

DE SUPERMARKT ALS DRAGER VAN BUURT- EN WIJKWINKELCENTRA



APRIL 2022

Inleiding

De supermarkt is niet meer weg te denken uit buurt- of wijkwinkelcentra en vormt in veel gevallen het ontmoetingspunt in de wijk. Daarnaast zijn supermarkten essentieel binnen de fijnmazige detailhandelsstructuur die Nederland kenmerkt. Dit komt mede vanwege de aantrekkelijke werking voor consumenten en het vermogen van supermarkten om duurzaam te investeren in de omgeving.

Metropool Vastgoedontwikkeling startte in oktober 2021 tijdens de Provada de dialoogtafel over de rol van de supermarktsector in de gebouwde omgeving. Op de Provada in juni 2022 wordt een vervolg gegeven aan deze dialoogtafel. Metropool Vastgoedontwikkeling wil hiermee actief het gesprek voeren met beleidsmakers en bestuurders over investerings- en optimalisatiekansen voor buurten en wijken. De supermarktsector kan een bijdrage leveren door steeds gericht te kijken naar welke sociaal maatschappelijke impuls nodig is in de direct omgeving van een wijk- of buurtwinkelcentrum.

Ondanks de prominente rol voor de supermarkt, merkt de supermarktsector de afgelopen jaren een toenemende discussie over locatiebeleid. Overheidsbeleid is meer dan ooit gericht op het concentreren van winkelaanbod en is terughoudend met uitbreidingsvraagstukken en het toestaan van winkels buiten de daarvoor beoogde structuren. Grote vraagstukken zoals het tegengaan van winkelleegstand, de woningbouwopgave en de noodzaak om bestaande buurt- en wijkwinkelcentra te vernieuwen, maken dat ook de structuren soms juist anders ingericht moeten worden. Metropool Vastgoedontwikkeling is van mening dat er kansen blijven liggen en nodigt beleidsmakers en beslissers uit om hierover mee te denken.

Over Metropool Vastgoedontwikkeling

Metropool Vastgoedontwikkeling is het investerings- en ontwikkelbedrijf van Lidl Nederland GmbH. Metropool Vastgoedontwikkeling heeft als doel een bredere bijdrage - zowel financieel, inhoudelijk als maatschappelijk - te kunnen bieden aan ruimtelijke opgaven in Nederland. Dit doen we door onze ervaring in de retail- en supermarktsector te combineren met uitgebreide expertise op het gebied van vastgoed- en gebiedsontwikkelingsopgaven.

De veranderingen in de sector



De wensen en behoeften van de consument veranderen in een snel tempo. De consument verwacht vandaag de dag in de supermarkten een compleet assortiment en uitstekend serviceniveau, het liefst zo dicht mogelijk in de buurt en gemakkelijk te bereiken. Tegelijkertijd heeft de consument inmiddels de mogelijkheid om via meerdere kanalen boodschappen te doen. De toename van het online boodschappen doen is hier een voorbeeld van.

Kortom, de behoefte van de consument speelt een essentiële rol. Het risico van onvoldoende op de consumentenwens inspelen, is dat de consument zal uitwijken naar andere retailkanalen, zoals online. Het oppervlak van een supermarkt is bepalend voor het kunnen bieden van een aantrekkelijk assortiment, vers aanbod en gemak. Een te kleine supermarkt voelt snel onprettig, zeker nu we steeds meer afstand van elkaar willen kunnen houden. Ook een goede bereikbaarheid per fiets, openbaar vervoer en auto is zeer bepalend voor het prettig en gedoeeloos kunnen winkelen. Goede toegankelijkheid en voldoende parkeerplaatsen is bovendien niet alleen van groot belang voor de buurt- en wijkwinkelcentra, maar is ook van belang voor haar directe omgeving. Zoekverkeer naar een parkeerplaats levert méér in plaats van minder verkeersbewegingen op.

Om te kunnen voldoen aan de vraag van de consument hebben supermarkten ruimte voor kwaliteit nodig. Deze optimalisatie van winkels en locaties is bedoeld om het winkelen aantrekkelijker te maken en om noodzakelijke investeringen in mobiliteit, bereikbaarheid en duurzaamheid te kunnen verantwoorden. Een voorbeeld van zo'n kwalitatieve ontwikkeling is het door Metropool Vastgoedontwikkeling ontwikkelde winkelcentrum in de nieuwe woonwijk Veenendaal Oost. In samenwerking met meerdere partijen is een mooi nieuw winkelhart gerealiseerd waarin naast een vestiging van Lidl, ook een Albert Heijn, Kruidvat, bloemenwinkel, cafetaria, kapperszaak en 44 appartementen zijn opgenomen. Daarbij is bovendien veel aandacht besteed aan een kwalitatief hoogwaardige inrichting van de openbare ruimte.

De opgave: samen meerwaarde creëren



Nederland heeft de meest fijnmazige winkelstructuur van Europa en supermarkten spelen hierin van oudsher een essentiële rol. Supermarkten vormen de basis voor het boodschappen doen en hebben een sterke publieksaantrekkende werking. De in een winkelgebied gevestigde food- en non-food winkels en andere ondernemers profiteren hiervan.

De afgelopen jaren is in toenemende mate een discussie ontstaan over het vestigingsbeleid voor detailhandel. In driekwart van de Nederlandse provincies heeft het provinciebestuur hierbij een actieve rol, waarbij provinciaal detailhandelsbeleid een belangrijk sturingsmiddel is, bovenop het lokale detailhandelsbeleid van gemeenten. Dit zorgt soms voor een te grote terughoudendheid bij gemeenten om in ieder geval het gesprek over de optimalisatiekansen te voeren - waar het beleid niet voor bedoeld is. Door toenemende winkelleegstand tijdens en na de economische crisis in 2008, is in veel gevallen het beleid conservatief van aard geworden. Het is erop gericht winkelconcentraties te behouden, te beschermen en een toename van winkelleegstand te voorkomen.

In het algemeen neemt de druk op de ruimte in Nederland gestaag toe. Tot 2030 moet het land worden voorzien van 900.000 nieuwe woningen, die grotendeels in de bestaande stad en aan de randen hiervan gebouwd moeten worden. Deze toenemende druk is met name rondom de grote steden merkbaar. Voor dorp en stad, groot of klein, geldt dat vitaliteit van belang is. Niet voor niets wordt door het Rijk geïnvesteerd in de vitaliteit van winkelgebieden en kreeg dit thema een plek in het coalitieakkoord. De vitaliteit van dorp of stad beïnvloedt de aantrekkingskracht voor toekomstige en bestaande inwoners en draagt bij aan een beter economisch klimaat. Een toekomstbestendige detailhandelsstructuur is een belangrijke succesfactor in deze opgave.

Om de detailhandelsstructuur voor wijken en buurten vitaal te houden, is het noodzakelijk dat supermarkten de gelegenheid krijgen in te spelen op veranderende consumentenwensen en de rol als drager voor wijk- en buurtwinkelcentra te kunnen vervullen. Uiteraard zal dit op een duurzame manier moeten gebeuren. Waarbij het van belang is om vroegtijdig in te spelen op veranderingen in demografie en vitaliteitsvraagstukken.

Conservatief beleid kan beperkend werken voor ondernemers die een groeiambitie hebben. In de supermarktsector is dit extra merkbaar, omdat juist supermarkten kritisch worden benaderd in dit beleid terwijl deze winkels zo'n essentiële rol hebben in de kwaliteit van onze detailhandelsstructuur. Voor iedere uitbreiding van supermarktmeters geldt een zware onderbouwingsplicht en bijbehorende ruimtelijke procedure. Terwijl de e-commerce bestelbusjes zich niets hoeven aan te trekken van de ruimtelijke beleidsaspecten. Zo ontstaat er een disbalans in de concurrentie tussen online en offline. Daarom is het goed dat we met elkaar proactief blijven nadenken over de (maatschappelijk) toegevoegde waarde van winkelgebieden met de supermarkt als drager. De verwachting is dat, gelet op de toename van het online boodschappen doen, bestaande buurt- en winkelcentra steeds meer onder druk komen te staan als we niet tijdig investeren in kwaliteit en ruimte.

Dit thema is dan ook de kern van de dialoog die Metropool is gestart:

"Hoe kan de supermarktsector optimaal maatschappelijke meerwaarde bieden?"

Eerste dialoogtafel: supermarkt als drager van buurt- en wijkwinkelcentra

Op dinsdag 26 oktober 2021 vond de eerste dialoogtafel plaats tijdens de Provada in de Amsterdamse RAI. Onder leiding van Peter van Kooten (Metropool Vastgoedontwikkeling) namen diverse experts deel, die vanuit verschillende perspectieven te maken hebben met de supermarktsector. Tijdens deze dialoogtafel ging het primair om de vraag welke rol supermarkten hebben in het vitaal houden van wijken en buurten. Ook in de context van de maatschappelijke opgaven kunnen komende jaren van doorslaggevend belang zijn. De deelnemers deelden in ieder geval één conclusie unaniem: supermarkten zijn essentieel en dragen meer bij dan alleen het op korte en acceptabele afstand bereikbaar maken van dagelijkse boodschappen.



Peter van Kooten

De fysieke supermarkt is, ondanks een toename van online aanbieders, niet weg te denken uit het straatbeeld en is noodzakelijk om dorpen, wijken en buurten levendig te houden. Daarnaast bieden supermarkten nog veel meer kansen: de aantrekkingskracht van supermarkten maakt dat het erg aantrekkelijk is om ook naar combinaties met andere functies te zoeken. Denk hierbij niet alleen aan andere winkels maar ook aan sociaal-maatschappelijke functies zoals buurthuizen en andere ontmoetingsplekken. En bijvoorbeeld ook aan zorgfuncties en plekken waar gewerkt, gewoon én gerecreëerd kan worden. Door verschillende (type) functies te combineren ontstaan aantrekkelijke gebieden waar bewoners elkaar ontmoeten en waardoor de vitaliteit van een wijk wordt bevorderd.

Een mooi voorbeeld van een evenwichtig en aantrekkelijk programma is de herontwikkeling van winkelcentrum Stadshagen in Zwolle, waar Metropool en Dura Vermeer al in een vroeg stadium gestart zijn met het vormgeven van de gezamenlijke plannen.

Marieke Mentink, directeur vastgoedontwikkeling bij Dura Vermeer, vertelt hierover: *“Zo gaf de gemeente Zwolle bij de uitbreiding van winkelcentrum Stadshagen een aantal uitgangspunten mee, dat vooral gericht was op een goede balans tussen de verschillende voorzieningen van het winkelcentrum. Er werd gezocht naar een balans tussen winkels, horeca, wonen en andere maatschappelijke voorzieningen. De gemeente paste meer maatwerk toe dan alleen het volgen van de geldende richtlijnen op het gebied van detailhandel. Hierdoor kent het winkelcentrum op dit moment een succesvolle mix van winkels, horeca, wonen en andere maatschappelijke voorzieningen zoals zorg. Het is – voor retailers en alle betrokkenen bij retailgebieden – van belang om verder te kijken dan de individuele winkels. Uiteindelijk draait het om het totale aanbod en de mix van functies, die een gebied gezamenlijk tot een succes maken.”*

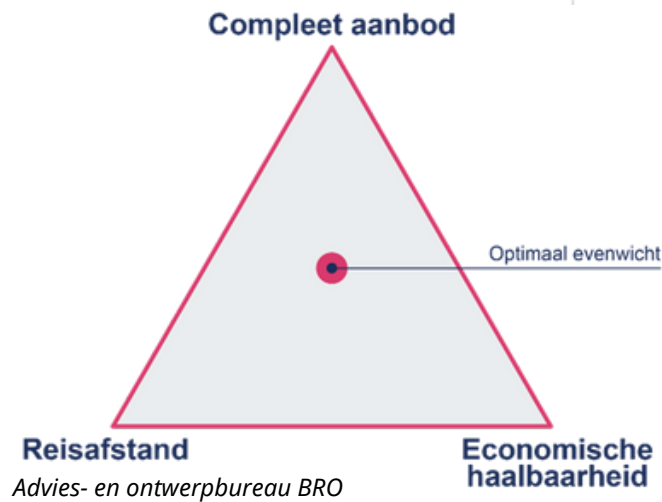


Marieke Mentink

Felix Wigman, directeur van advies- en ontwerp bureau BRO, kent het spanningsveld tussen lokaal en regionaal beleid en de uitdagingen voor de Nederlandse supermarktsector als geen ander: *“Lokale overheden richten het beleid vooral op clustering. Toch is dit slechts een van de verschillende aspecten die samen de toekomst van de Nederlandse winkelgebieden bepalen. Naast clustering zijn ook de reisafstand en de economische haalbaarheid van het gebied, waarbij ook maatschappelijke componenten een rol spelen, belangrijk voor de leefbaarheid van een winkelgebied en omgeving. Aan de hand van deze drie aspecten zal gekeken moeten worden naar het optimale evenwicht om het winkelgebied met omgeving te versterken en leefbaar te houden. Het is dus van belang om veel meer integraal naar gebieden te kijken. De komst van de Omgevingswet maakt dit meer mogelijk. Omdat de Omgevingswet uitgaat van het ‘ja, mits-principe’, kan meer ruimte worden gevonden om de juiste functies in gebieden te combineren om van daaruit naar de optimale balans te zoeken.”*



Felix Wigman



Een marktconform oppervlak voor supermarkten is daar een onderdeel van. Aandacht hiervoor is hard nodig, want 40% van alle supermarkten in Nederland is kleiner dan 800 m². Dit is te klein gezien het gegeven dat we in deze tijd allemaal meer afstand willen houden van elkaar en de consument voldoende kwaliteit en aanbod wil van (betaalbare) (vers)producten. Kortom, het is tijd dat we de omvang en samenstelling van (winkel)gebieden niet langer vooral benaderen vanuit een kwantitatief oogpunt, maar met elkaar meer focus leggen op kwalitatieve aspecten.



Impressie Stadshagen Zwolle - samenwerking Dura Vermeer en Metropool Vastgoedontwikkeling

Jeroen van Eikeren van Lidl onderschrijft de inzichten van Felix Wigman en Marieke Mentink: *“Er is flexibiliteit nodig om maatwerk uit te kunnen voeren. Tegelijkertijd vraagt maatwerk en flexibiliteit wel om een andere houding van de supermarktsector. Het gaat dan tenslotte niet meer alleen om meewerken, maar echt om samenwerken. Zo weten bijvoorbeeld nog maar weinig gemeenten en gebiedsontwikkelaars dat een partij als Metropool Vastgoedontwikkeling als gelijkwaardig partner kan meedenken én -financieren bij ruimtelijke opgaven. Daarbij brengen wij naast inhoudelijke kennis over vastgoedontwikkeling, ook veel ervaring met leefbaarheids- en vitaliteitsvraagstukken met ons mee. Metropool kan met haar kennis overheden en marktpartijen helpen om meer inzicht te krijgen in bezoekersprofielen, bezoekersstromen, combinaties van functies die bij de doelgroepen passen én heeft waardevolle data die kan bijdragen aan mobiliteitsvraagstukken.”*



Jeroen van Eikeren

De uitkomst van de eerste dialoogtafel is een gedragen overeenstemming dat het alleen lukt om vitaliteit in dorpen en steden te behouden als er proactiever wordt samengewerkt. Het is van groot belang om gesprekken over deze thema's te blijven voeren. De samenhang tussen vitale winkelgebieden en de rol van de supermarkt daarbinnen is evident en biedt veel kansen die nu nog onvoldoende worden benut.

Niet voor niets benoemt ook het nieuwe Kabinet het belang van vitale winkelgebieden. Metropool nodigt u dan ook graag uit om met haar en andere stakeholders in gesprek te gaan. Bent u geïnteresseerd? Laat het ons weten!

Doe mee! Dialoogtafels | 2022

Metropool Vastgoedontwikkeling organiseert in 2022 diverse dialoogtafels over de toekomst van de supermarktsector en de kansen om de kennis en ervaring van deze sector optimaal te benutten. Wij nodigen u van harte uit om deel te nemen. Tijdens de Provada in juni 2022 organiseert Metropool Vastgoedontwikkeling samen met diverse experts de dialoogtafel over het thema **'De supermarkt als drager van buurt- en wijkwinkelcentra'**. Tijdens deze dialoogtafel, die specifiek gericht is op beleidsmakers en bestuurders, gaan wij graag met u het gesprek aan over de investerings- en optimalisatiekansen voor de wijken van de toekomst.

Wilt u deelnemen?

Neem dan contact op met info@metropoolvastgoedontwikkeling.nl