

LOCATIE AFWEGING SUPERMARKT PLUS BEOORDELING SCHONCKPLEIN



Analyse rapport

MAART 2021

Beoordeling locatie Schonckplein door StadsKracht

Aanleiding & vraagstelling

Mei 2019 heeft de gemeenteraad van de gemeente Geertruidenberg enkele keuzes gemaakt ten aanzien van het supermarktvraagstuk in de kern Geertruidenberg. De raad heeft ingestemd met een verkenning naar de verplaatsingsmogelijkheden van de supermarkt aan het Schonckplein om te komen tot realisatie van een nieuwe volwaardige supermarkt voor de kern Geertruidenberg. De huidige supermarkt op het Schonckplein heeft op dit moment weinig tot geen toekomstperspectief. Dit gezien de beperkingen van de locatie en de excentrische ligging binnen de kern Geertruidenberg. De nieuwe supermarkt wordt modern waarbij een centrale ligging en een goede bereikbaarheid en parkeervoorziening een vereiste is. Kortom: vanuit ruimtelijk oogpunt geniet een nieuwe locatie de voorkeur. Bron: raadsvoorstel 29 mei 2019. Bij het raadsvoorstel is een procesvoorstel opgenomen om te komen tot één 'volwaardige' supermarktlocatie voor de kern Geertruidenberg. In 2019 en 2020 heeft de zoektocht vorm gekregen waarbij 21 te onderzoeken locaties in stappen teruggebracht naar eerst een tiental, vervolgens een zevental en tot slot een viertal kansrijke locaties. Via besluitvorming in College en Raad eind 2020 zijn twee locaties afgevallen en zijn er twee resterend: Oude Stadsweg 2 en Emmaweg/Centraleweg. Bij beide locaties zijn door politiek en burgers ook vraagtekens gesteld. Met als kern: is het ruimtelijk wel inpasbaar in relatie tot de omgeving van de locatie? Daardoor komt de vraag weer aan de orde of een supermarkt op het Schonckplein vanuit ruimtelijk, maatschappelijk en economisch perspectief toch niet de voorkeur geniet? Het raadsvoorstel uit 2019 heeft er al enigszins op voorgesorteerd. In het voorstel staat namelijk: *Indien geen andere supermarktlocatie binnen de kern Geertruidenberg geschikt is c.q. gevonden wordt, zal uitbreiding aan het Schonckplein opnieuw worden bezien.*

Adviesbureau StadsKracht, eveneens betrokken bij de locatiestudie in 2020, is gevraagd de locatie Schonckplein op verschillende aspecten te beoordelen. Met als centrale vraag: is het ontwikkelen van een volwaardige supermarkt op de locatie Schonckplein haalbaar?

Onder volwaardig wordt verstaan:

- Een moderne omvang van circa 1.200-1.400 m² winkelvloeroppervlak (wvo) / 1.500-1.600 m² bruto oppervlak (bvo) met een compleet assortiment
- Een centrale ligging voor een gezond economisch functioneren
- Minimaal 75 parkeerplaatsen voor supermarkt bezoekers
- Voldoende voorzieningen voor fietsers
- Adequate expeditie
- Hoge kwaliteit van de openbare ruimte
- Duurzaam gebouw
- Een voorziening voor de kern Geertruidenberg, bij voorkeur centraal gelegen

In het supermarktlandschap bestaan er algemene typologieën van formules. In de bijlage is een overzicht opgenomen van een geaccepteerde indeling. In dit rapport wordt de haalbaarheid van een volwaardige supermarkt onderzocht. Conform de indeling in de bijlage zijn dat:

- Fullservice supermarkten, zoals Plus, Albert Heijn en Jumbo
- Value for money supermarkten, zoals Jan Linders
- Service discounters, zoals Coop, Hoogvliet en Lidl
- Merken discounters, zoals Nettoroma en Dirk

De categorieën buurtsuper (kleinschalig) en hard discounters (beperkt assortiment) vallen niet onder de definitie van volwaardig en worden buiten beschouwing gelaten.

De locatie Schonckplein is door StadsKracht beoordeeld aan de hand van de volgende criteria:

- Ligging in het verzorgingsgebied
- Mogelijkheden economisch functioneren
- Bereikbaarheid en parkeren
- Expeditie en bevoorrading
- Inrichting en kwaliteit openbaar gebied
- Ruimtelijke uitbreidingsmogelijkheden
- Toegankelijkheid en zicht
- Aanwezigheid overig aanbod

Deze beoordelingscriteria zijn ingestoken vanuit de consumentenverzorging, de omzetspotentie voor de supermarkt, de ruimtelijke mogelijkheden en de leefbaarheid van de woongebieden (eventueel overlast door gemotoriseerd verkeer). Er zit een verschil in het belang van de criteria. Indicatoren die verband houden met een gezond functioneren zijn economisch randvoorwaardelijk. Daaraan zijn verbonden ruimtelijk randvoorwaardelijk. Tot slot zijn er wensen of bonusvariabelen. Deze criteria zijn geen randvoorwaarden en dus niet doorslaggevend.

De lijst op de volgende pagina heeft daarom een rangschikking in belang in relatie tot de haalbaarheid (onderzoeksvraag). Van meest randvoorwaardelijk tot minst randvoorwaardelijk.



Ligging in het verzorgingsgebied

Economisch randvoorwaardelijk

Mogelijkheden economisch functioneren

Economisch randvoorwaardelijk

Ruimtelijke uitbreidingsmogelijkheden

Ruimtelijk randvoorwaardelijk

Bereikbaarheid en parkeren

Ruimtelijk randvoorwaardelijk

Expeditie en bevoorrading

Ruimtelijk randvoorwaardelijk

Inrichting en kwaliteit openbaar gebied

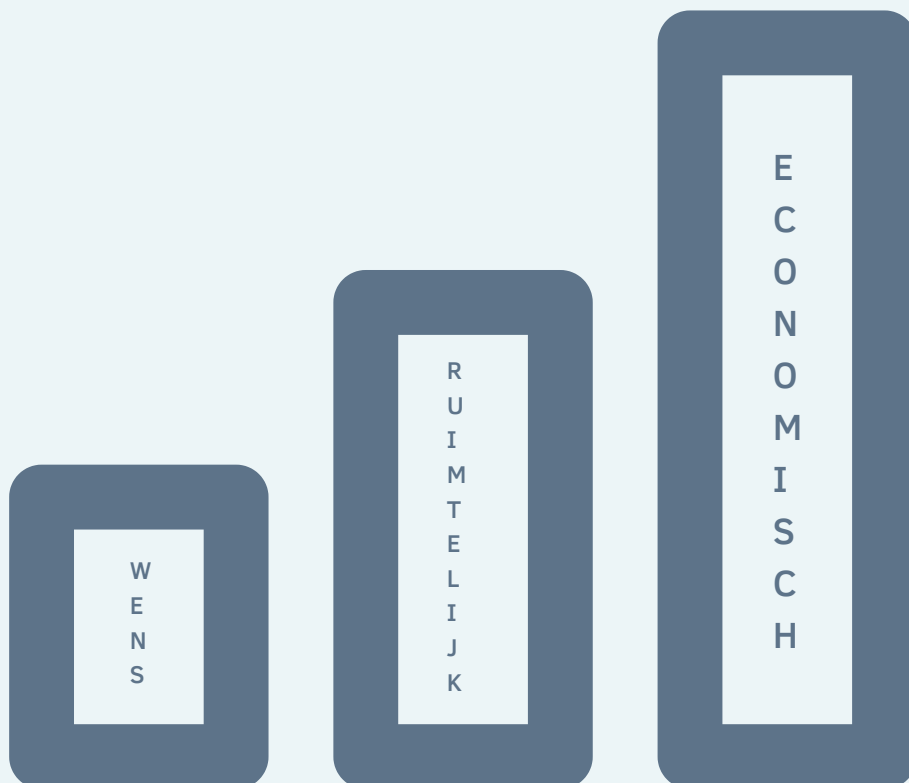
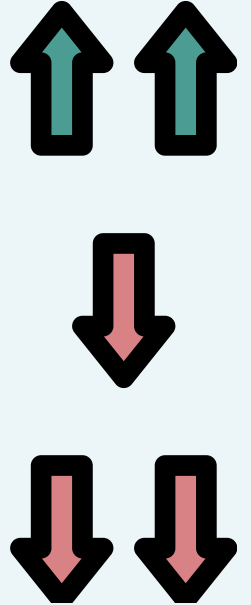
Wens/bonusvariabele

Toegankelijkheid en zicht

Wens/bonusvariabele

Aanwezigheid overig aanbod

Wens/bonusvariabele



Algemeen

Bij het doen van boodschappen vormt de afstand tussen woonlocatie en aankooplocatie voor de consument nog altijd een belangrijk afwegingscriterium. De gemiddelde consument is weliswaar goed geïnformeerd, kritisch en mobiel, maar als het meest nabij gelegen aanbod voldoet aan wensen als voldoende keuzemogelijkheden, goede/snelle/logische bereikbaarheid en parkeermogelijkheden, dan zal men gewoonlijk daar de meeste boodschappen aanschaffen. Bij een centrale locatie in het verzorgingsgebied is de afstand voor de meeste inwoners van dat gebied het kortst, voorop gesteld dat de bewoningsdichtheid overal min of meer gelijk is. De afstand is belangrijk, maar toch gaat het vooral over de reisbeleving. Een afstand kan hemelsbreed kort zijn, maar in de praktijk toch anders worden ervaren. Bijvoorbeeld vanwege ligging in een woonwijk.

Een hedendaagse volwaardige service supermarkt heeft een verzorgingsgebied nodig voor een gezond economisch functioneren (zie volgende onderdeel) van 5.000 tot 6.000 inwoners.

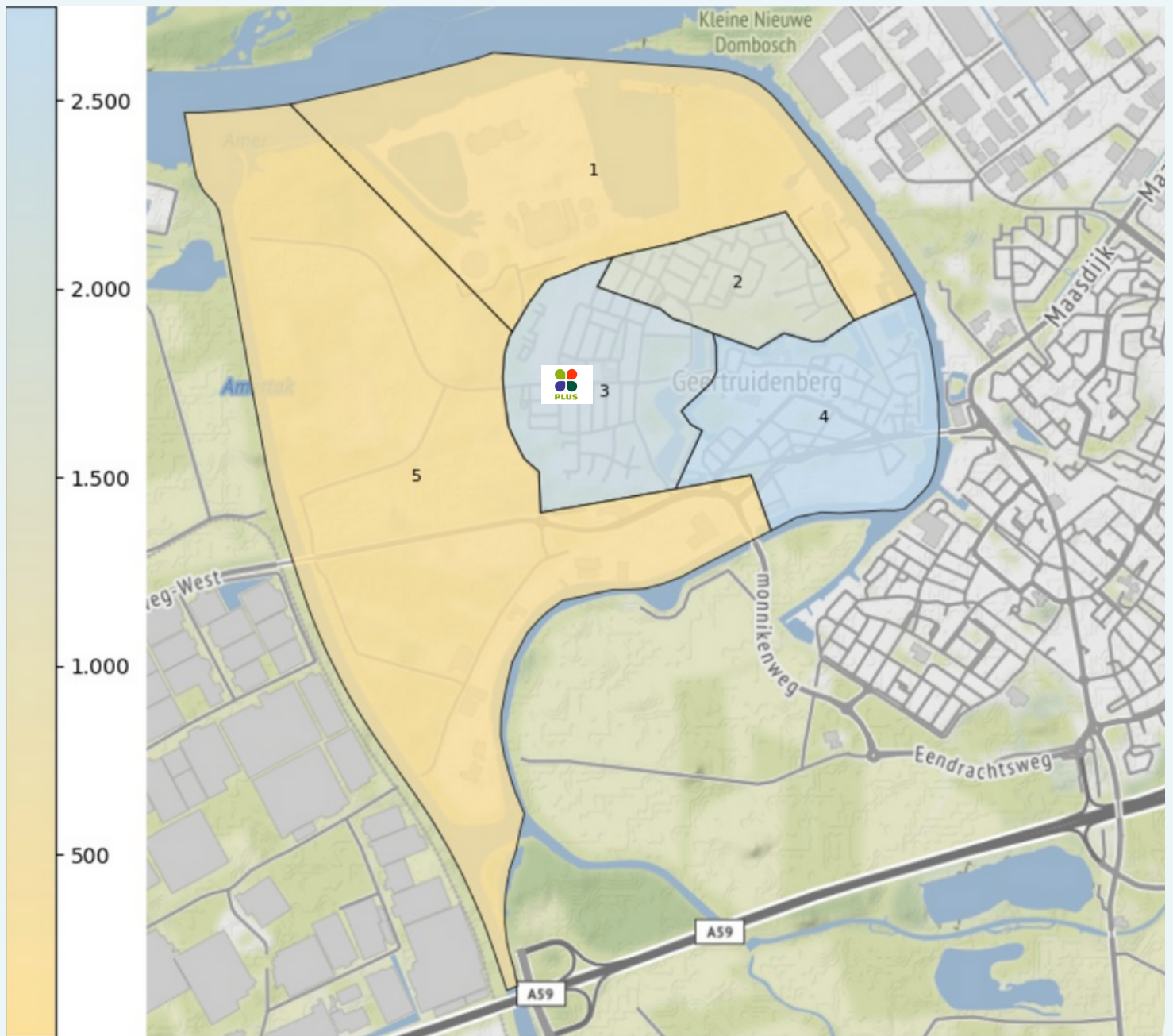


Toegepast op Schonckplein

Het aantal inwoners in de kern Geertruidenberg bedraagt in 2020 6.945 (bron: CBS). Dat betekent dat in theorie dit aantal voldoende is voor het functioneren van een volwaardige supermarkt. Een voorwaarde daarvoor is een centrale ligging van de supermarkt in het verzorgingsgebied. Daarvan is geen sprake. De vestiging van Plus aan het Schonckplein ligt in het westen van het dorp, in een echte woonbuurt waardoor er geen directe zichtrelatie is vanuit de hoofdontsluiting structuur in de kern.

Het maximale bereik van potentiële klanten is daardoor beperkt tot de directe omgeving (westelijk Geertruidenberg en een deel van het noorden van de kern). In westelijk Geertruidenberg wonen 2.420 inwoners en in Geertruidenberg noord zijn dat 1.710 inwoners. Dit wijst het postcodeonderzoek in de supermarkt ook uit. Het marktaandeel van de vestiging in de historische kern (ten zuiden van De Vest) is beperkt. Inwoners van deze wijken oriënteren zich met name op het aanbod in Raamsdonksveer. De toevloeiing van buiten Geertruidenberg naar de vestiging van Plus is nihil. Uit een eigen vergelijking van Plus met vergelijkbare vestigingen in Nederland (circa 40) blijkt dat de toevloeiing in Geertruidenberg de index 5 scoort. Index 50 is het gemiddelde.





Kaart aantal inwoners per wijk met locatie Plus supermarkt. Verwijzing kleuren op kaart en aantal inwoners op verticale as.
Bron: CBS

- 1 = Industrierrein
- 2 = Geertruidenberg Noord
- 3 = Geertruidenberg West
- 4 = Geertruidenberg Kom / oude kern
- 5 = Verspreide woonhuizen

Algemeen

Omzet is de kurk waarop de exploitatie van een supermarkt drijft. Supermarktformules (en daarmee de filialen) zijn volop in ontwikkeling waardoor al snel sprake is van een achterstand wanneer vernieuwing uitblijft. Supermarkten moderniseren daardoor in hoog tempo en stellen hoge eisen aan locaties om voldoende omzet te realiseren. De kwaliteit van de locatie wordt steeds bepalender, terwijl de formules in de ogen van de consument steeds meer op elkaar lijken. Niet alleen het beschikbare oppervlak is belangrijk. Ook de ondergrens van de omvang van het marktgebied schuift verder op, consumenten gaan op zoek naar de supermarkt die hen het beste assortiment in kwaliteit en prijs kan bieden. Dit zorgt voor een nog grotere concurrentiedruk. De gemiddelde weekomzet (corona periode uitgezonderd) per supermarkt bedraagt circa Euro 150.000 door het bezoek van zo'n 7.500 tot 12.500 klanten per week.



Toegepast op Schonckplein

Bij bespreking van het vorige onderdeel (ligging in het verzorgingsgebied) is geconstateerd dat het verzorgingsgebied van de huidige vestiging aan het Schonckplein zich beperkt tot westelijk en noordelijk Geertruidenberg. Opgeteld ruim 4.100 inwoners. Een gemiddelde consument bezoekt de supermarkt 2,5 keer per week. Dat betekent concreet dat het aantal potentiële bezoeken in het primaire verzorgingsgebied 10.000 bezoeken bedraagt. De toevloeiing is minimaal is reeds geconstateerd. Echter, in de praktijk heeft een supermarkt (zelfs een volwaardige vestiging) nooit 100% binding uit het eigen gebied. Een groot deel van de aankopen vloeit weg uit het gebied vanwege de voorkeur voor een bepaalde formule. Consumenten zijn bereid 2 tot 3 kilometer te reizen voor een servicesupermarkt. Ook worden veel aankopen gedaan op route van bijvoorbeeld woning naar werk. En daarnaast hebben consumenten de voorkeur om aankopen te combineren. Ze kiezen dan voor winkelcentra waar naast de supermarkt bijvoorbeeld ook versspecialzaken gevestigd zijn. Indien we al deze variabelen in ogenschouw nemen en we gaan uit van een volwaardige supermarkt op het Schonckplein dan zal de maximale binding uit het primaire verzorgingsgebied zo'n 60% bedragen. Dat betekent dat het wekelijkse aantal klanten (en dus de gemiddelde weekomzet) ruim onder de ondergrens daalt (circa 6.000 bezoeken).

Natuurlijk is niet alleen het aantal inwoners bepalend voor de potentiële weekomzet. Ook het gemiddelde inkomen van de wijken is een belangrijke variabele. Immers, hoe hoger het inkomen hoe hoger het bonbedrag.

Het gemiddeld bruto jaarinkomen van de inwoners in de kern is Euro 25.600,-. Het gemiddelde voor Nederland per inwoner is Euro 24.000,-. Zoomen we specifiek in op de wijk waarin het supermarkt is gevestigd (westelijk Geertruidenberg) dan ligt het inkomen fors lager dan het gemiddelde in de kern, namelijk Euro 23.500,-. Ook in Geertruidenberg-Noord ligt het gemiddelde inkomen met Euro 24.400,- lager. Hierdoor is een extra correctie op de haalbare potentiële omzet noodzakelijk.

Het daadwerkelijke economisch functioneren van een supermarkt blijkt pas in de praktijk en is deels ook afhankelijk van de kwaliteit van de vestiging. In de huidige situatie heeft de supermarkt aan het Schonckplein alle kenmerken van een buurtsupermarkt. Primair is daarvoor de huidige omvang bepalend. Met 600 m² ligt deze omvang ver af van de norm voor een volwaardige supermarkt. Als gevolg van de norm is het assortiment beperkt. Dat uit zich bijvoorbeeld in het beperkte versaanbod. Wegens deze eigenschappen zijn inwoners in de kern Geertruidenberg gedwongen om uit te wijken naar aanbod buiten de kern. Stel nu dat de vestiging op de huidige locatie transformeert naar een volwaardige vestiging in termen van omvang en assortiment, is een normatief/gezond economisch functioneren dan wel haalbaar? Daarvoor is het noodzakelijk dat de vestiging een substantiële groei in omzettoevloeiing van buiten het primaire verzorgingsgebied aantrekt. Voorgaand is immers geconcludeerd dat het aantal inwoners in de wijken rondom het Schonckplein onvoldoende is voor een gezond economisch functioneren. Om de potentie van omzettoevloeiing te kunnen inschatten zijn vele variabelen van belang. Het gaat dan bijvoorbeeld om de specifieke formule met aantrekkingskracht onder een bepaalde doelgroep, maar nog veel meer is de ligging in het verzorgingsgebied bepalend. En juist daar 'wringt de schoen'. Ook in het theoretische scenario van een volwaardige vestiging aan het Schonckplein in termen van omvang en assortiment blijft de potentie van het Schonckplein voor omzettoevloeiing zeer beperkt. De locatie is decentraal gelegen ten opzichte van de gebieden die bewoond zijn. Aan de westkant en de noordkant is Geertruidenberg begrensd door landbouwgrond en water waardoor geen omzetspotentie aanwezig is. Om te kunnen spreken van een centrale ligging in de kern zijn twee aspecten van belang:

1. Ligging ten opzichte van de historische kern ('Kom Geertruidenberg')
2. Ligging ten opzichte van de kern Raamsdonksveer

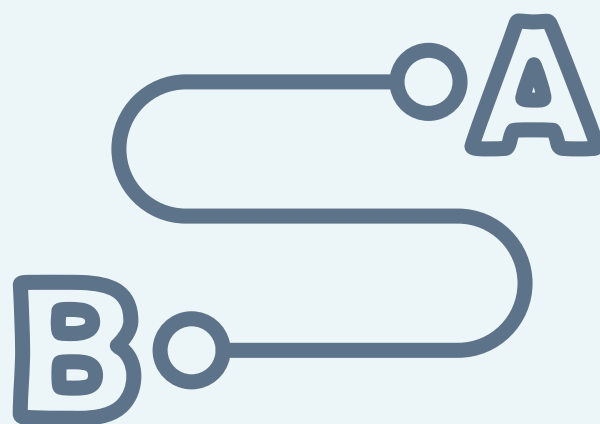
Voor de inwoners van deze gebieden is het Schonckplein geen aantrekkelijk alternatief. De afstand tot centraal Raamsdonksveer is ruim 3 kilometer, door ligging in een woonwijk is er geen zichtrelatie vanaf de hoofdontsluiting structuur (wél aan de wijkontsluitingsweg) en het Schonckplein heeft ook het karakter van een buurtfunctie door de begrenzing van woningen alzijdig. Later meer hierover.

Volwaardige supermarkten die centraal zijn gelegen in een verzorgingsgebied kunnen in theorie 15-20% van de omzet halen uit omzettoevloeiing. Dit is vanzelfsprekend afhankelijk van het aanwezige overige aanbod. Hoe meer spreiding in formules en hoe meer volwaardige vestigingen op goed ontsloten locaties, hoe kleiner de kans om toevloeiing. Het aandeel van 15-20% is op het Schonckplein niet haalbaar.

Feitelijk vormen de combinatie van de factoren ligging in het verzorgingsgebied en de potentie van het aantal klanten (aantal en inkomen) samen het draagvlak voor de supermarktvoorziening. Concluderend is het draagvlak te beperkt voor een gezond economisch functioneren van een volwaardige supermarkt.



2,5 keer per week



2-3 kilometer



7.500 - 10.000 klanten per week



Euro 150.000,- per week omzet



15-20% toevloeiing



Euro 25.600,- per jaar inkomen

Algemeen

Vanwege hun specifieke karakter, toenemende services en meer eisen van de consument hebben supermarkten tegenwoordig een aanzienlijke fysieke ruimte nodig. Het gaat hierbij niet alleen om de winkelruimte, maar ook om zaken als opslag, emballageverwerking, personeelsvoorzieningen, kluisjes, zelfscanpleinen, pakketdiensten etc. Daarnaast is ruimte nodig voor parkeren en bevoorrading. Bij de ruimtelijke inpassing speelt verder mee dat supermarkten specifieke eisen stellen aan de vorm van de ruimte (lengte-breedteverhouding). De ruimtelijke inpassingsmogelijkheden vormen een belangrijk criterium, zowel voor de supermarkt zelf als voor de omgeving.

De trend tot schaalvergroting zet alleen maar verder door. Corona heeft gezorgd voor een belangrijke rol van de supermarkt. Voor een rendabele bedrijfsvoering is een steeds groter winkelvloeroppervlak nodig. Supermarkten worden steeds grootschaliger, ook in kleinere plaatsen. Nieuwe full-service supermarkten hebben zelfs een gemiddelde omvang van 1.400 - 1.600 m² winkelvloeroppervlak of 1.600 – 1.800 m² bruto vloeroppervlak.



Toegepast op Schonckplein

Met ruim 600 m² winkelvloeroppervlak heeft de huidige vestiging van Plus enkel een buurtfunctie. Dit conform formule typologieën en supermarkt definities zoals opgenomen in de bijlage. Los van het huidige oppervlak staat de externe en interne beleving van de supermarkt. Deze zaken zijn zwak tot zeer zwak. De supermarkt heeft een lage bebouwingshoogte en daardoor ook een beperkte entree. Ook intern lijkt de vestiging in niets op een vestiging die past bij de moderne tijd. Gangpaden zijn smal, de interne kolomstructuur creëert een inefficiënte indeling, het aantal kassa's is beperkt, de en de bouwhoogte is laag. Je hebt als consument nauwelijks de ruimte.

Stedenbouwkundige modellen van Buro SRO en de Plannendokter laten zien dat uitbreiding van de supermarkt met nieuwbouw aan de kant van het Schonckplein tot de mogelijkheden behoort. Hierdoor kunnen de benodigde extra vierkante meters (700-800) gerealiseerd worden. Maar de zwakke interne structuur van het basisgedeelte blijft. Als gevolg van de bovengelegen woningen zijn de bouwtechnische mogelijkheden beperkt om dit gedeelte te verbeteren. Er kan dan weliswaar een volwaardige supermarkt worden gerealiseerd in termen van vierkante meters, maar niet in termen van uitstraling en beleving.

Daarvoor is het noodzakelijk een nieuwe supermarkt te vestigen op de locatie van de sporthal.



Algemeen

Door de maatschappelijke ontwikkelingen wordt door veel huishoudens een belangrijk deel van de boodschappen één keer per week bij een supermarkt of winkelcentrum gedaan. Vanwege de omvang van de aankopen (maar ook vanwege de bederfelijkheid van met name diepvriesproducten), wordt daarvoor de auto veel gebruikt. Voor het functioneren van supermarkten is een goede autobereikbaarheid in combinatie met de aanwezigheid van voldoende en goed toegankelijke parkeerplaatsen essentieel. Hiermee wordt ingespeeld op het belang dat de consument over het algemeen bij het boodschappen doen hecht aan aspecten als gemak en efficiëntie. Nieuwe full-service supermarkten hebben 75-90 parkeerplaatsen die zelfstandig zijn toe te rekenen aan de supermarkt al snel als uitgangspunt. Afhankelijk van de exacte omvang van de supermarkt is dit ook het uitgangspunt in gemeentelijk beleid (4,4 tot maximaal 6,4 parkeerplaats per 100m² bvo).



Toegepast op Schonckplein

Het Schonckplein wordt begrensd door de Stadsweg aan de zuidzijde. De Stadsweg is de wijkontsluitingsweg van oost naar west. Aan het plein is een bushalte gelegen. Aan de westzijde van het plein loopt de Schansweg. Hier is haaks parkeren mogelijk voor bewoners en bezoekers van de voorzieningen aan het plein (supermarkt, sporthal en eetwinkel/cafetaria). Tevens is hier de toegang voor automobilisten van het plein gelegen.

Noordelijk loopt de Van Duivenvoordelaan. Een erftoegangsweg waar ook geparkeerd wordt door bewoners. Aan de oostzijde vindt de bevoorrading van de winkels plaats. Er zijn ook wat parkeerplaatsen gelegen (met name voor bewoners). Zoals eerder gesteld heeft het hele gebied het karakter/de sfeer van een woonwijk met een plein als functie voor de wijk. Vestiging van een volwaardige supermarkt op deze locatie (los van de ruimtelijke mogelijkheden) doet het aantal verplaatsingen per auto toenemen. Het is zeer de vraag of dat op deze locatie gewenst is. Hoe meer verkeersbewegingen, hoe groter de overlast voor de omgeving en hoe meer kans op ongelukken. Een oplossing die bij kan dragen aan een overzichtelijkere situatie is de parkeersituatie.





Kaart met hoofdontsluitingsstructuur (rode lijnen) en wijkontsluitingsstructuur (blauwe lijnen) Geertruidenberg en Raamsdonksveer. Bron kaartlaag: OpenStreetMap

Op het plein is nu plaats voor zo'n 45 auto's. Aan de randen komen daar nog circa 55 plaatsen bij, maar deze zijn voornamelijk bedoeld (en in gebruik) voor bewoners. In de huidige situatie is het aantal parkeerplaatsen ruimschoots onvoldoende voor een volwaardige supermarkt.

Daar komt bij dat er sprake is van een spreiding van parkeerplaatsen. Dat resulteert op drukke momenten in ongewenst zoekverkeer naar een beschikbare parkeerplaats. Uitgangspunt bij nieuwe volwaardige supermarkten is daarom één centrale parkeerlocatie met één of twee inritten/uitritten.

In 2016 is door Buro SRO in opdracht van de gemeente Geertruidenberg onderzoek gedaan naar enkele stedenbouwkundige varianten voor uitbreiding van de supermarkt. In alle varianten gaat het om het uitbreiden van de bestaande supermarkt aan de kant van het Schonckplein. De varianten hebben als variabele wel of niet wonen op het plein en als variabele de omvang en plek van de uitbreiding.

Stedenbouwkundig bureau De Plannendokter heeft in opdracht van eigenaar Rialto eveneens een verkenning uitgevoerd naar de ruimtelijke mogelijkheden van uitbreiding/verplaatsing. Daarbij is ook de optie nieuwvestiging van de supermarkt op de locatie van de sporthal meegenomen.

De gemeente Geertruidenberg hanteert een parkeernormering bij nieuwe supermarktontwikkelingen van 4,4 tot maximaal 6,4 parkeerplaats per 100m² bvo. Voor de bestaande meters is de normering 3,1 tot maximaal 5,1 parkeerplaatsen. Echter, ook de bestaande functies zoals de woningen, de sporthal en horecafunctie aan het plein hebben een geldende normering. Uit de studies van SRO en de Plannendokter blijkt dezelfde conclusie, namelijk dat bij uitbreiding van de supermarkt op de huidige positie niet kan worden voldaan aan de normering (ongeacht de variant). Dat zal leiden tot parkeeroverlast in de wijk.

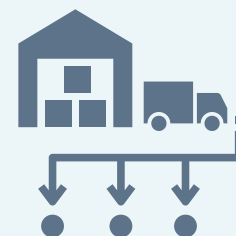
Relocatie op de positie van de huidige sporthal geeft meer mogelijkheden. Dan zijn circa 95 parkeerplaatsen nodig die zelfstandig zijn toe te rekenen tot de supermarkt. Ook hier komt de normering van bestaande functies erbij (minus de sporthal). De Plannendokter komt dan tot de beschikbaarheid van circa 150 plaatsen. Een substantieel deel daarvan is gelegen op het centrale plein (namelijk circa 125). De overige plaatsen zijn gelegen aan de noordzijde van de oude supermarkt door het opofferen van een stukje openbare ruimte en enkele verspreide langspaarkeerplaatsen.

Ondanks dat de normering mogelijk behaald kan worden bij relocatie op de locatie sporthal (een grondige studie moet dat definitief uitwijzen), blijven de nadelen aanwezig van veel verkeersbewegingen, zoekgedrag op drukke momenten en een auto gedomineerd plein middenin een woonwijk.

Bij een goede bereikbaarheid gaat het niet alleen om de auto, maar ook om openbaar vervoer, fietser en voetganger. Door de ligging van een bushalte aan de Stadsweg is bereikbaarheid per openbaar vervoer geborgd. Idealiter zijn er ook gescheiden structuren voor fietser en voetganger aanwezig zodat veiligheid is geborgd. En minimaal 50 fietsparkeerplaatsen en plaatsen voor bromfietsen/scooters.

Algemeen

De bevoorrading van een moderne supermarkt is een complex logistiek proces. Aangezien de schaalgrootte van de supermarkten toeneemt, wordt ook de bevoorrading steeds omvangrijker. Daarnaast neemt het belang van het versassortiment toe. Je ziet daardoor dat de intensiteit van bevoorrading toeneemt. Tijdens het keuzeproces voor een nieuwe supermarktlocatie dient er nadrukkelijk rekening te worden gehouden met dit aspect. Ligging in een woonwijk zorgt bijvoorbeeld voor geluidsoverlast voor de bewoners en meer kans op ongelukken door veel verkeersbewegingen in woongebied. Om parkeren en bevoorrading goed vorm te geven, wordt bij nieuwe ontwikkelingen al snel uitgegaan van een benodigd plot van circa 4.000 m².



Toegepast op Schonckplein

Het hele plangebied Schonckplein heeft een omvang van circa 9.500 m². Dat is ruimschoots voldoende voor een volwaardige supermarkt, maar natuurlijk moet er rekening worden gehouden met de bestaande functies die een ruimteclaim hebben aan het plein. In de huidige situatie is de expeditie gesitueerd aan de Sint-Amandusstraat aan de achterzijde van het pand. Laden en lossen vindt plaats in de buitenlucht waardoor dat direct voor overlast zorgt (met name geluid) bij omwonenden. Bij relocatie van de Plus op de locatie van de sporthal ontstaat de mogelijkheid de expeditie anders vorm te geven. Daardoor kan bijvoorbeeld een inpandig laad-losdock worden gemaakt wat in ieder geval de geluidsoverlast voor omwonenden doet afnemen.

Daar staat tegenover dat het aantal expeditiebewegingen waarschijnlijk gaat toenemen bij een volwaardige supermarkt. Moderne trailers hebben een lengte van zo'n zestien meter. Dat vraagt forse draaicirkels en dus ruimte. Eerder is geconstateerd dat het Schonckplein alzijdig is omgeven door woningen. Meer verkeersbewegingen (met meer geluidsoverlast en meer risico's op gevaarlijke situaties) is niet te voorkomen. Daarnaast zijn alle straten voorzien van gebakken klinkers. Dat zorgt voor meer geluidsoverlast dan asfalt.



Algemeen

De kwaliteit en inrichting van het openbaar gebied dragen bij aan een verzorgde indruk van de supermarkt. De uitstraling van de parkeervoorzieningen speelt hier een primaire rol. Een onoverzichtelijke parkeeraccommodatie kan een afschrikwekkende werking hebben op de consument. Bij voorkeur is er bij supermarkten sprake van een aangesloten parkeerveld. Met (afhankelijk van de locatie) een tweetal inritten en uitritten. Direct grenzend aan het parkeren is ruimte gereserveerd voor bijvoorbeeld recycle bakken, winkelwagens en fietsenstallingen. De lengte-breedte verhouding van een parkeervak neemt ook toe. Consumenten stellen meer eisen en het wagenpark wordt groter. Maar ook de andere gebouwen in de directe omgeving laten een indruk achter bij de consument. Een op orde zijnde openbare ruimte creëert een prettig verblijfsklimaat voor de supermarktbezoeker.



Toegepast op Schonckplein

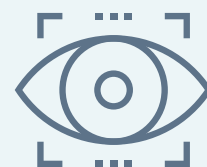
Het Schonckplein kent typische eigenschappen van een uitbreidingswijk die rond de jaren '60 - '70 van de vorige eeuw is ontwikkeld. Het vastgoed heeft vaak een gesloten karakter met veel blinde gevels. Aan ruimtelijke kwaliteit en groen werd weinig aandacht besteed.

Dat is terug te zien in het huidige beeld. De omgeving is erg versteend en functioneel ingericht. Door middel van een aantal groenvakken worden functies en structuren (zoals auto en voetganger) gescheiden. Het is geen omgeving die 'matcht' met een volwaardige/moderne supermarkt. Bij een uitbreiding op de huidige locatie zal hooguit de entree van de supermarkt verbeterd worden. Kansen voor een integrale aanpak ontstaan pas bij een totale herontwikkeling van het plein. Dat geeft de mogelijkheid om de nieuwbouw van de supermarkt meer aan te laten sluiten op de omgeving. Achterkant situaties worden dan weliswaar versterkt maar blijven er altijd omdat de expeditie een plek dient te krijgen. Met een totale herontwikkeling kan het parkeerterrein ook worden ingericht aan de eisen van de moderne tijd. Met voetgangerspaden, groen en ruime parkeervakken.



Algemeen

Door zichtbaar te zijn vanaf een doorgaande weg kan een winkel profiteren van de passanten die niet in het verzorgingsgebied zelf wonen. Dat kan een extra omzet opleveren. Gezien de noodzakelijke omzettoevloeiing uit secundair en tertiair verzorgingsgebied door de schaa sprong van supermarkten is dit een belangrijk criterium.



Toegepast op Schonckplein

Eerder in deze analyse is geconcludeerd dat het primaire verzorgingsgebied onvoldoende groot is bij de vestiging van een supermarkt aan het Schonckplein. Daardoor is het noodzakelijk substantieel consumenten uit het secundaire verzorgingsgebied (overig kern Geertruidenberg) en tertiaire verzorgingsgebied (Raamsdonksveer en overig) aan te trekken. Dan is het belangrijk om te kijken naar de ligging en het onderscheid aan te brengen tussen wijkontsluitingswegen en hoofdontsluitingswegen. Ter hoogte van het Schonckplein is De Stadsweg is een wijkontsluitingsweg. Aan de westkant komt de Stadsweg uit op de Amerweg en Standhazenedijk. Deze hebben vrijwel in z'n geheel een functie voor bestemmingsverkeer en niet voor doorgaand verkeer. Dat maakt de locatie Schonckplein ongeschikt om voldoende passanten van buiten het primaire verzorgingsgebied aan te trekken voor een gemiddeld/gezond functioneren.

Bovenstaande in ogenschouw nemende maakt dat bijvoorbeeld de Stadsweg aan de oostzijde of de noord-zuid verbinding Oude Stadsweg-Strijenlaan veel sterker een 'passanten profiel' hebben. Dit zijn lokale hoofdontsluitingswegen. Locaties waar de potentie op het aantrekken het hoogste is dat zijn regionale hoofdontsluitingswegen. Denk daarbij aan de Centraleweg (N623) en Stationsweg.

Kortom, het aandeel doorgaand verkeer t.o.v. bestemmingsverkeer is aan het Schonckplein minimaal. Kansen voor omzet afkomstig van passanten/incidentele bezoekers zijn er nauwelijks.



Algemeen

In z'n algemeenheid geldt dat clustering van voorzieningen de voorkeur heeft boven een verspreide vestiging. Bij concentratie kunnen de aanwezige functies profiteren van elkaars aantrekkingskracht en van gemeenschappelijke voorzieningen. Bovendien draagt het bij aan beperking van het aantal verkeersbewegingen.



Toegepast op Schonckplein

De supermarkt op het Schonckplein is in de huidige situatie de enige winkel. Het overige aanbod aan het plein bestaat uit cafetaria Kwebbles en een commercieel geëxploiteerde sporthal. Met laatste functie is er niet/nauwelijks kruisbestuiving met de supermarkt, de cafetaria heeft nog enigszins een relatie. Hoe dan ook is geen sprake van een winkelcluster op buurtniveau zodat inwoners boodschappen kunnen combineren. Ook bij relocatie op de plek van de sporthal ligt herinvulling van de huidige locatie met één of meerdere winkels niet voor de hand. Dit vanwege de beperkingen van het huidige vastgoed.



Conclusie



Criteria analyse locatie Schonckplein:

Van meest randvoorwaardelijk tot minst randvoorwaardelijk

	Huidig	Uitbreiding huidig vastgoed	Na relocatie sporthal
 Ligging in het verzorgingsgebied	–	–	–
 Mogelijkheden economisch functioneren	–	–	–
 Ruimtelijke uitbreidingsmogelijkheden	–	+	+
 Bereikbaarheid en parkeren	–	–	– +
 Expeditie en bevoorrading	–	–	– +
 Inrichting en kwaliteit openbaar gebied	–	– +	+
 Toegankelijkheid en zicht	–	– +	– +
 Aanwezigheid overig aanbod	–	–	–

Voorliggend onderzoek gaat in op de haalbaarheid van een *volwaardige* supermarkt op de locatie Schonckplein. Dit conform het besluit van de raad in 2019 met als opdracht om de realisatie van een *volwaardige* supermarkt voor de kern Geertruidenberg te onderzoeken. In de inleiding is omschreven hoe een *volwaardige* supermarkt gedefinieerd wordt. Daarbij zijn aspecten van belang als omvang van het supermarkt vastgoed, het beschikbare aantal parkeerplaatsen, een voor de omgeving acceptabele expeditie en een hoge kwaliteit van de openbare ruimte. De term *volwaardig* heeft echter primair een economische component, want alles staat of valt met een gezond economisch functioneren conform landelijke kengetallen. En om voldoende omzetspotentie te kunnen spreken is een centrale ligging in combinatie met een goede bereikbaarheid in Geertruidenberg noodzakelijk.

De rapportage kent daarom een opbouw in volgorde van *randvoorwaardelijkheid*. Cruciaal voor de haalbaarheid zijn de economische variabelen. Voor een gezond economisch functioneren zijn er ruimtelijke randvoorwaarden. Tot slot zijn er omgevingswensen of bonusvariabelen.

In alle varianten kan niet worden voldaan aan de meest primaire eigenschap van een supermarkt, zijnde een gezond economisch functioneren. Een decentrale ligging in het verzorgingsgebied maakt dat er in geen enkele situatie een functioneren is conform landelijke kengetallen voorschrijven. Het aantal inwoners van het primaire verzorgingsgebied (westelijk en noordelijk Geertruidenberg) is met ruim 4.000 inwoners onvoldoende. Dit aantal kan slechts beperkt worden aangevuld met toevloeiing vanuit het secundaire en tertiaire verzorgingsgebied. Meerdere argumenten spelen dan een rol. Bijvoorbeeld de afwezigheid aan de hoofdontsluiting structuur, de behoorlijke afstand tot Raamsdonksveer en de nadelen van bereikbaarheid en parkeren aan het Schoncklein.

In het schema op de voorgaande pagina wordt duidelijk dat in de huidige situatie de supermarkt op geen enkel aspect voldoet. Een uitbreiding van de vestiging kent twee opties, namelijk uitbreiding op de huidige plek en relocatie op de locatie van de sporthal. Relocatie kent enkele voordelen t.o.v. uitbreiden op de huidige locatie. Zo kan het aantal parkeerplaatsen worden vergroot en is het mogelijk om de bevoorrading zo te regelen dat de buurt het minste hinder ervaart. Door volledige nieuwsvestiging kan bovendien het vastgoed fors toekomstbestendiger worden gemaakt in vergelijking tot de uitbreidingsvariant op de huidige locatie.

De bouwtechnische tekortkomingen van het huidige vastgoed kunnen nooit volledig verholpen worden omdat er woningen op verdiepingen zijn gelegen. Tot slot is het slechts beperkt mogelijk de zichtrelatie van de supermarkt te versterken voor het doorgaand verkeer. In de huidige situatie ligt de supermarkt met de rug naar de oostzijde van de Stadsweg. Bij vestiging op locatie van de sporthal is de oriëntatie zuidelijk gelegen.

Bovenstaande conclusie is van toepassing op alle volwaardige supermarkten conform de geschetste definitie (zie inleiding en bijlage). In de praktijk kunnen door supermarktformules concessie worden gedaan aan één of meerdere aspecten die van belang zijn bij het bepalen van een vestigingslocatie. Zoals het accepteren dat de omzetpotentie niet optimaal is. De komst van een andere supermarkt - wanneer de huidige formule zou vertrekken - is daarom nooit volledig uit te sluiten. Echter, ook die nieuwe formule heeft te maken met een zwak tot slecht economisch functioneren. Op termijn ontstaan dan dezelfde exploitatieproblemen als in de huidige situatie.

BIJLAGE



Nader beschouwd: differentiatie vestigingseisen formules

In de praktijk hebben fullservice supermarkten en discount supermarkten vestigingseisen die variëren. Bij het bepalen van het segment van een supermarktformule zijn diverse aspecten van belang, zo blijkt uit de definitie. Twee belangrijke aspecten zijn het prijsniveau en het serviceniveau van de formule. Daarnaast spelen de omvang en samenstelling van het assortiment een belangrijke rol. Het gaat dan om het aantal artikelen en de aanwezige merken.

Op basis van onderzoek door de EFMI Business School en het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) kan het Nederlandse supermarktlandschap in zes verschillende formuletypen worden ingedeeld. Deze indeling is vastgesteld op basis van overeenkomstige kenmerken van supermarktformules in de ogen van de consument. Met ruim 600 m² winkelvloeroppervlak heeft de huidige vestiging van Plus aan het Schonckplein in de praktijk enkel een buurtfunctie, ondanks dat de formule behoort tot het fullservice segment.

Formuletype	Omschrijving	Formules (selectie)
Fullservice*	Veel service met een bovengemiddelde prijsstelling	Albert Heijn, Plus en Jumbo
Buurtsuper	Redelijke service, in de buurt, met een hoge prijsstelling	Spar, Coop Compact
Value-for-money	Gemiddelde service met een gemiddelde prijsstelling	Jan Linders
Service discount	Bovengemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling	Coop, Hoogvliet, Lidl
Merken discount	Gemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling	Nettorama, Dirk
Hard discount	Weinig service met een zeer scherpe prijsstelling	Aldi

* mega supermarkten (XL/XXL/Foodmarkt) en 'to go' concepten buiten beschouwing gelaten

Een waardevolle toevoeging aan deze tabel is de omvang en samenstelling van het productenaanbod. De hard discounter (in Nederland alleen Aldi) onderscheidt zich hierin duidelijk van de overige formuletypen. Het aanbod van deze formule bestaat voornamelijk uit afwijkende merken die in de smaak vallen bij de consument en tegen lage prijzen worden aangeboden. De omvang van dit aanbod beperkt zich in de meeste gevallen tot maximaal 1.500 foodartikelen. Dit aanbod wordt aangevuld met een aanzienlijk non-food assortiment.

De winkel van een hard discounter heeft over het algemeen een kleinere maat dan de overige typen (buurtsuper uitgezonderd). Echter, deze gemiddelde omvang is de laatste jaren wel fors toegenomen. Ook voor Aldi is een omvang van circa 1.000/1.400 m² wvo geen uitzondering meer.

Kijken we naar de andere formules dan valt op dat het assortiment voor een aanzienlijk deel bestaat uit A-merken. Ook bij Lidl - traditioneel weinig A-merken - groeit dit assortiment de laatste jaren snel. Grote supermarktketens, zoals Albert Heijn, Plus en Jumbo, vullen het assortiment aan A-merken in toenemende mate aan met het eigen huismerk. De huismerken onderscheiden zich van de A-merken door de prijsstelling. De omvang van het assortiment van deze formuletypen loopt uiteen van circa 15.000 tot 35.000 producten. Bij de Lidl ligt dit beduidend lager (circa 2.000 producten) maar deze formules is met service, presentatie en versassortiment de laatste jaren duidelijk opgeschoven en kan niet meer als een hard discounter worden getypeerd.

Bijna overal worden versproducten aangeboden (ook bij Lidl). In tegenstelling tot de hard discounter Aldi is er slechts beperkt sprake van non-foodartikelen, met uitzondering van de 'XXL supermarkten' en de Lidl (traditioneel een behoorlijk non-food assortiment).

Per categorie zijn andere vestigingseisen van toepassing. Algemeen kan worden gesteld dat service supermarkten en discount supermarkten een ander consumentenbereik hebben. Als ergens een service supermarkt goed functioneert wil dat niet zeggen dat ook een hard discounter op die plek goed kan functioneren. Doordat een hard discounter een beperkt assortiment heeft, minder versproducten aanbiedt en omdat er geen A-merken gekocht kunnen worden, is een discounter vrijwel altijd de 2e supermarkt waar de consument boodschappen doet. Fullservice supermarkten hebben nog altijd de grootste aantrekkingskracht op de consument: ruim 80% van de consumenten die een fullservice formule in de directe omgeving hebben, doet daar wekelijks aankopen. Voor de discountformule is dit circa tweederde. Hierbij dient te worden opgemerkt dat de discount supermarkten qua aantal klanten een opmars laten zien. Bron: Deloitte.

Nabijheid is in vergelijking tot overige supermarkten een minder belangrijk criterium bij de keuze voor een harddiscountsupermarkt, omdat consumenten deze doorgaans laagfrequent bezoeken om er specifieke producten 'in bulk' aanschaffen. Dit blijkt uit de afstand die consumenten afleggen tot de supermarkt. Gemiddeld legt een Nederlandse consument een kleine 2 kilometer af naar zijn primair bezochte supermarkt (Bron: Deloitte). Aldi is daarom op steeds minder plekken aanwezig op niveau van de buurt. Er is een voorkeur voor locaties langs doorgaande wegen.

Door de specifieke verzorgingsfunctie van een harddiscounter voor de consument is bereikbaarheid met de auto juist van groot belang. Bij een gemiddelde supermarkt komt circa 50% van de klanten met de auto, bij een discounter 60%. Bij diverse fullservice supermarkten ligt dit aandeel hoger vanwege bijvoorbeeld het specifieke profiel (Plus) of specifieke aanbiedingen (Jan Linders). Omdat relatief veel consumenten een harddiscounter met de auto bezoeken, heeft een harddiscounter een relatief grote parkeerbehoefte. Hierdoor is het benodigde kavel ook groter dan voor een service supermarkt.

Een buurtsupermarkt heeft een omvang tot circa 750 m² wvo. Doordat de prijsstelling hoger ligt dan bij een service supermarkt en doordat het assortiment substantieel minder is (in aantal artikelen en in versproducten) kan een buurtsupermarkt niet worden gezien als een vervanging van een service supermarkt. De buurtsupermarkt heeft enkel een functie voor de 'vergeten' of 'snelle' boodschap. Winkelwagens zie je er veel minder dan bij een service supermarkt.

STADSKRACHT
retail & gebiedsmanagement

INFO@STADSKRACHT.NL