

Rosmalen

Actualisatie marktvisie retail



WPM Groep

www.wpmgroep.nl

Opdrachtgever:

Gemeente 's-Hertogenbosch

Opsteller:

Drs. Rien Romijn – WPM Research & Consultancy

Ir. Johan Haringsma – WPM Research & Consultancy

Datum:

Oktober 2012

Kenmerk:

R120400

Inhoudsopgave

Samenvatting	6
1. Kader voor actualisatie	8
1.1 De marktcontext	8
1.2 Primair marktgebied snel gegroeid	9
1.3 Nieuwe prognoses t.o.v. DPO 2007 en brancheringsvisie 2011	10
1.4 Winkelaanbod weinig veranderd	12
1.5 Functioneren van de winkelgebieden	13
1.6 Leegstand	13
1.7 Conclusies marktcontext.....	13
2. Marktpositie en ambities	14
2.1 Toelichting dagelijkse verzorgingspositie.....	14
2.2 Toelichting niet-dagelijkse verzorgingspositie.....	14
2.3 Berekening uitbreidingspotentie	15
2.4 Uitbreidingspotentie dagelijks	16
2.5 Uitbreidingspotentie niet-dagelijks	17
2.6 Conclusies haalbaar aanbod totaal	18
3. Ambities en beleidsrichting	19
3.1 Doelstellingen	19
3.2 Potentie naar type winkelgebied.....	20
3.3 Perspectief binnen het marktgebied	20
3.4 Rosmalen-centrum	21
3.5 De Groote Wielen: tijdelijk en definitief.....	21
3.6 Molenhoekpassage	22
3.7 Markteffecten en ontwrichting.....	22
3.8 Van aanbod- naar gebruikersgerichte plannen	23
3.9 Ervaringen met effecten in soortgelijke centrumgebieden.....	24
3.10 Conclusies ambities	24
Bijlagen	25
Bijlage I: Benchmark winkelaanbod	26
Vergelijking op woonplaatsniveau	26
Naar type winkelgebied.....	27
Vergelijking op centrumniveau	28
Conclusies uit de benchmark	29
Bijlage II: Plannen in Rosmalen en omgeving	30

Bijlage III: Trends in retailland	31
Leegstand.....	31
Impact internet	32
Consumentenvertrouwen en -bestedingen	33
Conclusies van de retailtrends voor de winkelmarkt	34
Bijlage IV: Referentieprojecten	36
Bijlage V: Relevante studies	38

Samenvatting

WPM Research & Consultancy heeft de marktvisie voor Rosmalen geactualiseerd. We scheppen een actueel en helder kader om de bestaande plannen met nieuwe retail te toetsen en ten opzichte van elkaar af te kunnen wegen. Het belang van een sterke detailhandelstructuur en een goed functioneren van de individuele winkelgebieden staat daarbij centraal.

Rosmalen is een bijzonder marktgebied. Ze is de afgelopen decennia uitgegroeid van een dorp tot een middelgrote woonplaats met een suburbaan karakter, en zal de komende jaren naar verwachting blijven groeien. Rosmalen kent een aantrekkelijk woonklimaat en een koopkrachtig en relatief jong draagvlak. Omdat het aandeel eigen woningbezit relatief hoog is en de meeste instromers een belangrijke stap maken in hun wooncarrière, is het belang groot om zorg te dragen voor een goed voorzieningsniveau ten behoeve van het woon- en verblijfsklimaat.

Het winkelaanbod in de Rosmalense winkelgebieden is de laatste 10-15 jaar nauwelijks gegroeid, Rosmalen kent weinig leegstand en er is sprake van een heldere detailhandelstructuur. Haar drie winkelgebieden kennen een verschillende verzorgingsfunctie en functioneren normaal tot goed omdat de leegstand en mutatiegraad bij de ondernemers beperkt zijn:

- Rosmalen-centrum met een functie voor heel Rosmalen en aanvullend haar omgeving zoals Empel, aangrenzende stadsdelen en omliggende dorpen. Deze verzorgingsfunctie maakt ze momenteel niet volledig waar door haar beperkte kritische massa en trekkracht, individuele ondernemers daargelaten;
- De Molenhoekpassage in Rosmalen-Zuid die ook klanten trekt uit overig Rosmalen;
- De tijdelijke winkelvoorziening in De Groote Wielen met een verzorgingsfunctie voor het groeiende draagvlak in deze nieuwbouwwijk;
- Het overige verspreid gelegen winkelaanbod vervult een ondersteunende functie, met enkele grootschalige functies met een bovenlokale verzorgingsfunctie.

Uit de benchmark kan opgemaakt worden dat Rosmalen relatief onderbewinkeld is. Dat geldt voor zowel het totale winkelaanbod als voor het centrumgebied, en voor zowel het dagelijkse als het niet-dagelijkse winkelaanbod. De ondersteunende centra zijn in de dagelijkse sector wat oververtegenwoordigd.

Vanuit de algemene trends in de winkelmarkt houden we rekening met de actuele landelijke ontwikkelingen zoals de leegstand, het nieuwe winkelen en in het consumenten- en ondernemersvertrouwen. De winkelbestedingen groeien nauwelijks op individuele branches na, en de vraag naar winkelruimte vanuit de ondernemers maakt een pas op de plaats.

Gezien haar onderbewinkeling in een groeiend en koopkrachtig marktgebied steekt Rosmalen gunstig af ten opzichte van andere marktgebieden en liggen er voldoende kansen voor een impuls in het winkelvoorzieningsniveau.

Markttechnisch blijven er voldoende mogelijkheden om in Rosmalen en haar drie winkelgebieden het aanbod met de voorziene plannen uit te breiden. Dat geldt voor zowel de dagelijkse sector als de niet-dagelijkse sector op basis van reëel ingeschatte koopstromen. De branches 'in/om het Huis' zijn buiten beschouwing gelaten omdat die met name buiten de reguliere winkelcentra gevestigd zijn. Als de plannen in de drie winkelcentra gerealiseerd zijn blijft Rosmalen ten opzichte van de benchmark relatief onderbewinkeld. Er zal geen sprake zijn van overbewinkeling, een gunstige Ausgangssituation om ook in de toekomst op de potentiële retailersvraag in te spelen.

Beschouwen we de winkelplannen in Rosmalen zoals in het centrum met Kom Zuid en in de Molenhoekpassage en de tijdelijke winkels in De Grootte Wielen, dan verwachten wij dat bij geen van deze plannen, in welke volgorde dan ook of tegelijk, er een ontwrichting van het voorzieningsniveau zal optreden. Het primaire belang van de consument wordt hierbij niet geschaad. Tenslotte zetten deze plannen in op de versterking van de detailhandelstructuur en de drie winkelgebieden, en hun onderlinge complementariteit. Er worden kansen geboden aan de retaildynamiek, en biedt ondernemers perspectief om middels eigentijdse huisvestingscondities in te spelen op de marktvraag en veranderende consumentenbehoeften. De realisatie van een plan als Kom Zuid zal naar verwachting effecten kunnen hebben op het bestaande centrumgebied. Ervaringen met soortgelijke centrumprojecten leren dat deze doorgaans tijdelijk van aard zijn en een stimulans geven aan het bestaande ondernemerschap en investeringsklimaat. Dat is goed voor de klant en inwoners van Rosmalen zodat die optimaal bediend worden.

Gezien de langere voorgeschiedenis van een aantal plannen, met name Kom Zuid maar ook de Molenhoekpassage, is het van belang dat Rosmalen op korte termijn zicht krijgt op de daadwerkelijke realisatie van de plannen.

1. Kader voor actualisatie

De gemeente 's-Hertogenbosch heeft WPM Research & Consultancy gevraagd het distributieplanologisch onderzoek Rosmalen uit 2007 te actualiseren. Voorliggende marktvisie is daarvan het verslag. Rekening wordt gehouden met recente ontwikkelingen in de retailmarkt die van invloed zijn op de planvorming rond het centrumplan Rosmalen, uitbreiding van de tijdelijke winkelvoorzieningen in De Grote Wielen en de relatie met het plan van de Molenhoekpassage. Allereerst gaan wij in op enkele bijzonderheden in de marktcontext en veranderingen die zich sindsdien hebben voorgedaan. In de bijlagen is de gebruikte achtergrondinformatie opgenomen die we bij het lezen van de marktvisie als bekend veronderstellen:

- i. Een benchmark van het winkelaanbod in Rosmalen;
- ii. De relevante winkelplannen in Rosmalen en omgeving;
- iii. De algemene trends in retailland;
- iv. Referenties van centrumprojecten en de ervaringen hiermee;
- v. De relevante studies die gebruikt zijn.

1.1 De marktcontext

Rosmalen (exclusief Hintham) is sinds de jaren '60 uitgegroeid van een dorp in een landelijke omgeving naar een forensenplaats. Rosmalen kenmerkt zich door een suburbaan en prettig woonmilieu, gelegen tussen de grote stad en de landelijke omgeving van het Maasland. Het stadsdeel bestaat uit de wijken Rosmalen-Noord, Rosmalen-Zuid en de Vinex-locatie De Grote Wielen.



De woonplaats wordt afgescheiden van haar omgeving door infrastructuur zoals de beide snelwegen en de Maas, en doorsneden door 'de Brabantse Lijn' ofwel spoorlijn 's-Hertogenbosch-Oss-Nijmegen. Vanwege fysieke uitbreidingsmogelijkheden vervult Rosmalen een regionale opvangfunctie voor vooral nieuwe eengezinswoningen, in mindere mate voor nieuwe bedrijventerreinen en overige voorzieningen.

Nadat de snelweg A2 is verdubbeld in capaciteit is nu de nieuwe Zuid-Willemsvaart in aanbouw. Die zal samen met een ecologische verbindingzone een extra barrière vormen ten opzichte van de stad. Dat geldt niet zozeer voor het autoverkeer en openbaar vervoer, als alles gereed is medio 2014 zal een aantal nieuwe verbindingen over het kanaal daarin voorzien. De barrièrewerking van het kanaal zal door het overbruggen van het hoogte- en breedteverschil toenemen

voor het langzame verkeer, bijvoorbeeld om op de fiets winkelcentra te bezoeken buiten het eigen dorp.



Figuur: de nieuwe Zuid-Willemsvaart en de verbindingen met de stad

1.2 Primair marktgebied snel gegroeid

Het marktgebied Rosmalen (exclusief Hintham) is sterk aan het veranderen. Waar vanaf de jaren '90 tot 2005 het aantal inwoners relatief stabiel was rond de 22.500 tot 23.500, was dit ten tijde van het DPO 2007 gegroeid naar 24.500 inwoners, begin 2012 wonen er 28.300 inwoners. Uit bijgaande tabel zijn enkele bijzondere kenmerken van het marktgebied af te leiden waarmee het winkelaanbod rekening kan houden.

Kenmerk	Gemeente		
	Nederland	's-Hertogenbosch	Rosmalen
Inwoners 2005	16,3 mln	134.005	23.500
Inwoners 2007	16,4 mln	135.675	24.500
Inwoners 2011	16,6 mln	140.820	27.750
Inwoners 2012	16,7 mln	141.900	28.290
<15 Jaar	17%	17%	20%
15-24 jaar	12%	12%	11%
25-44 jaar	27%	30%	27%
45-64 jaar	28%	27%	29%
65 jaar en ouder	16%	14%	13%
Inkomensindex	100	105	112
% niet-west. allochtonen	11%	10%	3%
Gem. gezinsomvang	2,25	2,3	2,6
% koopwoningen	55%	56%	74%
% sociale huur	32%	38%	20%

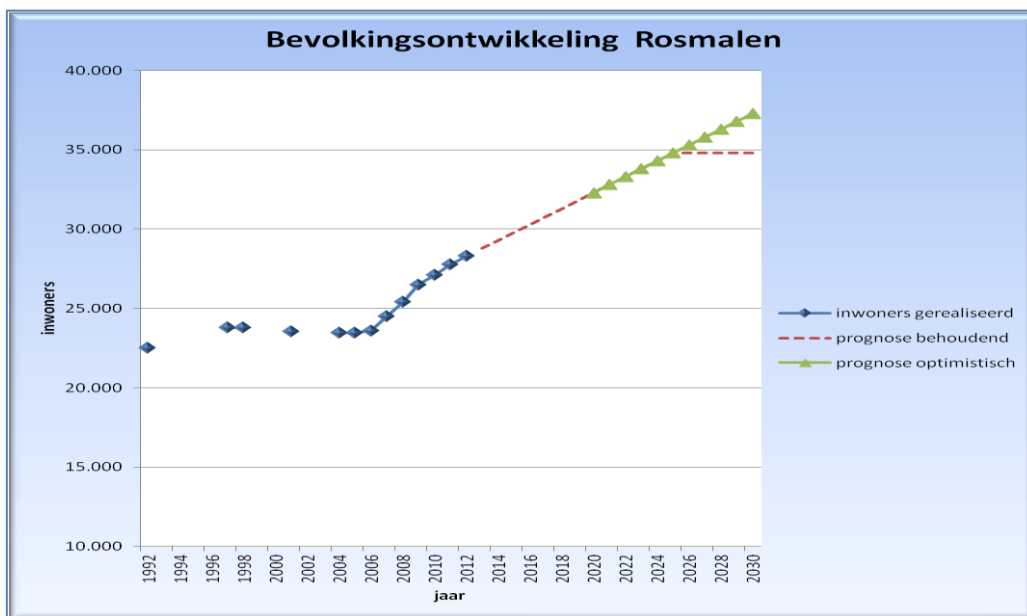
Bron: gemeente en CBS.

1.3 Nieuwe prognoses t.o.v. DPO 2007 en brancheringsvisie 2011

In het dpo van 2007 werd de aanname gedaan dat Rosmalen zou doorgroeien naar 30.000 inwoners in 2010, 35.000 in 2015 en 40.000 in 2020. De werkelijke groei blijft hierbij achter en de prognose richting 2015 en 2020 wordt lang niet gehaald. Ook de prognose in de brancheringsvisie van 2011 is iets te hoog.

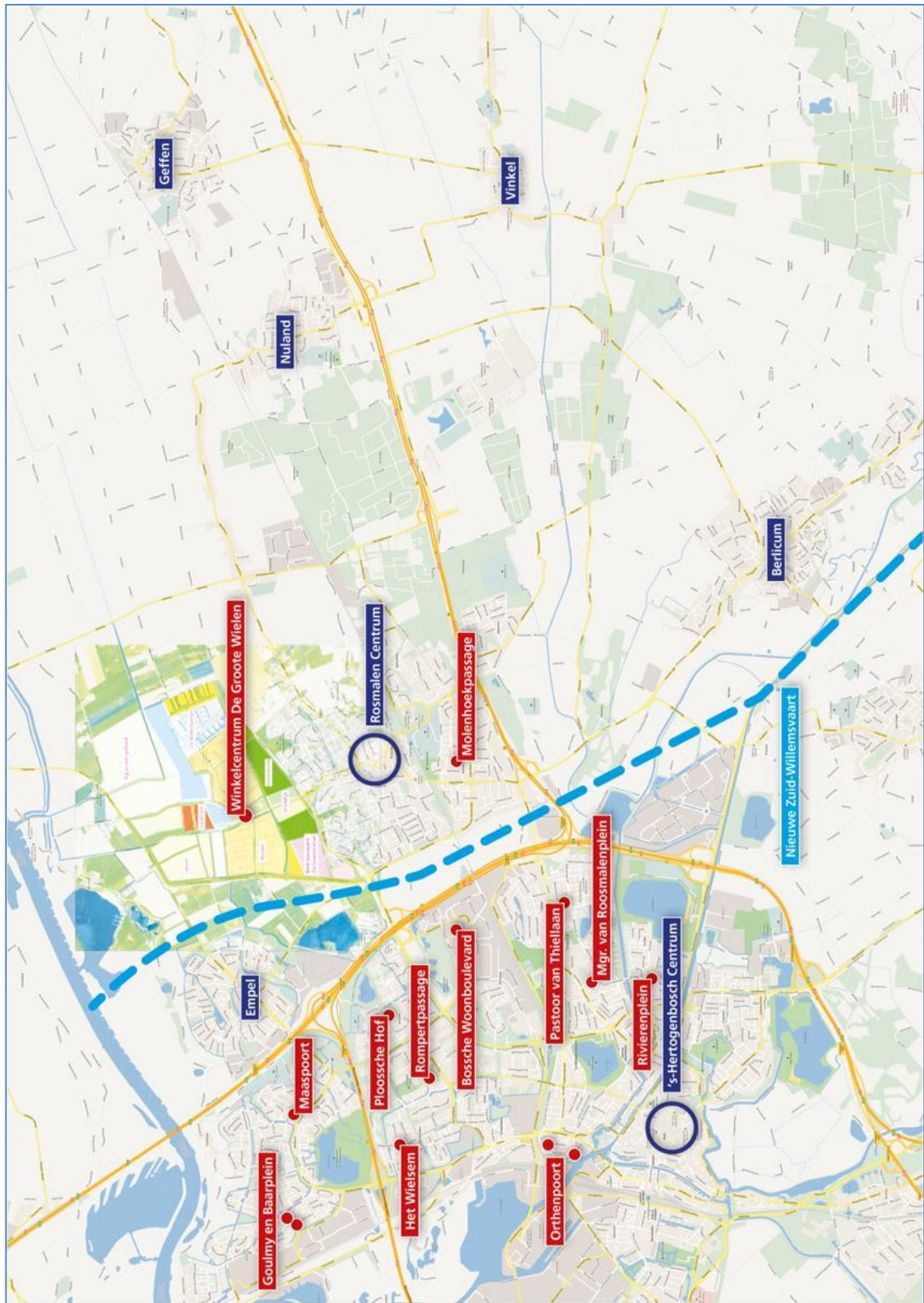
De bevolkingsgroei wordt vooral beïnvloed door de woningbouw in De Grote Wielen. De woningnieuwbouw lag tot en met 2010 op een niveau van 400 tot 500 nieuwe woningen per jaar, teruggelopen tot circa 300 in 2011. In 2011 was de bevolkingsgroei met 540 inwoners voor een derde te danken aan natuurlijke aanwas, en voor tweederde dankzij verhuizingen binnen of buiten gemeente. De gemeente gaat ervan uit dat vanaf 2012 het bouwprogramma terug gebracht wordt naar circa 200 nieuwe woningen per jaar.

Actualisatie van de bevolkingsgroei leidt tot een groei van circa 500 inwoners per jaar, naar 32.300 inwoners in 2020. Voor de langere termijn blijft gelden dat Rosmalen de fysieke mogelijkheden heeft om bij het aantrekken van de woningmarkt in de regionale marktvrage te voorzien.



Volgens de huidige inzichten zal het inwoneraantal in 2030 tussen de 34.800 tot 38.000 bedragen.

Bevolkingsprognoses			
Jaartal	DPO 2007	Brancheringsvisie 2011	Prognose 2012
2012			28.300
2015	35.000	29.200	29.800
2020	40.000	34.000	32.300
2025		38.000	34.800
2030			34.800-38.000



Rosmalen – Actualisatie marktvisie retailontwikkelingen

1.4 Winkelaanbod weinig veranderd

De winkelstructuur in Rosmalen

Rosmalen beschikt over drie winkelconcentraties. Daarnaast is er sprake van verspreide bewinkeling in het dorp, waarbij aan de Oude Baan en langs de Graafsebaan meerdere winkels gevestigd zijn.

m2 wvo Winkelgebied	Dagelijks a.v.	Dagelijks m2 wvo	Niet-dagelijks a.v.	Niet-dagelijks m2 wvo	Totaal 2012 a.v.	Totaal 2012 m2 wvo
Rosmalen-centrum	17	3.513	60	8.721	77	12.234
Molenhoekpassage	8	1.978	7	1.105	15	3.083
De Groote Wielen	3	1.341	0	0	3	1.341
Overig Rosmalen	1	48	38	19.652	39	19.700
Rosmalen	29	6.880	105	29.478	134	36.358

Bron: Locatus, gegevens van voorjaar 2012.

Ten opzichte van vorige onderzoeken is het winkelmetrage weinig veranderd. Wel hebben er sinds het DPO 2007 enkele mutaties plaatsgevonden, zoals de realisatie van de tijdelijke winkelvoorzieningen in De Groote Wielen, de oplevering van een nieuwe bouwmarkt en de sluiting van Jumbo Graafsebaan.

m2 wvo Winkelgebied	2012	2010	2007	2005	1998
Rosmalen-centrum	12.234	12.563	11.339	11.864	10.750
Molenhoekpassage	3.083	3.142	2.597	2.630	2.160
De Groote Wielen	1.341	1.341	0	0	0
Overig Rosmalen	19.700	19.727	19.657	13.541	10.690
Rosmalen	36.358	36.773	33.593	28.035	23.600

Opm. In de Molenhoekpassage is de tweedehandswinkel na 2007 als detailhandel meegerekend.

Aantal vestigingen Winkelgebied	2012	2010	2007	2005	1998
Rosmalen-centrum	77	76		76	87
Molenhoekpassage	15	15		14	16
De Groote Wielen	3	3		0	0
Overig Rosmalen	39	40		34	29
Rosmalen	134	134	Niet bekend	124	132

De allerlaatste winkeldata

Oktober 2012 zijn vlak voor de eindrapportage van deze marktvisie de meest actuele Locatus-gegevens ontvangen. Er heeft een complete winkelinventarisatie plaatsgevonden in april 2012, met later nog aanvullende mutaties. Deze cijfers wijken slechts beperkt af van de gegevens in de tabellen. De totale omvang per winkelgebied is nauwelijks veranderd, met kleine verschuivingen tussen de branches onderling. Bij een enkele solitaire winkel in de branchegroep 'In/om het Huis' is de mutatie groter, maar dat heeft geen consequenties voor de aanpak en conclusies van deze marktvisie.

1.5 Functioneren van de winkelgebieden

Bekend is dat winkelcentrum Molenhoekpassage goed functioneert. Het trekt niet alleen klanten uit de eigen wijk Rosmalen-Zuid maar ook uit de rest van Rosmalen en omgeving. Ook de tijdelijke winkelvoorziening in De Grootte Wielen functioneert steeds beter, dankzij de groei van het aantal inwoners van de nieuwbouwwijk. Het winkelsteunpunt ervaart op piekmomenten knelpunten in de verwerking van de klanten- en verkeersstromen.

Rosmalen-centrum vertoont een minder eenduidig beeld hoe het winkelaanbod functioneert. Dat zal tussen de individuele ondernemers sterk kunnen verschillen. Het aantal wisselingen in het ondernemersbestand is in de loop der jaren relatief beperkt, hieruit kan opgemaakt worden dat het winkelaanbod redelijk normaal functioneert.

1.6 Leegstand

De leegstand aan winkelruimte in Rosmalen bedraagt per voorjaar 2012 2.870 m² wvo, de allerlaatste cijfers van oktober 2012 wijken hiervan nauwelijks af. De leegstand is relatief beperkt omdat zij wordt gedomineerd door de voormalige Jumbo Graafsebaan op de Big Boss-locatie van 1.600 m² wvo. Deze staat sinds 2009 leeg. Ten tijde van de 'Structuurvisie Detailhandel 2010-2015'

van WPM (cijfers april 2010) lag het leegstandscijfer op 2.650 m² wvo. Leegstand is altijd sterk afhankelijk van het meetmoment en individuele mutaties. In de drie winkelcentra van Rosmalen is slechts beperkt sprake van leegstand, in Rosmalen-centrum is dat ook strategische leegstand van enkele panden in afwachting van het plan Kom Zuid.

Rosmalen		
Branchegroep	a.v.	m ² wvo
Dagelijks	29	6.880
Niet-dagelijks	105	29.478
Mode-luxe	47	7.118
Vrijetijd	15	2.100
In/om huis	36	19.380
Overig	7	880
<i>Niet-dag. excl. In/om huis</i>	<i>69</i>	<i>10.098</i>
Totaal	134	36.358
Leegstand		2.870

1.7 Conclusies marktcontext

Rosmalen is een bijzonder marktgebied. Ze is uitgegroeid van een dorp tot een middelgrote woonplaats met een suburbaan karakter en zal de komende jaren blijven groeien. Het winkelaanbod is de laatste jaren in kwantitatieve zin nauwelijks gegroeid en er is weinig leegstand. Rosmalen kent een heldere detailhandel-structuur met drie winkelgebieden die normaal tot goed functioneren.

2. Marktpositie en ambities

Het winkelaanbod in Rosmalen heeft niet alleen een verzorgingsfunctie voor de eigen inwoners maar ook voor het overige deel van de gemeente en voor de regio. Deze trekkracht is sterk afhankelijk van het type winkelgebied en de branche.

2.1 Toelichting dagelijkse verzorgingspositie

De gemeente 's-Hertogenbosch is bij de koopstromen in de dagelijkse sector voor circa 17% op het aanbod in Rosmalen georiënteerd. Dat cijfer lag in 2008 op 19%, en in 2004 op 17%. Dit percentage zou eigenlijk in de loop der jaren een stijgende lijn moeten vertonen, wetende dat in 2004 18% van de gemeentelijke inwoners in Rosmalen woonde en inmiddels 20%. Omdat dit marktaandeel van Rosmalen niet stijgt, mag daaruit de conclusie getrokken worden dat het dagelijkse winkelaanbod in Rosmalen onvoldoende weet in te spelen op de extra draagvlakpotentie dankzij met name De Groote Wielen.

Voor het stadsdeel Rosmalen ligt de koopkrachtbinding in de dagelijkse sector op 71%. Dit is een erg laag cijfer voor een stadsdeel dat aan de rand van de stad ligt, op grote afstand van andere winkelcentra en de binnenstad. Deze koopkrachtbinding is veel lager dan tijdens de vier vorige koopstroommetingen (1997-2000-2004-2008) waarbij het cijfer altijd tussen de 89% en 97% lag.

We sluiten niet uit dat de Rosmalense inwoners voor de wekelijkse bulkaankopen om bepaalde redenen uitwijken naar winkelcentra in andere stadsdelen, Dat zou te maken kunnen hebben met de keuze tussen meerdere supermarkten bij elkaar zoals in de stadsdelen Oost (Pastoor van Thiellaan) en Noord (Rompertpassage) en Maaspoort, de trekkracht van een groter winkelcentrum of met de garantie op voldoende parkeren.

De koopkrachttoevloeiing van buiten Rosmalen kunnen we afleiden als de cijfers op gemeentelijk en stadsdeelniveau worden vergeleken. Dan concluderen we dat 83% van de klanten uit Rosmalen zelf komt, ofwel 17% is afkomstig uit de overige stadsdelen. Deze 17% is exclusief een verzorgingsfunctie voor de omliggende dorpen buiten de gemeentegrens.

Marktgebied		's-Hertogenbosch	Rosmalen	Aandeel Rosmalen
Draagvlak		141.900	28.300	
Dagelijks	Orientatie op Rosmalen	17%	71%	
Aantal consumenten		24.123	20.093	83%
Niet-dagelijks	Orientatie op Rosmalen	15%	47%	
Aantal consumenten		21.285	13.301	62%

2.2 Toelichting niet-dagelijkse verzorgingspositie

De gemeente 's-Hertogenbosch is bij de koopstromen in de niet-dagelijkse sector voor circa 15% op het aanbod in Rosmalen georiënteerd, dat cijfer is een licht herstel ten opzichte van eerdere koopstroommetingen die altijd rond de 14-15%

lagen en in 2008 12% bedroeg. Ook voor de niet-dagelijkse sector geldt dat het normaal zou zijn geweest als dit marktaandeel sinds 2005 gestegen was gezien de toename van het eigen draagvlak dankzij de woningbouw. Het winkelaanbod dat aanwezig is lijkt onvoldoende in te spelen op de marktkansen, de koopstromen zijn achtergebleven.

Rosmalen zelf is voor 47% georiënteerd op het eigen niet-dagelijkse aanbod. De meeste niet-dagelijkse koopkracht vloeit af naar de binnenstad, Noord (Bossche Woonboulevard, Rompertpassage), in mindere mate Oost.

Qua koopkrachttoevoeiing is af te leiden dat als 62% van de gemeentelijke klanten uit Rosmalen komt (zie laatste tabel), dat 38% van deze klanten niet uit Rosmalen komt: dit is beide exclusief klandizie van buiten de gemeentegrens. 38% toevoeiing van elders uit de gemeente is een relatief hoge score, deze klanten komen met name uit de stadsdelen Maaspoort / Empel en Oost.

Als we naar de uitsplitsing van de verschillende branches binnen de niet-dagelijkse sector kijken, dan blijkt Rosmalen een veel hoger marktaandeel te scoren in de branches Bruin-witgoed en Doe-het-zelf / Tuin. Dat is te danken aan het relatief grootschalige en moderne karakter van deze branches in Rosmalen. Het beeld van de totale niet-dagelijkse sector wordt daardoor beïnvloed. Exclusief 'In/om het Huis' zal de koopkrachttoevoeiing beduidend lager liggen.

2.3 Berekening uitbreidingspotentie

Op het niveau van het stadsdeel Rosmalen hebben we voor het bepalen van de uitbreidingspotentie voor de volgende aanpak gekozen:

- de cijfers van 2012 geven een beeld van het huidige functioneren van het winkelaanbod op basis van de bestaande koopstromen;
- de cijfers voor 2020 en 2025 geven een beeld van het ontwikkelingsperspectief, waarbij er vanuit gegaan wordt dat het winkelvoorzieningsniveau wordt verhoogd met de huidige plannen (bijlage II).
- We hebben voor de jaartallen 2012-2020-2025 gekozen in het belang van het perspectief op wat langere termijn. Mochten er winkelplannen al eerder tot uitvoering komen en worden opgeleverd, dan heeft dat direct invloed op de koopstromen en de uitbreidingspotentie. De invloed van de kleinere projecten zal hierbij niet zo groot zijn, voor een groter plan ligt dat anders. Een centrumplan heeft doorgaans enkele jaren nodig alvorens het op een marktconform niveau functioneert. Retailers weten dat uit ervaring, de consument moet hieraan nog wennen en past geleidelijk zijn winkelgedrag aan. Vaak worden er in de eerste jaren nog afrondingswerkzaamheden en vervolginvesteringen gepleegd, waarbij de openbare ruimte pas later aan het gewenste verblijfsklimaat voldoet, 2020 is dan een goed jaar om mee te rekenen.

Gebruikte cijfers

Het draagvlak in Rosmalen is gebaseerd op het huidige inwonertal, voor de nabije toekomst gaan we uit van een bescheiden groei met 500 inwoners per jaar. De detailhandelsbestedingen en de landelijke normen voor de omzet per m2 wvo worden naar de toekomst gelijk gehouden (bron: Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek juli 2012). De bestedingen per inwoner zijn iets gecorrigeerd voor het hogere inkomensniveau in Rosmalen.

2.4 Uitbreidingspotentie dagelijks

Zoals gezegd is in 2011 een dagelijkse koopkrachtbinding gemeten van 71%. Een niveau van 80-85% moet zeker haalbaar zijn als het dagelijks winkelaanbod op orde is gebracht. De koopkrachttoevoeiing wordt van 20-25% iets teruggebracht naar 15-20% omdat het aantal inwoners van Rosmalen doorgroeit en het aantal klanten van elders verhoudingsgewijs iets zal afnemen. Het uitbreidingsperspectief neemt toe van 1.700 m2 wvo nu in de richting van 3.800 (2020) tot 4.600 m2 wvo (2025). Aan die uitkomst zit een zekere marge van plus of min 10%, afhankelijk van met welke percentages gerekend wordt.

Dagelijkse sector	2012	2020	2025
Aantal inwoners	28.300	32.300	34.800
Bestedingen per inwoner gecorr.	€ 2.340	€ 2.340	€ 2.340
Bestedingspotentieel	€ 66.222.000	€ 75.582.000	€ 81.432.000
Koopkrachtbinding	71%	82,5%	82,5%
Totaal gebonden bestedingen	€ 47.017.620	€ 62.355.150	€ 67.181.400
Koopkrachttoevoeiing (in % omzet)	22,5%	17,5%	17,5%
Omzet dankzij toevoeiing	€ 13.650.277	€ 13.226.850	€ 14.250.600
Totale bestedingen	€ 60.667.897	€ 75.582.000	€ 81.432.000
Normatieve omzet per m2 wvo	7100	7100	7100
Haalbare omvang in m2 wvo	8545	10645	11469
Huidige omvang in m2 wvo	6880	6880	6880
Uitbreidingsruimte in m2 wvo	1665	3765	4589
Uitbreidingsruimte in m2 bvo	2081	4707	5737
Marge	+/-10%	+/-10%	+/-10%
Haalbaar per 1.000 inw. Rosmalen	302	330	330
Werkelijk per 1.000 inw. landelijk	343	343	343

Uit het haalbaar geachte metrage op basis van de DPO-berekening blijkt dat per 1.000 inwoners het aanbod in Rosmalen beter in de pas loopt met de landelijke cijfers.

De uitkomsten liggen lager dan het DPO 2007 die een toevoeging haalbaar achtte van circa 5.000 m2 wvo in 2015 en circa 6.700 m2 wvo in 2020 (dat gold beide voor de branche voedings- en genotmiddelen, VGM). De onderliggende berekeningen zijn geactualiseerd en door ons op een haalbaar niveau ingeschat. De uitkomsten blijken voldoende om de huidige winkelplannen in Rosmalen-centrum en met de Molenhoekpassage en De Groote Wielen in te vullen met dagelijks winkelaanbod.

2.5 Uitbreidingspotentie niet-dagelijks

Eenzelfde berekening is gemaakt voor de niet-dagelijkse sector. Om de uitkomsten zuiver te houden is de gehele branchegroep 'In/om het Huis' (wonen, doe-het-zelf, tuin-dier, electro, auto-fiets) uit het aanbod en de bestedingen gehaald.

Een oriëntatie op het Rosmalense winkelaanbod van 45% zoals nu gemeten in de richting van 50-55% wordt zeker haalbaar geacht. Ook hier zal het aandeel toevloeiing wat onder druk komen te staan, en zal verminderen van 30% naar circa 25% op het niveau van geheel Rosmalen. Het centrumgebied of specifieke aanbieders elders in het dorp zullen een hogere toevloeiing kunnen realiseren.

Niet-dagelijks excl. In/om huis	2012	2020	2025
Aantal inwoners	28.300	32.300	34.800
Bestedingen per inwoner gecorr.	€ 1.272	€ 1.272	€ 1.272
Bestedingspotentieel	€ 35.997.600	€ 41.085.600	€ 44.265.600
Koopkrachtbinding	45%	52,5%	52,5%
Totaal gebonden bestedingen	€ 16.198.920	€ 21.569.940	€ 23.239.440
Koopkrachttoevloeiing (in % omzet)	30%	25%	25%
Omzet dankzij toevloeiing	€ 6.942.394	€ 7.189.980	€ 7.746.480
Totale bestedingen	€ 23.141.314	€ 28.759.920	€ 30.985.920
Normatieve omzet per m2 wvo	€ 2.355	€ 2.355	€ 2.355
Haalbare omvang in m2 wvo	9.826	12.212	13.158
Huidige omvang in m2 wvo	10.098	10.098	10.098
Uitbreidingsruimte in m2 wvo	Geen	2.114	3.060
Uitbreidingsruimte in m2 bvo	Geen	2.643	3.824
Marge	+/-10%	+/-10%	+/-10%
Haalbaar per 1.000 inw. Rosmalen	347	378	378
Werkelijk per 1.000 inw. landelijk	518	518	518

De uitkomst ontwikkelt zich van het ontbreken van uitbreidingsruimte op basis van de huidige koopstromen, in de richting van 2.000 tot 3.000 m2 wvo toevoeging, ofwel circa 4.000 m2 bvo in de periode 2020-2025. Ook hierop zit een marge van circa 10%, afhankelijk van met welke percentages gerekend wordt.

Deze uitkomsten zijn veel bescheidener dan in het DPO van 2007: circa 6.500 m2 wvo in 2015, en 9.300 m2 wvo in 2020, beide voor de sector duurzame en overige goederen (DOG, exclusief doe-het-zelf, woninginrichting en tuincentra). Maar er resteert voldoende uitbreidingspotentie in de niet-dagelijkse sector om de huidige plannen in de drie winkelgebieden tot uitvoering te brengen.

De nieuwe meters ten opzichte van de benchmark

Het door ons haalbaar geachte aanbod zit nog altijd ruim onder de landelijke gemiddelden: in 2020-2025 378 m2 per 1.000 inwoners in Rosmalen ten opzichte van 518 m2 per 1.000 inwoners landelijk nu, ofwel een kwart lager. In deze situatie zal er zeker geen overbewinkeling optreden. We houden voldoende rekening met de verzorgingsfunctie van het aanwezige winkelaanbod in de stad Den Bosch voor het dorp Rosmalen.

2.6 Conclusies haalbaar aanbod totaal

Tellen we de haalbaar geachte metrages per sector op bij het resterende winkelaanbod in de branchegroep 'In/om het Huis', dan blijkt ook het totale winkelaanbod nog ruim onder de landelijk gemiddelde cijfers te liggen.

Jaartal	2012	2020	2025
Haalbaar dagelijks	8.545	10.645	11.469
Haalbaar niet-dag. Excl. In/om huis	9.826	12.212	13.158
Aanwezig In/om huis	19.380	19.380	19.380
Totaal haalbaar + aanwezig	37.751	42.237	44.007
Draagvlak	28.300	32.300	34.800
Haalbaar per 1.000 inw. Rosmalen	1.334	1.308	1.265
Per 1.000 inw. Landelijk	1.699	1.699	1.699
Per 1.000 inw. 20.000-30.000	2.617	2.617	2.617
Per 1.000 inw. 30.000-50.000	2.534	2.534	2.534

Het haalbare aanbod per 1.000 inwoners ligt zelfs nog maar op de helft van het winkelaanbod dat doorgaans wordt aangetroffen in de woonplaatsen met 20.000-30.000 inwoners respectievelijk 30.000-50.000 inwoners.

3. Ambities en beleidsrichting

Het winkelvoorzieningsniveau in Rosmalen heeft een impuls nodig om het op peil te brengen en te houden en om ervaren knelpunten aan te pakken. Door daarop in te zetten, wordt onnodige koopkrachtafvoeiing tegengegaan en wordt een bijdrage geleverd aan een aantrekkelijk woon-, leef- en verblijfsklimaat. De vraag is dan wel hoe verder moet worden gegaan met de verschillende winkelplannen (zie bijlage II) en welke schaa sprong haalbaar is.

We houden hierbij rekening met de algemene trends in de retail, zoals internet-winkelen, de leegstand en het consumentenvertrouwen (bijlage III), en welke invloed dat heeft op de winkelmarkt en mogelijk op Rosmalen.

3.1 Doelstellingen

Voor de winkelmarkt in algemene zin gaat WPM uit van de volgende ambitie:

Ambitie

'Het bieden van een toekomstbestendig stelsel van vitale, complementaire en hoogwaardige winkelgebieden die tegemoet komen aan de behoeften van de hedendaagse en toekomstige consument, en ruimte bieden voor ondernemingen om te komen tot vernieuwing en een gezonde bedrijfsvoering'.

Van belang bij een samenhangende verzorgingsstructuur is dat centra binnen een verzorgingsgebied (regio, gemeente en woongebied) op elkaar zijn afgestemd en elkaar versterken. Daarnaast kan ook tussen de verzorgingsniveaus binnen gemeenten onderling sprake zijn van een bepaalde concurrentie, zowel binnen de gemeente en regio als met centra daarbuiten. De centra met een groter verzorgingsbereik overstijgen dat van de onderliggende centra en bepalen deels de koopstromen op lokaal en bovenlokaal niveau en daarmee de ruimte voor nieuwe ontwikkelingen op lagere niveaus. De algemene beleidsambitie vindt uitwerking in drie hoofdrichtingen:

- Ruimte geven aan dynamiek: de overheid schrijft niet voor maar biedt ruimte aan nieuwe initiatieven en toetst of deze passen binnen de kaders van het beleid.
- Versterking van aankooplocaties: de winkelstructuur is niet op alle onderdelen even toekomstbestendig. De noodzaak tot kwalitatief hoogwaardige en eigentijdse winkelgebieden en –omgeving neemt toe, de overheid faciliteert waar mogelijk passende vernieuwing.
- Onderlinge complementariteit van locaties: binnen een evenwichtige structuur vullen winkelgebieden elkaar aan in verzorgingsfunctie en in het bedienen van verschillende koop- en bezoekmotieven. Dit vormt uitgangspunt voor de gewenste beleidsrichting.

3.2 Potentie naar type winkelgebied

- Rosmalen-centrum heeft een beperkt en doorgaans kleinschalig winkelaanbod, er bestaat behoefte aan een uitbreiding en een integrale impuls: Kom Zuid kan hierin voorzien in combinatie met kleinschaliger inbreidingen binnen het winkelcircuit (het achtje);
- Op ondersteunend niveau hangt de potentie samen met het lokale draagvlak. Dit neemt alleen toe in De Grootte Wielen, maar voorlopig onvoldoende om een compleet nieuw winkelcentrum te realiseren. Bij de vernieuwing van de Molenhoekpassage zal de nadruk liggen op de kansen voor de huidige ondernemers. Een gewenste structurele uitbreiding is alleen mogelijk bij sanering op een andere locatie. De Grootte Wielen en de Molenhoekpassage spelen een rol als boodschappen- en gemakscentra;
- Een uitbreiding van grootschalige winkelmeters op perifere locaties is in Rosmalen niet voorzien; Rosmalen maakt hierbij onder andere gebruik van de nabij gelegen Bossche Woonboulevard als woonthemaparc;
- Verspreide bewinkeling zal moeten worden voorkomen met als doel dit aanbod (waar mogelijk) terug te brengen, Rosmalen staat nieuwe solitaire supermarkten niet toe.

3.3 Perspectief binnen het marktgebied

Wij voorzien een duurzaam functionerende detailhandelstructuur als de komende jaren de ondersteunende centra in bescheiden mate worden uitgebreid in voornamelijk de dagelijkse sector. De algemene prioriteit ligt in Rosmalen-centrum. Daar wordt in het bestaande centrum en in de planvorming ook op de retailedynamiek in de dagelijkse sector ingespeeld, met een modern aanbod aan supermarkten, speciaalzaken en persoonlijke verzorging. Structurele uitbreiding van de niet-dagelijkse sector inclusief horeca, diensten en vermaak wordt de komende jaren zoveel mogelijk voorbehouden aan Rosmalen-centrum. De ondersteunende centra leggen prioriteit bij het versterken van bestaand ondernemerschap en direct passend bij een boodschappen-centrum.

We verdelen de marktruimte dan als volgt over de winkelgebieden, hierbij moet wel rekening gehouden worden met de grote dynamiek in de retail en dat de cijfermatige uitkomsten niet als doel op zich worden beschouwd, ze geven een indruk van de marktmogelijkheden. Het gaat er veel meer om op welke locatie de nieuwe meters gerealiseerd worden, en dat de nadruk ligt op de kwalitatieve invulling ervan, passend bij de ambities op die locatie.

in m2 wvo detailhandel	Totaal nu of	Verdeling			
	haalbaar	Centrum	Molenhoek	DGW	elders
Dagelijks bestaand	6.880	3.500	2.000	1.300	
Dagelijks 2012	8.600	4.200	2.600	1.800	
Dagelijks 2020	10.700	6.300	2.600	1.800	
Dagelijks 2025	11.600	>6.300	2.600	>1.800	
Dagelijks 2030	Nog niet bekend			>1.800	
Niet-dagelijks ex in om huis bestaand	10.100	7.610	1.000	0	1.500
Niet-dag. ex in-om huis 2012	Geen uitbreiding	7.610	1.000	0	1.500
Niet-dag. ex in-om huis 2020	12.200	9.700	1.000	0	1.500
Niet-dag. ex in-om huis 2025	13.200	>9.700	1.000	>0	1.500
Niet-dag. ex in-om huis 2030	Nog niet bekend			>0	
Totaal aan uitbreiding in m2 wvo 2020		4.900			
Totaal aan uitbreiding in m2 bvo 2020		6.100	800	700	
Totaal aan uitbreiding in m2 bvo 2025		>6.100	800	>700	
Opslag horeca-diensten-overig		15-20%	5-10%	5-10%	

Er is bijvoorbeeld niet te voorzien wat er met de verspreide bewinkeling in de laatste kolom gaat gebeuren. De kans is groot dat als de winkelgebieden versterkt worden dat in dezelfde branches de verspreide bewinkeling onder druk komt te staan, en mogelijk wordt afgebouwd middels verplaatsing of sluiting. Dat zal de marktpositie van de winkelgebieden ten goede kunnen komen.

3.4 Rosmalen-centrum

Met het centrumplan Rosmalen zal naar onze verwachting sprake zijn van een sterk marktcreërend effect. De koopstromen zullen worden omgebogen om Rosmalen en haar centrumgebied nieuw op de kaart te zetten: met verschuivingen binnen Rosmalen en met minder koopkrachtafvoeiing.

Integraal betekent het dat het centrum in vele opzichten een impuls krijgt, dus niet alleen met de genoemde detailhandelsbranches. Dat geldt aanvullend voor specifieke functies binnen de subgroep 'In/om het Huis', voor nieuwe horeca, diensten, vermaak / cultuur, zorg en werkfuncties, en de versterking van de positie van de ambulante handel. Er ontstaan nieuw kansen om met evenementen het bezoeks-motief van Rosmalen-centrum te verbreden. Als geheel zal dat veel meer en vaker bezoekers gaat trekken, een prettig verblijfsklimaat zal de verblijfsduur een stimulans geven.

Zonder centrumplan is er geen garantie dat Rosmalen-centrum beter zal gaan functioneren dankzij de toename van het draagvlak. Vanwege haar beperkte kritische massa en geringe trekkracht zal ze daar mogelijk weinig van profiteren.

De komende jaren zal Rosmalen-centrum kunnen profiteren van het uitstel van het definitieve winkelcentrum in De Groote Wielen. Pas op langere termijn zal daarvoor voldoende perspectief ontstaan.

3.5 De Groote Wielen: tijdelijk en definitief

In de detailhandelsnota 2011 is uitgegaan van een definitief winkelcentrum voor De Groote Wielen van circa 7.000 tot 8.000 m2 bvo. Dit is gebaseerd op de afbouw van de totale wijk tot circa 6.500 woningen, ofwel inclusief de tweede fase met 2.200 woningen in het noordoostelijke plangebied. Omdat de woningnieuwbouw

achterblijft zal het definitieve winkelcentrum mogelijk in twee fasen worden gerealiseerd, maar daarover is concreet nog niets bekend. De Groote Wielen zal het voorlopig moeten doen met haar tijdelijke winkelvoorziening. Vraag is welke omvang dan haalbaar is.

Vanuit de Structuurvisie Detailhandel 2010-2015 van WPM komen we terug op een normstelling van ongeveer 1 m² detailhandel per woning in een nieuwbouwwijk, ofwel 1,3 m² commercieel. Met 2.350 woningen per begin 2012 in DGW blijft het huidige tijdelijke winkelcentrum van 1.300 m² wvo (circa 1.800 m² bvo) en een uitbreiding van 700 m² naar circa 2.500 m² bvo, duidelijk onder de norm. De komende jaren zal de wijk dan over een voorzieningenniveau beschikken dat past in de detailhandelstructuur en zeker niet te groot zal zijn. Rosmalen-centrum kan een deel van deze verzorgingsfunctie opvangen.

3.6 Molenhoekpassage

Bij de Molenhoekpassage ligt de nadruk op de revitalisatie van het bestaande winkelcentrum om kansen te bieden aan het bestaande ondernemerschap. De uitbreiding van het winkelcentrum is relatief beperkt, de nadruk blijft liggen op haar boodschappenfunctie. De mogelijke verplaatsing van de Aldi van Rosmalen-centrum naar de Molenhoekpassage is een bijzondere stap. In algemene zin is het aan de markt om op deze kans in te spelen en deze supermarkt in één van de bestaande winkelgebieden van een eigentijdse huisvesting te voorzien. Mocht de verplaatsing van deze supermarkt gepaard gaan met enige uitbreiding, dan zullen de markteffecten van deze extra meters naar verwachting beperkt zijn.

3.7 Markteffecten en ontwricting

Vanuit de Europese Dienstenrichtlijn en de wens de economische dynamiek te bevorderen mogen puur economische criteria niet ten grondslag liggen aan het ruimtelijk detailhandelsbeleid. Alleen als dit leidt tot een (duurzame) ontwricting van het voorzieningenniveau, ofwel leidt tot ontwikkelingen die ongewenst zijn vanuit overwegingen van ruimtelijke kwaliteit, zouden beperkingen aan initiatieven kunnen worden opgelegd. Bij het onderzoek gaat het om de ruimtelijke afwegingen en of er mogelijk een ontwricting in het voorzieningenniveau kan optreden. Hierbij staat de consumentenbescherming centraal, en dat door de komst van nieuwe winkels er niet zoveel bestaande winkels moeten sluiten dat er voor de consument een onvoldoende voorzieningenniveau overblijft.

Beschouwen we dan de plannen in Rosmalen-centrum, de Molenhoekpassage en de tijdelijke winkels in de Groote Wielen, dan verwachten wij dat bij geen van deze plannen, in welke volgorde dan ook of tegelijk, er een ontwricting van het voorzieningenniveau zal optreden en het belang van de consument wordt geschaad. Tenslotte zetten deze plannen in op de versterking van de drie winkelgebieden en de detailhandelstructuur, en is enige concurrentie tussen de drie winkelgebieden goed voor het stimuleren van het ondernemerschap. Bij versterking van de winkelgebieden komt wellicht het verspreide winkelaanbod verder onder druk te staan. Daarmee wordt verplaatsing gestimuleerd naar de clusterlocaties in combinatie met afbouw van de verspreide bewinkeling.

3.8 Van aanbod- naar gebruikersgerichte plannen

Bij winkelplannen wordt de opgave steeds groter om te anticiperen op het vestigingsgedrag en de concrete belangstelling bij de retailers. Wij verwachten dat er in de Molenhoekpassage en De Grootte Wielen voldoende belangstelling is om de genoemde plannen in te kunnen vullen. De opgave om de marktkansen te verzilveren is in Rosmalen-centrum en met name voor het plan Kom Zuid veel groter dan in de Molenhoekpassage en De Grootte Wielen. De invulling van Kom Zuid is mede afhankelijk van het totaalconcept met retailers die hier hun huisvestingscondities kunnen verbeteren of hun vestigingsnetwerk willen uitbouwen. Zij kunnen dan voor een gezamenlijke trekkracht gaan zorgen in combinatie met het bestaande centrum. Of het plan Kom Zuid nog steeds verhuurd kan worden conform de oorspronkelijke uitgangspunten is de opgave voor de initiatiefnemers: met de voorziene mix van functies waaronder een impuls in het modisch-recreatieve aanbod, en tegen de voorziene huurniveaus. De brancheringsvisie 2011 van WPM vormt hierbij het kader om het gehele centrum te kunnen versterken.

Het plan Kom Zuid zal moeten voldoen aan de laatste retailtrends, met een eigentijds winkelconcept dat optimaal inspeelt op de consumentenbehoeften. Dit kunnen de initiatiefnemers langzamerhand kenbaar maken, als onderdeel van een haalbaar winkelplan als dat richting realisatie gaat. Vrijblijvend hebben we uit de brancheringsvisie 2011 een sheet opgenomen met formulesnamen die we in soortgelijke centrumplannen elders in het land aantreffen, aan te vullen met een afgewogen aandeel lokale en regionale ondernemers. Of de formules nog steeds expansief zijn zal de toekomst uitwijzen. Sommige formules zijn al in het centrum gevestigd waarbij bekeken kan worden of ze vestigingswensen hebben en willen reloceren of mogelijkheden zien om hun huidige winkel te moderniseren.

Naast zelfstandige en regionale formules			
Food       	Beauty     	Mode & Luxe                 	Vrije tijd        
In / om huis   	Horeca    	Diensten    	

3.9 Ervaringen met effecten in soortgelijke centrumgebieden

Na oplevering van het plan Kom Zuid sluiten wij niet uit dat het bestaande centrumgebied enige tijd onder druk komt te staan. Wij verwachten echter niet dat daardoor ontwrichtende effecten zullen ontstaan en de consument over een onvoldoende voorzieningenniveau zal kunnen beschikken. De omzetclaim en effecten van de nieuwbouw zullen zich uitkristalliseren in de tijd, gevolgd door of gelijktijdig met nieuw ondernemerschap en investeringen in de rest van het centrum.

Ervaringen met centrumprojecten leren dat de gezamenlijke marktpartijen in een centrumgebied uiterste inspanningen zullen gaan verrichten om de trekkracht, de invulling en de totale marketing en promotie van het centrum te versterken. Een voordeel is dat als Kom Zuid in aanbouw is het bestaande centrum nauwelijks hinder zal ondervinden van de bouwoverlast. Ze zal de bestaande klantenstromen ongehinderd kunnen blijven aantrekken. De transformatie van het centrumgebied vraagt om een goede communicatie naar de consument, en een maximale inspanning van het ondernemerschap.

3.10 Conclusies ambities

Van belang is dat Rosmalen op zeer korte termijn zicht krijgt op een verhoging van haar winkelvoorzieningenniveau. Op dit moment is er sprake van onderverzorging. Dit leidt tot knelpunten in de verwerking van de klantenstromen en een niet noodzakelijke koopkrachtafvloeiing. De ondernemers moeten in staat worden gesteld om met een aantrekkelijk en eigentijds winkelaanbod hun gewenste inspanningen te kunnen verrichten om de klant en inwoner van Rosmalen optimaal te kunnen bedienen.

Bijlagen

Bijlage I: Benchmark winkelaanbod

Om een goed beeld te krijgen van de kwantiteit, kwaliteit en structuur van het winkelaanbod wordt Rosmalen vergeleken met landelijke cijfers.

Vergelijking op woonplaatsniveau

Als we een vergelijking maken met andere woonplaatsen en het landelijke aanbod, dan is Rosmalen relatief sterk onderbewinkeld. Ook de gemiddelde omvang per winkel blijft achter bij de vergelijking op woonplaatsniveau.

	wvo per 1.000 inw.	gem. wvo per winkel
Rosmalen	1.285	271
20.000-30.000 inwoners	2.617	314
30.000-50.000 inwoners	2.534	292
Nederland	1.699	271

De woonplaatsen met 20.000-30.000 en 30.000-50.000 inwoners zijn landelijk gezien de omvangcategorieën met het hoogste winkelaanbod per 1.000 inwoners. Voor Rosmalen moet hierin de ligging ten opzichte van een grote stad worden meegenomen. Den Bosch vervult met haar binnenstad en Bossche Woonboulevard ook een functie voor Rosmalen.

Andersom geldt dat enkele grootschalige winkels in Rosmalen zoals het tuincentrum, de bouwmarkt en een grote electrozaak een bovenlokale functie blijken te vervullen.

Rosmalen Branchegroep	a.v.	m ² wvo	wvo per vest.	Landelijk wvo per vest.	Rosmalen per 1.000 inw.	Landelijk per 1.000 inw.	Rosmalen t.o.v. landelijk
Dagelijks	29	6.880	237	204	243	343	0,71
Niet-dagelijks	105	29.478	281	295	1042	1356	0,77
Mode-luxe	47	7.118	151	193	252	355	0,71
Vrijetijd	15	2.100	140	186	74	113	0,66
In/om huis	36	19.380	538	470	685	811	0,84
Overig	7	880	126	149	31	51	0,61
<i>Niet-dag. excl. In/om huis</i>	<i>69</i>	<i>10.098</i>	<i>146</i>	<i>186</i>	<i>357</i>	<i>518</i>	<i>0,69</i>
Totaal	134	36.358	271	271	1.285	1.699	0,76

De tabel laat zien dat per 1.000 inwoners alle branchegroepen sterk zijn ondervertegenwoordigd. Dat geldt dus niet alleen voor de modische en woongerelateerde branches die in de binnenstad respectievelijk op de Bossche Woonboulevard goed zijn vertegenwoordigd. Alleen de branche 'In/om het Huis' komt met 84% nog redelijk in de buurt.

Naar gemiddelde omvang per vestiging vertonen de dagelijkse sector en de branchegroep 'In/om het Huis' een relatief normaal beeld. De branchegroepen mode-luxe, vrije tijd en overige detailhandel kennen een behoorlijk kleinschalige omvang per vestiging.

Naar type winkelgebied

Het aanbod per 1.000 inwoners in Rosmalen kan ook naar type winkelgebied worden vergeleken: op het niveau van Rosmalen-centrum en dat van de totale omvang van de ondersteunende centra: in Rosmalen zijn de 'ondersteunende centra' de Molenhoekpassage en De Groote Wielen tesamen.

De gemiddelde cijfers in de woonplaatscategorieën 20.000 tot 30.000 en 30.000 tot 50.000 inwoners komen uit het Retail Handboek 2007. Deze landelijke cijfers per 1.000 inwoners veranderen in de loop der jaren nauwelijks. Dat blijkt als deze winkelgebieden in de Retail Facts van Locatus 2008 vergeleken worden met die uit 2012. De cijfers van 2007 kunnen nog steeds als goede indicatie gebruikt worden.

Dagelijkse sector

Het dagelijks aanbod per 1.000 inwoners is in Rosmalen-centrum met een score van 124 sterk ondervertegenwoordigd. Dat verschil is kleiner ten opzichte van de categorie 30.000 – 50.000 inwoners. Het komt erop neer dat het voor de dagelijkse verzorgingsfunctie van Rosmalen-centrum normaler was geweest als ze over een groter dagelijks aanbod had beschikt.

Winkelgebied	Dagelijks Retail Handboek		
	per 1.000 inw.	20.000-30.000	30.000-50.000
Rosmalen-centrum	124	192	145
Ondersteunende centra	117	86	127

In de ondersteunende centra is het dagelijks aanbod per 1.000 inwoners nu oververtegenwoordigd, dat verschil verdwijnt als de vergelijking wordt gemaakt met grotere woonplaatsen in de categorie 30.000-50.000 inwoners.

Bovenstaande komt erop neer dat Rosmalen-centrum in de huidige situatie een heel beperkt dagelijks aanbod heeft en de twee winkelcentra op wijkniveau verhoudingsgewijs groot zijn. Dat herstelt grotendeels als ook Rosmalen verder zou doorgroeien.

Niet-dagelijkse sector

In de vergelijking is en blijft de niet-dagelijkse sector in Rosmalen-centrum sterk ondervertegenwoordigd met een score van 308 per 1.000 inwoners. Voor de ondersteunende centra in Rosmalen geldt dat ook. Hoe groter een woonplaats, hoe groter over het algemeen het niet-dagelijks aanbod in de ondersteunende centra.

Winkelgebied	Niet-dagelijks Retail handboek		
	per 1.000 inw.	20.000-30.000	30.000-50.000
Rosmalen-centrum	308	593	635
Ondersteunende centra	39	78	108

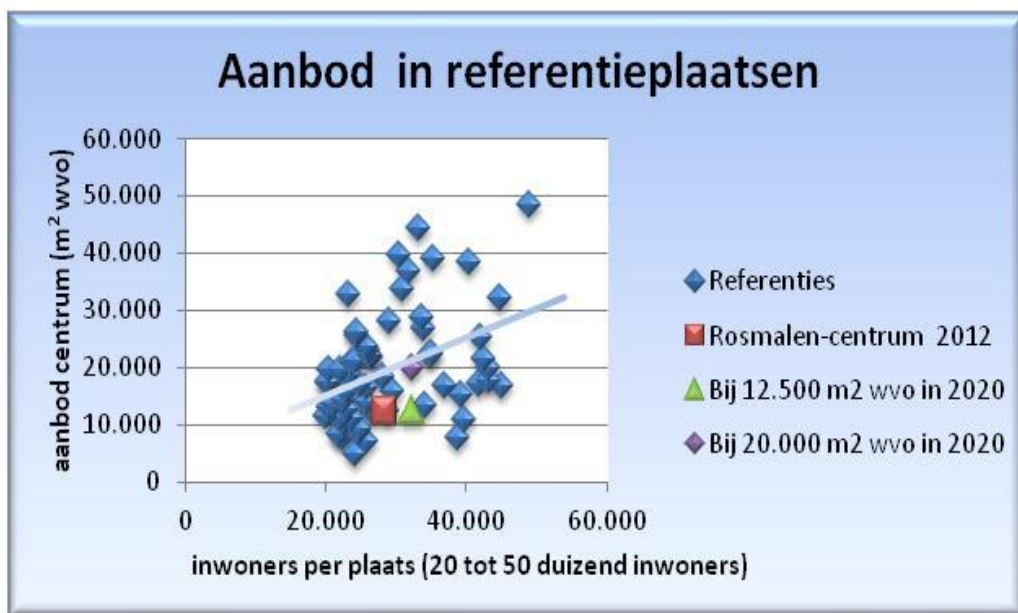
Vergelijking op centrumniveau

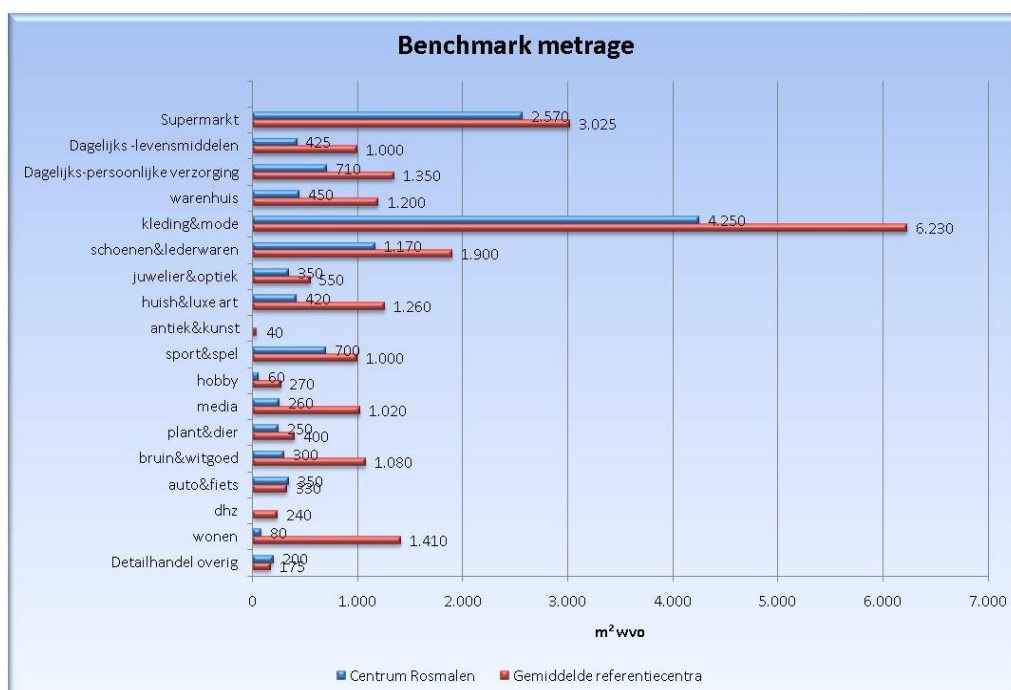
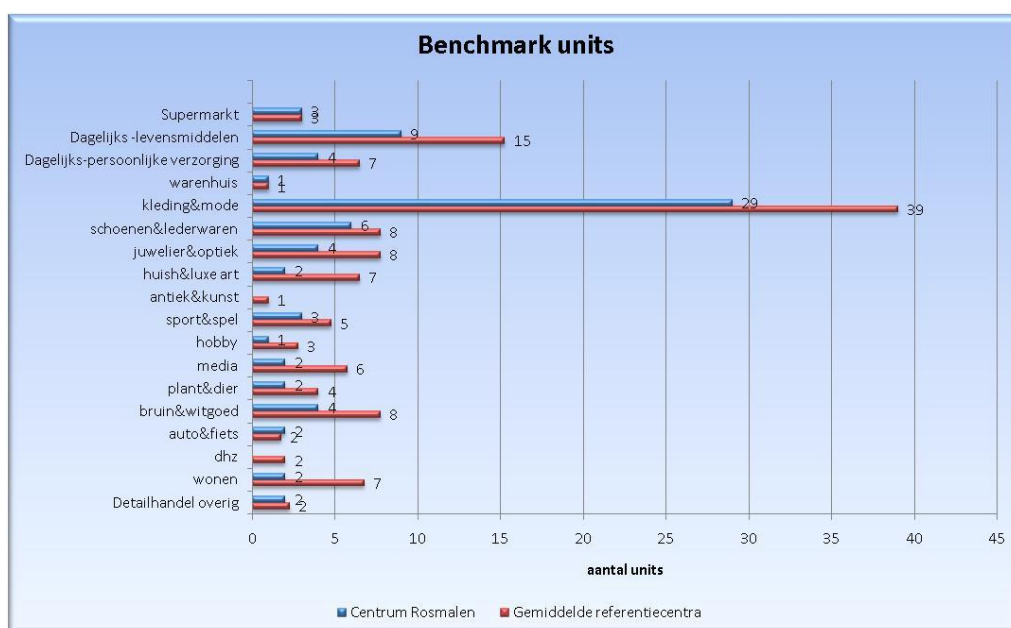
Uit de vergelijking van Rosmalen-centrum met de grote kernverzorgende centra waartoe Rosmalen behoort, blijkt de kleinschalige verkaveling in Rosmalen-centrum. De gemiddelde winkelomvang ligt op 85% van het landelijke beeld.

Winkelgebied	a.v.	m2 wvo	wvo per vest.
Rosmalen-centrum	77	12.234	159
Kernverzorgend centrum groot	70	13.123	187

Als we het winkelaanbod in het centrumgebied van Rosmalen vergelijken met een benchmark van centrumgebieden die ook op korte afstand van een grotere stad liggen (Bron: Brancheringsvisie Rosmalen-centrum 2011) dan blijkt het volgende. Bij 28.300 inwoners zou een aanbod van rond de 19.000 tot 20.000 m2 wvo in het centrumgebied een gemiddeld beeld vertonen.

Mocht het centrum van Rosmalen uitbreiden van 12.500 m2 wvo (75 winkels) bij 28.300 inwoners in de richting van 19.000 tot 20.000 m2 wvo (indicatief 100 winkels) bij 32.300 inwoners (2020) tot 34.800 inwoners (2025), dan loopt dat aardig in de pas ten opzichte van het centraanbod in referentieplaatsen. Naar branche ziet het beeld er als volgt uit, naar metrage en naar aantal units:





Conclusies uit de benchmark

Uit de benchmark kan opgemaakt worden dat Rosmalen relatief onderbewinkeld is. Dat geldt voor zowel het totale winkelaanbod als voor het centrumgebied, voor het dagelijkse en het niet-dagelijkse winkelaanbod. De ondersteunende centra zijn in de dagelijkse sector wat oververtegenwoordigd.

Bijlage II: Plannen in Rosmalen en omgeving

- Rosmalen-centrum, plan Kom Zuid: het aantal vierkante meters bedraagt 10.700 m², waarvan 3.065 m² verplaatsing en vervanging van bestaande winkelvoorzieningen. Er worden circa 6.600 m² bvo nieuwe winkelmeters toegevoegd ofwel 5.300 m² netto wvo, te verdelen over dagelijks en niet-dagelijks winkelaanbod, en 1.035 m² bvo horeca-diensten;
- Overige plannen in het centrum: plan de Hoogheraedt 575 m² bvo commerciële ruimte in aanbouw, en Villamarquant / Rabo-locatie 400 m² commerciële ruimte. Aldi zal mogelijk verplaatsen naar de Molenhoekpassage. Mogelijk volgen nog andere herontwikkelingen in het centrum;
- De Groote Wielen: het definitieve winkelcentrum op de voorziene locatie met een omvang van indicatief 7.000 tot 8.000 m² bvo is voorlopig niet haalbaar. De verwachting is dat het zeker niet voor het jaar 2020 opgeleverd zal gaan worden. Daardoor wordt overwogen op korte termijn de tijdelijke winkelvoorzieningen in de wijk uit te breiden met circa 700 m² bvo: voor uitbreiding van de supermarkt aangevuld met enkele kleine units. Er zal indicatief 500 m² wvo dagelijks aanbod bijkomen;
- Plan Molenhoekpassage: dit winkelcentrum zal indicatief met +800 m² bvo worden uitgebreid, ongeveer 600 m² wvo. Dit is exclusief de Aldi die mogelijk verplaatst vanuit Rosmalen-centrum;
- Overige plannen in Rosmalen: Bij de realisatie van de nieuwe Zuid-Willemsvaart kan de Harense Smid op de huidige locatie gehandhaafd blijven, ze komt wel meer geïsoleerd te liggen ten opzichte van haar klanten uit Den Bosch;
- Bossche Woonboulevard: de plannen met de uitbreiding van de woonboulevard zijn nog niet definitief, mogelijk wordt de branchering verbreed binnen het thema 'In/om het Huis', zoals met electro-aanbod. Beleidsmatig zou dat ook kunnen met de branches auto-fiets-accessoires en kamperen;
- Binnenstad: na de oplevering van de postkantoor-locatie met een nieuwe Piet Zoomers is het belangrijkste plan GZG met maximaal 28.000 m² uitbreiding aan winkelmeters, naast de toevoeging van overige functies.

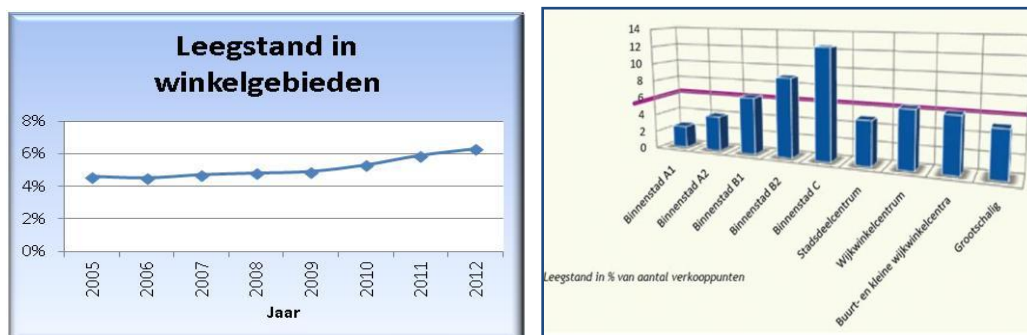
Bijlage III: Trends in retailland

Leegstand

Leegstand in de winkelmarkt vraagt landelijk om toenemende aandacht. Die berichten daarover vragen echter om een nadere interpretatie. Het soort winkelgebied en de kwaliteit van de locatie blijken zeer belangrijk. Leegstand wordt een steeds groter probleem in winkelgebieden en winkelstraten die minder goed functioneren of eigenlijk te groot zijn zoals in de krimpregio's (zie bijlage met laatste leegstandscijfers per gemeente op de kaart van Nederland). Het kan ook te maken hebben met de pand- en locatiekenmerken waar vanuit retailers steeds minder vraag naar is, soms zelfs bij nieuw opgeleverde projecten die leegstaan. Op A-locaties is doorgaans voldoende vraag en ligt het knelpunt met name op de B- en C-locaties, de aanloopstraten en de verspreide bewinkeling. Dit zijn de locaties waar de passantenstromen minder intensief zijn en het vestigingsmilieu slechts geschikt is voor functies die hun eigen doelgroepen weten aan te trekken.

Niet alle leegstand in de winkelvoorraad kan toegewezen worden aan de detailhandel. Een normale verhouding in winkelgebieden is dat naar aantal panden de verhouding fifty-fifty is tussen detailhandel en niet-detailhandel, in metrage is dat een verhouding van 2:1. Enige frictieleegstand is noodzakelijk om de retailmarkt naar behoren te laten functioneren. Verkooppunten staan tijdelijk leeg als gevolg van verbouwing, verhuizing of verkoop. Normaal is een frictieleegstand van maximaal 5% om enige dynamiek mogelijk te kunnen maken. Van structurele leegstand is sprake indien een verkooppunt meer dan een jaar leeg staat. Soms staat door het plotselinge vertrek van een huurder of een faillissement een pand langer leeg, maar is een herinvulling nog niet mogelijk vanwege de juridische afhandeling. Pas daarna kan het pand weer verhuurd worden.

In bijgaande grafieken zijn de landelijke leegstandscijfers weergegeven, en opgesplitst naar type winkelgebied en locatie. De leegstand stabiliseert zich in 2012 volgens het persbericht van augustus 2012 (zie ook de bijlage één). Het blijkt een locatiegebonden en soms regionaal probleem en geldt zeker niet voor alle winkelgebieden.



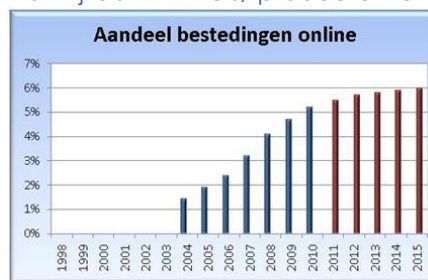
Impact internet

Internet is de afgelopen jaren een belangrijker aankoopkanaal geworden. Nederland is wereldwijd een van de koplopers in de toegang tot en het dagelijks gebruik van internet. Steeds meer mensen oriënteren zich en kopen ook via internet. Op dit moment heeft internet een marktaandeel in het winkelkanaal van circa 5%, puur sec voor de non-food ligt dit hoger. Prognoses variëren, maar de verwachting is dat dit zich zal ontwikkelen tot een aandeel van circa 6% in 2015. De groeicijfers waren gigantisch, maar vlakken de laatste jaren wat af omdat de concurrentie tussen internetwinkels onderling ook steeds groter wordt. Verder zien we het fenomeen cross-channeling, waarbij fysieke winkels ook online gaan verkopen. Zij profiteren van hun merknaam en netwerk van fysieke winkels. Zo wordt de toename van internetbestedingen voor een belangrijk deel door fysieke winkels opgevangen.

Voor de fysieke detailhandel ligt er de uitdaging internet meer en meer te integreren in de totale onderneming en als marketingtool te benutten. Fysieke winkelgebieden zullen op andere manieren toegevoegde waarde moeten leveren dan voorheen: bijvoorbeeld in beleving, bijzondere formules, service en gastvrijheid.

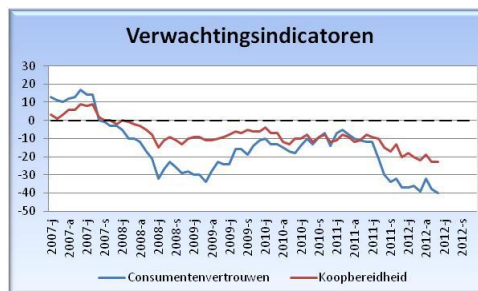
Het Nieuwe Winkelen is een fenomeen dat in opkomst is. Internet-winkelen beperkt zich niet meer tot gebruik van de computer thuis- of op het werk waarbij de detailhandel als afzetkanaal wordt omzeild door middel van bezorg- en afhaaldiensten. Mobiel internet schept kansen voor winkelgebieden, om de consument te informeren en naar zich toe te trekken en te informeren over de bereikbaarheid en parkeerinformatie, het aanbod, (gezamenlijke) aanbiedingen, evenementen e.d., met internet als oriëntatiekanaal. Dat kan ter plekke uitgedragen worden, met Wifi hot spots en informatiepanelen kan een verblijf verlengd en veraangenaamd worden.

Social media komen daar nog bij waarmee klanten elkaar kunnen informeren over de aantrekkelijkheid van een winkelgebied en wat zij aan winkels, producten en evenementen te bieden heeft. Landelijke retail- en horecaorganisaties maar soms ook lokale trekkers investeren al volop in de nieuwe technologie en media. Zelfstandige ondernemers kunnen via brancheorganisaties ondersteund worden. Belangrijk is dat ook op winkelgebiedniveau dit soort kansen worden gezien en opgepakt.



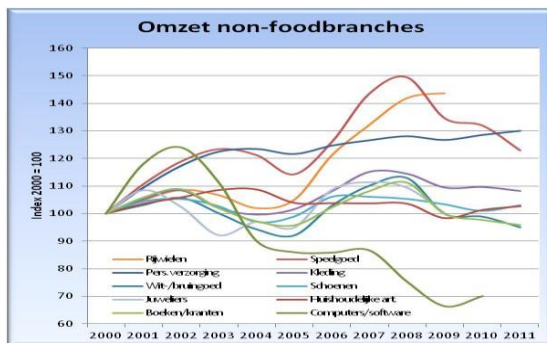
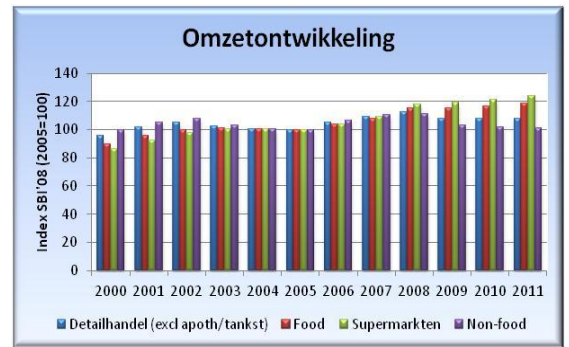
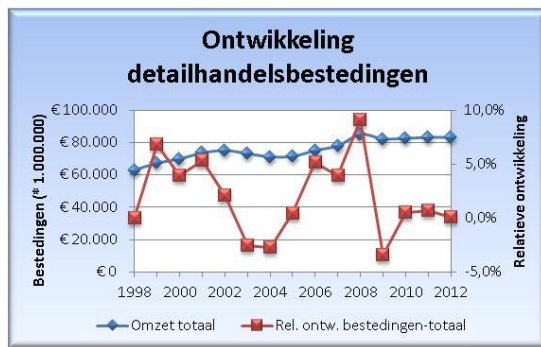
Consumentenvertrouwen en -bestedingen

De detailhandelsbestedingen staan de laatste jaren onder druk, het is sterk gerelateerd aan het consumentenvertrouwen en de koopbereidheid bij de consument. In een WPM-artikel in de Vastgoedmarkt van maart 2012 is ingegaan op de leegstand en de gemiddeld lagere bezoekersaantallen in winkelgebieden. Beiden blijken sterk gerelateerd aan de ontwikkeling van het consumentenvertrouwen, de koopbereidheid van de consument en het economisch klimaat. Het vertrouwen en koopbereidheid blijken sterk afhankelijk van de tijdgeest. Deze kunnen niet zo snel dalen of stijgen als die direct gerelateerd zouden zijn aan de werkelijke koopkracht. Dat blijkt ook als we zien dat per september 2012 het consumentenvertrouwen weer gestegen is. Er blijkt een sterk verband met tijdelijk optimisme of pessimisme, mede beïnvloedt door de signalen uit de media.



De fysieke detailhandel zal moeten blijven vernieuwen om op de consumentenbehoeften in te spelen, ook om een antwoord te hebben op de opkomst van het internet-winkelen. De groei van het internet-winkelen heeft tot nu toe niet geleid tot een evenredige omzetsdaling in de reguliere detailhandel, de internetomzet komt hier als het ware deels bovenop. De laatste jaren ligt de totaalomzet in de detailhandel rond de € 80 miljard exclusief BTW. Na de crisis medio 2003-2004 zijn de winkelbestedingen weer gaan groeien.

De verschillen in de omzetontwikkeling per branche zijn echter heel groot. Terwijl de totale niet-dagelijkse sector de laatste jaren onder druk staat blijft de dagelijkse sector doorgroeien: supermarkten vergroten hun afzetmarkt en winnen marktaandeel ten opzichte van de food-speciaalzaken en de ambulante handel. Ook de drogisterij / parfumeriebranche doet het nog relatief goed. In algemene zin worden winkels gemiddeld steeds groter, de omzetprestatie per m² wvo daalt licht, en de omzet per winkel stijgt. In de niet-dagelijkse sector zijn de branches tuincentra, tweewielers en partijenhandel de laatste jaren sterk gegroeid, en natuurlijk het postorder / internet-winkelen. De verliezers van de laatste jaren zijn vooral de woninginrichting (met name meubelen, keukens e.d) en de doe-het-zelfbranches. Branches met forse concurrentie van internet zijn zoals software / games, hardware, electronica, boeken / DVD's / speelgoed, en diensten als banken en reisbureaus.



Hoe de detailhandelsbestedingen zich in de nabije toekomst gaan ontwikkelen is lastig te voorspellen. De onzekerheid is groot, in de eerste helft van 2012 is een min gescoord van 1%, een landelijk cijfer dat regionaal zal verschillen. Van belang is om de dynamiek in de winkelbestedingen te plaatsen binnen de totale consumptieve bestedingen waaronder in de horeca, diensten en in het vrijetijdsgedrag. Winkelen is een vorm van vrije tijdsbesteding, zoals bij een stedentrip of een dagje of weekendje uit, kijk alleen al naar de stijgende populariteit van het winkelen op zondag. Binnen deze consumptieve bestedingen zal de detailhandelssector haar marktaandeel moeten zien te behouden en versterken door in te spelen op de dynamiek en consumentenbehoeften.

Conclusies van de retailtrends voor de winkelmarkt

Voor winkelen, winkels en winkelprojecten blijven naar onze mening kansen bestaan. Of die verzilverd kunnen worden is sterk afhankelijk van de lokale omstandigheden en of er een aantrekkelijk voorzieningenniveau aanwezig is of gerealiseerd kan worden. Binnen de ruimtelijke detailhandelstructuur ontstaan duidelijke verschillen in ontwikkelingsperspectief, met een onderscheid tussen goede en slechte locaties. Vernieuwing van winkelvastgoed zal een andere focus krijgen. Nieuwbouwprojecten worden vanuit de markt kritischer beoordeeld en worden veel meer aangestuurd vanuit de vraag, ofwel de huurder of retailer die bepaalt. Projecten waar de retailer onvoldoende perspectief ziet worden niet meer door de markt geabsorbeerd.

Bepaalde winkelbranches hebben minder perspectief als gevolg van de opkomst van internetwinkelen, of door het uitstel van grote aankopen zoals in de

woongerelateerde branches. De dynamiek in de fysieke detailhandel moet echter niet onderschat worden. Retailers zijn, deels via cross-channeling in combinatie met hun naamsbekendheid en fysieke aanwezigheid, in staat om op de retailtrends in te spelen.

Succesvolle nieuwbouwprojecten worden nog steeds 'geabsorbeerd' in de bestaande winkelmarkt. Rosmalen heeft een bijzondere uitgangssituatie en perspectief omdat haar draagvlak nog steeds groeit, de problemen met leegstand, uitval van branches of afnemende winkelbestedingen vallen hier mee. En er is fysieke ruimte om nog duizenden nieuwe woningen toe te voegen. De detailhandel zal moeten blijven vernieuwen en inspelen op de retailtrends. Rosmalen heeft recht op een passend winkelvoorzieningenniveau.

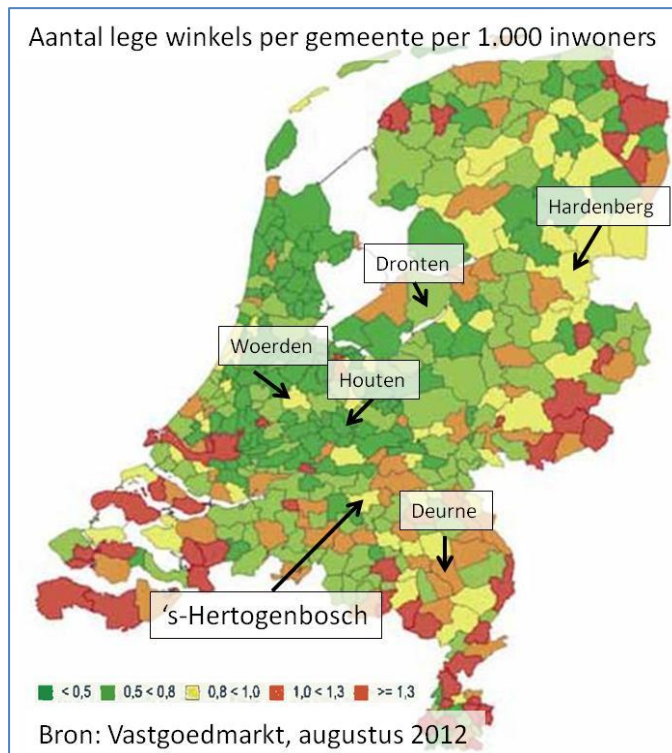
Bijlage IV: Referentieprojecten

In de brancheringsvisie van 2011 voor Rosmalen-centrum is een aantal vergelijkbare centrumprojecten benoemd die in de periode 2005-2010 zijn opgeleverd: Deurne, Dronten, Hardenberg, Houten en Woerden. Deze centrumgebieden hebben in het recente verleden een forse impuls doorgemaakt met uitbreiding van het winkelaanbod grenzend aan het bestaande centrumgebied.



Plaats	Project	Nieuwe m ² plan	Inwoners gemeente 1997	Inwoners gemeente 2009 en in toekomst
Deurne	Wolfsberg	10.000 m ²	31.900	31.466 -> 31.500
			25.000 in kern	(geen groei)
Dronten	Suydersee	16.000 m ²	31.800	39.200 -> 47.000
			20.000 in kern	(=23% gegroeid)
Hardenberg	Markt	8.900 m ²	34.830	36.200 (excl. Herindeling, 4% groei)
			18.000 in kern	
Houten	't Rond Zuid	10.000 m ²	31.500	47.200 -> 50.000 (=50 % gegroeid)
Woerden	Hoochwoert	9.000 m ²	37.100	48.900 -> 50.600
			29.000 in kern	(35% gegroeid)
Rosmalen	Kom Zuid	10.700 m ²	23.800	28.300 (2012) - 32.300 / 34.800 (2020-2025) (=20 % gegroeid)

De meeste centrumprojecten hebben ingespeeld op een groeiend marktgebied, alleen in Deurne is daar achteraf gezien geen sprake van geweest. De centrumprojecten geven een indruk van de ruimtelijke impuls die wordt gegeven aan het centrumgebied, de verschillende functies en de invulling naar branchering en formules, en de effecten. De projecten hebben ook markteffecten op het bestaande winkelaanbod. Of een centrumproject leidt tot leegstand in het bestaande centrum is een vraag die niet simpelweg beantwoord kan worden. Hierbij is ook de vraag relevant wat de concurrentiepositie geweest zou zijn als het centrumgebied niet was uitgebreid.



Evalueren we op gemeenteniveau dan blijkt uit een recente publicatie dat in slechts een van de vijf gemeentes sprake is van een bovengemiddelde leegstand, namelijk in Deurne. Dat kan te maken hebben met het feit dat het draagvlak in Deurne de afgelopen 15 jaar niet gegroeid is, in tegenstelling tot de andere gemeentes met vergelijkbare centrumprojecten.

Bijlage V: Relevante studies

- Het Distributieplanologisch onderzoek 2007, een actualisatie van een onderzoek uit 2004;
- De brancheringsvisie Rosmalen-centrum 2011, en de presentatie aan de ondernemers op 26 september 2011, voor Centrummanagement Rosmalen;
- Structuurvisie Detailhandel 2010-2015, Winkelatlas 2010, Nota detailhandel 's-Hertogenbosch 2011;
- Nota Detailhandel 2006 en 1998 die ook al ingingen op de winkelplannen in Rosmalen-centrum, Molenhoekpassage en De Grootte Wielen;
- Eerdere onderzoeken en adviezen die ten grondslag liggen aan de winkelplannen in Rosmalen-centrum en de Molenhoek;
- Landelijke onderzoeken over internetaankopen, leegstand, bestedingen, Het Nieuwe Winkelen e.d.
- We hebben gebruik kunnen maken van de laatste koopstroomgegevens, bron Binnenstadsmonitor 2012, ten opzichte van eerdere koopstroommetingen (2008, 2004, 2000 en 1997).