

In de formule-atlas van FoodPersonality beschrijven we per editie de geografische kenmerken van supermarktfomules vanuit een wisselende invalshoek. Deze keer: de noodzakelijke schaalvergroting om supermarkten toekomstbestendig te maken.

Maatschappelijke en technologische ontwikkelingen volgen elkaar in hoog tempo op en drukken een flinke stempel op het Nederlandse supermarktlandschap. Zo heeft de trend van verstedelijking er de afgelopen jaren voor gezorgd dat de behoefte aan 'citysupers' en gemakswinkels in stedelijke gebieden enorm is toegenomen. Daarnaast zorgt de felle opmars van internet als aankoopkanaal voor dagelijkse boodschappen voor volop dynamiek in de boodschappenstructuur van steden, wijken en buurten. Daardoor verandert de functie van de supermarkt. De grootste verandering is zichtbaar in de wijken en buurten. De supermarkt krijgt hier steeds nadrukkelijker een maatschappelijke functie en zorgt voor leefbaarheid. Het belang van sterke supermarkten is het grootst in de wijk- en buurtwinkelcentra. Supermarkten zorgen met hun trekkracht voor de vereiste 'kritische massa' die nodig is om voldoende draagvlak te creëren voor versspecialzaken en overige voorzieningen in een wijkwinkelcentrum. De supermarkt is de kurk waar wijk- en buurtwinkelcentra op draaien en supermarkten bepalen steeds nadrukkelijker het succes van het hele winkelcentrum. Moderne supers zijn al lang niet meer die simpele 'dozen' waar je je dagelijkse boodschappen kunt doen. Zeker sinds de coronapandemie, toen consumenten graag dichtbij huis boodschappen deden, werd duidelijk hoe belangrijk een sterke supermarktfunctie in de wijk is. Anno 2022 is de supermarkt een belangrijke sociale ontmoetingsplaats voor jong en oud. Het is bij uitstek de plek in de wijk waar iedereen komt en elkaar ontmoet.

## Versafdeling als 'battle ground'

Tegelijkertijd worden consumenten steeds veeleisender. Belangrijke thema's bij de aankoop van levensmiddelen zijn gezondheid, duurzaamheid en gemak. Bovendien is de concurrentie tussen formules enorm groot en wordt fel gestreden om elke %-punt marktaandeel. Supermarkten investeren daarom volop in hun formules om zo goed mogelijk tegemoet te komen aan de klantbehoefte en om een concurrerende en gezonde exploitatie te kunnen bestendigen. Daarvoor is ruimte nodig.

In de concurrentiestrijd vormen de versafdelingen de 'battle grounds' waar wordt gevochten om marktaandeel. De groente- en fruitafdeling is hét visitekaartje van de supermarkt en bepalend voor de kwaliteit van het winkelbeeld. De versafdelingen genereren het leeuwendeel van de trekkracht. Dit geldt niet alleen voor full service formules zoals Albert Heijn, Plus of Jumbo, maar ook voor aanbieders zoals Dirk, Lidl of Aldi. Om de



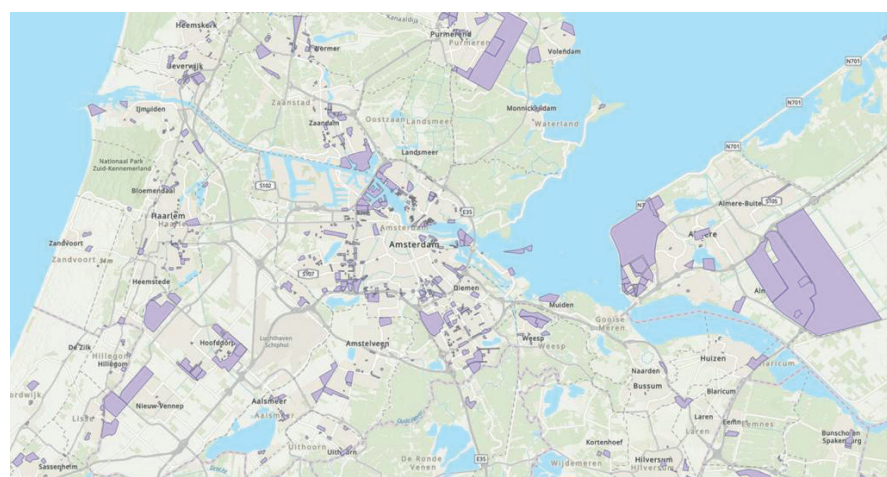
Artist impression van een supermarkt waarin winkel en maatschappelijke functies worden gecombineerd, in dit geval de Stadsfoyer in winkelcentrum Stadshagen in Zwolle, een ontwikkeling van Metropool Vastgoedontwikkeling.

consument zo goed mogelijk te bedienen met veel gezonde, verse producten en gemak is een breed assortiment nodig en dat vraagt om meer ruimte. Schaalvergroting drukte de afgelopen jaren dan ook een stempel op het Nederlandse supermarktlandschap. Tegenwoordig hebben supermarkten tenminste 1.100 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) nodig om een rendabele exploitatie neer te kunnen zetten. Deze schaal is nodig om een formuleconcept te kunnen presenteren dat aansluit op de klantbehoefte van de consument. Dit is goed te zien aan de ontwikkeling van versafdelingen in supermarkten in de afgelopen tien jaar.

## Vastgoedontwikkelaar Lidl

Nederland telt veel supermarkten met een winkelvloeroppervlakte (wvo) van 800 tot 1.000 m<sup>2</sup> wvo. 30% van de supermarkten in buurt- en wijkwinkelcentra valt in deze grootteklasse. De behoefte om het winkelvloeroppervlak van deze supermarkten te vergroten is groot. Anders komt een toekomstbestendige exploitatie steeds verder onder druk en daarmee ook de maatschappelijke

functie van de supermarkt in de wijk of buurt. De behoefte aan vergroting zal de komende jaren nog eens flink toenemen door de forse woningbouwopgave in Nederland die voor een belangrijk deel plaatsvindt door verdichting in bestaand bebouwd gebied. In deze gebieden zal de 'druk' op de buurt- en wijkwinkelcentra sterk toenemen en daarmee de behoefte aan herstructurering van bestaande buurt- en wijkwinkelcentra met als onderdeel daarvan schaalvergroting van bestaande supermarkten. Het is belangrijk dat deze supermarkten de ruimte krijgen om het wvo uit te breiden naar een toekomstbestendige schaalgrootte. Dit vraagt om aanzienlijke investeringen. Supermarktfomules zijn bereid om te investeren in de leefbaarheid van wijken en buurten. Een mooi voorbeeld is Lidl dat met ontwikkelbedrijf Metropool Vastgoedontwikkeling niet alleen oog heeft voor de ontwikkeling van nieuwe supermarkten, maar dit bij voorkeur juist doet als integrale ontwikkeling met woningbouw en/of maatschappelijke functies. Bij herontwikkeling van bestaande winkels wordt nadrukkelijk



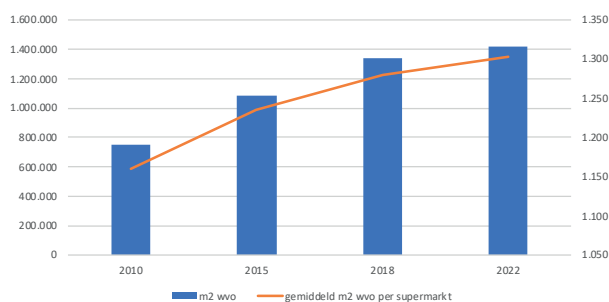
De grote woningbouwopgave van de komende jaren wordt voor een groot deel in bestaand bebouwd gebied gerealiseerd, en met name in de randstad. Op deze kaart zijn de bekende bouwplannen in de regio Amsterdam aangegeven.

de samenwerking gezocht met de wijk en wordt vanuit de behoefte van de inwoners gekeken hoe een nieuwe ontwikkeling het beste kan worden ingepast en vormgegeven, ruimtelijk én maatschappelijk.

## Oproep aan gemeenten

Online als aankoopkanaal voor levensmiddelen wint aan terrein en 'snoept' een groeiend markt-aandeel weg bij de fysieke supermarkten. Toch gaat nog altijd bijna 95% van de supermarktomzet door de fysieke winkel. Marges zijn laag in de supermarktsector. De verdere groei van 'online' zet exploitaties van individuele supermarkten steeds meer onder druk. Dit geldt met name voor supermarkten die op een te beperkte schaalgrootte opereren en onvoldoende kunnen inspelen op de behoefte van de klant. Daarmee zet 'online' indirect ook de positie van wijk- en buurtwinkelcentra onder druk. Om de concurrentiekracht van de fysieke supermarkt ten opzichte van 'online' te vergroten is het van belang dat fysieke supermarkten de ruimte krijgen om met een grotere winkel en aantrekkelijke versafdelingen hun exploitaties toekomstbestendig te maken. Niet alleen in het belang van de winkel, maar dus ook in het belang van het wijk- of buurtwinkelcentrum.

Wijk- en buurtwinkelcentra vormen binnen een gemeente de belangrijkste schakels in de boodschappenstructuur. Een toekomstbestendige boodschappenstructuur is van groot belang voor de maatschappelijke leefbaarheid in wijken en buurten. Om de kwaliteit van de boodschappenstructuur te bestendigen, is het van belang dat gemeenten voldoende ruimte geven aan supermarkten. Daarmee stellen gemeenten de supermarkten in staat om hun rol optimaal te pakken. Kennisplatform Supermarkt & Ruimte doet een oproep aan gemeenten om in hun beleid voor supermarktlocaties rekening te houden met het belang van voldoende schaalgrootte voor supermarkten die deel uitmaken van een wijk- of buurtwinkelcentrum. Ruim baan voor kwaliteit is als gezegd noodzakelijk om te komen tot een toekomstbestendige boodschappenstructuur met supermarkten die als belangrijke drager kunnen functioneren voor de leefbaarheid in wijken en buurten. ■



Ontwikkeling van de gemiddelde vloeroppervlakte van supermarkten tussen 2010 en 2022.

**ZWOLLE** - Spar opent een University-store op de Hogeschool Windesheim. Klanten kunnen hier vanaf het begin van het nieuwe studiejaar, eind augustus, boodschappen doen. Op een 'groot horecablein' kunnen studenten een broodje, smoothie en salade halen. De gemakswinkel krijgt een oppervlakte van zo'n 300 vierkante meter.

**GORREDIJK** - De nieuwe Aldi in het Friese dorp komt toch direct aan de Hoofdstraat te liggen. De supermarkt komt na opmerkingen uit het dorp terug op het oorspronkelijke plan waarbij een hele rij panden plaats zou maken voor een groot parkeerterrein. De plannen voor de verhuizing van de Aldi van de Schoolstraat naar de Hoofdstraat houden de gemoederen in Gorredijk al enkele jaren bezig. Het oorspronkelijk gepresenteerde plan ging uit van sloop van al deze panden, waardoor een groot parkeerterrein zou ontstaan. De nieuwe supermarkt was in een hoek van deze locatie gepland. Gorredijk reageerde kritisch op het gepresenteerde plan. Aldi presenteerde recentelijk aan buurtbewoners een aangepast plan. De discounter wil binnenkort de gemeenteraad bijpraten over de achtergrond van de bijgestelde plannen. De gemeente werkt ondertussen verder aan de beoordeling van het ontwerpbestemmingsplan. Aldi wil verhuizen omdat de huidige locatie aan de Schoolstraat te klein is en ook beperkingen geeft met laden en lossen.

**AMERSFOORT** - Aan de Amsterdamseweg 45-47 is een nieuwe Albert Heijn geopend. De supermarkt is het resultaat van een samenwerking van twee franchisers: Hans Geveling en Jan Bun. Ook Aldi beschikt hier over een nieuw vestigingspunt, en wel op de eerste verdieping. De nieuwe supermarkten zijn gevestigd op een bedrijventerrein op de locatie waar voorheen onder meer een vestiging van Kwantum zat. Bij de Albert Heijn en Aldi kunnen 230 auto's parkeren.

**ARNHEM** - De vestiging van supermarkt Jan Linders in Malburgen-West sluit definitief de deuren. Volgens Jan Linders heeft de winkel op deze locatie 'onvoldoende mogelijkheden om in de toekomst een succesvolle supermarkt neer te blijven zetten'. Het is de enige vestiging van Jan Linders in Arnhem en deze bestond sinds 2008. Met de sluiting verdwijnt Jan Linders dus volledig uit Arnhem. Door de sluiting komt Jan Linders' meest verafgelegen vestiging in Tiel nog geïsoleerder te liggen. Tot dusver is niet bekend of er een nieuwe supermarkt op de locatie in Malburgen-West zal komen.

**ENSCHDEDE** - Niek en Tijn Leussink openden in juni een nieuwe supermarkt van 1.500 m<sup>2</sup> in de voormalige melkhal aan de Raiffeisenstraat. Het gaat om een moderne supermarkt – een Jumbo uiteraard - in een historisch pand. Het is de eerste 'stedelijke' winkel van het tweetal en de negende binnen het Leussink-imperium. De multifranchisers liepen al sinds 2018 rond met plannen voor een nieuwe supermarkt in de voormalige melkhal, die er lange tijd vervallen bij stond, maar altijd is op blijven vallen door zijn boogvormige uiterlijk. De nieuwe winkel zit in een nieuwbouwwijk, pal tegen het centraal station aan en in stedelijk gebied. De winkel beschikt over twee 'gewone' kassa's en zes zelfscankassa's.

**REUVER** - Albert Heijn sluit per 25 juli het vestigingspunt in het onder de rook van Venlo gelegen dorp wegens tegenvallende resultaten. Albert Heijn beschikte hier over een winkel van ruim 800 m<sup>2</sup> en concurreerde in het 11.000 inwoners tellende Reuver met Plus, Lidl en Jan Linders. Sinds een aantal jaren zijn winkelsluitingen bij Albert Heijn geen taboe meer. Sindsdien hebben al diverse vestigingspunten die geen uitzicht hebben op een gezonde exploitatie de deuren gesloten.