Distributie-planologisch onderzoek vestiging BCC Oostpoort Roosendaal

Daan B.V.

Rapportnummer:	203x00577.052341_3
Datum:	04 juni 2009
Contactpersoon opdrachtgever:	Ir. D.S. de Kruik
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Rob Soeterboek
Trefwoorden:	Roosendaal, Oostpoort, perifere detailhandel, beleidskaders, bruin- en witgoedbranche
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte
Beknopte inhoud:	Onderzoek naar de distributie-planologische vestigingsmogelijkheden van electrowarenhuis BCC op de perifere detailhandelsconcentratie Oostpoort te Roosendaal.

BRO Boxtel
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

Ruimte | om *in* te leven

Inhoudsopgave

		pagina
1.	**Inleiding**	**3**
1.1	Aanleiding en vraagstelling	3
1.2	Definitie bruin- en witgoedbranche	3
1.3	Opzet rapportage	4
2.	**Initiatief**	**5**
2.1	De BCC-formule	5
2.2	De locatie Oostpoort	5
3.	**Ontwikkelingskader**	**7**
3.1	De electrobranche in Roosendaal	7
3.2	Detailhandelsbeleid	9
3.3	Plannen, initiatieven en ontwikkelingen	9
3.4	Economisch functioneren en uitbreidingsruimte	11
3.5	Conclusie	15
4.	**Haalbaarheid en effecten**	**17**
4.1	Kwantitatieve effecten	17
4.2	Kwalitatieve effecten	17
4.3	Afweging en advies	20

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Aanleiding
BCC heeft interesse getoond voor de vestiging van een electrowarenhuis op de perifere detailhandelconcentratie Oostpoort in de gemeente Roosendaal. Men wenst hierbij een vestiging te realiseren met een bruto vloeroppervlak (bvo) van ca. 1.600 m².

In de vastgestelde Detailhandelsnota gemeente Roosendaal (BRO 2007) is aangegeven dat de locatie Oostpoort in eerste instantie niet in aanmerking komt voor de vestiging van bruin- en witgoed (waartoe een electrowarenhuis gerekend wordt). Dit omdat uitbreidingen in deze branche ook kunnen bijdragen aan de gewenste versterking van de binnenstad van Roosendaal.

Desondanks staat de gemeente Roosendaal niet negatief tegenover het initiatief, maar wenst in ieder geval een distributie-planologische onderbouwing. Tevens dient het initiatief gedegen afgewogen te worden binnen het kader van de detailhandelsnota. DAAN heeft BRO daarom opdracht gegeven een distributie-planologisch onderzoek uit te voeren voor de vestiging van electrowarenhuis BCC op Oostpoort te Roosendaal.

Vraagstelling
De centrale vragen zijn als volgt geformuleerd:
- Hoe is de electrobranche in de gemeente Roosendaal opgebouwd naar kwantiteit en kwaliteit?
- In hoeverre is het initiatief van BCC op een verantwoorde wijze inpasbaar binnen het recent vastgestelde detailhandelsbeleid?
- Wat zijn de effecten van de toevoeging van een electrowarenhuis op de locatie Oostpoort op de lokale en regionale verzorgingsstructuur?

1.2 Definitie bruin- en witgoedbranche

Voor de afbakening van het aanbod met betrekking tot een electrowarenhuis maken wij voor dit onderzoek gebruik van de indeling van Locatus[1] voor de branche bruin- en witgoed. Deze branche omvat de volgende subbranches:
- radio en tv (bruingoed);
- computers (grijsgoed);

[1] Dataleverancier winkelgegevens

- grote huishoudelijke apparaten (witgoed);
- huishoudelijke onderdelen;
- telecom;
- electro.

1.3 Opzet rapportage

In hoofdstuk twee wordt aandacht besteed aan de beschrijving van het initiatief en de vestigingslocatie. Hoofdstuk drie beschrijft het ontwikkelingskader waarbinnen het initiatief plaats moet vinden en afgewogen dient te worden. Aan bod komen onder andere aard en omvang van het aanbod, draagvlak, bestedings- en koopgedrag, relevante beleidskaders en de bekende plannen en initiatieven. Aan de hand hiervan worden het economische functioneren en de theoretische uitbreidingsruimte benaderd. Het slothoofdstuk gaat in op de haalbaarheid en de effecten van het initiatief op de detailhandelsstructuur van de gemeente en de conclusies.

2. INITIATIEF

2.1 De BCC-formule

De electronicaketen BCC heeft momenteel 50 electrowarenhuizen in Nederland. De winkels kennen een spreiding over vrijwel het hele land. Het winkelvloeroppervlak (wvo) van de vestigingen varieert van ca. 600 m² tot ruim 2.400 m². De winkels zijn voornamelijk gevestigd op perifere (grootschalige) detailhandelslocaties en in mindere mate in binnensteden, stadsdeelcentra en wijkcentra.

BCC wenst ook in Roosendaal een winkel te openen met een bruto vloeroppervlak (bvo) van ca. 1.600 m² (= ca. 1.300 m² winkelvloeroppervlak, wvo). De beoogde vestigingslocatie is het pand waar momenteel bouwmarkt Gamma gevestigd is op Oostpoort.

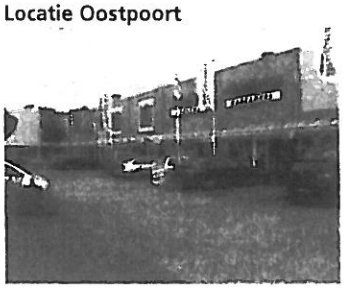
2.2 De locatie Oostpoort

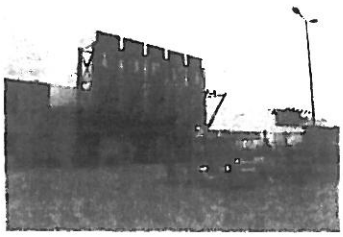
Ligging Oostpoort
De beoogde vestigingslocatie ligt aan de oostzijde van de stad Roosendaal, direct langs de A58, op detailhandelsconcentratie Oostpoort. Oostpoort is te typeren als een perifere detailhandelslocatie (PDV).

Figuur 2.1: Ligging Oostpoort

Goede bereikbaarheid
Via de afrit van de snelweg is Oostpoort goed bereikbaar voor zowel bezoekers van binnen als van buiten Roosendaal.

Locatie Oostpoort





Monofunctioneel
Het detailhandelsaanbod op Oostpoort is monofunctioneel. Er zijn twee branches aanwezig, te weten Wonen en Doe-het-zelf. In de branche wonen zijn momenteel in totaal 10 winkels gevestigd met een totale omvang van circa 10.700 m² wvo (opgave Locatus mei 2009). Het aanbod bestaat uit een aantal landelijk opererende formules zoals Roobol Wonen, Beter Bed, Leen Bakker, Kwantum, Carpet Right, Lamp Idee, Brugman Keukens en sinds kort woondiscounter Jysk. Een sterke lokale aanbieder, Jacobs Woonservice, heeft haar deuren in 2008 gesloten. Sinds het vertrek is het aanbod sterk gericht op het lagere segment. In de doe-het-zelf branche is één vestiging aanwezig. Het betreft een Gamma Bouwmarkt met een omvang van 2.340 m² wvo.

Matige uitstraling
De uitstraling van dit PDV-cluster is zeer matig. De bebouwing is gedateerd en er is weinig functionele samenhang. Kwantum, Beter Bed, Leenbakker, Brugman, Jysk en Roobol vormen gezamenlijk een cluster. De vestiging van de Gamma bouwmarkt ligt hier net buiten, evenals Carpetright en de Keuken Concurrent.

Leegstand
De leegstand op Oostpoort bedraagt, na de komst van Jysk, nog ruim 9.700 m² wvo (opgave Locatus mei 2009). De leegstand is fors sinds het vertrek van Jacobs Woonservice die een pand achter heeft gelaten met een winkelvloeroppervlak van ruim 9.200 m².

3. ONTWIKKELINGSKADER

3.1 De electrobranche in Roosendaal

Omvang en samenstelling bruin- en witgoedaanbod Roosendaal
Om het aanbod in de electrobranche te kunnen vergelijken met landelijke kengetallen, is voor de aanbodanalyse gebruik gemaakt van de indeling van Locatus voor de branche bruin- en witgoed.

De bruin- en witgoedbranche in de gemeente Roosendaal heeft een totale winkelvloeroppervlak van ca. 4.900 m² verdeeld over 32 winkels. Het aanbod is als volgt verdeeld over de subbranches:

Tabel 3.1: Overzicht bruin- en witgoedaanbod gemeente Roosendaal

Subbranche	Aantal winkels	m² wvo
Radio & TV	2	385
Computers	7	746
Huishoudelijke onderdelen	3	208
Telecom	9	825
Witgoed	1	275
Electro	10	2.452
Totaal	32	4.891

Bron: Locatus , april 2009

Relatief beperkt aanbod en gemiddeld kleine winkelmaat
Het aanbod in Roosendaal kan in perspectief worden geplaatst door het af te zetten tegen landelijke cijfers. Uit een vergelijking met woonplaatsen met een vergelijkbaar inwonertal kan geconcludeerd worden dat het aantal m² winkelvloeroppervlak per 1.000 inwoners met circa 10% wat achter blijft. De gemiddelde omvang van de winkels ligt relatief gezien bovendien aanzienlijk lager.

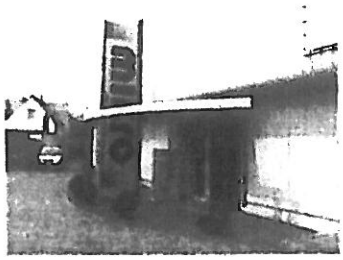
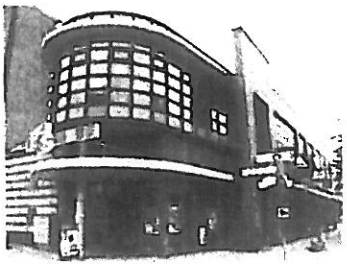
Tabel 3.2: Bruin- en witgoedaanbod in perspectief

	Aantal winkels	m² wvo	m² wvo per winkel	m² wvo per 1.000 inwoners
Roosendaal	32	4.891	153	63
Vergelijkbare woonplaatsen	27	5.423	201	70

Ontbreken grootschalige aanbieders
De grootste aanbieders van bruin- en witgoed in Roosendaal, warenhuizen in electro, beperken zich tot Mikro Electro (740 m² wvo), It's (500 m² wvo) en Expert (400 m² wvo).

De laatste twee zijn gelegen in de binnenstad en Mikro Electro in de schil van de binnenstad (aan de Boulevard). De overige winkels richten zich grotendeels op één subbranche binnen de branche bruin- en witgoed, kennen een beperkte omvang en zijn voornamelijk in de binnenstad van Roosendaal gevestigd. Het aanbod dat verspreid over de wijken, buurten en kernen is gelegen, bestaat vooral uit kleinschaliger aanbod. Echt grootschalige aanbieders van bruin- en witgoed (met een regionale aantrekkingskracht) ontbreken in Roosendaal.

Bruin- en witgoedaanbod Roosendaal

Omvangrijk aanbod in de directe omgeving

In de directe omgeving van Roosendaal bevindt zich een omvangrijk aanbod in bruin- en witgoed. In navolgende tabel is het aanbod in de omliggende gemeenten in beeld gebracht. Breda kent vanwege haar inwonertal vanzelfsprekend het meest omvangrijke aanbod, maar per 1.000 inwoners beschikt Bergen op Zoom over het meest uitgebreide aanbod. Het aanbod in Etten-Leur is daarentegen beperkt.

Tabel 3.3: Bruin- en witgoedaanbod omliggende gemeenten

Gemeente	Aantal winkels	m² wvo	m² wvo per winkel	m² wvo per 1.000 inwoners
Bergen op Zoom	23	6.743	293	103
Etten-Leur	6	1.433	239	35
Breda	50	12.541	251	73

Bron: Locatus, april 2009

Nabijgelegen vestigingen met een grote aantrekkende werking

De winkels in de omliggende woonplaatsen kennen een gemiddelde omvang die aanzienlijk hoger ligt dan in Roosendaal het geval is. Vanwege de ligging in het verzorgingsgebied van Roosendaal, dan wel vanwege de aantrekkingskracht dat het aanbod zal uitoefenen op inwoners van Roosendaal zijn met name de volgende winkels relevant (alle met een aanzienlijk grotere maat dan in de vestigingen in Roosendaal, bron: Locatus):

- MediaMarkt Breda, 3.400 m² wvo.
- BCC woonboulevard Breda, 1.700 m² wvo.
- MediaMarkt Bergen op Zoom; 2.200 m² wvo.
- BCC Bergen op Zoom; 1.600 m² wvo.

3.2 Detailhandelsbeleid

De visie op de toekomstige detailhandelsstructuur van Roosendaal is vastgelegd in de detailhandelsnota[2]. Dit beleid is vastgesteld. In het kader van dit onderzoek naar de vestigingsmogelijkheden van BCC op Oostpoort worden de volgende aspecten genoemd, zoals verwoord in de nota:

- Oostpoort dient met prioriteit te worden herontwikkeld en gemoderniseerd als PDV-locatie en woonthemacentrum. Oostpoort is dé plek in Roosendaal om de PDV-winkels (doelgericht en laagfrequent kopen) verder te clusteren.
- Uitbouwen van Oostpoort als volwaardig themacentrum Wonen conform het oorspronkelijke concept, met een uitbreidingsmogelijkheid van circa 10.000 m² wvo. Oostpoort zou daarmee dé woonconcentratie worden in het westelijk deel van West-Brabant. Er is van alles te vinden op woongebied: meubelen, woninginrichting, bouwmarkten, een tuincentrum en overig aanbod behorend tot het thema wonen.
- Vestiging van grootschalige detailhandel geschiedt primair in de binnenstad van Roosendaal. De locatie Oostpoort komt als tweede locatie in aanmerking voor de vestiging van aanvullende grootschalige detailhandel (en met name laagfrequent kopen). Dit uitsluitend in afstemming met en volgend op de ontwikkelingen in de binnenstad, indien de inpassing in de binnenstad ruimtelijk bezien niet mogelijk of haalbaar is.
- Naast de binnenstad en Oostpoort worden er geen nieuwe locaties op de markt gebracht voor grootschalige ontwikkelingen.
- Multimedia (bruin- en witgoed) past in principe goed bij het thema wonen. Tegen de achtergrond van de gewenste versterking van de binnenstad en de daarvoor ook concreet beschikbare locaties, ligt de voorkeur echter bij het versterken van deze branche in de binnenstad. Pas als blijkt dat deze optie onhaalbaar is, komt Oostpoort als locatie in beeld.

3.3 Plannen, initiatieven en ontwikkelingen

3.3.1 Bevolkingsontwikkeling

Stabiel inwonertal

Het inwonertal van zowel de gemeente Roosendaal als de direct omliggende gemeenten zal volgens de provinciale prognoses het komende decennium nauwelijks toenemen. Dit als gevolg van beperkte woningbouw en een daling van de gemiddelde woningbezetting in de bestaande woningvoorraad als gevolg van de gezinsverdunning.

---

[2] Bron: Detailhandelsnota gemeente Roosendaal, BRO december 2007

Tabel 3.4: Bevolkingsontwikkeling gemeente Roosendaal en omliggende genmeenten

Gemeente	2009	2015	2020
Roosendaal	77.477	77.715	77.510
Bergen op Zoom	65.597	65.595	65.705
Etten-Leur	41.022	41.280	41.495
Totaal	184.096	184.590	184.710

Bron: Provincie Noord-Brabant, De bevolkings- en woningbehoefteprognose Noord-Brabant, actualisering 2008

3.3.2 Plannen en initiatieven

Huidige plannen en initiatieven Oostpoort

Er zijn concrete plannen woonboulevard Oostpoort te transformeren tot Retailpark Roosendaal. Het voorgestelde programma bestaat uit de volgende onderdelen:

- Nieuwbouw en uitbreiding Gamma bouwmarkt iets ten oosten van de huidige locatie.
- Huidige Gamma-pand wordt ingevuld door electrowarenhuis BCC en twee keukenwinkels.
- Het pand van Jacobs Wooncenter wordt gesloopt en vervangen door nieuwbouw. De nieuwe invulling omvat onder meer Blokker Tuin, Intertoys, Xenos en een winkel in outdoor-artikelen.
- Aan het aanbod worden een wokrestaurant en een fastfood-restaurant toegevoegd.

3.3.3 Trends en ontwikkelingen

Schaalvergroting

Ruimtelijke schaalvergroting is een trend die zich in alle branches blijft voortzetten. Op perifere locaties wordt de ruimte geboden voor deze ontwikkeling. Ruimtelijke schaalvergroting vindt al plaats sinds de trek naar de periferie in de jaren '70 en lijkt verder door te zetten. Niet alleen het winkelformaat neemt toe, maar ook het oppervlak van woonboulevards in zijn geheel.

Perifere locaties / binnenstad

De drang om zich buiten de reguliere winkelcentra te vestigen neemt toe, omdat op perifere locaties veel winkelvloeroppervlak kan worden gerealiseerd tegen lage huurprijzen. Toch is nog een groot aantal detaillisten in onder andere de wonenbranche verspreid over de stad gevestigd. Met name winkeliers in het midden en hogere segment voelen er vaak niets voor om naar een woonboulevard te gaan, omdat ze zich daar niet genoeg kunnen onderscheiden.

Bruin- en witgoed

- Het marktaandeel van grootschalige filiaalbedrijven in de electrobranche is toegenomen in de afgelopen jaren. Er vindt daarbij integratie plaats van bruin-, wit- en grijsgoed onder één dak, zoals Media Markt en BCC. Door omvang en assortiment zijn dit echte electro-warenhuizen.
- De echt grootschalige zaken zijn relatief bezoekersintensief (veel bezoekers per week per m² wvo). Zij zijn deels ook duidelijk op recreatief winkelen (in)gericht (hoog fungehalte). Door het grote aantal bezoekers dat zij autonoom trekken kunnen zij van invloed zijn op de passantenstromen in een winkelgebied (doorbloeding).
- Er is in de branche sprake van een zekere branchevervaging en –verbreding door verkoop van bijvoorbeeld CD's, DvD's, foto- en filmapparatuur, maar ook wel sport- en fitnessapparatuur.
- De concurrentie van branchevreemde aanbieders neemt toe. Met name op het gebied van mobiele telefonie, CD's en DvD's, bijvoorbeeld bij supermarkten en grootwinkelbedrijven (o.a. Aldi, Lidl en Kruidvat).
- Consumenten kopen electro-artikelen in toenemende mate via het internet. Ook wordt internet steeds meer gebruikt voor het downloaden van muziek en films.
- De electrobranche profiteert van de opkomst van nieuwe producten, zoals de LCD-tv, mp3-speler, Dvd-recorder. Grote sportieve evenementen als het WK of EK voetbal of de Olympische spelen zorgen vaak voor een omzetplus.
- De meeste huishoudens beschikken over een computer, dus de verkoop van computers wordt steeds meer een vervangingsmarkt. Ook zijn belastingvoordelen (pc-privé) afgeschaft. Het belang van randapparatuur neemt toe.
- De markt voor mobiele telefoons blijft groeien. Enerzijds door een relatief korte levensduur en anderzijds door vernieuwing van het product (functioneel en vormgeving). De mobiele telefoon is steeds meer een 'lifestyle' artikel.
- De opkomst en expansie van prijsvechters als Media Markt en BCC is gepaard gegaan met het verdwijnen van kleinere zelfstandige zaken en ook ketens (Megapool). De echt grootschalige zaken zijn ook concurrerend voor bijvoorbeeld fotozaken en CD / DVD-zaken. Toch blijkt dat zelfstandige speciaalzaken met name door hun service ook goed kunnen concurreren met de hele grote spelers.

3.4 Economisch functioneren en uitbreidingsruimte

3.4.1 Uitgangspunten

Besteedbaar inkomen inwoners Roosendaal rond landelijk gemiddelde

Het inkomensniveau van de inwoners van Roosendaal wijkt met € 12.500,- per persoon per jaar minimaal af van het landelijk gemiddelde van € 12.700,-[3].

[3] Bron: Regionale inkomensverdeling 2005, CBS 2008

Er wordt voor de bestedingen aan bruin- en witgoed daarom uitgegaan van landelijke gemiddelden.

Bestedingen bruin- en witgoed
De totale omzet in de bruin- en witgoedbranche in Nederland over het jaar 2007 bedroeg € 5,5 miljard (incl. BTW).[4] Per hoofd van de bevolking is dit ongeveer € 335,-
Deze bestedingen zijn gebaseerd op de meest recente gemiddelde jaaromzetcijfers van de bruin- en witgoedbranche, maar hebben ook betrekking op de bestedingen in onder andere postorder/internetwinkels.
Aan de andere kant zien we ook bestedingen in andere branches die in bruin- en witgoedzaken terecht komen, zoals de aankoop van mediadragers. Rekening houdend met de verschillende aankoopkanalen en assortiment bedraagt de gemiddelde besteding in bruin- en witgoedzaken € 265,- op jaarbasis per hoofd van de bevolking.

Koopkrachtbinding en –afvloeiing Roosendaal
In het Koopstromenonderzoek West-Brabant[5] wordt de artikelgroep 'Electronica' onderscheiden. Uit dit onderzoek blijkt dat van de bestedingen van de inwoners van Roosendaal aan electronica 84% wordt besteed bij de eigen winkels. De koopkrachtafvloeiing gaat voornamelijk naar het centrum van Bergen op Zoom en elders (niet gedefinieerd). Dit verklaart deels het relatief omvangrijke aanbod aan bruin- en witgoed in Bergen op Zoom naar inwonertal. Uit het onderzoek blijkt vervolgens dat 32% van de omzet in de electronicabranche afkomstig is van buiten Roosendaal.

Voor de koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing in de bruin- en witgoedbranche wordt voor dit onderzoek uitgegaan van de koopstromen zoals vermeld in bovenstaand onderzoek in de electronica.

3.4.2 Huidig functioneren

Omzetclaim bestaand aanbod
De omzetclaim is de totaal benodigde omzet voor voldoende economisch functioneren van het bestaande bruin- en witgoedaanbod. Deze omzetclaim wordt berekend door het aanwezige aanbod in de subbranches te vermenigvuldigen met de landelijk gemiddelde omzet per m² wvo (vloerproductiviteit). Uit onderstaande benadering blijkt dat het huidige bruin- en witgoedaanbod in de gemeente Roosendaal een omzetclaim heeft van circa € 20 miljoen op jaarbasis. In de benadering van de omzetclaim is de subbranche Telecom buiten beschouwing gelaten aangezien hiervoor geen bestedings- en omzetcijfers voorhanden zijn.

---

[4] Bron: HBD bestedingscijfers, 2007
[5] Bron Gemeente Roosendaal, Koopstromenonderzoek West-Brabant, Plusvariant Gemeente Roosendaal, april 2006

Tabel 3.5: Bruin- en witgoedaanbod en omzetclaim huidige situatie (incl. BTW)

	m² wvo	Omzet per m² wvo	Omzetclaim (in mln.)
Radio en tv (bruingoed)	385	5.593	2,2
Computers (grijsgoed)	746	2.940	2,2
Grote huishoudelijke art. (witgoed)	275	5.593	1,5
Huishoudelijke onderdelen	208	1.904	0,4
Electro	2.452	5.593	13,7
Totaal	4.066	4.919	20,0

Bron: Locatus, 2009 en omzetcijfers HBD, 2007

Gemiddelde vloerproductiviteit bestaand aanbod

Op basis van bovenstaande berekening bedraagt de gemiddelde vloerproductiviteit van de bruin- en witgoedzaken in Roosendaal ca. € 4.900 per m² wvo.

Benadering huidig economisch functioneren

De confrontatie van de omzetclaim van het aanbod met de totale gebonden bestedingen, geeft inzicht in de huidige omzet per m² wvo van de bruin- en witgoedbranche in Roosendaal. Dit is een indicator voor het economisch functioneren van het aanwezige aanbod. Navolgende tabel geeft tevens een indruk van het verschil tussen de theoretische omzet en de berekende omzetclaim.

Tabel 3.6: Benadering huidig functioneren bruin- en witgoed

	2009
Aantal inwoners	77.477
Bestedingen per hoofd (in €)	265,-
Totaal bestedingspotentieel (in mln. €)	20,5
Koopkrachtbinding	84%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	17,2
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	32%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	8,1
Totale omzet	25,4
Omzetclaim aanbod (in mln. €)	20,0
Verschil (in mln. €)	5,4
Gerealiseerde omzet per m² wvo (in €)	6.250,-

Bruin- en witgoedbranche functioneert bovengemiddeld

Uit de voorgaande berekening blijkt dat de bruin- en witgoedbranche in Roosendaal bovengemiddeld functioneert. Dit is een indicatie dat er in de huidige situatie sprake is van distributieve uitbreidingsruimte.

3.4.3 Toekomstig functioneren en uitbreidingsruimte

Onder invloed van verwachte ontwikkelingen aan de vraag- en aanbodzijde kan het toekomstig functioneren worden benaderd. Als uitgangspunten voor de berekeningen in navolgende tabel gelden:

- De bestedingen worden constant gehouden op € 265,- per hoofd van de bevolking.
- Wanneer de bruin- en witgoedbranche in Roosendaal zou worden versterkt/uitgebreid dan is een toename van de binding tot circa 92% in principe, op basis van literatuur[6] en referenties, haalbaar.
- Ook de koopkrachttoevloeiing zou bij versterking/uitbreiding van het aanbod kunnen worden verhoogd tot circa 35%.
- De gemiddelde vloerproductiviteit voor de samenstelling van het huidige aanbod in Roosendaal bedraagt € 4.900,-/m² wvo. De plannen voor uitbreiding hebben betrekking op de subbranche electro. Voor deze sector geldt een gemiddelde vloerproductiviteit van € 5.593,-/m² wvo. Aangezien het hier een grootschalige vestiging betreft, is een lagere vloerproductiviteit van ca. € 5.000,-/m² wvo gerechtvaardigd.

Tabel 3.7: Benadering toekomstig functioneren bruin- en witgoed

	2015
Aantal inwoners	77.500
Bestedingen per hoofd	265,-
Totaal bestedingspotentieel (in mln. €)	20,5
Koopkrachtbinding	92%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	18,9
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	35%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	10,2
Totale omzet (in mln. €)	29,1
Omzetclaim huidge aanbod (in mln. €)	20,0
Verschil (in mln. €)	9,1
Benodigde omzet per m² wvo	5.000
Uitbreidingsruimte (in m² wvo)	1.750

Toekomstig functioneren bovengemiddeld

Op basis van de aangegeven uitgangspunten is de distributieve ruimte voor een electrowarenhuis te berekenen. Uitgaande van een, voor een goed functioneren van de subbranche, benodigde omzet per m² wvo van € 5.000,- bedraagt de uitbreidingsruimte tot 2015 ca. 1.750 m² wvo.

[6] Bron: Bolt, E.J., Winkelvoorzieningen op waarde geschat, 2003

3.5 Conclusie

Kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor aangegeven distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De gemiddelde woningbezetting kan bijvoorbeeld hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk gaan stijgen of juist gaan dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het ook van belang aan te geven dat aan kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen vaak meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur bezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bijgekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus helemaal niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

4. HAALBAARHEID EN EFFECTEN

4.1 Kwantitatieve effecten

Beperkt aanbod bruin- en witgoed
Het huidige aanbod aan bruin- en witgoed in Roosendaal blijft in vergelijking met landelijke gemiddelden duidelijk in omvang achter. In het aanbod ontbreken voornamelijk grootschalige aanbieders die een sterke aantrekkende werking op lokale en regionale consumenten uit kunnen oefenen. De algemene trend van schaalvergroting die de bruin- en witgoedbranche de afgelopen jaren heeft gekenmerkt, heeft nog niet in Roosendaal plaatsgevonden. Nabijgelegen plaatsen beschikken wel over grootschalige aanbieders en een gedeelte van de inwoners van Roosendaal is daardoor op dat aanbod gericht.

Ruimte voor uitbreiding aanwezig
De benadering van het huidige functioneren van de bruin- en witgoedbranche toont aan dat het aanbod in Roosendaal momenteel op een relatief hoog niveau functioneert. Dit duidt er op dat er distributieve ruimte is het aanbod uit te breiden. Naar de toekomst toe blijkt deze marktruimte nog wat toe te nemen tot circa 1.850 m² wvo. Ook hiermee wordt het ondervertegenwoordigde aanbod in Roosendaal onderstreept.

Initiatief is kwantitatief passend
De benaderde marktruimte biedt voldoende ruimte voor de uitbreiding van het aanbod volgens de plannen van BCC voor de vestiging van een electrowarenhuis met een bvo van 1.600 m² (= ca. 1.300 m² wvo). Aangezien de plannen binnen de distributieve ruimte blijven en de omzetpotentie voor de bruin- en witgoedbranche in Roosendaal toe zal nemen, mag aangenomen worden dat de vestiging van BCC in Roosendaal geen ongewenste effecten teweegbrengt op reeds gevestigde winkels in deze branche. Uiteraard zal de concurrentie voor het bestaande aanbod toenemen, maar theoretisch zal er geen bestaande electrozaak worden verdrongen.

4.2 Kwalitatieve effecten

Electrowarenhuis is waardevolle aanvulling op bestaand aanbod
Het toevoegen van een electrowarenhuis is kwalitatief gezien een waardevolle aanvulling op de bestaande detailhandelsstructuur van Roosendaal. Door de uitbreiding van het aanbod in de bruin- en witgoedbranche met een electrowarenhuis nemen de keuzemogelijkheden voor de consument toe.

De inwoners van Roosendaal zullen zich hierdoor naar verwachting sterker op het eigen aanbod richten en er kan bovendien gerekend worden op meer omzet van buiten de gemeente.

Inpasbaarheid initiatief binnen het vigerende detailhandelsbeleid
Het gemeentelijke beleid, zoals vastgelegd in de Detailhandelsnota gemeente Roosendaal, biedt niet direct de mogelijkheid voor de vestiging van BCC op de locatie Oostpoort. Volgens de visie dient de locatie namelijk ontwikkeld te worden als volwaardig themacentrum Wonen. Bruin- en witgoed past wel binnen dit concept, maar Oostpoort komt pas in beeld wanneer vestiging in de binnenstad niet mogelijk blijkt. Tegen de achtergrond van de gewenste versterking van de binnenstad zijn volgens de detailhandelsnota namelijk concrete locaties beschikbaar voor dergelijke ontwikkelingen.

Noodzaak tot opwaardering locatie Oostpoort
Oostpoort is dringend toe aan vernieuwing en uitbreiding, zo blijkt ook uit de detailhandelsnota. De inspanningen dienen er op gericht te zijn de lokale en regionale consument terug te winnen. De plannen voor Retailpark Roosendaal spelen daar op in.

Oostpoort is in Roosendaal de enige perifere detailhandelsconcentratie (PDV). Sterke punten zijn de functionaliteit van de locatie, de ligging en bereikbaarheid, de overzichtelijkheid en de parkeergelegenheid. Zwakke punten zijn de samenstelling van het aanbod dat vrij standaard is, de leegstand, de verouderde uitstraling, de herkenbaarheid en het monofunctionele karakter. Deze concentratie vervult vooral een lokale en beperkte regionale rol van betekenis. De kwaliteiten laten te wensen over waardoor zowel de lokale als de regionale consument te snel en te gemakkelijk kiest voor andere aankoopplaatsen (Bergen op Zoom, Etten-Leur en Breda).

Oostpoort woonthemacentrum
De detailhandelsnota gaat uit van het uitbouwen van de locatie tot volwaardig woon-themacentrum. Voor de regionale consument blijft echter de Woonboulevard Breda de dominante aankoopplaats. Het creëren van unieke waarden (bovenregionaal) is te hoog gegrepen binnen de (boven-) regionale context als concurrentie.

Winkels op het gebied van woninginrichting genereren over het algemeen op selectieve momenten publiek, met name in het weekend. Op doordeweekse dagen is het gevaar dat er weinig leven in het gebied is. De 'reuring' is beperkt. Voor de ontwikkeling van Oostpoort moeten de accenten gelegd worden op een compleet en compact aanbod in met name de perifere detailhandel en andere verblijfsduurverlengende functies in een aangename ruimtelijke setting. De clustering van PDV-winkels, zoals beschreven in de detailhandelsnota, biedt hiervoor de mogelijkheden.

Maar ook grootschalige electrozaken zijn relatief bezoekersintensief en zijn deels ook duidelijk op recreatief winkelen (in)gericht (hoog fungehalte). Zij zijn daardoor belangrijk voor de doorbloeding van de binnenstad. Het is voor de binnenstad van Roosendaal daarom belangrijk deze branche te versterken en vorm te geven aan de algemene trend van schaalvergroting. Voor het functioneren van het huidige aanbod kan het aan te bevelen zijn in te zetten op schaalvergroting en eventuele verplaatsing van de huidige aanbieders.

4.3 Afweging en advies

Vanwege het beperkte aanbod en het ontbreken van grootschalige formules in Roosendaal concluderen wij dat de vestiging van grootschalig aanbod in de bruin- en witgoedbranche op meerdere plaatsen in Roosendaal neer kan strijken, deze trend komen we in steeds meer steden tegen. De benaderde distributieve ruimte biedt daar voldoende mogelijkheden voor. De binnenstad is volgens het beleid de aangewezen plek, maar ook Oostpoort biedt daarvoor goede mogelijkheden, juist vanwege het verschillende karakter van beide detailhandelsconcentraties en de daarbij behorende verschillende bezoekmotieven. In de binnenstad zien we voldoende ruimtelijke mogelijkheden het bruin- en witgoedaanbod te versterken door bijvoorbeeld verplaatsing en schaalvergroting van It's. Een electrowarenhuis op Oostpoort sluit goed aan bij de uitgangspunten van laagfrequent en doelgericht aankopen doen. Het geeft het gebied een impuls en heeft minimale negatieve effecten op de bruin- en witgoedbranche in Roosendaal (speciaalzaken).

Volgens BRO kan de vestiging van BCC op Oostpoort bijdragen aan de versterking van de Roosendaalse detailhandelsstructuur en het toekomstperspectief van de locatie Oostpoort. Deze versterking biedt de consument meer keuzemogelijkheden en keuzevrijheid. De versterking van de locatie Oostpoort (Retailpark Roosendaal) als winkellocatie draagt bovendien bij aan de ambitie van de gemeente Roosendaal haar winkelfunctie in de regio uit te bouwen. De binnenstad van Roosendaal kan vanwege combinatiebezoek profiteren van de versterking van het winkelaanbod op Oostpoort, indien vastgehouden wordt aan het verschil in winkelmotief (recreatief winkelen versus laagfrequent en doelgericht aankopen doen).

Om de branche voldoende zichtbaar binnen het thema van Oostpoort te laten zijn, is grootschaligheid voor de vestiging van een electrowarenhuis gewenst. Dergelijke zaken zijn relatief bezoekersintensief en dragen daarmee bij aan de levendigheid van de woonboulevard. Om parkeeroverlast te voorkomen, vraagt de ruimtelijke inpassing wel aandacht.

Electrowarenhuis op Oostpoort
Bruin- en witgoed past in principe goed bij het thema wonen. Electrozaken kunnen worden gezien als integraal onderdeel van het thema wonen en als zodanig passend bij een woonboulevard. Audio- en videoapparatuur maken, evenals computers en witgoed, onmiskenbaar deel uit van de directe woonomgeving en zijn mede bepalend voor de inrichting van woningen. Interessant is in dit verband bijvoorbeeld dat verlichting vroeger tot electro werd gerekend, maar inmiddels tot de woonbranche. Verlichting is ook al op Oostpoort aanwezig.

Het volumineuze karakter van veel van de gevoerde artikelen (koelkasten, tv's, etc.) pleit daarnaast voor perifere vestiging, evenals het feit dat deze artikelen tegenwoordig ook vaak verkocht worden in keuken-/sanitairzaken, bouwmarkten en woonwarenhuizen. Landelijk komen electrozaken ook al veel meer voor op perifere detailhandelsconcentraties (o.a. Breda, Tilburg, Venlo, Almelo, Hengelo, Arnhem, Deventer, Nijmegen, Leeuwarden, Zaanstad, Middelburg).

De vestiging van een electrowarenhuis op Oostpoort draagt bij aan de gewenste versterking en opwaardering van het gebied. Door de aantrekkende werking op consumenten uit zowel Roosendaal als de regio kan het een impuls betekenen voor de gevestigde ondernemingen en tevens van invloed zijn de belangstelling van andere partijen zich op de locatie te vestigen. Grootschalige electrowarenhuizen zijn bovendien relatief bezoekersintensief en zorgen daarom ook door de week voor veel levendigheid in het gebied. Zie bijvoorbeeld de Mediamarkt op de woonboulevard in Breda.

Combinatiebezoek
Vanwege de ligging en goede bereikbaarheid mag verwacht worden dat het verzorgingsbereik van Oostpoort uitgebreid kan worden bij een versterking van het aanbod. Consumenten uit de regio kunnen het bezoek aan Oostpoort eenvoudig combineren met een bezoek aan de binnenstad van Roosendaal. Men is immers toch al in de buurt en de aansluiting op het centrum is goed. Het zal echter niet gaan om grote aantallen bezoekers en de verwachtingen mogen op dit punt daarom ook niet te hoog gesteld worden.

Meerwaarde electrowarenhuis voor de binnenstad
De binnenstad van Roosendaal dient versterkt te worden als recreatief koopcentrum voor consumenten uit Roosendaal en de regio. De binnenstad vraagt hierbij om krachtige impulsen, zowel ruimtelijk als functioneel. Dit houdt tevens in dat de binnenstad aanzienlijk uitgebreid dient te worden met winkelmeters.

Het zijn met name de modische en aanverwante branches (warenhuis, optiek, juwelier, media, speelgoed, etc.) die het recreatieve winkelen-karakter van de binnenstad bepalen en waar versterking in doorgevoerd dient te worden.