

Uitbreidingsmogelijkheden IKEA-Delft

Opdrachtgever: Inter IKEA Systems B.V.

ECORYS-Kolpron

Oedsen Boersma
Tis Kolen (projectleider)

Rotterdam, 17 april 2003

Kg/CV020377

ECORYS-Kolpron
Watermanweg 44
3067 GG Rotterdam

T 010 453 84 00
F 010 453 85 88
E netherlands@ecorys.com
W www.ecorys.com
K.v.K. nr. 24316726

Inhoudsopgave

Samenvatting en advisering	4
1 Inleiding	7
1.1 Aanleiding	7
1.2 Leeswijzer	7
2 De IKEA-formule en de invloed	9
2.1 IKEA nader omschreven	9
2.1.1 Ontwikkeling van vestigingen	9
2.1.2 De formule	11
2.1.3 De invloed op de Nederlandse woninginrichtingsmarkt	11
2.1.4 Het belang van een goede en bereikbare locatie	12
2.2 Uitbreiding IKEA-Delft	13
2.3 Conclusie	15
3 Het verzorgingsgebied	16
4 De omzetverwachting	18
4.1 Raming van de omzet	18
4.2 Omzetherkomst	20
5 De marktimpact	21
5.1 Het bestedingspotentieel	21
5.1.1 Bestedingsbedragen per hoofd van de bevolking	21
5.1.2 Bestedingspotentieel primair en secundair verzorgingsgebied	22
5.2 Het aanbod in het primaire verzorgingsgebied	23
5.2.1 Het huidige aanbod	23
5.2.2 Toekomstige uitbreidingsplannen in het primaire verzorgingsgebied	25
5.3 De marktruimte in het primaire verzorgingsgebied 2003, 2005 en 2010	25
5.4 Het marktaandeel in het primaire en secundaire verzorgingsgebied	27
5.5 Conclusie	28
6 Economische effecten van IKEA-Delft	29
BIJLAGE I	30

Samenvatting en advisering

De IKEA-formule in Nederland

De IKEA-formule opende de eerste vestiging in 1978 in Sliedrecht. Sindsdien zijn er in Nederland in totaal 10 vestigingen geopend. De formule onderscheidt zich in Nederland van andere formules door haar schaalgrootte, gemiddeld 22.000 m² b.v.o. Daarnaast biedt het IKEA-assortiment designmeubelen aan tegen aantrekkelijke prijzen, onder andere mogelijk gemaakt doordat de klant deze zelf thuis dient te monteren.

Voor IKEA is het belangrijk om een compleet assortiment te kunnen voeren in een winkel met voldoende oppervlak. Belangrijke locatie-eisen zijn daarnaast een goede zichtbaarheid en bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid (circa 1.500 gratis parkeerplaatsen). IKEA-vestigingen hebben doorgaans een verzorgingsgebied van circa 40 kilometer. Binnen dit gebied worden een primair (tot 15 km) en secundair (15 tot 25 km) en tertiair verzorgingsgebied (verder dan 25 km) onderscheiden.

IKEA-Delft

De vestiging van IKEA-Delft wordt als enige IKEA-vestiging in Nederland geëxploiteerd door Inter IKEA Systems BV, de franchisegever van het internationale IKEA-concept. Inter IKEA Systems is tevens eigenaar van deze vestiging. Hiermee is deze vestiging een uitzondering, omdat de overige filialen in Nederland onder IKEA BV vallen. Deze bijzondere positie wordt verklaard door haar functie als internationale pilot-store voor het IKEA-concept. Dit betekent bijvoorbeeld dat een groot deel van het management van de meeste nieuw te openen IKEA-vestigingen, waar ook in de wereld, in Delft haar introductie en opleiding krijgt. De pilot-store in Delft heeft hiermee een voorbeeldfunctie voor de andere IKEA-vestigingen in de wereld. Veel van de nieuwe systemen, als ook van de nieuw ontwikkelde concepten op winkelniveau en de marketingproducten, worden getest in Delft. Bij goedkeuring worden deze in alle winkels ingevoerd. Verder worden in de pilot-store continue tests en ontwikkelingsprogramma's uitgevoerd, met als doel het verbeteren van het IKEA-concept en het functioneren van de winkels.

IKEA heeft het voornemen om haar vestiging in Delft uit te breiden. IKEA-Delft heeft in haar winkel al langere tijd haar grenzen bereikt bij het kunnen voeren van het gewenste assortiment. Daarnaast zijn de mogelijkheden om nieuwe concepten uit te testen, in het kader van de pilot-functie, door het tekort aan ruimte beperkt. IKEA wil daarom uitbreiden van 21.734 m² naar 38.331 m² b.v.o. Het gaat hierbij om een uitbreiding van circa 5.800 m² v.v.o. winkelruimte (winkel en winkelmagazijn). Het resterende deel heeft betrekking op magazijn- en kantoorruimte en de vergroting van het IKEA-restaurant. De kantoorruimte wordt grotendeels door de pilot-functie in beslag genomen.

In verkeerskundig opzicht zijn de grenzen al overschreden, de verkeersafwikkeling is op piekmomenten onvoldoende en onveilig, ook het aantal parkeerplaatsen zal moeten worden uitgebreid.

De verwachting is dat de omzet van IKEA door de uitbreiding van met name het assortiment (in toekomst circa 8.500 artikelen, tegenwoordig 'slechts' 7.000) zal stijgen tot circa € 150 miljoen in 2010. Thans wordt een omzet gerealiseerd – met de huidige krappe maat en onvolledige assortimentsvoering – van € 102 miljoen, oplopend tot circa € 110 miljoen in 2005. Het doel van IKEA ligt overigens grotendeels in de uitbouw van de wereldwijde pilot-functie van IKEA-Delft en bij het behoud van het huidige aantal consumenten. Hierbij dient te worden opgemerkt dat IKEA-Delft in haar primaire verzorgingsgebied, gezien de 100% dekking van de catalogus, nog weinig nieuwe consumenten zal kunnen bereiken. De verdeling van de bezoekers naar herkomstgebied (primaire, secundaire en tertiaire) zal ook na de uitbreiding niet wezenlijk veranderen.

Kort samengevat, IKEA-Delft heeft te weinig ruimte om zowel de pilot-functie als de winkelfunctie optimaal te kunnen vervullen. De nadruk van een uitbreiding zal liggen op het feit dat het hierbij niet zozeer gaat om vergroting van de bezoekersstromen, maar om een verbetering van het serviceniveau door het aanbieden van een voor IKEA normaal assortiment, waarbij daarnaast het ontwikkelen van de pilot-functie veel aandacht krijgt.

Berekening marktruimte en effect uitbreiding IKEA-Delft

In dit onderzoek is berekend of voldoende marktruimte aanwezig is voor uitbreiding en welke effecten de uitbreiding van IKEA-Delft heeft op de bestaande distributieve structuur. Hierbij is rekening gehouden met het feit dat in Barendrecht sedert 2001 een IKEA-vestiging is geopend. Tevens is gekeken naar de effecten die zijn te verwachten van een uitbreiding van met name de pilot-functie van IKEA-Delft (hotelbezetting, economische effecten op de binnenstad van Delft etc.)

De totale omzet van IKEA in Delft in 2002 bedroeg circa € 102 mln. In 2005 zal de omzet toenemen tot circa € 110 miljoen en na de uitbreiding van het winkelvloeroppervlak en assortiment zal de omzet toenemen tot circa € 150 miljoen. Het onderzoek richt zich hierbij met name op de branches meubelen (incl. verlichting), woningtextiel en keukens, samen goed voor 80% van de omzet. Van de door IKEA gerealiseerde omzet in Delft komt circa 73% uit het primaire verzorgingsgebied (gebied tussen 0-15 kilometer), circa 19,5% uit het secundaire verzorgingsgebied (gebied tussen 15 tot 25 kilometer) en circa 7,5% uit het tertiaire verzorgingsgebied (gebied buiten de 25 kilometer).

In het primaire en secundaire verzorgingsgebied wonen respectievelijk circa 1.429.000 inwoners en ruim 389.000 inwoners. In de toekomst zullen deze inwonertallen toenemen tot ruim 1.495.000 (2005) en 1.534.000 (2010) inwoners in het primaire verzorgingsgebied. In het secundaire verzorgingsgebied wordt een toename verwacht naar 401.000 (2005) en 412.000 (2010) inwoners. Het bestedingspotentieel voor de relevante branches is in het primaire verzorgingsgebied voor 2003 berekend op circa € 1 miljard, in 2005 op € 1,08 miljard en in 2010 op € 1,1 miljard. In het secundaire

verzorgingsgebied komt dit uit op circa € 281 miljoen in 2003, circa € 289 miljoen in 2005 en circa € 298 miljoen in 2010.

Confrontatie van het bestedingspotentieel met het aanwezige aanbod van circa 470.000 m² v.v.o. in het primaire verzorgingsgebied, heeft aangetoond dat anno 2003 een marktruimte aanwezig is in de branche wonen en keukens van respectievelijk circa 13.800 m² en 9.700 m² v.v.o. In 2005 zal deze marktruimte, als gevolg van de demografische ontwikkeling respectievelijk 29.700 m² en 12.000 m² v.v.o. bedragen. In 2010 wordt een marktruimte voorzien van respectievelijk 39.100 m² v.v.o. voor de branche wonen en 16.000 m² v.v.o. voor de branche keukens. Bij de berekeningen voor de jaren 2005 en 2010 dient te worden opgemerkt dat een deel van deze marktruimte ten goede zal komen aan de uitbreiding van het Woonhart te Zoetermeer (circa 12.000 m² v.v.o.) en de uitbreiding van de IKEA te Delft (5.868 m² v.v.o.). De marktruimte is echter dusdanig van omvang dat naast deze bestaande plannen nog voldoende ruimte aanwezig is om verdere ontwikkelingen op gebied van wonen of keukens in de toekomst te kunnen accommoderen.

Als gevolg van de uitbreiding van IKEA zal het bestaande aanbod in het primaire verzorgingsgebied geconfronteerd worden met een marktaandeel van IKEA-Delft van 10% in 2010. Thans bedraagt het marktaandeel van de IKEA-Delft 7%.

Verder is gebleken dat IKEA-Delft een positieve bijdrage levert aan de werkgelegenheid in de regio met circa 700 banen. Tevens heeft de pilot-functie een gunstig effect op de horecasector in Delft doordat hierdoor veel bezoekers uit het buitenland worden aangetrokken.

Geconcludeerd kan worden dat de winkeluitbreiding van IKEA-Delft niet zal leiden tot een onevenredige aantasting van de verzorgingsstructuur in het primaire verzorgingsgebied. Hierbij dient te worden benadrukt dat het bij IKEA om een uitbreiding gaat van 5.868 m² v.v.o. bovenop het bestaande metrage van 10.650 m² v.v.o. (zie tabel 2.2). Het bestaande metrage heeft zich al sinds de opening in 1992 in de markt gemanifesteerd, zonder dat zich hierbij een structurele verstoring van de distributieve structuur heeft voorgedaan. De toevoeging van het genoemde metrage van IKEA-Delft en de constatering van voldoende marktruimte, onderstrepen de verwachting dat hiervan ook na de uitbreiding geen sprake zal zijn. Daarnaast dienen ook werkgelegenheidseffecten, effecten op de horeca en de stimulans voor een verdere vernieuwing in het detailhandelsaanbod te worden meegenomen.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Inter IKEA Systems B.V. heeft ECORYS-Kolpron te Rotterdam verzocht een actualisatie uit te voeren van het distributie planologisch onderzoek (DPO). In 1999 en augustus 2002 is door ECORYS-Kolpron eerder een dergelijk onderzoek verricht. Dit in verband met het voornemen van IKEA om haar vestiging in Delft uit te breiden. IKEA-Delft heeft in haar winkel al langere tijd haar grenzen bereikt bij het kunnen voeren van het gewenste assortiment. Hierbij speelt een belangrijke rol dat de Delft-vestiging een pilot-functie heeft voor alle IKEA-vestigingen in de wereld. De mogelijkheden om nieuwe concepten uit te testen zijn door het tekort aan ruimte beperkt. IKEA wil daarom uitbreiden van 21.500 m² naar ruim 38.000 m² b.v.o. Het winkelgedeelte zal in de nieuwe situatie toenemen met 5.868 m² v.v.o. Op termijn wil IKEA ruimte reserveren voor extra magazijn- en kantoorruimte. In verkeerskundig opzicht zijn de grenzen al overschreden, de verkeersafwikkeling is op piekmomenten onvoldoende, ook het aantal parkeerplaatsen zal moeten worden uitgebreid.

In het DPO zal antwoord worden gegeven op de vragen of voldoende marktruimte in de regio aanwezig is voor uitbreiding en welke effecten een uitbreiding zal hebben op het aantal consumenten, in termen van omzet, en op de parkeerdruk. Hierbij wordt rekening gehouden met het feit dat op 26 september 2001 elders in de regio in Barendrecht een nieuwe IKEA-vestiging is geopend. Verder zal ingegaan worden op andere effecten die te verwachten zijn bij een uitbreiding van IKEA (hotelbezetting, economische effecten op de binnenstad van Delft etc.)

De nadruk zal liggen op het feit dat het bij de uitbreiding niet zozeer gaat om vergroting van de bezoekersstromen, maar om een verbetering van het serviceniveau door het aanbieden van een voor IKEA normaal assortiment, waarbij het ontwikkelen van de pilot-functie de meeste prioriteit heeft.

1.2 Leeswijzer

Het onderzoek zal uit twee delen bestaan. Het eerste deel geeft in hoofdstuk 2 een beschrijving van de IKEA-formule. Hierbij zal worden stilgestaan bij de eisen die IKEA over het algemeen heeft met betrekking tot de omvang, bereikbaarheid, zichtbaarheid, verkeersafwikkeling en inpassingsmogelijkheden¹. Hier zal eveneens worden ingegaan op de verkeerseffecten.

¹ Hiermee wordt bedoeld dat aangegeven zal worden hoe IKEA aansluit op de bestaande omgeving.

Het tweede deel van het onderzoek spitst zich toe op de berekening van de marktruimte en de effecten op de bestaande distributieve structuur in het primaire verzorgingsgebied. In hoofdstuk 3 wordt daarom het verzorgingsgebied van IKEA-Delft vastgesteld. Hoofdstuk 4 beschrijft de omzetverwachting van IKEA. In hoofdstuk 5 wordt vervolgens ingegaan op de impact die IKEA zal hebben op het aanbod in de relevante branches in het primaire en secundaire verzorgingsgebied. Hiertoe zal het aanbod in het primaire en secundaire verzorgingsgebied in kaart worden gebracht. In hoofdstuk 6 zal kort worden ingegaan op de economische effecten die een dergelijke vestiging heeft op haar omgeving. Hierin wordt vastgesteld welk profijt de gemeente Delft en haar regio kan hebben van het meer op 'maat' maken van deze voor IKEA belangrijke pilot-store. Aangegeven wordt welke economische effecten IKEA heeft op de detailhandels- en hotelbestedingen, die in de binnenstad worden gedaan (synergie).

2 De IKEA-formule en de invloed

2.1 IKEA nader omschreven

‘Het idee’

“Het IKEA-idee is het aanbieden van een zo breed mogelijk assortiment functionele woonartikelen van een goede vormgeving en kwaliteit, tegen zulke lage prijzen dat zoveel mogelijk mensen in staat zijn deze artikelen te kopen.”

Ingvar Kamprad

2.1.1 Ontwikkeling van vestigingen

Na de opening in 1959 van de eerste meubeshowroom van IKEA in Småland in Zweden, door oprichter Ingvar Kamprad, heeft IKEA een sterke groei doorgemaakt. In 2000 zijn er 156 woonwarenhuizen verspreid over 28 landen in Europa, Noord-Amerika, Azië, Australië en het Midden-Oosten. Het woonwarenhuis wordt wereldwijd jaarlijks door 130 miljoen mensen bezocht.

In Nederland opende de eerste vestiging in 1978 haar deuren in Sliedrecht. Sindsdien is het aantal vestigingen in Nederland uitgegroeid tot in totaal 10 vestigingen. In Nederland bezoeken jaarlijks 10 miljoen mensen IKEA. Wereldwijd gezien is Nederland een van de snelste groeiers binnen de IKEA-organisatie. In 2001 is in Barendrecht een nieuwe vestiging geopend, in 2002 is een IKEA in Hengelo geopend, in de zomer van 2003 staat de opening van een vestiging te Breda gepland en in de verdere toekomst worden IKEA's gerealiseerd in Haarlem, Leiden (of Leiderdorp) en Amersfoort.

De concernomzet bedroeg in 2002 € 11 miljard, waarvan € 685 miljoen in Nederland werd behaald, dit is circa 6% van de concernomzet. De verwachting is dat de omzet van IKEA in Nederland zal toenemen tot € 830 miljoen in 2005 en € 1,1 miljard in 2010. In Nederland werken 2.500 medewerkers. Bij een IKEA-vestiging van circa 20.000 m² b.v.o. werken gemiddeld 400 werknemers. Hiervan vervullen 250 werknemers een fulltime baan. Circa 90% van de arbeidsplaatsen wordt regionaal ingevuld. Het opleidingsniveau van de werknemers is over het algemeen laag (exclusief de studenten die een bijbaan bij IKEA hebben).

Tabel 2.1: Overzicht van IKEA-vestigingen in Nederland.

Plaats	Jaar van opening	Oppervlak in m ² b.v.o.*
Sliedrecht	1978	11.000
Amsterdam	1982 ('85)	33.000
Duiven (Arnhem)	1983 ('99)	21.000
Son (Eindhoven)	1992	21.600
Delft	1992	21.700
Heerlen	1994	19.000
Utrecht	1996	18.500
Groningen	1997	21.000
Barendrecht	2001	26.000
Hengelo	2002	29.900
Breda	2003	Zomer 2003 geopend
Haarlem	2004	Zomer 2004 geopend (23.000)
Leiden	2004-2006	Nb.
Amersfoort	2004-2006	Nb.

Zoals uit de tabel kan worden afgeleid heeft de gemiddelde IKEA-vestiging in Nederland een oppervlakte van circa 22.000 m² b.v.o. In vergelijking met andere woonwarenhuizen in Nederland is dit een zeer groot oppervlak, waardoor de komst van IKEA een nieuwe fase in het schaalvergrotingsproces in Nederland heeft betekend. Door haar sterke autonome aantrekkingskracht kan een IKEA-vestiging goed solitair functioneren. In Amsterdam, Delft, Duiven, Barendrecht en Hengelo is IKEA min of meer solitair gelegen. Andere vestigingen zijn gecombineerd met een meubelboulevard zoals In de Cramer (Heerlen), Sliedrecht, Groningen, Kanaleneiland (Utrecht) en Ekkersrijt (Eindhoven).

De formule kenmerkt zich door een unieke groei en expansie. IKEA timmert hard aan de weg om haar formules een nieuwe positie binnen de Europese markt te geven. In verschillende Europese steden zal daarom een nieuw concept worden ontwikkeld, met unieke formules, waarbij de presentatie van de artikelen en voorbeeldopstellingen meer aandacht zullen krijgen. In Delft bevindt zich de enige pilot-winkel ter wereld van IKEA.

In Nederland heeft dit onlangs geleid tot de verplaatsing van de vestiging in Duiven naar een nieuwe locatie. De vestiging is ingericht volgens de nieuwste inzichten. Behalve meer parkeerplaatsen is er veel aandacht besteed aan de inrichting van de showroom. Alle vestigingen in Nederland zijn in de afgelopen twee jaar vergroot, zoals bijvoorbeeld IKEA-Amsterdam. IKEA-Delft heeft plannen om de bestaande vestiging uit te breiden (Groningen, Duiven, Son). In de Stadsregio Rotterdam is in Barendrecht een nieuwe vestiging geopend en in Breda wordt deze zomer een nieuw vestiging gerealiseerd. Voor de komende drie jaar staan drie nieuwe vestigingen in de planning (Haarlem, Leiden/Leiderdorp en Amersfoort).

2.1.2 De formule

Evenals elders zijn de Nederlandse vestigingen van IKEA dichtbij grote en middelgrote steden te vinden. Belangrijk is dat de consument de woonwarenhuizen gemakkelijk kan bereiken en de auto dichtbij en gratis kan parkeren. Het marktgebied van een IKEA-vestiging ligt in een straal van 40 à 50 kilometer.

Uit onderzoek van het IMK (1998), is gebleken dat IKEA-vestigingen in de meeste gevallen 'doelgericht' worden bezocht (75%). Naarmate de consument een grotere afstand heeft afgelegd is de gemiddelde verblijfsduur langer. Hierop wordt door IKEA geanticipeerd door een restaurant en kinderopvang.

De gestructureerde en uniforme opzet is in vrijwel alle vestigingen identiek. In iedere vestiging bevinden zich afdelingen: woon-, eet- en slaapkamers, badkamers, keukens, IKEA voor beroep en bedrijf, thuiskantoren, halmeubels, wanden & vloeren, bed- en badtextiel, stoffen, wanddecoraties, verlichting, vloerkleden en harde vloeren (voornamelijk laminaat), cookshop, glas & porselein, cadeau-artikelen, IKEA family, posters & lijsten, opbergen & bewaren, bureau-accessoires, potten & planten en riet en het Kinderland gericht op inrichting van kinder- en babykamers. Beroemd daarnaast is het ballenbad, waar op de kinderen wordt gepast terwijl de ouders de winkel bezoeken. Het IKEA-assortiment bestaat uit artikelen die kwaliteit en vormgeving in zich verenigen voor een betaalbare prijs. Het merendeel van de producten is speciaal voor en door IKEA ontworpen.

Het kenmerkende van IKEA is dat de consument door middel van zelfbediening de verpakte producten uit voorraad kan meenemen om deze thuis zelf te monteren. De compacte verpakkingen drukken daarnaast de transport- en opslagkosten, waardoor de prijzen laag kunnen blijven. Verder onderscheidt IKEA zich door de presentatie van haar aanbod, de routing door de winkel en de service.

Het belangrijkste marketinginstrument is de uitgebreide catalogus die in grote delen van Nederland wordt bezorgd. IKEA wordt door een groot publiek aantrekkelijk gevonden, aangetrokken door de stijl, het materiaal en de prijsstelling. De jongere leeftijdscategorieën zijn echter enigszins oververtegenwoordigd. De doelgroep is relatief jong.

2.1.3 De invloed op de Nederlandse woninginrichtingsmarkt

De formule is in Nederland duidelijk aangeslagen gezien de expansie sinds 1978. Het aanbod, de wijze waarop dit wordt aangeboden en de schaal, wijken af van wat tot die tijd gebruikelijk was. IKEA leverde nieuwe producten en design, bereikbaar voor iedereen. Daarnaast had IKEA vanaf het begin uitgesproken ideeën over de locatie en bereikbaarheid.

Tevens heeft IKEA een nieuwe manier van denken over woninginrichtings- concepten geïntroduceerd. In welke mate dit de groei van bestedingen in de branche heeft beïnvloed laat zich moeilijk becijferen, maar het feit dat IKEA hierin heeft bijgedragen is welhaast zeker. Nederlanders zijn de afgelopen jaren steeds meer gaan uitgeven aan de inrichting van de woning. Deze groei zal naar verwachting de komende jaren verder doorzetten. Hierop wordt in hoofdstuk 4 verder ingegaan.

In een periode van 22 jaar is IKEA in Nederland uitgegroeid tot de eerder genoemde 9 winkels met een totale omzet van € 545 miljoen.

Volgens het management van IKEA is er in Nederland de komende jaren nog meer ruimte voor expansie. In totaal wordt aan 16 Zweedse woonwarenhuizen in Nederland gedacht, waarvan Breda na Barendrecht en Hengelo de derde zal zijn. De uitbreiding van bestaande vestigingen is bijna afgerond.

2.1.4 Het belang van een goede en bereikbare locatie

In deze paragraaf wordt een korte beschrijving gegeven van de algemene locatie-eisen die IKEA stelt. Vervolgens zal in paragraaf 2.2 de locatie van IKEA-Delft in dit perspectief worden geplaatst.

Benodigde grondoppervlakte

Een 'full size store' van IKEA heeft in het algemeen een oppervlak van circa 25.000 m² b.v.o. nodig, waarbij de mogelijkheid van doorgroei op eigen terrein wordt opengehouden.

Ligging en zichtbaarheid

Aan herkenbaarheid en zichtbaarheid vanaf grote afstand wordt door IKEA grote waarde gehecht. Bij voorkeur vanaf een snelweg, anders vanaf een hoofdverkeersweg dan wel bij een verkeersknooppunt. Geluidsschermen en wallen en dergelijke mogen niet functioneren als een barrière, die het zicht op het gebouw wegnemen. Het gebouw vormt met de blauwgele kleurstelling letterlijk het 'uithangbord' van de formule, reden waarom een zichtlocatie zo belangrijk is voor IKEA. Een sign-tower speelt hierbij eveneens een belangrijke rol.

Bereikbaarheid met auto en OV

Een vestiging van IKEA wordt naar schatting op basis van gegevens van de andere vestigingen in Nederland door circa 1,5 miljoen bezoekers per jaar bezocht. In Delft bedraagt dit aantal circa 1,8 miljoen. Het gros (90%) komt met de auto, zodat geconcludeerd kan worden dat de bereikbaarheid via de weg optimaal dient te zijn om de te verwachten verkeersstromen te kunnen opvangen. Bij een gemiddelde van 2,4 personen per voertuig kan dit per week gemiddeld neerkomen op circa 10.800 voertuigen per week². Bij voorkeur vindt de verkeersafwikkeling plaats vanaf een snelwegafslag. Deze dient niet direct uit te komen op de locatie, om congestie bij de afrit te voorkomen.

Parkeergelegenheid

IKEA streeft zoveel mogelijk na om het parkeren op eigen terrein te laten plaatsvinden. Om congestie buiten en op het terrein te voorkomen, moeten dit ruim voldoende parkeerplaatsen zijn, waarbij deze ook bij piekmomenten de drukte aankunnen. Indien dubbelgebruik met bijvoorbeeld kantoren of ander functies kan plaatsvinden, wordt dit

² In Delft komt dit neer op gemiddeld bijna 13.000 voertuigen per week

niet nagelaten. Naast de eigen parkeerplaatsen kunnen deze plaatsen dan een rol spelen bij een soepele verwerking van het verkeersaanbod.

2.2 Uitbreiding IKEA-Delft

In deze paragraaf wordt aangegeven waarom IKEA wil uitbreiden. Een belangrijke reden hiervoor is gelegen in de pilot-functie die IKEA-Delft heeft. Hierop zal eerst dieper worden ingegaan, omdat hier een van de belangrijkste oorzaken ligt waarom IKEA in Delft wil uitbreiden. Tevens zal verder worden ingegaan op de huidige verkeerssituatie.

Beschrijving winkel en pilot-functie

De vestiging van IKEA-Delft wordt als enige IKEA-vestiging in Nederland geëxploiteerd door Inter IKEA Systems B.V., de franchisegever van het internationale IKEA-concept. Inter IKEA Systems is tevens eigenaar van deze vestiging. Hiermee is deze vestiging een uitzondering, omdat de overige filialen in Nederland onder IKEA BV vallen. Deze bijzondere positie wordt verklaard door haar functie als internationale pilot-store voor het IKEA-concept. Dit betekent bijvoorbeeld dat het management van de meeste nieuw te openen IKEA-vestigingen, waar ook in de wereld, in Delft haar introductie en opleiding krijgt. De pilot-store in Delft heeft hiermee een voorbeeldfunctie voor de andere IKEA-vestigingen in de wereld. Veel van de nieuwe systemen, als ook van de nieuw ontwikkelde concepten op winkelniveau en de marketingproducten, worden getest in Delft. Bij goedkeuring worden deze in alle winkels ingevoerd. Verder worden in de pilot-store continue tests en ontwikkelingsprogramma's uitgevoerd, met als doel het verbeteren van het IKEA-concept en het functioneren van de winkels. Voor de volgende functies speelt IKEA-Delft een belangrijke rol:

- dienen als voorbeeld voor IKEA-winkels in de gehele wereld;
- invoeren van bewezen oplossingen in inrichting en logistiek;
- functioneren als testcentrum;
- ontvangen van nieuwe franchisenemers en het voeren van onderhandelingen;
- functioneren als opleidingscentrum voor nieuwe IKEA-franchisers.

Veranderende markttendensen in Delft en regio en haar pilot-functie hebben door een tekort aan ruimte tot een situatie geleid waarin een aantal van deze functies op dit moment onvoldoende kan worden uitgevoerd in IKEA-Delft. Door dit tekort is IKEA genoodzaakt geweest een aantal testprogramma's in andere IKEA-filialen onder te brengen. Het nieuwe kinderspeelgedeelte is bijvoorbeeld in het filiaal in Duiven uitgetest, de nieuwe lichtshop in IKEA-Elisabeth in New York, de nieuwe Bed & Bad showroom in IKEA Los Angeles, de nieuwe vloerbedekking-shop in Milaan en een 'shop in the shop-concept' in Chicago. De pilot-functie heeft door de beperkte ruimte verder geleid tot het gedwongen voeren van, ten opzichte van andere IKEA-vestigingen, een beperkt assortiment. In een 'normale' IKEA vestiging worden in het assortiment circa 9.500 artikelen gevoerd. In Delft is dit maar 6.700, tegen 8.500 een aantal jaren geleden. Een compleet assortiment kan alleen worden behaald bij een zogenaamde IKEA Full Range Store, ofwel een winkel waarin de eerdergenoemde 9.500 artikelen optimaal kunnen worden gevoerd. In Delft speelt het probleem dat een dergelijke winkel in combinatie met de pilot-functie in de huidige opzet niet goed haalbaar is.

Kort samengevat, de winkel heeft te weinig ruimte om zowel de pilot-functie als de winkelfunctie optimaal te kunnen vervullen. Dit betekent dat er onvoldoende service en aanbod van artikelen aan de consument kan worden geboden. Daarnaast is de ruimte voor de opleidingen en dergelijke in het kader van de pilot-functie te krap.

Gewenste grootte

De IKEA in Delft meet momenteel 21.734 m² b.v.o.³ Gewenst is een uitbreiding naar 38.331 m² b.v.o. In onderstaande tabel wordt duidelijk dat een aanzienlijk deel hiervan is toe te schrijven aan de pilot-functie van IKEA-Delft, waardoor een groot deel van het metrage niet-winkelmeters, zoals magazijn- en kantoorruimte betreft. Dit blijkt tevens uit de reservering die IKEA wil maken voor uitbreiding van magazijn- en kantoorruimte. Het winkelgedeelte (winkel en winkelmagazijn) zal in totaal uitgebreid worden met 5.868 m² v.v.o. De uitbreiding zal op de huidige kavel van IKEA-Delft gaan plaatsvinden, met eveneens een mogelijkheid om op een naast gelegen kavel (ca. 3 hectare) uit te breiden.

Tabel 2.2: Huidig en toekomstig gewenst formaat IKEA Delft

Functie	Huidig	Toekomstig	Uitbreiding
Winkel (m ² v.v.o.)	3.819	5.928	2.109
Winkelmagazijn (m ² v.v.o.)	6.831	10.590	3.759
Magazijn (m ² b.v.o.)	5.144	12.063	6.919
Horeca (m ² b.v.o.)	1.310	2.323	1.013
Kantoren (m ² b.v.o.)	4.070	5.779	1.709
Totaal IKEA (m² v.v.o.): winkel + winkelmagazijn	10.650	16.518	5.868
Totaal IKEA (m² b.v.o.)	21.734	38.331	16.597

Bron: Inter IKEA Systems BV

Nb1. Door hantering van zowel v.v.o. en b.v.o. kunnen bovenstaande metrages niet opgeteld worden

Nb2. De metrages van de winkel en het winkelmagazijn zijn omgerekend van b.v.o. naar v.v.o. met een verhouding 100:95. Hierbij wordt het metrage ten behoeve van toiletten en kassa's e.d. afgetrokken

Stedenbouwkundige opzet

Doordat de locatie van IKEA-Delft aan de 'krappe' kant is, heeft het gebouw een (semi-) compacte opzet, waarbij het parkeren onder het gebouw en op het maaiveld plaatsvindt. Door te kiezen voor intensief grondgebruik wordt de beschikbare ruimte optimaal gebruikt. Met betrekking tot de uitbreiding, het aantal parkeerplaatsen en de verkeerskundige ontsluiting worden momenteel bespreking gevoerd met de gemeente over mogelijke oplossingen.

Benodigde parkeercapaciteit

Momenteel zijn er circa 900 parkeerplaatsen op het IKEA-terrein en 200 parkeerplaatsen op de carpoolplaats die bij grote drukte kunnen worden gebruikt. Op basis van het huidige en toekomstige aantal bezoekers en het hoge percentage hiervan dat met de auto komt, is de benodigde parkeercapaciteit berekend op 1.800-2.000 parkeerplaatsen. Dit aantal geldt voor piekmomenten en is inclusief parkeerplaatsen voor werknemers en de carpoolplaats (gelegen buiten het terrein) met genoemde 200 parkeerplaatsen. De 1.800-2.000 parkeerplaatsen zullen op maaiveldniveau en onder het gebouw komen. Boven het

³ Dit metrage is inclusief magazijnen, horeca en kantoorruimte die voor de pilot-functie worden gebruikt.

maaiveld wordt een parkeertoren gerealiseerd om de te verwachte toekomstige groei te kunnen opvangen op eigen terrein. Dubbelgebruik in combinatie met de omliggende kantoren behoort tot de mogelijkheden. Behalve aan veel parkeerplaatsen hecht IKEA veel waarde aan het gratis parkeren.

Goede bereikbaarheid

Hoewel in Delft sprake is van een goede ligging en zichtbaarheid vanaf de A13, is de bereikbaarheid vanaf de afslag op piekmomenten problematisch te noemen. De ingang is direct naast de afrit van de A13 gelegen en heeft hierdoor onvoldoende capaciteit om op momenten van topdrukke het verkeer snel te kunnen afwikkelen. IKEA wil dit probleem oplossen door het verkeer dat van de snelweg komt efficiënter toegang te verlenen tot het terrein, waarbij een deel van de eerder genoemde aanrijroute op eigen terrein wordt gerealiseerd. Het doel van deze verkeerskundige ingreep is het tegengaan van congestie en verkeersonveilige situaties.

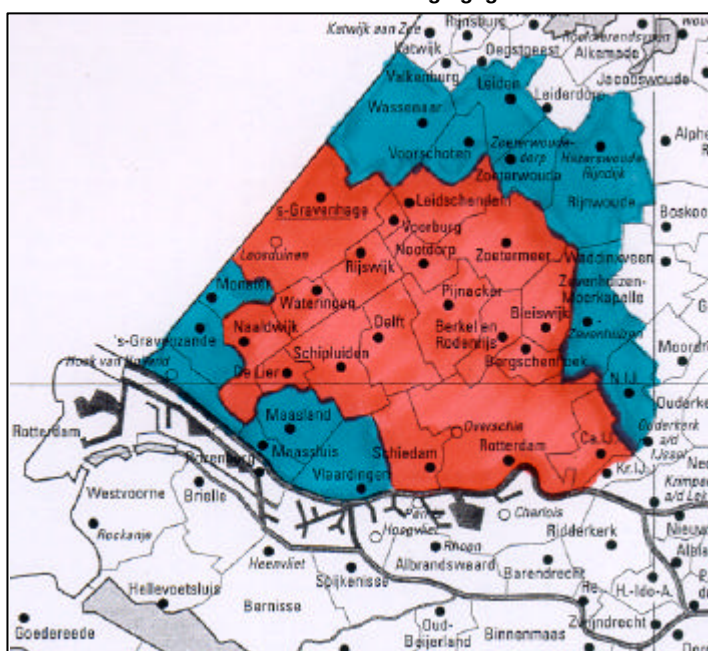
2.3 Conclusie

Zoals uit de voorgaande paragrafen blijkt, voldoet de locatie en de grootte van het IKEA-filiaal momenteel niet aan de eisen zoals IKEA die stelt. De bijzondere positie als internationale pilot-store heeft geleid tot de uitbreidingswens van IKEA van het huidige winkeloppervlak van 10.650 m² v.v.o. naar 16.518 m² v.v.o. Tevens dient de magazijnruimte te worden vergroot met circa 6.900 m² en zal de kantoorruimte en overige ruimtes toenemen met ruim 2.700 m². Het totale niet-winkelvloeroppervlak zal hierdoor met circa 9.600 m² b.v.o. toenemen. Het aantal parkeerplaatsen ten behoeve van IKEA zal toenemen van 900 naar 1.800-2.000, dit is inclusief het aantal parkeerplaatsen van de carpoolplaats buiten het huidige terrein van 200. Daarnaast zal de momenteel al te krappe af- en aanrij situatie, moeten worden aangepast aan de nieuwe situatie.

3 Het verzorgingsgebied

In dit hoofdstuk zal worden aangegeven dat de vestigingen van IKEA doorgaans een ruim verzorgingsgebied hebben. In Zuid-Holland bevinden zich momenteel drie IKEA-vestigingen in Delft, Sliedrecht en Barendrecht. In de distributie-planologie wordt voor het berekenen van de omzetteffekten van de vestigingen vaak onderscheid gemaakt tussen het primaire, secundaire en tertiaire verzorgingsgebied. Het merendeel van de omzet van IKEA-Delft is afkomstig uit het primaire en secundaire verzorgingsgebied, zoals aangegeven in kaart 3.1, waarbij rekening is gehouden met de vestigingen in Barendrecht en Sliedrecht. Hierbij wordt dan onder het primaire verzorgingsgebied verstaan het gebied dat zich binnen een straal van 15 kilometer van de beoogde vestiging bevindt, hier haalt IKEA-Delft 73% van haar omzet vandaan. Onder het secundaire verzorgingsgebied wordt verstaan het gebied tussen de 15 en 25 kilometer, met 19,5% van de omzet. Onder het tertiaire gebied worden alle gebieden verstaan die verder liggen dan 25 kilometer en waar de resterende omzet van 7,5% vandaan komt. Het is duidelijk dat naarmate de afstand tot de beoogde vestiging groter wordt het belang hiervan in de omzet minder wordt. Onderstaande kaart toont aan hoe deze verzorgingsgebieden zich momenteel tot elkaar verhouden.

Kaart 3.1: Primaire en secundaire verzorgingsgebied IKEA-Delft.



Het primaire en secundaire verzorgingsgebied van IKEA-Delft, telde op 1 december 2002 ruim 1,8 miljoen inwoners. De volgende tabel laat voor zowel het primaire als het secundaire gebied de huidige inwonertallen zien alsmede een prognose voor de jaren 2005 en 2010.

Tabel 3.1: Inwonerspotentieel verzorgingsgebied IKEA-Delft*.

	1-12-2002	2005	2010
Primair verzorgingsgebied	1.429.114	1.494.879	1.534.038
Secundair verzorgingsgebied	389.772	400.901	411.773
Totaal	1.818.886	1.895.780	1.945.811

* In bijlage I wordt een overzicht gegeven van de gemeenten in het primaire en secundaire verzorgingsgebied

Uit voorgaande tabel blijkt dat de bevolking in het primaire verzorgingsgebied tot het jaar 2010 zal groeien met circa 7%. De groei in het primaire verzorgingsgebied vindt voornamelijk plaats in gemeenten met VINEX-bouwwijken, zoals Bergschenhoek, Pijnacker, Berkel en Rodenrijs, Leidschendam, Rijswijk en Zoetermeer.

4 De omzetverwachting

4.1 Raming van de omzet

Zoals uit hoofdstuk 2 is gebleken, kan een IKEA-vestiging worden gezien als een woonwarenhuis waar vrijwel alles op het gebied van wonen te verkrijgen is. De IKEA-formule onderscheidt een aantal hoofdassortimentsgroepen, zoals (kantoor) meubelen, woningtextiel, verlichting, keukens en overige artikelen. In onderstaande tabel is aangegeven welk aandeel van de omzet de verschillende assortimentsgroepen voor hun rekening nemen.

Tabel 4.1: Assortiment IKEA-Delft naar aandeel van de omzet.

IKEA-assortiment	Aandeel van de omzet
Meubelen (incl. kantoormeubilair)	52%
Woningtextiel (vloerbedekking en slaapkamertextiel)	15%
Verlichting	6%
Keukens	7%
Overig (w.o. speelgoed, huishoudelijke artikelen, planten)	20%
Totaal	100%

Omzet IKEA-Delft in 2002

Uit deze tabel kan geconcludeerd worden dat het kernassortiment van IKEA voornamelijk bestaat uit meubelen en woningtextiel. Gezamenlijk nemen zij 67% van de omzet voor hun rekening. De omzet van de IKEA-vestiging in Delft bedroeg in 2002 circa € 102 miljoen, tegen € 113,5 miljoen in 2001. Door de komst van IKEA-Barendrecht blijkt de omzet met 10% (kannibaal effect) te zijn gedaald. IKEA-Barendrecht is geopend in 2001 en heeft deels een overlap met het verzorgingsgebied van IKEA-Delft, zie kaart 4.1. In het vorige hoofdstuk werd al duidelijk dat van de omzet in 2002 73%, ofwel € 75 miljoen, uit het primaire verzorgingsgebied afkomstig is. Uit het secundaire en tertiaire verzorgingsgebied komt respectievelijk € 19,9 miljoen (19,5%) en € 7,7 miljoen (7,5%).

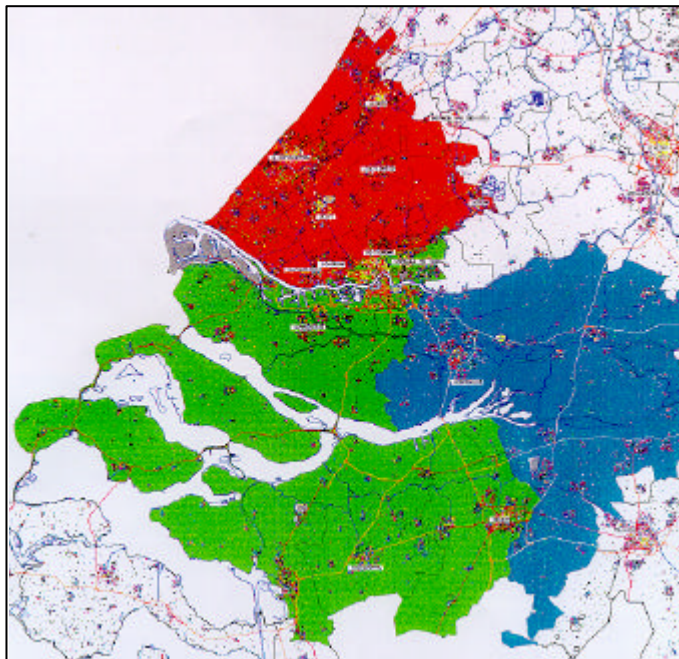
Omzet IKEA-Delft in 2005

De verwachting is dat de vestiging van IKEA te Delft op basis van de huidige assortimentsvoering een geringe stijging van de omzet zal laten zien. In 2005 zal de omzet circa € 110 miljoen bedragen. Er is hierbij uitgegaan van een stijging van de omzet van 2% per jaar.

Omzet IKEA-Delft in 2010

De uitbreiding van IKEA zal leiden tot een toename van de omzet, doordat IKEA-Delft een uitgebreider assortiment gaat voeren. Na de vergroting zal de IKEA circa 1.500 artikelen meer gaan voeren dan thans het geval is. IKEA-Delft schat in dat de omzet omstreeks 2010 € 150 miljoen bedraagt. Deze omzetgroei zal overigens geen gevolgen hebben voor de omzetherkomst naar verzorgingsgebied, deze blijft gelijk aan de verdeling zoals in de volgende subparagraaf vermeld.

Kaart 4.1: Het primaire en secundaire verzorgingsgebied van IKEA-Delft (rood), na de komst van IKEA- Barendrecht (groen).



Omgerekend naar de verschillende assortimentsgroepen ontstaat dan het volgende beeld in tabel 4.2.

Tabel 4.2: Omzetraming IKEA-assortimentsgroepen 2002 - 2005.

IKEA-assortiment	Aandeel omzet	2002 in € mln.	2005 in € mln.	2010 in € mln.
Meubelen	52%	€ 53	€ 57	€ 78
Woningtextiel	15%	€ 15	€ 17	€ 23
Verlichting	6%	€ 6	€ 7	€ 9
Keukens	7%	€ 7	€ 8	€ 11
Overig	20%	€ 20	€ 22	€ 30
Totaal	100%	€ 102	€ 110	€ 150

4.2 Omzetherkomst

Uit analyses van de klantenherkomst van andere IKEA-vestigingen in Nederland blijkt dat circa 60% van de omzet uit het hoofdmarktgebied (het primaire verzorgingsgebied) afkomstig is. In IKEA-Delft komt in 2002 73% van de omzet uit het primaire verzorgingsgebied (tot 15 kilometer) en circa 19,5% uit het secundaire verzorgingsgebied (15 tot 25 kilometer). Het overige gedeelte van 7,5% komt van verder weg dan 25 kilometer (het tertiaire verzorgingsgebied).

In onderstaande tabel is de omzet weergegeven zoals deze voor 2002, 2005 en 2010 wordt verondersteld naar de verschillende verzorgingsgebieden.

Tabel 4.3: Omzetraming per IKEA-assortimentsgroep 2003-2005.

	Meubelen	Woningtextiel	Verlichting	Keukens	Overig	Totaal
Aandeel omzet	0,52	0,15	0,06	0,07	0,2	1,0
Primair (73%)						
2002	38,7	11,2	4,5	5,2	14,9	74,5
2005	41,8	12,0	4,8	5,6	16,1	80,3
2010	56,9	16,4	6,6	7,7	21,9	109,5
Secundair (19,5%)						
2002	10,3	3,0	1,2	1,4	4,0	19,9
2005	11,2	3,2	1,3	1,5	4,3	21,5
2010	15,2	4,4	1,8	2,0	5,9	29,3
Tertiair (7,5%)						
2002	4,0	1,1	0,5	0,5	1,5	7,7
2005	4,3	1,2	0,5	0,6	1,7	8,3
2010	5,9	1,7	0,7	0,8	2,3	11,3
Totaal						
2002	53,0	15,3	6,1	7,1	20,4	102,0
2005	57,2	16,5	6,6	7,7	22,0	110,0
2010	78,0	22,5	9,0	10,5	30,0	150,0

* De totaalkolom kan door afrondingsverschillen afwijken van tabel 4.2.

5 De marktimact

In dit hoofdstuk zal eerst de vraag en het aanbod in beeld worden gebracht. Vervolgens wordt ingegaan op de marktimact van IKEA op de bestaande detailhandel in de relevante branches in het primaire en secundaire verzorgingsgebied.

5.1 Het bestedingspotentieel

In deze paragraaf wordt op basis van de in Nederland werkelijk bestede bedragen per hoofd van de bevolking in de door IKEA gevoerde assortimentsgroepen, inzicht gegeven in de bestedingspotentiën.

5.1.1 Bestedingsbedragen per hoofd van de bevolking

Zoals uit hoofdstuk 4 is gebleken, wordt de corebusiness van IKEA gevormd door de assortimentsgroepen meubelen en woningtextiel. In totaal genereren zij 67% van de omzet. De verlichting- en keukenassortimentsgroepen nemen daarnaast gezamenlijk nog eens ruim 13% van de omzet voor hun rekening en de overige artikelen 20%. Onderliggend onderzoek richt zich op de vier assortimentsgroepen meubelen, woningtextiel, verlichting en keukens. De overige assortimentsgroepen (w.o. speelgoed, planten, glas en porselein en huishoudelijke artikelen) blijven verder buiten beschouwing. De omzet in deze assortimentsgroep bedraagt 20% verdeeld over genoemde deelbranches. Hierdoor zal per branche slechts een geringe marktimact bestaan op het totale verzorgingsgebied. Opgemerkt zij verder dat bij de berekeningen de branches meubelen en verlichting bij elkaar gevoegd worden. Immers veel meubelzaken verkopen ook verlichtingsartikelen (circa 23% van de bestedingen aan verlichtingsartikelen komt terecht bij de meubeldetailhandel).

Hieronder wordt kort stilgestaan bij de bestedingscijfers per hoofd van de bevolking voor de relevante assortimentsgroepen en de ontwikkelingen hierin.

De branche wonen

Na de groei van de bestedingen in de branche wonen in de afgelopen jaren, wordt voor de komende jaren een stabilisatie verwacht.

De bestedingen per hoofd van de bevolking aan meubels, detailhandel in bedden, woningtextiel, artikelen voor woninginrichting, woonwarenhuizen, parket- laminaat- en kurkvloeren, vloerbedekking en verlichting bedragen:

2003: € 618,-

2005: € 618,-

2010: € 618,-

De keukenbranche

Voor de komende jaren wordt mede als gevolg van de daling van de detailhandelsbestedingen (met name in de woninginrichtingssector) voorlopig geen verdere toename van de bestedingen verwacht. De verwachting is dat na een stabilisatie van de bestedingen tot aan het jaar 2005 de groei weer enigszins zal doorgaan. Gerekend is met een gemiddelde volumematige groei in de periode 2005 tot en met 2010 van circa 1% per jaar.

Bestedingen in keukenspecialzaken per hoofd van de bevolking:

2002: € 103,-

2005: € 103,-

2010: € 108,-

5.1.2 Bestedingspotentieel primair en secundair verzorgingsgebied

Primair verzorgingsgebied

Onderstaande tabel geeft een overzicht van de huidige bestedingspotentiëlen in het primaire verzorgingsgebied ten aanzien van de voor IKEA relevante branches. Het inwonertal van december 2002, alsmede de bestedingsbedragen voor het jaar 2002 dienen als uitgangspunt voor het jaar 2003.

Tabel 5.1: Bestedingspotentieel relevante branches in 2003 in primair verzorgingsgebied

	Wonen	Keukens	Totaal
Aantal inwoners 2002	1.429.114	1.429.114	1.429.114
Bestedingsbedrag 2003*	€ 618	€ 103	€ 721
Bestedingspotentieel 2003**	€ 883 mln.	€ 147 mln.	€ 1 mld.

* Bestedingsbedragen hebben betrekking op specialzaken **Bedragen zijn afgerond

Uit voorgaande tabel blijkt dat thans circa € 1 miljard aan bestedingspotentieel voor het totaal van de relevante assortimentsgroepen aanwezig is. Wanneer de toekomstige bestedingspotentiëlen worden geconfronteerd met de toekomstige inwonertallen, dan wordt een beeld verkregen van de toekomstige bestedingspotentiëlen (2005 en 2010). Dit wordt weergegeven in onderstaande tabellen 5.2 en 5.3.

Tabel 5.2: Bestedingspotentieel relevante branches in 2005 in primair verzorgingsgebied

	Wonen	Keukens	Totaal
Aantal inwoners 2005	1.494.879	1.494.879	1.494.879
Bestedingsbedrag 2005*	€ 618	€ 103	€ 721
Bestedingspotentieel 2005**	€ 924 mln.	€ 154 mln.	€ 1,08 mld.

* Bestedingsbedragen hebben betrekking op specialzaken **Bedragen zijn afgerond

Totaal zal er in 2005 voor de relevante assortimentsgroepen naar verwachting dus een bestedingspotentieel beschikbaar zijn van ruim € 1 miljard.

Tabel 5.3: Bestedingspotentieel relevante branches in 2010 in primair verzorgingsgebied

	Wonen	Keukens	Totaal
Aantal inwoners 2010	1.534.038	1.534.038	1.534.038
Bestedingsbedrag 2010*	€ 618	€ 108	€ 726
Bestedingspotentieel 2010**	€ 948	€ 166	€ 1,1 mld.

* Bestedingsbedragen hebben betrekking op speciaalzaken **Bedragen zijn afgerond

In 2010 zal het bestedingspotentieel voor de relevante assortimentsgroepen stijgen naar een totale omvang van € 1,1 miljard.

Secundair verzorgingsgebied

Ook voor het secundaire gebied kunnen de bestedingspotentiëlen voor de relevante assortimentsgroepen worden berekend, zie tabel 5.4.

Tabel 5.4: Bestedingspotentieel relevante branches secundair verzorgingsgebied (2003, 2005, 2010)

2003	Wonen	Keukens	Totaal
Aantal inwoners 2002	389.772	389.772	389.772
Bestedingsbedrag 2003*	€ 618	€ 103	€ 721
Bestedingspotentieel 2003**	€ 241	€ 40	€ 281
2005			
Aantal inwoners 2005	400.901	400.901	400.901
Bestedingsbedrag 2005*	€ 618	€ 103	€ 721
Bestedingspotentieel 2005**	€ 248	€ 41	€ 289
2010			
Aantal inwoners 2010	411.773	411.773	411.773
Bestedingsbedrag 2010*	€ 618	€ 108	€ 726
Bestedingspotentieel 2010**	€ 254	€ 44	€ 298

* Bestedingsbedragen hebben betrekking op speciaalzaken **Bedragen zijn afgerond

Uit deze tabel blijkt dat in het secundaire verzorgingsgebied momenteel (2003) voor het totaal van de relevante assortimentsgroepen € 281 miljoen aan bestedingspotentieel aanwezig is. Voor de toekomst (2010) wordt, als gevolg van een toename van het aantal inwoners en een stijging van de bestedingsbedragen per hoofd van de bevolking, een bestedingspotentieel verwacht van € 298 miljoen.

5.2 Het aanbod in het primaire verzorgingsgebied

5.2.1 Het huidige aanbod

In het primaire verzorgingsgebied is in totaal circa 470.000 m² v.v.o. aanwezig. Als de verschillende assortimentsgroepen worden geanalyseerd, dan blijkt dat de branche wonen hiervan het merendeel voor zijn rekening neemt. Onderstaande tabel geeft het aanbod weer in het primaire verzorgingsgebied waarbij onderscheid is gemaakt in hoofdbranche en afgeleide subbranches.

Tabel 5.6: Aanbod relevante branches IKEA in primair verzorgingsgebied

Assortimentsgroepen	Aanbod in m ² vvo	Aandeel van het totale aanbod
Meubelen/woninginrichting totaal	361.315	77%
Babywoonwinkel	12.520	3%
Slaapkamers en bedden	55.481	12%
Meubelen	121.913	26%
Woonwarenhuis	59.793	13%
Verlichting	12.106	3%
Woninginrichting	91.728	20%
Woondecoratie	7.774	2%
Woningtextiel totaal	57.426	12%
Oosterse tapijten	1.990	0%
Parket en laminaat	12.461	3%
Woningtextiel	42.975	9%
Keukens⁴ totaal	51.213	11%
Totaal	469.954	100%

Bron: Locatus, 2003

Van het totale aanbod is circa 36% gelegen in onderstaande grootschalige clusters (tabel 5.7). In het primaire verzorgingsgebied zijn vijf grootschalige clusters aanwezig waar winkels op het gebied van meubels, woningtextiel, verlichting en keukens (de corebusiness van IKEA) zijn gevestigd.

⁴ Opgebouwd uit de subbranche keukens en de helft van het aanbod onder de subbranche keukens en badkamers

Tabel 5.7: Aanbod grootschalige hoofdclusters in primair verzorgingsgebied IKEA-Delft

Grootschalig cluster	Aantal verkooppunten en m² vvo
Rotterdam, Alexandrium II (megastores)/ III (woonmall)	Meubelen/woninginrichting : 49.252 (43) Woningtextiel : 1.583 (5) Keukens : 5.637 (6) Totaal : 56.472 (54)
Zoetermeer, Woonhart	Meubelen/woninginrichting : 14.290 (13) Woningtextiel : 2.173 (2) Keukens : 2.414 (3) Totaal : 18.877 (18)
Capelle a/d IJssel, Meubelboulevard	Meubelen/woninginrichting : 23.116 (11) Woningtextiel : 1.490 (2) Keukens : 2.500 (2) Totaal : 27.106 (15)
Delft, Leeuwenstein	Meubelen/woninginrichting : 9.323 (7) Woningtextiel : 2.952 (5) Keukens : 2.763 (4) Totaal : 15.038 (16)
Den Haag, Megastores	Meubelen/woninginrichting : 41.905 (33) Woningtextiel : 1.819 (2) Keukens : 7.053 (5) Totaal : 50.777 (40)
Totaal grootschalige clusters	168.270 m² (143 verkooppunten)

Bron: Locatus, 2003

5.2.2 Toekomstige uitbreidingsplannen in het primaire verzorgingsgebied

Teneinde de marktruimte voor het jaar 2005 en 2010 te kunnen berekenen, dient naast het huidige aanbod ook rekening gehouden te worden met eventuele plannen die in deze periode gerealiseerd zullen worden.

Het enige grootschalige plan in het primaire verzorgingsgebied betreft de uitbreiding van het woonhart te Zoetermeer. Deze 2^e fase zal rond het jaar 2005 opgeleverd worden en betreft een toevoeging van circa 16.000 m² b.v.o.⁵

5.3 De marktruimte in het primaire verzorgingsgebied 2003, 2005 en 2010

De marktruimte, 2003

In deze subparagraaf wordt voor de verschillende assortimentsgroepen van IKEA de huidige marktruimte berekend. Eerst dient echter inzicht te bestaan in de hoogte van de omzetten zoals die momenteel gerealiseerd worden in het huidige relevante aanbod. Uitgangspunt hierbij is het aanbod zoals in tabel 5.6 is aangegeven.

⁵ Bron: Vastgoedmarkt, november 2002 en gemeente Zoetermeer

Tabel 5.8: Berekening omzetclaim (incl. BTW) aanbod in primair verzorgingsgebied.

	Wonen	Keukens	Totaal
Aanbod in m ² v.v.o.	418.741	51.213	469.954
Norm.vloerproductiviteit in €*	2.421	2.797	2.462
Omzetclaim aanbod in mln. €	1 miljard	143	1,2 miljard
Omzetclaim aanbod uit het prim. verz. geb. in mln. €	800	112	912

* Bronnen: HBD, Woonzaken (Branches in detailhandel), 2002; Retailverkenner Locatus, 2003

Uit tabel 5.8 blijkt dat de omzetclaim van het aanbod in het primaire verzorgingsgebied circa 1,2 miljard euro bedraagt. Deze omzetclaim dient nog te worden gecorrigeerd voor het deel van de omzet dat van buiten het primaire verzorgingsgebied komt. Immers met name Alexandrium II/III en Capelle Meubelboulevard halen een groot deel van de omzet van buiten het primaire verzorgingsgebied, respectievelijk 50%⁶ en 30%. Bij Megastores Laakhaven zal dit evenals bij Alexandrium, rond 50% liggen. De omzetclaim van het aanbod dat op het primaire verzorgingsgebied wordt gelegd is dus kleiner. In minder mate geldt dit voor Zoetermeer en Leeuwenstein in Delft, waar circa 20% van buiten het primaire verzorgingsgebied afkomstig is. De overige locaties behalen gezien het beperkte verzorgingsgebied van de veelal kleine concentraties maar 10% van de omzet van buiten het primaire verzorgingsgebied⁷. Deze correcties leiden tot een omzetclaim die uitsluitend op het primaire verzorgingsgebied wordt gelegd van € 912 mln.

Vergelijking van de omzetclaim (aanbod) met het aanwezig omzetspotentieel (vraag) geeft aan in hoeverre er, volgens de beschikbare gegevens, marktruimte bestaat. Er is uitgegaan van een koopkrachtbindingspercentage van 85% en een toevloeiingspercentage van 10%.

Tabel 5.9: Berekening marktruimte relevante branches in primair marktgebied in 2003.

	Wonen	Keukens	Totaal
Omzetspotentieel vraag in € mln. (tabel 5.1)	883	147	1 mld.
Omzetclaim aanbod in € mln. (tabel 5.8)	800	112	912
Marktruimte in € mln.	34	27	61
Marktruimte in m ² v.v.o.	13.800	9.700	23.500

De marktruimte, 2005

Ook bij onderstaande berekeningen wordt uitgegaan van dezelfde uitgangspunten als bij de berekening voor het jaar 2003.

Tabel 5.10: Berekening marktruimte in de relevante branches in het primaire marktgebied in 2005

	Wonen	Keukens	Totaal
Omzetspotentieel vraag in € mln. (tabel 5.2)	924	154	1,08 mld.
Omzetclaim aanbod in € mln. (tabel 5.8)	800	112	912
Marktruimte in € mln.	72	34	106
Marktruimte in m ² v.v.o.	29.700	12.000	41.700

⁶ Dit percentage is afgeleid van een onderzoek van de Universiteit van Amsterdam naar de herkomst van consumenten die Alexandrium II/III hebben bezocht en het koopstromenonderzoek Zuid-Holland 1999.

⁷ Deze percentages zijn een inschatting op basis van de ligging van deze concentraties in het verzorgingsgebied van IKEA.

De marktruimte, 2010

Analoog aan de uitgangspunten voor de berekening voor het jaar 2005, wordt in onderstaande tabel 5.11 een beeld geschetst van de marktruimte in 2010. De vloerproductiviteit is constant gehouden ten opzichte van de berekeningen voor 2003 en 2005. Ook met betrekking tot de koopkrachtbinding (85%) en koopkrachttoevloeiing (10%) zijn de eerder gehanteerde cijfers gehandhaafd.

Tabel 5.11: Berekening marktruimte in de relevante branches in het primaire gebied in 2010

	Wonen	Keukens	Totaal
Omzetpotentieel vraag in € mln. (tabel 5.3)	948	166	1,1 mld.
Omzetclaim aanbod in € mln. (tabel 5.10)	800	112	912
Marktruimte in € mln.	95	45	140
Marktruimte in m ² v.v.o.	39.100	16.000	55.100

Bij bovenstaande berekening voor de jaren 2005 en 2010 valt af te lezen dat de marktruimte in zijn totaliteit ruim voldoende is om zowel de bestaande plannen in het primaire verzorgingsgebied (Woonhart Zoetermeer en uitbreiding IKEA-Delft) als ook overige uitbreidingen op het gebied van wonen of keukens op andere locaties te accommoderen.

Benadrukt dient te worden dat het bij Ikea om een uitbreiding gaat van 5.686 m² v.v.o. bovenop het bestaande metrage van 10.650 m² v.v.o. (zie tabel 2.2). Het bestaande metrage heeft zich al sinds de opening in 1992 in de markt gemanifesteerd, zonder dat zich hierbij een structurele verstoring van de distributieve structuur heeft voorgedaan. De toevoeging van het genoemde metrage van IKEA-Delft en de constatering dat er daarnaast nog voldoende marktruimte aanwezig is, onderstrepen de verwachting dat hiervan ook na de uitbreiding geen sprake zal zijn.

5.4 Het marktaandeel in het primaire en secundaire verzorgingsgebied

Op basis van de informatie uit voorgaande hoofdstukken kan het marktaandeel van de IKEA-vestiging in Delft worden berekend. Dit marktaandeel zal worden aangegeven voor zowel het primaire als het secundaire verzorgingsgebied.

Primair verzorgingsgebied

Uit het primaire marktgebied rekruteert een IKEA-vestiging, zoals reeds eerder vermeld in 2003, 2005 en 2010 circa 73% van de totale omzet. Dit betekent voor de relevante branches een omzet van circa € 74,5 miljoen in 2003, € 80,3 miljoen in 2005 en € 109,5 in 2010. Het totale bestedingspotentieel in dit verzorgingsgebied in de door IKEA gevoerde assortimenten bedraagt momenteel circa € 1 miljard. IKEA zal dus in de huidige situatie een marktaandeel claimen van circa 7%. In de toekomst (2005 en 2010) bij bestedingspotentiëlen van respectievelijk € 1,08 miljard en € 1,1 miljard, zal het marktaandeel in 2005 7% en in 2010 10% bedragen.

Secundair verzorgingsgebied

Van de omzet van een IKEA-vestiging komt in 2002, 2005 en 2010 circa 19,5% uit het secundaire marktgebied. Dit komt voor de relevante assortimentsgroepen uit op totaal circa € 19,9 miljoen in 2002, € 21,5 miljoen in 2005 en € 29,3 miljoen in 2010. Wordt

deze omzetclaim afgezet tegen het aanwezige bestedingspotentieel in dit verzorgingsgebied (momenteel circa € 281 miljoen, 2005 € 289 miljoen en 2010 € 298 miljoen), dan blijkt dat IKEA in het secundaire verzorgingsgebied een marktaandeel zal claimen van respectievelijk 7% in 2003 en 2005 en van 10% in 2010.

5.5 Conclusie

Geconcludeerd kan worden dat de uitbreiding van een IKEA-vestiging in Delft niet zal leiden tot een onevenredige aantasting van de verzorgingsstructuur. Rekening houdende met de toevoeging van het metrage van IKEA (5.868 m² v.v.o.) alsmede de 2^e fase van het Woonhart Zoetermeer (circa 12.000 m² v.v.o.) leidt tot de conclusie er daarnaast voldoende marktruimte resteert om ook overige uitbreidingen/nieuwbouw op andere locaties te accommoderen. De verwachte omzeteffecten bij het bestaande aanbod zullen gering zijn en zich met name manifesteren bij winkels die in hetzelfde prijssegment vallen als IKEA en gelegen zijn op perifere locaties.

6 Economische effecten van IKEA-Delft

In deze paragraaf wordt een overzicht gegeven van de economische spin-off van IKEA-Delft op de gemeente Delft en de regio.

Het aantal hotelovernachtingen in Delft bedroeg in 2000 bijvoorbeeld ruim 3.000. Het overige aantal bezoekers dat een bezoek aan Delft bracht zonder te overnachten, bedroeg in 2000 circa 1.100. Deze bezoekers brengen over het algemeen wel een bezoek aan de binnenstad. Indien IKEA haar activiteiten volledig zou kunnen faciliteren zou volgens IKEA het aantal overnachtingen in twee jaar kunnen verdubbelen. Vanuit de gemeente is aangegeven dat de hotelcapaciteit momenteel al onvoldoende is. De hotelsector zal de komende jaren daarom worden uitgebreid. Dit betekent bijvoorbeeld al dat de capaciteit met 80 bedden wordt uitgebreid op een totaal bestand van 695 bedden in 1999. Het aantal werknemers van IKEA-Delft bedraagt volgens de verdeling in onderstaande tabel in totaal 600.

Tabel 6.1: Aantal werknemers IKEA-Delft in 2002

Verdeling IKEA-medewerkers		Aantal
Fulltime medewerkers		300
Parttime medewerkers		300
Totaal winkelmedewerkers		600
Inter IKEA Systems BV werknemers		75
Totaal		675

Bron: Inter Ikea Systems BV

Ook hier geldt dat de uitbreiding van de pilot-functie en de opleidingsactiviteiten meer werkgelegenheid kan gaan opleveren. Verder kan nog opgemerkt worden dat de naamsbekendheid en het imago van Delft wordt versterkt door de internationale pilot-functie van IKEA-Delft. IKEA is verder bereid om het combinatiebezoek van IKEA-bezoekers naar de binnenstad van Delft te bevorderen. In overleg met de gemeente kan dit nader worden afgestemd.

BIJLAGE I

Inwoners primair en secundair verzorgingsgebied IKEA-Delft 2002, 2005 en 2010

Gemeenten	Inwoners 1-12-2002	Inwoners 2005	Inwoners 2010
Primair verzorgingsgebied			
Bergschenhoek	15.482	15.022	16.947
Berkel en Rodenrijs	17.111	19.469	22.702
Bleiswijk	10.341	10.673	11.143
Capelle aan den IJssel	65.352	66.350	67.170
De Lier	11.406	12.057	12.381
Delft	96.743	97.933	101.568
Den Haag	463.606	491.832	494.224
Leidschendam-Voorburg	73.896	80.706	85.872
Naaldwijk	28.790	30.209	30.580
Pijnacker-Nootdorp	35.686	44.407	53.147
Rijswijk	48.223	54.475	57.232
Rotterdam (boven maas)	346.849	354.480	360.029
Schiedam	75.788	76.984	77.023
Schippluiden	11.166	11.500	11.731
Wateringen	16.275	16.965	17.101
Zoetermeer	112.400	111.817	115.188
Primair gebied totaal	1.429.114	1.494.879	1.534.038
Secundair verzorgingsgebied			
	Inwoners 1-12-2002	Inwoners 2005	Inwoners 2010
's-Gravenzande	19.453	20.844	21.886
Hoek van Holland	9.392	9.599	9.749
Leiden	117.802	123.473	128.865
Maasland	6.827	7.218	7.432
Maassluis	32.933	33.673	34.398
Monster	20.400	21.121	21.316
Nieuwerkerk a/d IJssel	22.374	22.379	23.036
Rijnwoude	19.060	19.466	19.622
Vlaardingen	74.424	73.634	74.363
Voorschoten	22.509	23.007	23.481
Wassenaar	25.861	27.350	28.408
Zevenhuizen	10.132	10.348	10.516
Zoeterwoude	8.605	8.789	8.701
Secundair gebied totaal	389.772	400.901	411.773
Primair en secundair totaal	1.818.886	1.895.780	1.945.811

Bron: CBS Statline 2002 en CBS Primos 2001.