



Dwarsdoorsnede uit Bouwberichten | Supermarkten

Supermarkten vechten om goede locaties

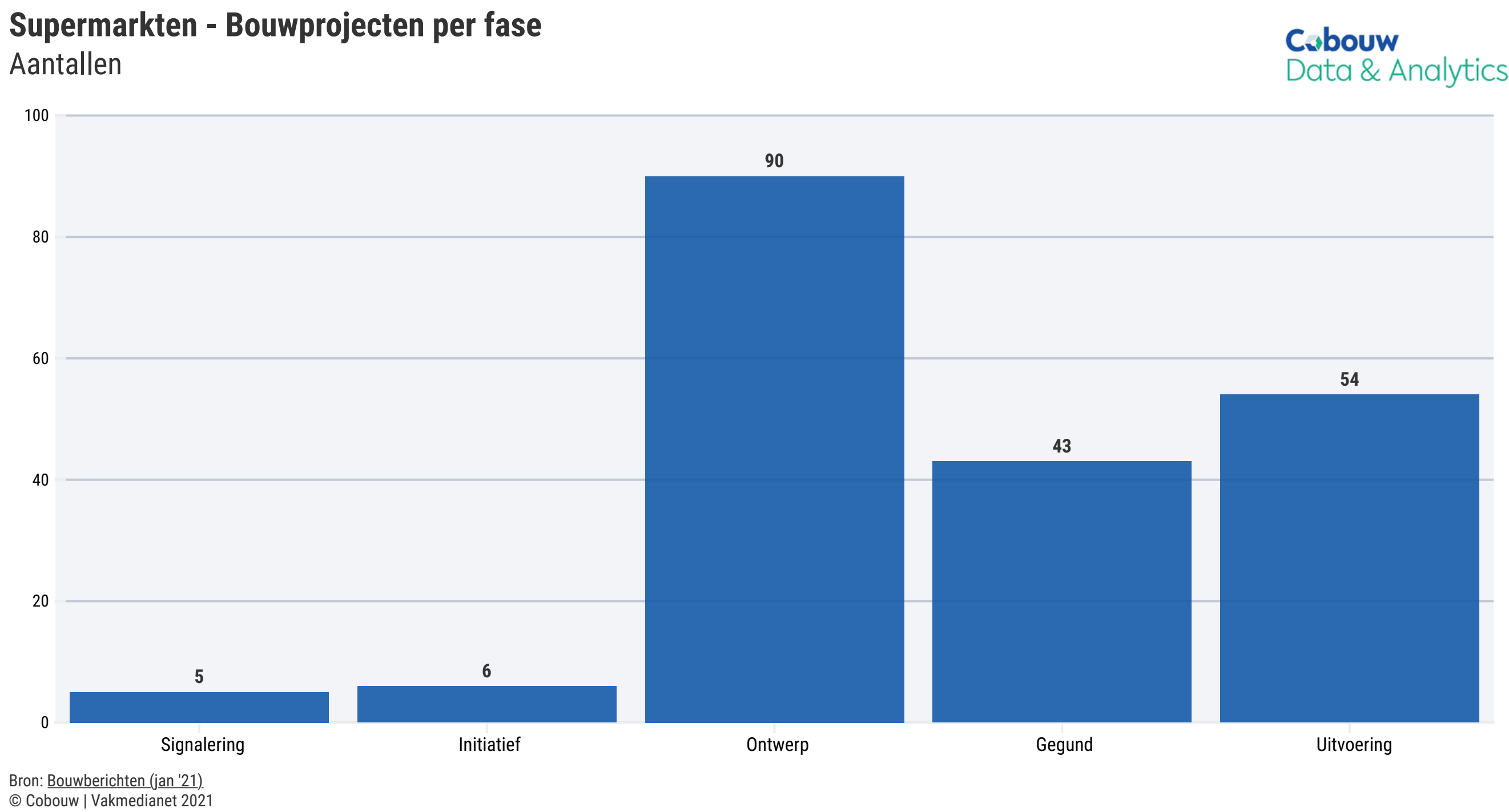
De supermarktsector groeit. Het aantal winkels is sinds 2005 met ruim 400 toegenomen. Ook het gemiddelde winkelvloeroppervlak is fors gestegen, maar tegelijkertijd hebben diverse supermarktformules de binnenstad herontdekt met formats voor compacte winkels.

Door: Henk Wind | Foto: © Shutterstock

Samengevat: Kansen voor de bouw

- Compacte supermarkten in de binnenstad
- Schaalvergroting van bestaande winkels
- Nieuwbouw in groeigebieden rondom de steden
- Nieuwbouw supermarkten met regiofunctie in krimpgebieden
- Verduurzaming van bestaande panden

De cijfers van Bouwberichten laten zien dat er momenteel 54 supermarkten in aanbouw zijn. Er zitten 90 supermarkten in de ontwerpfase en er zijn de afgelopen tijd 43 projecten gegund.



'De groei van het aantal supermarkten gaat door', zegt Marieke Statema, Real Estate Analyst bij [SuperVastgoed](#), makelaardij, gespecialiseerd in supermarkten. Momenteel telt Nederland ruim 4800 supermarkten. Dat is 400 meer dan in 2005. Tussen 2005 en 2010 daalde het aantal winkels tot 4300 maar sindsdien groeit het aantal gestaag, zo blijkt uit cijfers van Locatus. 'De bevolking groeit ondertussen ook', merkt Statema daar wel bij op, 'maar dat gaat in verhouding minder snel dan de groei in het aantal supermarkten.'

Groei online

Ondertussen is ook binnen de supermarktsector online bezig aan een sterke groei. Jeroen van der Weerd van [Bureau Van der Weerd / Supermarkt & Ruimte](#): 'In absolute aantallen is die groei enorm, maar in relatieve zin valt het nog mee. Vijf jaar geleden vond nog maar 0,8 procent van de bevolking het gewoon om online te kopen; in april van dit jaar was dat al 4 procent. En door corona groeit dat hard; het is nu 5 procent. Het percentage huishoudens dat wel eens online boodschappen doet blijft stabiel en bedraagt nu 25 procent. Maar de omzet in de hele sector neemt toe, waardoor de invloed van de online groei relatief gezien niet zo groot is. Nog steeds zit meer dan 94 procent van de omzet in de gewone winkel. En dat gaat dan over een totale omzet van meer dan 40 miljard.'



Jeroen van der Weerd: 'Vijf jaar geleden vond nog maar 0,8 procent van de bevolking het gewoon om online te kopen; in april van dit jaar was dat al 4 procent.'

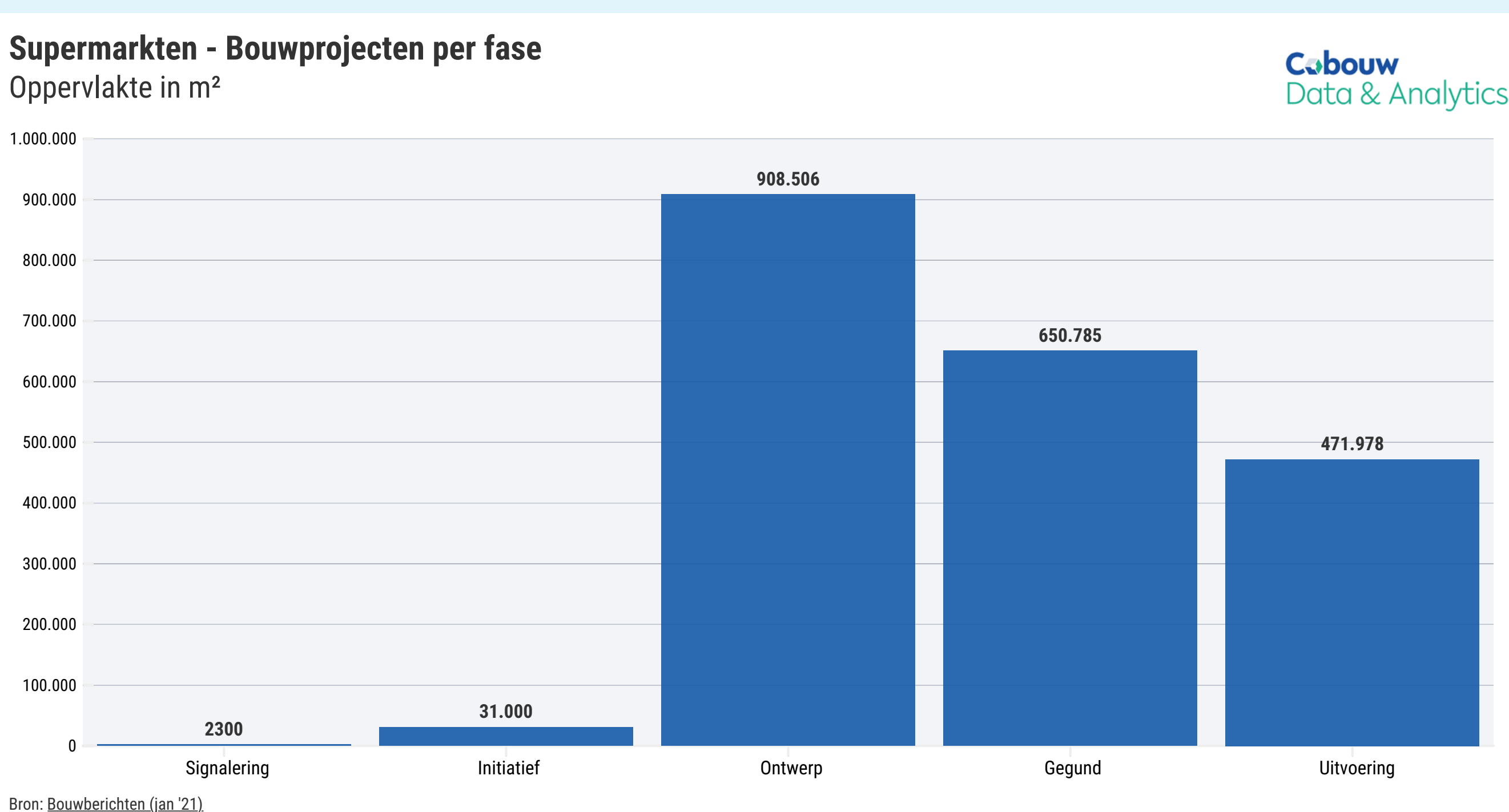
'Momenteel telt Nederland ruim 4800 supermarkten. Dat is 400 meer dan in 2005'

Van der Weerd: 'Supermarktformules denken er ook continu over na hoe ze hun marktaandeel kunnen vergroten door beter en sneller in te spelen op klantbehoeftes. Winkels richten zich op gemak voor de consument en helpen de consument om snel te kunnen winkelen, met bijvoorbeeld zelfscankassa's. In technologie en diepte van het assortiment is de supermarkt van nu een wereld van verschil met die van vijf jaar geleden.'

Compact én schaalvergroting

Het winkeloppervlak groeide van 3,4 miljoen vierkante meter in 2005 naar meer dan 4,5 miljoen vierkante meter nu. Ondertussen lijkt de uitbreiding van het aantal supermarkten vooral te zitten in de binnenstad, waar supermarktformules nieuwe compacte winkelformats ontwikkelen op minder dan 500 vierkante meter vloeroppervlak, zoals AH to Go, Jumbo City en Spar Citystores. Dat heeft te maken met beschikbare ruimte, maar ook met type bewoner. Statema: 'Uit een analyse van de binnensteden van de grootste vier gemeenten blijkt dat de binnenstad altijd zwaar onderbewinkeld was ten opzichte van de rest van het land. Maar het aantal supermarkten in de vier grote steden is sinds 2005 met ruim 40 procent toegenomen.'

Tegenover deze kleinere winkels staat schaalvergroting van de andere supermarkten. Bijna alle supermarkten streven naar vergroting van hun winkelvloeroppervlak. Van der Weerd: 'Schaalvergroting is nodig om de kritische consument tegemoet te komen. De consument is veeleisend en wil een groot aanbod van bijvoorbeeld groente en fruit. Supermarkten onderzoeken steeds vaker of het mogelijk is om een deel van het magazijnoppervlak bij de winkel te trekken. En met het oog op de veiligheid van de consument vanwege coronaregels zijn gemeenten nu ook eerder geneigd om daarin mee te gaan.'



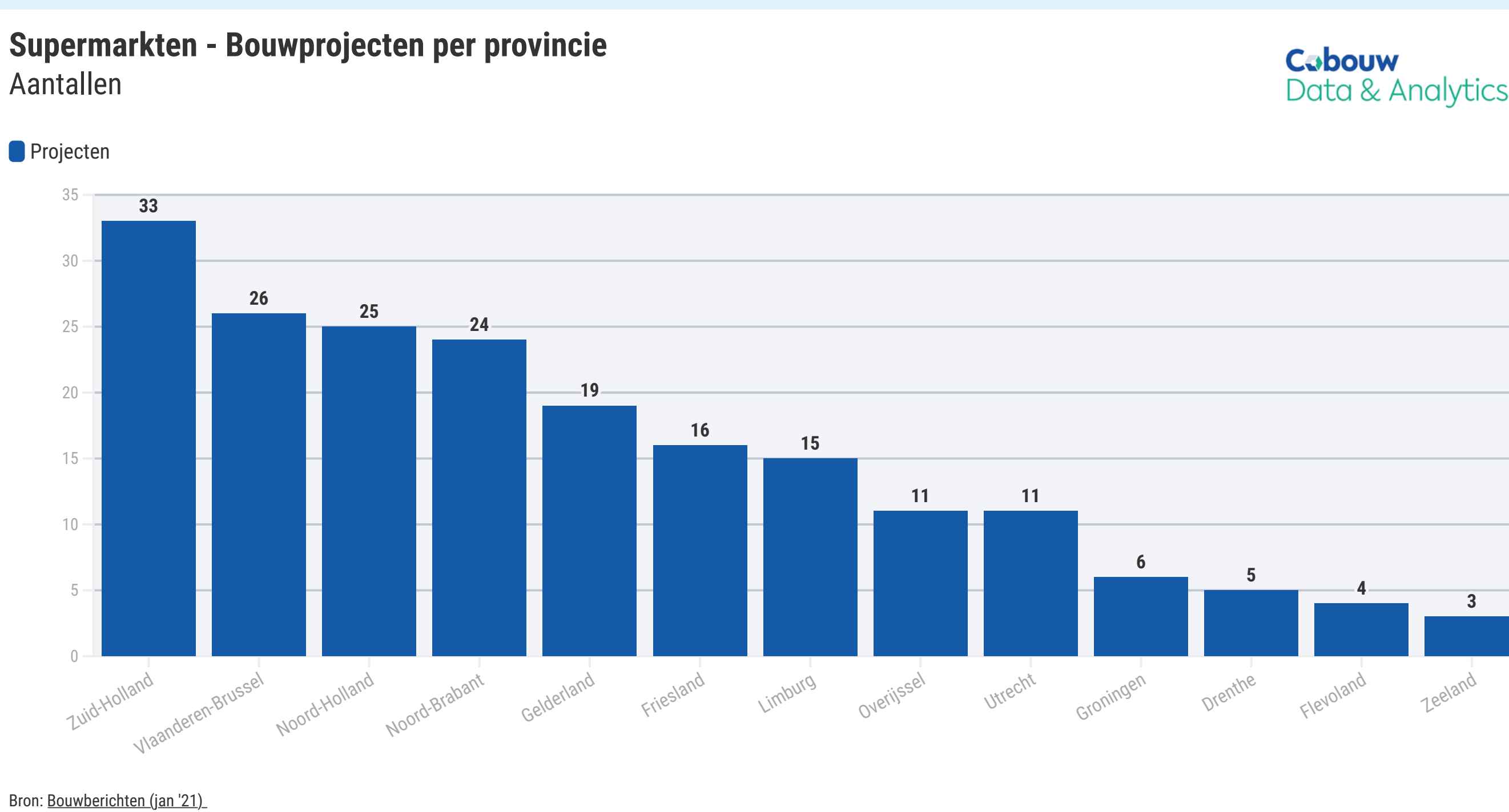
Bouwberichten laat zien dat ruim 471.000 vierkante meter in uitvoering is, verdeeld over 54 projecten. De gegunde projecten tellen bij elkaar ruim 650.000 vierkante meter verdeeld over 43 projecten. In de ontwerpfase zit ruim 900.000 vierkante meter met 90 projecten. Deze aantallen betreffen het totale vloeroppervlak van het project, dat vaak meer is dan alleen een supermarkt.

Impact corona

De vraag is welke invloed corona op de winkels in de binnensteden heeft. 'Die zitten vaak op *high traffic* locaties of kantorenlocaties. Als mensen ook na corona meer thuis blijven werken, zal dat invloed hebben', verwacht Statema. Juist de wijkwinkels in de directe woonomgeving profiteren daar van en maken een sterke groei door in dit coronatijdperk.

Locaties

De meeste nieuwe supermarkten werden de afgelopen jaren geopend in de Randstad en de andere grote steden, waar ook de sterkste bevolkingsgroei te zien was. Van der Weerd wijst er daarbij op dat de regio Eindhoven de sterkste groeier van stedelijk gebied is.



Zuid-Holland is koploper wat betreft het aantal supermarkten dat gebouwd wordt, zo laten de cijfers van Bouwberichten zien. Noord-Brabant staat op de tweede plek in Nederland, gevolgd door Noord-Holland. Dunbevolkte provincies als Groningen, Drenthe, Flevoland en Zeeland zijn hekkensluiter.

'Het inwonertal neemt vooral toe in de stedelijke gebieden. Die groei lijkt nu wel een beetje af te vlakken doordat mensen vanwege de coronacrisis een groter huis zoeken in met name de dorpen rondom de steden'. Maar de woningbouwopgave waar Nederland voor staat, zal zich toch concentreren in stedelijke gebieden. Dat leidt er dan ook toe dat juist in die omgevingen ruimte ontstaat voor nieuwe supermarkten.

'Het inwonertal neemt vooral toe in de stedelijke gebieden'

In de gebieden met bevolkingskrimp leidt de schaalvergroting er toe dat supermarkten meer en meer een regiofunctie vervullen. Die willen dan ook veelal graag aan de rand van een dorp zitten, goed bereikbaar via de invalswegen.

De ruimte voor nieuwe supermarkten wordt vooral bepaald door gemeentelijk beleid. Er komt echter maar weinig ruimte beschikbaar, dus om goede locaties die wél beschikbaar komen wordt gevochten, zo geven Van der Weerd en Statema aan. Dat is ook een van de redenen waarom supermarkten de compact-formules voor de binnenstad hebben ontwikkeld, waar nu eenmaal geen grote oppervlakten beschikbaar zijn.

Duurzaamheid

Binnen de supermarktsector begint het thema duurzaamheid steeds belangrijker te worden. Dat richt zich in eerste instantie vooral op het assortiment, door bijvoorbeeld voedselverspilling tegen te gaan door dynamisch te prijzen bij aflopende houdbaarheid. Maar ook de panden komen daarbij aan bod. Een formule als Lidl zet nadrukkelijk in op duurzame panden en kiest bij nieuwbouw voor keurke voor nul-op-de-meter. Albert Heijn profileerde zich na een grote verbouwing in 2016 met de XL-vestiging Purmerend als meest duurzame supermarkt van Europa.



Marieke Statema: 'Het aantal supermarkten in de vier grote steden is sinds 2005 met ruim 40 procent toegenomen.'

