat het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner in de relevante regio van de HOM 1% hoger ligt dan het Nederlands gemiddelde, gaan we uit van een kleine inkomenscorrectie. Deze correctie vindt plaats op basis van de volgende methode: met de helft van het percentage waarmee het inkomen afwijkt. In dit geval gaan wij uit van een correctie met 0,5% en bedraagt het bestedingscijfer aan mode & sport in deze regio € 925,- per inwoner.

⁴ Bron: Locatus maart 2017.

⁵ Bevolkingsprognose CBS.

⁶ DTNP, o.b.v. KSO 2016, zie ook Marktruimte en regionale effecten HOM Zoetermeer, DTNP mei 2017.

Koopstromen⁷

Van alle bestedingen in de branche mode & sport wordt nu binnen de relevante regio van de HOM 68% bij de detailhandel in deze regio zelf verricht. Een substantieel deel (26%) van de bestedingen wordt online gedaan. De overige 6% van de bestedingen vloeit af naar winkels buiten de regio. Tegenover deze koopkrachtafvoer staat ook een koopkrachttoevoer van buiten de regio. Deze toevoer is goed voor 8% van de omzet van de mode & sportwinkels in de afgebakende relevante regio van de HOM.

2.3 Berekening marktruimte

Op basis van de hiervoor beschreven uitgangspunten is in tabel 2.2 de marktruimte berekend voor de relevante regio van de HOM. Voor de huidige situatie en voor 2020. Bij de berekening van de marktruimte voor 2020 is uitgegaan van de huidige koopstromen, maar is ook een berekening opgesteld waarin het aandeel internetaankopen verder toeneemt. In dit laatste scenario is uitgegaan van een lineaire extrapolatie van het bestedingsaandeel van internet op basis van het Koopstromenonderzoek 2011 en 2016. Dit komt neer op een jaarlijkse toename met 2,4% punt van het bestedingsaandeel van internet voor mode & sport⁸.

	huidige situatie	situatie 2020 o.b.v. huidig aandeel internet	situatie 2020 o.b.v. toenemend aandeel internet
aantal inwoners	3.219.900	3.321.700	3.321.700
bestedingen mode & sport per inwoner	€ 925	€ 925	€ 925
koopkrachtbinding	68%	68%	58%
koopkrachttoevoer	8%	8%	8%
totale bestedingen	2.201 mln	2.271 mln	1.937 mln
gemiddelde bestedingen per m ² wvo ⁹	€ 2.373	€ 2.373	€ 2.373
potentieel winkelaanbod	927.700	957.000	816.300
huidig winkelaanbod m ² wvo	743.200	743.200	743.200
uitbreidingsruimte m ² wvo	184.500	213.800	73.100

Tabel 2.2: Marktruimte mode & sport relevante regio HOM

Uit de analyse van de marktruimte blijkt dat in de relevante regio van de HOM op dit moment ruimte is voor een uitbreiding met circa 185.000 m² wvo in de branche mode & sport. Op basis van een toename van het aantal inwoners in dit gebied neemt de uitbreidingsruimte in 2020 toe naar circa 214.000 m² wvo.

⁷ Bron: Analyse I&O Research op basis van data Koopstromenonderzoek Randstad.

⁸ Zie ook Marktruimte en regionale effecten HOM Zoetermeer, DTNP mei 2017.

⁹ Detailhandel.info/KSO 2016, bewerking DTNP.

Indien rekening wordt gehouden met een verder toenemend aandeel van internet met 2,4% punt per jaar, neemt de uitbreidingsruimte in 2020 af naar circa 73.000 m² wvo. Wij verwachten dat het aandeel internetbestedingen de komende jaren zal doorgroeien. Of dat net zo hard gaat als de afgelopen 5 jaar met gemiddeld 2,4% punt per jaar is de vraag. Het kan zijn dat de groei de komende jaren nog sneller gaat, maar het is zeker ook mogelijk dat de sterke groei van de afgelopen 5 jaar de komende jaren afvlakt.

Duidelijk is in elk geval dat internet, met een actueel aandeel van 26%, de grootste concurrent is voor de mode- & sportwinkels in de relevante regio van de HOM. Voor deze winkels is het een belangrijke opgave om complementair en onderscheidend te zijn van internet. Complementair met een slimme omnichannelstrategie waardoor de winkels ook profiteren van de online aankopen en onderscheidend door onder meer een perfecte service en beleving.

Marktruimte en HOM

De berekende marktruimte in de branche mode & sport is nu en in 2020 ruimer dan de eerste fase van de HOM met 14.500 m² wvo. Indien er rekening mee wordt gehouden dat de HOM niet voor 100% wordt ingevuld met mode & sport, maar met 90%, gaat het bij de HOM om circa 13.000 m² wvo mode & sport. Hoewel de HOM primair een rol vervult voor de relevante regio binnen 30 minuten, trekt het ook bezoekers en omzet van buiten deze regio. Het uitgangspunt is dat circa 20% van de bezoekers in de eerste fase van de HOM van buiten deze regio komt¹⁰. Dit betekent dat circa 10.000 m² wvo van de eerste fase van de HOM van invloed is op de marktruimte voor de branche mode & sport in de relevante regio.

3 Regionale planvoorraad

De HOM is vanzelfsprekend niet het enige plan binnen de relevante regio. In dit gebied is in totaal circa 330.000 m² wvo aan plannen, waarvan circa 110.000 m² de dagelijkse sector betreft en 220.000 m² de niet- dagelijkse sector¹¹. Bij bijna 230.000 m² wvo gaat het om harde plannen. Van de harde plannen behoort bijna 150.000 m² tot de niet- dagelijkse sector.

sector	zacht	hard	totaal
dagelijks	31.200	80.200	111.400
niet-dagelijks	72.900	148.600	221.500
<i>totaal</i>	<i>104.100</i>	<i>228.800</i>	<i>332.900</i>

Tabel 3.1: Cumulatieve planvoorraad relevante regio HOM (branche en status)

¹⁰ Op basis van Marktruimte en regionale effecten HOM Zoetermeer, DTNP mei 2017.

¹¹ Op basis van opgave provincie Zuid-Holland en Noord-Holland en gemeente Woerden.

De meeste plannen bevinden zich in de grote steden Den Haag en Rotterdam. De plannen betreffen alle branches en zeker niet alleen de branche mode & sport. Zo is het duidelijk dat de plannen voor de dagelijkse sector (o.a. supermarkten) niet de branche mode en sport betreffen. Hetzelfde geldt bijvoorbeeld voor de plannen in de niet-dagelijkse sector voor de ontwikkeling van bouwmarkten en tuincentra. Voor centrumplannen met niet-dagelijks aanbod is het minder duidelijk of het om mode & sport gaat, of om andere branches zoals huishoudelijke artikelen of speelgoed.

Op dit moment betreft 15% van al het winkelaanbod in de relevante regio van de HOM (dagelijks en niet-dagelijks), de branche mode & sport (zie tabel 3.1). Indien we uitgaan van een vergelijkbaar aandeel mode & sport in alle plannen (dagelijks en niet dagelijks), dan gaat het voor de branche mode & sport om circa 34.300 m² wvo harde plannen en 15.600 m² wvo zachte plannen.

Planvoorraad en HOM

Bij de interpretatie van de plancapaciteit dient bedacht te worden dat niet alle plannen gerealiseerd zullen worden. Zeker niet alle zachte plannen. Anderzijds is in de harde en zachte plannen de onbenutte bestemmingsplan capaciteit nog niet meegenomen.

Daarnaast dient bij de interpretatie van de harde en zachte plannen bedacht te worden dat een deel van de plannen ingevuld zal worden met verplaatsing van bestaande aanbieders. De achter te laten panden zullen (deels) niet meer worden ingevuld met een winkelfunctie en uit de winkelmarkt worden genomen. Door de plannen neemt enerzijds het winkelaanbod toe, maar zal anderzijds op andere locaties het aanbod afnemen.

Bij de interpretatie van de planvoorraad dient verder bedacht te worden dat het concept van de HOM zich onderscheidt van het bestaande aanbod en plannen in de regio en de keuzemogelijkheden voor de consument vergroot.

Marktruimte en planvoorraad op een rij

In tabel 3.2 vindt u de belangrijkste cijfers voor de analyse van de marktruimte in de relevante regio van de HOM overzichtelijk op een rij.

	huidige situatie	2020 bij huidig aandeel internet	2020 met toename aandeel internet*
marktruimte m ² wvo*	184.500	213.800	73.100
harde plannen m ² wvo	34.300	34.300	34.300
zachte plannen m ² wvo	15.600	15.600	15.600
aanbod mode & sport HOM m ² wvo***	13.050	13.050	13.050

* Toename met 2,4% punt per jaar.

** Zie voor de marktruimteberekening tabel 2.2.

*** Circa 10.000 m² wvo als rekening wordt gehouden met bovenregionale trekkracht.

Tabel 3.2: Indicatie marktruimte, planvoorraad en ontwikkeling HOM mode & sport in relevante regio HOM

Tabel 3.2 laat zien dat in de huidige situatie de regionale marktruimte in de branche mode & sport (184.500 m² wvo) groter is dan de indicatieve harde plannen (34.300 m² wvo), zachte plannen (15.600 m² wvo) mode & sport in de regio en het aanbod mode & sport in de HOM (13.050 m² wvo), bij elkaar (62.950 m² wvo).

Dit is met een marktruimte van (73.100 m² wvo) ook het geval, indien voor 2020 wordt uitgegaan van een verder toenemend aandeel van internet met 2,4% punt per jaar.

4 Conclusie

Op dit moment en in 2020 is er in de relevante regio van de HOM in de branche mode & sport marktruimte voor alle bekende plannen in deze branche, inclusief de HOM. Dit geldt ook voor 2020, indien rekening wordt gehouden met een verder toenemend aandeel van internet met 2,4% punt per jaar.

Bijlage 1 Aanbod in inwoners relevante regio HOM

gemeente	aanbod mode & sport in m² wvo	aanbod totaal in m² wvo (incl. leegstand)	leegstand in m² wvo	inwoners 2016	inwoners 2020
Aalsmeer	4.100	116.400	8.400	31.300	32.800
Alblasserdam	3.600	33.300	1.000	20.000	20.100
Albrandswaard	1.100	22.500	800	25.000	24.500
Alphen aan den Rijn	23.100	163.100	13.600	108.000	110.400
Barendrecht	10.700	139.500	8.300	47.900	46.800
Bodegraven-Reeuwijk	3.600	43.500	6.800	33.500	33.400
Capelle aan den IJssel	7.200	117.200	8.400	66.500	67.400
Delft	20.700	163.500	9.000	101.000	106.100
Gouda	28.400	150.500	25.500	71.200	72.500
Haarlemmermeer	43.000	312.200	25.500	144.500	150.800
Hendrik-Ido-Ambacht	3.000	39.900	2.000	29.400	30.500
Hillegom	2.600	43.300	6.500	21.100	22.000
Kaag en Braassem	2.100	26.100	700	26.100	27.700
Katwijk	12.500	108.900	18.400	64.200	67.300
Krimpen aan den IJssel	4.600	31.000	3.200	29.100	29.400
Krimpenerwaard	9.200	71.000	6.000	54.700	55.100
Lansingerland	6.300	77.900	3.300	59.000	62.000
Leiden	28.300	152.300	12.800	122.600	128.000
Leiderdorp	4.400	85.400	9.900	27.000	28.600
Leidschendam-Voorburg	21.700	98.500	16.000	74.200	76.700
Lisse	8.700	54.200	5.300	22.600	23.400
Maassluis	6.700	47.400	4.500	32.300	32.700
Midden-Delfland	800	9.900	500	18.900	19.800
Nieuwkoop	1.500	55.900	3.500	27.400	27.900
Noordwijk	8.100	50.000	8.700	25.800	26.900
Noordwijkerhout	5.300	29.500	3.300	16.100	16.700
Oegstgeest	3.700	19.400	1.000	23.200	24.800
Oudewater	1.200	11.500	400	10.000	10.100
Pijnacker-Nootdorp	6.600	57.500	5.300	51.900	55.300
Ridderkerk	10.100	67.600	6.800	45.100	44.300
Rijswijk	20.400	88.300	20.900	49.300	54.700
Rotterdam	199.500	950.800	119.100	629.600	648.700
Schiedam	9.600	98.200	23.200	77.100	79.000
's-Gravenhage	120.800	711.700	100.900	520.000	544.200
Teylingen	6.200	42.500	7.700	36.000	36.400

gemeente	aanbod mode & sport in m² wvo	aanbod totaal in m² wvo (incl. leegstand)	leegstand in m² wvo	inwoners 2016	inwoners 2020
Vlaardingen	16.900	115.700	11.400	71.800	73.300
Voorschoten	2.500	27.600	2.200	25.200	25.900
Waddinxveen	3.700	55.500	11.200	26.100	26.300
Wassenaar	4.400	34.000	2.300	25.900	25.400
Westland	19.700	177.900	13.200	105.000	108.100
Woerden	13.400	101.200	8.000	51.200	52.300
Zoetermeer	28.000	182.000	14.400	124.100	122.700
Zoeterwoude	900	50.200	3.900	8.100	8.500
Zuidplas	4.300	63.200	2.300	40.900	42.200
totaal	743.200	5.097.700	566.100	3.219.900	3.321.700