



Retail adviseurs
Everwijnstraat 3
7591 GP Denekamp
www.retail-search.nl
pmeche@xs4all.nl
06.53836656

Visie uitbreidingsplan

"VRIJETIJD SHOF"

Goorsestraat 72a Haaksbergen

In opdracht van: Casa Flora
De heren Zuthof

Denekamp 3 juni 2009

P.P.M. van der Meché

Copyright Retail Search. Niets uit deze uitgave mag zonder uitdrukkelijke toestemming worden gekopieerd. Hoewel de in dit rapport vermelde gegevens met de grootst mogelijke nauwkeurigheid zijn opgesteld, aanvaarden wij voor de juistheid hiervan geen aansprakelijkheid, hoe ook genaamd en op welke grond dan ook.



Inhoudsopgave

1. Inleiding en opdracht
2. Huidige situatie
3. Plan van aanpak
4. Tuincentrum Casa Flora
5. Marktruimte Doe-het-zelf
6. Invulling recreatief

1. Inleiding en opdracht

Vanaf 1985 is de firma Zuthof actief als tuincentrum in Haakbergen met producten in en om het huis. In verband met gemeentelijke plannen tot bouw van de Hassinkbrink en mogelijkheid tot directe en toekomstige uitbreiding is de Firma Zuthof 1994 verhuisd naar een kavel van ruim 27.000 m² aan de Goorsestraat 72a te Haaksbergen, kadastraal bekend onder nummer 1232 sectie 0. In verband met toekomstige uitbreiding is met de aankoop van deze kavel beduidend meer grond gekocht dan noodzakelijk is voor een tuincentrum van ruim 4.400 m² met een buitenverkoop van 4.000 m².

De heer M.G. Zuthof is ondernemer en eigenaar van het “tuin- huis- dier- centre Casa Flora”, De heer J.H.J Zuthof is eigenaar van het perceel en opstallen. De heren Zuthof hebben Retail Search opdracht gegeven de haalbaarheid en mogelijkheden te onderzoeken voor het doorontwikkelen van de bedrijfslocatie en deze aan te passen aan de eisen van de huidige tijd.

Retail Search BV. Heeft zich gespecialiseerd in ondernemingsplannen en onderzoek op gebied van perifere detailhandel. Voorafgaand aan de oprichting van Retail Search heeft de directie ruim 300 onderzoeken en ondernemingsplannen uitgevoerd op dit terrein.

Dit rapport is uitgewerkt door Retail Search en tot stand gekomen op basis van beschikbare marktgegevens, informatie van de heren Zuthof, medewerking van DGN de organisaties achter Multimate en Garden Retail Services aangaande het verstrekken van informatie van de markt in tuinproducten .

In dit stadium is het onderzoek er op gericht de lokale overheid te informeren over de voorgenomen opzet, ruimtelijke en esthetische invulling van de huidige locatie en gevolgen voor de lokale markt, teneinde een standpunt over perifere detailhandel op onderhavige locatie en aanpassing van het bestemmingsplan te kunnen nemen.

Daarnaast is voor de lokale overheid, financiële instellingen en de ondernemer de financiële haalbaarheid van de voorgenomen plannen in beeld gebracht.

.....
J.H.J. Zuthof
Eigenaar Vastgoed

.....
M.G. Zuthof
Ondernemer

2. Huidige situatie:

Het bedrijf is aan de Goorsestraat 72a te Haakbergen gevestigd. Het tuincentrum opereert onder de handelsnaam Casa Flora en is gespecialiseerd in alles voor huis, tuin en dier.

Het tuincentrum is met ruim 4.400 m² relatief klein voor de immense kavel en grote parkeerplaats en oogt daardoor kleinschalig en matig bezocht door de vele vrije parkeerplaatsen. De buitenverkoop van ca. 4.000 m² aan de voorzijde van het pand aan de Goorsestraat doet al snel rommelig aan en de door weersinvloeden aangetaste producten nodigen niet uit tot aankoop. Met regenachtige dagen valt de buitenverkoop nagenoeg geheel stil. Het bedrijf loopt hiermee achter op de ontwikkeling van de laatste jaren waarbij buitenproducten in een overdekte ruimte worden verkocht.

Door de grote kavel en open structuur kan de opslag van emballage en machines niet aan het zicht worden onttrokken. Daarnaast drukken de kosten van de grote kavel zwaar op de exploitatie. Mede door onzekerheid van de mogelijkheden op deze locatie zijn grote investeringen uitgesteld waardoor het pand een uitstraling heeft van de jaren 90 in een traditionele kassen opzet.

De huidige opstallen en uitstraling zijn beslist geen visite kaartje voor een van de belangrijkste invalswegen van Haaksbergen.



Op dit moment kan niet worden voldaan aan de toenemende behoefte van de consument om alles voor huis, tuin en dier met een breed en diep assortiment op één locatie aan te bieden. Het bebouwde gedeelte is hiervoor te klein terwijl de omvang van de kavel en het aantal parkeerplaatsen voldoende groot is.

Ondanks alle beperkingen blijkt er in Haaksbergen en omstreken grote behoefte te zijn aan een aanbieder zoals Casa Flora en wordt de hoge servicegraad zeer gewaardeerd. De omzet beweegt zich dan ook boven het marktgemiddelde en het bedrijf is financieel sterk.

3. Plan van aanpak:

De opzet is het huidige pand naar de eisen van de tijd aan te passen en uit te bouwen zodat de kavel optimaal wordt benut en het geheel van terreinen en gebouwen beter in evenwicht is. Daarnaast verwachten wij met een combinatie van aanbod waarbij alles op gebied van huis, tuin, dier en (volumineuze) recreatie op één locatie wordt ingevuld aan de consumenten behoefte wordt voldaan en Haaksbergen regionaal een trekkerfunctie kan invullen op dit gebied. Het visie uitbreidingsplan heeft de projectnaam

“Vrijetijdshof”

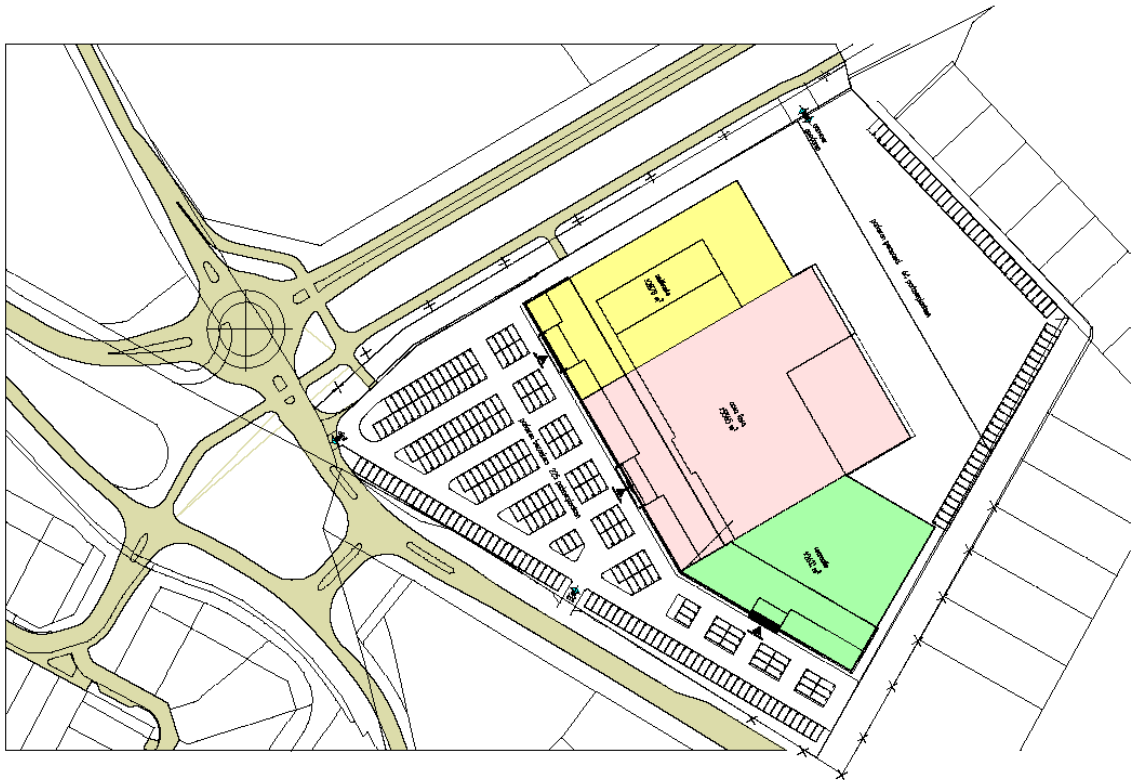
Het plan van aanpak is onder te verdelen in vier deelplannen die onlosmakelijk met elkaar zijn verbonden.

- Het tuincentrum geheel in te richten op een breed en diep assortiment voor tuin en dier onder de handelsnaam Casa Flora. De huidige ruimte moet hiervoor worden vergroot van ruim 4.400 m² naar 4.700 m² en ca. 1.000 m² van het buitenterrein aan de achterzijde van het pand te overkappen
- Ons huidige doe het zelf (DHZ) assortiment te verplaatsen naar een aangrenzende servicebouwmarkt onder de handelsnaam Multimate. Hiervoor wordt ruimte vrijgemaakt in de huidige kas en een deel aangebouwd aan de Noordwest zijde van het huidige pand. Voor een compleet bouwmarkt assortiment is een ruimte van 2.800 m² (b.v.o.) benodigd.
- De huidige buitenverkoop voor een klein deel te verplaatsen naar de bouwmarkt, een deel inpandig te maken en het resterende deel naar de achterzijde van het pand onder een nieuwe overkapping te verplaatsen.
- Aan de zuidzijde het aanbod op gebied van vrije tijd te completeren met een verkoopruimte van 2.500 m² voor tuinmeubelen, caravans, tenten en aanvullende volumineuze recreatie artikelen.

Hierna zullen de deelplannen afzonderlijk in hoofdstuk 4 t/m 6 toelichten

Ter beeldvorming geven wij hierbij het voorlopige ontwerp vanuit verschillende hoeken getekend





4. Tuincentrum Casa Flora

Beschrijving van het marktgebied

Het beschreven verzorgingsgebied van Casa Flora (rayon GRS) bevat naast Haaksbergen de plaatsen Eibergen, Rekken, Neede, Rietmolen, Haarlo, Hengevelde, Bentelo, één postcodegebied van Enschede en één postcodegebied van Hengelo. Dit gebied bevat in totaal 22.590 huishoudens [Bron: CBS, 2008 Kerncijfers postcode gebieden 2008].

Berekening marktpotentieel

Voor de berekening van het marktpotentieel gaan we uit van het aantal huishoudens in het verzorgingsgebied vermenigvuldigd met de gemiddelde besteding van € 502,24 (excl. btw) per huishouden

	Totale markt tuincentrumassortiment Consumentenbesteding Exclusief btw	
Levend goed	€ 158,67	
Bloemen	€ 62,14	
Kamerplanten	€ 31,53	
Eenjarige tuinplanten	€ 25,27	
Meerjarige tuinplanten	€ 39,73	
Dode materialen	€ 343,57	
Decoratie	€ 36,78	
Klein onderhoud buitenshuis	€ 10,33	
Bollen en zaden	€ 4,76	
Gereedschap	€ 8,35	
BBQ	€ 6,27	
Tuinmeubelen	€ 47,81	
Sfeerverlichting	€ 5,45	
Kerstartikelen	€ 18,91	
Dierbenodigdheden	€ 70,08	
Sierbestrating	€ 60,22	
Tuinhout/tuinafscheiding	€ 38,64	
Speeltoestellen	€ 3,02	
Tuinhuisjes/tuinkas	€ 17,75	
Tuinbeeld/–ornament	€ 5,69	
Vijverartikelen	€ 9,51	
Totaal besteedbaar bedrag	€ 502,24	

[Bron: Branche onderzoek NVT/GFK 2000/2008]

Deze berekening van het marktpotentieel komt uit op **€ 11.346.000** excl. btw (22.590 x € 502,24). Gezien de verschillende btw percentages houden wij, anders dan in de DHZ branche, de consumentenbesteding excl. btw aan.

Uit het genoemde onderzoek door GFK Benelux wordt duidelijk dat een gemiddeld huishouden € 502,24 excl. BTW besteedt aan tuincentrum assortimenten. Naast tuincentra worden de producten ook verkocht in bouwmarkten, supermarkten, bloemen- en plantenspeciaalzaken. Gemiddeld wordt 31,73% van de totale bestedingen ook daadwerkelijk in de tuincentra besteed. Een en ander is afhankelijk van de aanwezigheid van branchevreemde aanbieders. Dit gemiddelde marktaandeel komt overeen met € 159,35 excl. btw per huishouden (502,24 x 31,73%)

Als Casa Flora in haar marktgebied het gemiddelde haalt van de Nederlandse tuincentra dan zou de omzet uitkomen op een omzet van € 3.600.000 (31.73% van 11.345.000)

Aangezien in de voorgestelde plannen de activiteiten en assortimenten worden verdeeld in drie bedrijfsunits te weten:

1. alles voor het huis (bouwmarkt)
2. alles voor tuin en dier (Casa Flora) en
3. alles op gebied van volumineuze recreatie

moet er een correctie worden toegepast op de productgroepen die niet in het tuincentrum worden verkocht.

Correctie Tuinmeubelen (besteding € 47.81 per huishouden): Deze artikelgroep zal in haar geheel niet worden meegenomen in de omzet van Casa Flora. De directie geeft de voorkeur aan deze assortimentsgroep onder te brengen in de unit “volumineuze recreatie”

Tuinhout (besteding van € 38.64 per huishouden): Deze artikelgroep zal ook in de aangrenzende bouwmarkt worden verkocht. Om deze reden is deze groep voor 50% meegenomen.

De totale besteding van de aangeboden producten wordt dan € 435.11 (502.24 -/- 47.81 -/- 19.32) per huishouden. Indien het branchegemiddelde van 31.73% wordt gerealiseerd komt de omzet uit op **€ 3.119.000** excl. BTW ($435.11 \times 22.590 \times 31.73\%$)

Binnen het gehele verzorgingsgebied van 22.590 huishoudens is buiten Casa Flora geen enkel tuincentrum gevestigd. Na realisatie van de plannen en de verwachte zuigkracht in de regio mede door de unieke combinatie van aanbod verwachten wij dat het tuincentrum op termijn uiteindelijk ruim het branchegemiddelde zal halen en mogelijk door kan groeien naar 38% marktaandeel. Bij het realiseren van dit marktaandeel zal Casa Flora de eerste drie jaar in de nieuwe opzet enkele tiental procenten in omzet groeien.

5. Marktruimte bouwmarkten

Hierbij brengen wij de DHZ markt, de gemiddelde consumentenbesteding (incl. btw), marktaandelen en de huidige aanbieders in beeld.

Locatie en verzorgingsgebied

De gemiddelde dhz besteding per consument is in 2008 uitgekomen op € 263,- (bron GFK). Consumenten met een eigen huis besteden ruim het dubbele van een consument in een huurhuis. De gemeente Haaksbergen kent een eigen woningbezit van 68% waardoor de gemiddelde besteding in Haaksbergen gecorrigeerd voor eigen woningbezit op € 298,- uit komt.

Om een nauwkeurige beoordeling te maken over de markt en de besteding per gebied hebben wij het verzorgingsgebied in vier delen opgesplitst. De informatie over inwoneraantallen zijn van de meest recente gemeentelijke internetsites gewonnen.

Primair gebied: (folder- & advertentiebereik)

Dit is het gebied waar Multimate (MM) een betere bereikbaarheid heeft dan de directe bouwmarkt concurrenten. In dit gebied heeft MM een primaire functie voor het gehele assortiment.

De volgende woonkern(en) van Haaksbergen worden tot het primaire gebied gerekend:

Centrum (Kern), Wolferink, Zienesch, Hassinkbrink De Pas en St. Isidorushoeve.

Het totale primaire gebied telt 17.091 inwoners die een gezamenlijke consumentenbesteding hebben van € 5.142.000,- (inclusief BTW)

Secundair gebied: (folder- & advertentiebereik)

Dit is het gebied waar wij qua bereikbaarheid, ten opzichte van de overige aanbieders, gelijkwaardig of licht nadelig kunnen worden ingeschat.

De volgende woonkern(en) worden tot het secundaire gebied gerekend:

De wijken Veldmaat 1 & 2 en De Els in Haaksbergen en Rietmolen samen 4.330 inwoners

De besteding in dit gebied komt uit op € 1.664.000 (inclusief BTW)

Tertiair gebied: (folder- & advertentiebereik)

Dit is het gebied waar wij qua bereikbaarheid, ten opzichte van de overige aanbieders als minder goed bereikbaar kunnen worden ingeschat.

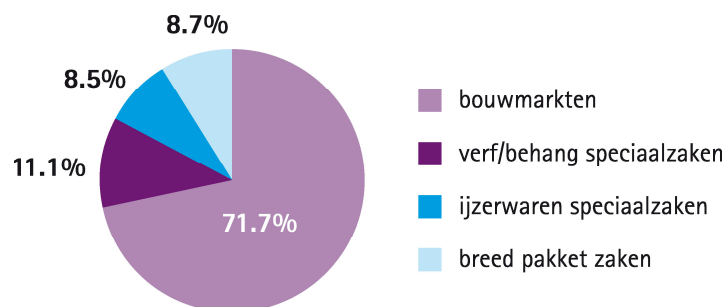
De volgende woonkern(en) worden tot het tertiaire gebied gerekend:

Beckum, Hengvelde, Neede, Noordijk en Rekken totaal 12.069 inwoners. De besteding dhz producten in dit gebied is € 3.695.000 (inclusief BTW)

Quartaire gebied: (advertentiebereik)

Dit is het gebied dat door de combinatie van bedrijven en met name door het Tuincentrum Casa Flora consumenten aantrekt die in normale omstandigheden niet tot het verzorgingsgebied kunnen worden gerekend. Dit gebied wordt niet bewerkt met huis aan huis reclame. Tot het quartaire gebied worden de volgende woonkernen gerekend: Eibergen, Boekelo en Buurse totaal 14.447 inwoners. De besteding dhz producten in dit gebied is € 4.338.000 (inclusief BTW)

In de Nederlandse dhz markt hebben de gezamenlijke bouwmarkten een marktaandeel van 71.7% (bron GFK). Het resterende marktaandeel wordt gerealiseerd door de vaak kleinere speciaalzaken zoals: ijzerwaren speciaalzaken, verf en behang speciaalzaken (Verf en Wand, colors @home, Decokay), groene winkels (Welkoop), kleinere kluswinkels (Hubo, Doeland, Fixet) warenhuizen en internet verkoop. De trend is dat de consument one-stop-shopping prevaleert boven aanbod op meerdere locaties. Het marktaandeel van de bouwmarkten is derhalve vanaf 1975 gegroeid van een marktaandeel van 5% naar de huidige 72%. Deze trend zet nog onverminderd door.



Het marktgebied dat Multimate wil gaan bewerken kent een consumenten besteding in DHZ producten € 11.400.000 (exclusief Eibergen die een eigen bouwmarkt invulling heeft). Op basis van een gemiddelde omzet van 1617 per m² verkoopvloeroppervlak v.v.o. (*bron HBD*) komt de besteding overeen met een v.v.o. voor Doe-het-zelf producten van 7.050 m² voor de gemeente Haaksbergen.

In onderstaande tabel wordt weergegeven hoe het huidige aanbod DHZ producten uitgedrukt in aantal m² v.v.o. is ingevuld:

Gamma	3.800 m ²
Enorm 695 m ² w.v. 30% voor consument	210 m ²
Hubo	330 m ²
Deco Home	<u>340 m²</u>
Totaal huidige invulling m ² v.v.o.	4.680 m ²

Uit deze berekening blijkt dat, na de ombouw in 2008 van Multimate Wilens als bouwmarkt naar een IMABO bouwmaterialenhandel, een kwantitatief tekort in aanbod DHZ producten is van 2.370 m² v.v.o. (7.050 -/- 4.680) wat overeenkomt met 2.800 m² (b.v.o.) bedrijfsvloeroppervlak.

Naast deze kwantitatieve onderbezetting is het huidige aanbod incompleet. Gamma heeft momenteel als enige bouwmarkt in de gemeente een monopolie positie. Het winkelconcept profileert zich voornamelijk op de lage prijzen en zelfwerkzaamheid van de klant. Het serviceniveau is derhalve als bijzonder laag te kwalificeren.

De speciaalzaken, die wel veel service verlenen en vakkundig advies geven zijn allen klein van omvang en bieden slecht één klein deel van het DHZ assortiment.

Multimate is een duidelijk onderscheidende bouwmarkt die als complete bouwmarkt ook vakkundig advies, service, maatwerkverkoop, opmeten en monteren aan huis als handelsmerk hebben. Naast het voorraad assortiment kunnen de klanten in showruimten ook producten geheel op maat uitzoeken en bestellen.

In een eigen onderzoek van Casa Flora is gebleken dat de consumenten een gevarieerd aanbod van DHZ producten en diensten in de gehele gemeente Haaksbergen missen en hiervoor nu naar Enschede en Hengelo uitwijken.

De komst van een nieuwe Multimate van 2.800 m² bedrijfsvloeroppervlak naast Casa Flora is zeer gewenst en vult het tekort in aanbod uitstekend in.

6. Invulling recreatief

Deze markt is volop in beweging en de consument besteedt in toenemende mate meer geld in recreatieve producten. Deze producten staan ondanks de recessie bijzonder in de belangstelling en er komen jaarlijks nieuwe aanbieders bij.

Wij oriënteren ons op de bedrijfseconomische en politieke haalbaarheid van een speciaalzaak op gebied van volumineuze recreatieve producten zoals Tuinmeubelen, Tenten en caravans.

In een bedrijfsunit van ca. 2450 m² aan de zuidzijde van het huidige pand van Casa Flora moeten deze productgroepen worden samengebracht in een typische recreatieve sfeer.

Bedrijfsverplaatsing van een huidige (deel) aanbieder die voor eigen rekening en risico deze bedrijfsunit voert behoort ook tot de mogelijkheden.

Bijlage: Informatie Multimate bouwmarkt formule en DGN organisatie

DGN Beheer B.V. is een organisatie ván en vóór de aangesloten ondernemers die 100% van het aandelenkapitaal in handen hebben. Door deze constructie heeft DGN uitsluitend het belang van de aangesloten ondernemers te behartigen. De bedrijfsdoelstelling is winstmaximalisatie van de aangesloten ondernemers.



De organisatie is opgericht in april 2007 en het gevolg van de fusie van Serboucom uit Enschede en HDB groep uit Den Dolder. Financieel is de organisatie gezond en werkt per saldo alleen met eigen vermogen. In 2007 is het bedrijfsresultaat verdubbeld tot € 1.371.317,-. Rente op obligaties en dividend komen ten goede aan de aangesloten ondernemers.

DGN is een full franchise organisatie met ruim 400 aangesloten ondernemers en formules in de DHZ segmenten Bouwmarkten en Breedpakket zaken.

Bij de Breedpakket zaken zijn de DGN formules Hubo en Doeland de twee grootste formules in dit segment met samen ruim 300 zaken

In het bouwmarkt segment is DGN vertegenwoordigd met de formules Big Boss en Multimate. In 2008 zijn 15 Big Boss en 7 overige bouwmarkten omgebouwd naar het Multimate concept. In 2009 worden nog eens 13 bouwmarkten naar de succesformule omgebouwd

De Multimate formule is in 1996 gestart en is naar 94 bouwmarkten in 2009 gegroeid. Naast deze explosieve groei van het aantal bouwmarkten onder de Multimate vlag is nog belangrijker dat de formule reeds elf achtereenvolgende jaren de markt met > 5% verslaat c.q. de omzet telkens > 5% hoger uitkomt dan het marktgemiddelde. (bron GFK)

Het concept van zeer hoge servicegraad en laagste prijsgarantie slaat bij de consument goed aan. Met vakkundig advies, opmeten aan huis, eigen klussendienst en maatwerkverkoop zijn de onderscheid Multimate zich nadrukkelijk in de DHZ branche.



In het onderzoek van beste winkelketen is Multimate als enige bouwmarkt in de top 50 geëindigd. Op de onderdelen sfeer, klantvriendelijkheid en service is de formule als eerste- en op gebied van deskundigheid als tweede geëindigd.



Het interieur is sfeervol en er wordt veel aandacht besteed aan de juiste verlichting en knusse corners waar de klant zich rustig kan oriënteren op de producten. Het Ideeëncentrum, de showopstellingen, beeldschermverkoop en het kleurcafé geven de zaak een extra dimensie.



Informatie verkregen van DGN en uit vakliteratuur.