



In en rond het stadion van Fortuna-Sittard wordt een complex gebouwd met kantoren, detailhandel, sportfaciliteiten en leisurevoorzieningen. Dit plan met de naam Cità Plaza biedt ook plaats aan een vestiging van Albert Heijn XL, die in 2007 zal worden geopend.

Grootschalige supermarkt opereert alleen rendabel met groot verzorgingsgebied

Nieuwe centra en stadsdeelcentra bieden beste vestigingslocatie

De dynamiek in de supermarktbranche neemt toe. Veranderingen in het koopgedrag van consumenten en het versoepelde rijksbeleid dragen hieraan bij. Supermarktketens ontwikkelen verschillende formules voor diverse soorten consumenten en koopgedrag. Er komen steeds meer kleine gemakswinkels op drukke locaties en megasupers voor buikaankopen op perifere locaties. Provincie en gemeente krijgen meer zeggenschap over de vestigingslocaties van grootschalige supermarkten. Maar welke locatie leent zich daarvoor nu het best? Bureau Stedelijke Planning bv ging op onderzoek uit.

Het koopgedrag van consumenten verandert. De welvaart neemt toe en de tijd om boodschappen te doen neemt af. Consumenten willen aankopen efficiënter verrichten en hebben uiteenlopende wensen voor gemak, comfort, service, kwaliteit en prijs. Supermarkten spelen hierop in en introduceren nieuwe formules die qua locatie en schaalgrootte sterk van elkaar verschillen. Zo verschijnen op drukke stedelijke locaties, zoals treinstations, supermarkten gericht op consumenten die onderweg zijn of snel die ene vergeten boodschap nog willen doen. Deze supermarkten hebben vaak een winkeloppervlak van minder dan 100 m². Aan de rand van de stad worden juist grootschalige supermarkten gevestigd met een zeer uitgebreid assortiment en een verkoopoppervlak dat kan oplopen tot meer dan 5.000 m². Daarnaast is een tweedeling zichtbaar met aan het ene uiterste de prijsvechters/discounters en aan het andere uiterste supermarkten met een sterke focus op winkelcomfort en service. Ook het kostenmotief speelt een rol bij de schaalvergroting. De winstmarges van supermarktorganisaties zijn, mede door de prijzenoorlog, smal en een reductie in de huisvestingskosten kan de winstmarge vergroten. Een andere relevante ontwikkeling is van beleidsmatige aard. De komst van de Nota Ruimte zorgt voor een versoepeling van het (grootschalige) detailhandelsbeleid. De beslissingsbevoegdheid en verantwoordelijkheid verschuiven van het Rijk naar de provincies en gemeenten. Zij kunnen zelf grotendeels het vestigingsbeleid voor grootschalige supermarkten bepalen. Het Rijk stelt slechts randvoorwaarden om een bepaalde basiskwaliteit te garanderen. Zo mogen nieuwe vestigingslocaties niet ten koste gaan van de bestaande detailhandelsstructuur in wijkwinkelcentra en binnensteden. De provincies hebben inmiddels een gezamenlijk minimumpakket aan richtlijnen vastgesteld voor branchebeperkingen. Vervolgens hebben de afzonderlijke provincies de mogelijkheid om strenger beleid te voeren. Dit locatiebeleid wordt op hoofdlijnen vastgelegd in het provinciaal beleid, waarna gemeenten daaraan een concrete invulling kunnen geven.

Gemeenten en provincies staan niet altijd positief tegenover de komst van een grootschalige supermarkt. Meestal wordt gevreesd voor kan-

nibalisatie van de bestaande (fijnmazige) winkelstructuur in steden. Er zijn provincies (onder andere Noord-Holland en Utrecht) die het nieuwe rijksbeleid hebben aangegrepen om strengere eisen te stellen aan de vestiging van grootschalige detailhandel, vooral op perifere locaties. In Noord-Holland moeten projectontwikkelaars bijvoorbeeld via onderzoek aantonen dat de nieuwe winkel(s) de bestaande centra niet kannibaliseren maar versterken (zie kader).

Het effect van een grootschalige supermarkt op de aanwezige detailhandel is op voorhand niet eenduidig positief of negatief¹. De lokale situatie is vaak doorslaggevend. Daarbij spelen de ruimtelijke en stedenbouwkundige kwaliteit van het aanwezige aanbod en de plaatselijke consumentenkenmerken een belangrijke rol. Vestiging van een nieuwe grootschalige discounter heeft bijvoorbeeld meer impact in een verzorgingsgebied met een relatief laag inkomensniveau.

In Nederland is binnen de detailhandelsstructuur nog steeds sprake van een hiërarchie van

winkelcentra, waarin een onderscheid bestaat tussen een binnenstadscenarium, stadsdeelcentrum, wijkcentrum en buurtcentrum. De hiërarchie wordt bepaald door het verzorgingsgebied van het winkelcentrum. Grootschalige supermarkten hebben een regionale, stedelijke of stadsdeel verzorgende functie. In de praktijk blijkt dat hier hoofdzakelijk buikaankopen plaatsvinden. Buurt- en wijksupermarkten blijven meestal voor de reguliere aankopen een belangrijke functie vervullen. Daarnaast kan de komst van een grootschalige supermarkt leiden tot een kwaliteitsimpuls van de bestaande winkelstructuur. Supermarkten die onder de maat presteren worden zo geprikkeld om beter aan de consumentenvraag te voldoen.

Locatie-eisen

Grootschalige supermarkten hebben andere locatievoorkeuren dan de gewonereguliere supermarkten. Voor de vestiging van een grootschalige supermarkt is veel ruimte nodig door het omvangrijke winkeloppervlak en de grote parkeerbehoefte. Hierdoor is de aansluiting op bestaande winkelcentra moeilijk en kostbaar. Daarnaast voldoet het bereikbaarheidsprofiel van bestaande centra meestal niet aan de locatie-eisen van een grootschalige supermarkt.

Een grootschalige supermarkt heeft een groot verzorgingsgebied nodig om rendabel te kunnen opereren. Een locatie nabij of tussen grote woongebieden vormt hierbij een belangrijke

factor. Hierbij geldt een drempel van 75.000 inwoners binnen een straal van 10-15 kilometer.

Aangezien het verzorgingsgebied van een grootschalige supermarkt relatief ruim is, komt een aanzienlijk deel van de bezoekers van grotere afstand. Het autogebruik is hierdoor hoog. Een groot deel van de bezoekers zal hoogstens eenmaal per week buikaankopen doen. Een goede bereikbaarheid en de aanwezigheid van voldoende, specifiek voor de winkel bestemde parkeergelegenheid is een voorwaarde voor het goed functioneren van een grootschalige supermarkt. Een locatie aan of in de onmiddellijke nabijheid van de verkeershoofdstructuur is van groot belang.

Gelet op de hiervoor genoemde locatie-eisen zijn grootschalige supermarkten moeilijk inpasbaar in binnensteden (fijnmazige historische structuur, onvoldoende ruimte). Dit geldt ook vaak voor wijk- en buurtwinkelcentra. Daarbij komt nog dat hier de functie en het marktgebied niet op elkaar zijn afgestemd. Ook solitaire vestigingen aan de stadsrand of daarbuiten zijn niet wenselijk door de grote ruimteclaim, de aantasting van de openbare ruimte en de noodzakelijke aanleg van nieuwe ontsluitingen.

Grootschalige supermarkten moeten bij voorkeur onderdeel uitmaken van een concentratie van stedelijke functies met vergelijkbare locatie-eisen en reikwijdte. Nieuwe centra² en stadsdeelcentra kunnen hierdoor geschikte vestigingslocaties zijn. In deze centra is vaak een aanzienlijk metrage (grootschalige) detailhandel aanwezig. Ook andere voorzieningen, zoals een cluster met grootschalige detailhandel, een woonmall of een voetbalstadion bieden mogelijkheden. Een grootschalige supermarkt kan hier complementair zijn. De regionale positie van het gebied zal daardoor toenemen en zo meerwaarde bieden aan de stad als geheel. De vestiging van een grootschalige supermarkt in een dergelijke concentratie van bovenlokale voorzieningen leidt bovendien tot synergie in de vorm van combinatiebezoek, gezamenlijke parkeervoorzieningen en promotie.

Dynamiek neemt toe

De dynamiek in de supermarktbranche neemt toe. Een aantal supermarktketens heeft een grootschalige winkelformule gelanceerd. Tegelijkertijd is de verantwoordelijkheid voor het locatiebeleid van grootschalige detailhandel verschoven naar de lokale overheid. Veel gemeenten worstelen met de vraag of de vestiging van een grootschalige supermarkt gewenst is en welke locaties hiervoor geschikt zijn. De locatievoorkeuren van grootschalige supermarkten zijn namelijk anders dan die van een gewone supermarkt. Zo is de ruimtebehoefte groot en een goede autobereikbaarheid cruciaal. Vestiging in de binnenstad of in wijk- en buurtcentra is hierdoor moeilijk inpasbaar. Ook solitaire vestigingen zijn niet wenselijk. Nieuwe centra en stadsdeelcentra en andere clusters van bovenlokale voorzieningen zijn vaak wel geschikte vestigingslocaties. In deze centra zijn stedelijke functies geconcentreerd met vergelijkbare locatie-eisen en reikwijdte. Een grootschalige supermarkt kan de positie van dergelijke centra versterken en zo meerwaarde bieden voor de gehele stad.

PIETER VAN DER HEIJDE EN
JELLE PEDDEMORS

De auteurs zijn respectievelijk directeur en adviseur bij Bureau Stedelijke Planning in Gouda. Meer informatie: www.stedplan.nl

Noten

1) Mag het nog ietsje meer zijn?, onderzoek naar de ruimtelijke effecten van schaalvergroting in de supermarktbranche, TU Delft/HBD, 2004.

2) Centra of nNieuwe centra of sSubcentra kunnen worden gedefinieerd als de grootste concentraties aan centrumstedelijke functies na de binnenstad, waarbij sprake is van een multifunctionele invulling en bovenwijkse voorzieningen. Een Nieuw centrum of subcentrum moet bij voorkeur zijn gesitueerd bij een vervoersknooppunt, heeft een grootstedelijke uitstraling en een duidelijk herkenbare identiteit. Bron: P.C.M. van der Heijde 'Ontwikkeling van subcentra in stedelijke netwerken', Building Business, februari 2005.

Megasupermarkt Euroborg

In mei 2006 opent de grootschalige Jumbo supermarkt in het nieuwe Groningse voetbalstadion Euroborg zijn deuren. Met 5.000 m² is dit een van de grootste supermarkten van Nederland. De supermarkt is door de ligging direct naast Euroborg langs de A7 goed bereikbaar per auto. Behalve de supermarkt en het voetbalstadion komen hier woontorens, kantoren, een sport- en gezondheidscentrum, een casino, een bioscoop, diverse horecagelegenheden, een parkeergarage en een Regionaal OpleidingsCentrum tot stand. Ook in het stadion van Fortuna-Sittard wordt een grootschalige supermarkt gevestigd. In en rond het voetbalstadion komt onder de naam Cità Plaza een concentratie van kantoren, detailhandel, sport en uitgaan tot stand. Een Albert Heijn XL supermarkt maakt onderdeel uit van het plan. De vestiging zal naar verwachting uiterlijk in 2007 worden geopend.

Sugar City

Op het voormalig CSM-terrein in Halfweg wordt door Cobraspen het leisurepark Sugar City ontwikkeld. Het stedenbouwkundig plan omvat bedrijfsruimten, een restaurant, een casino en een megabioscoop. Daarnaast is grootschalige detailhandel gepland. Volgens de eigenaar en ontwikkelaar van het terrein is de locatie door de goede toevoerwegen en het ruime parkeeraanbod uitermate geschikt voor een grootschalige supermarkt. Cobraspen wil de mogelijkheden van een grootschalige supermarkt op het terrein onderzoeken. Het gemeentebestuur en de gemeenteraad van de gemeente Haarlemmerliede en Spaarnwoude vreezen een verslechtering van de concurrentiepositie van bestaande ondernemers in de nabijgelegen kernen. Ook de winkeliers zelf en de Kamer van Koophandel zijn tegen het plan van Cobraspen. Zolang het gemeentebestuur bezwaar maakt, is de kans op een grootschalige supermarkt op het voormalig CSM-terrein niet groot.