Een nieuwe supermarkt levert altijd gedoe op

Het nieuws leidde in Bolsward tot behoorlijk wat onbegrip. De gemeente Súdwest-Fryslân weigert namelijk de komst van een vierde supermarkt in de stad, terwijl vergelijkbare plaatsen als Stiens en Joure er zelfs vijf hebben. Hoe is dit geregeld? „Sommige gemeenten schieten door.”

MARK VALLINGA

Hij reist voor zijn werk het hele land door. De ene keer in opdracht van Albert Heijn, de andere keer voor Jumbo en soms ook voor supermarktketen Dirk. Jeroen van der Weerd is ‘supermarktgeograaf’ en de grootgrutters weten hem te vinden als zij ergens kansen ruiken. Van der Weerd gaat dan ter plaatse en onderzoekt of een nieuwe supermarkt kans van slagen heeft. Dat moet heel zorgvuldig.

Want de vestiging van een nieuwe supermarkt vraagt om een investering van miljoenen euro’s. Als een formule zo’n groot financieel risico neemt, wil die wel voldoende zekerheid. Kort samengevat: er moet op die plek genoeg geld verdiend kunnen worden. Maar zelfs als dat het geval is, is het geen zekerheid dat er ook echt een winkel komt. Vaak is er heel veel geduld nodig.

Volgens Van der Weerd is discussie namelijk inherent aan het openen van een nieuwe supermarkt. „Als je in een bestaand marktgebied een supermarkt gaat openen, komt er sowieso een gevecht met de winkels die er al zitten”, legt hij uit. „Een nieuwe speler in de achtertuin betekent verlies van omzet. Bestaande winkels grijpen alles aan om die extra concurrentie zo lang mogelijk buiten de deur te houden.”

Daardoor kan er zomaar tien jaar zitten tussen het idee en de realisatie van een winkel. Dat zijn wel echt uitzonderingen, benadrukt de supermarktgeograaf. „Ik maak ook vaak genoeg mee dat het binnen een paar jaar voor elkaar is. Maar ja, als je tegen allerlei goed onderbouwde bezwa-

Om aan de wensen van de klanten te voldoen qua assortiment en uitstalling, heeft een grootgrutter zo’n 1200 tot 1400 vierkante meter vloeroppervlakte nodig.

FOTO: ANP/RAMON VAN FLYMEN

ren aanloopt, kan het lang duren. Dan kom je uiteindelijk terecht bij de Raad van State."

Supermarkten vechten niet alleen een 'prijzenoorlog' uit in de schappen, maar ook buiten het terrein van de winkelkarretjes. Volgens Van der Weerd is het een zeer competitieve sector, die ook nog eens te maken heeft met bijzonder streng gemeentebeleid. „Het gaat vaak om panden van duizenden vierkante meters. Je wil als gemeente absoluut niet dat die leeg komen te staan."

Gemeenten gaan heel zorgvuldig te werk wanneer een supermarktondernemer zich aandient met een plan. Of een winkel er uiteindelijk mag komen, heeft alles te maken met het bestemmingsplan voor een locatie. „Op sommige plekken biedt het bestemmingsplan ruimte voor de komst van een supermarkt. Formules speuren daar soms ook naar, want die kennis is natuurlijk geld waard."

Om verrassingen te voorkomen, proberen gemeenten hun ruimtelijke ordening strak op orde te houden. Want de onverwachte komst van een supermarkt kan grote gevolgen hebben voor andere ondernemers. „Als een supermarkt zich net buiten een bestaand winkelgebied vestigt, gaat dat ten koste van de winkels daar. Met een beetje pech moeten zij de deuren sluiten."

Volgens Van der Weerd is een supermarkt een belangrijk anker voor de andere winkels. Ze zorgen voor een constante stroom aan klanten. „Als een nieuwe supermarkt een deel van die stroom wegtrekt, kan het ineens hard gaan en beland je zomaar in een negatieve spiraal. Dat heeft grote gevolgen voor de leefbaarheid van een woonwijk. Daarom zitten gemeenten er echt bovenop."

'Soms heb ik het idee dat de gemeente niet snapt hoe de exploitatie van een supermarkt functioneert'

De supermarktgeograaf komt geregeld tegen dat gemeenten direct ingrijpen als ze lucht krijgen van nieuwe plannen. Ambtenaren kijken of er een mogelijke weigeringsgrond is, ook al biedt het bestemmingsplan wel ruimte voor een nieuwe supermarkt. „De gemeente heeft instrumenten om plannen te keren. Precies daarom gaan supermarktformules *top secret* om met hun plannen."

Elke gemeente heeft een zekere mate van vrijheid om dit te regelen. Zo is er in Leeuwarden een maximaal aantal vierkante meters voor supermarkten. Het kan bijvoorbeeld ook door vast te stellen welke functies een bepaald gebouw mag hebben. „Maar je ziet ook steeds vaker een zogenaamd 'paraplubestemmingsplan' opkomen. Daarmee heeft de gemeente altijd het allerlaatste woord."

Van der Weerd vindt dat sommige gemeenten doorschieten in strenge regels. Hij noemt de situatie in Bolsward daar een typisch voorbeeld van. Van der Weerd heeft onlangs in opdracht van de projectontwikkelaar een contra-expertise uitgevoerd. Daar kan en mag hij weinig over kwijt, maar volgens hem zou de gemeente Súdwest-Fryslân in dit geval meer ruimte moeten bieden.

Want voordat een supermarktformule of projectontwikkelaar aanklopt bij een gemeente, heeft hij zijn huiswerk eigenlijk altijd goed gedaan. „Voor het bouwen van een supermarkt ga je niet over één nacht ijs. Je wil van tevoren zo goed mogelijk weten welke omzet je kunt halen en de risico's goed afwegen." Dat kan door een 'vestigingsplaatsonderzoek' uit te laten voeren.

Van der Weerd gaat dan ter plaatse, bekijkt de omgeving, wil weten welke supermarkten er gevestigd zijn en welk type huishouden er vooral te vinden is. „Je kunt op basis van het aantal inwoners al berekenen hoeveel omzetpotentieel er is voor supermarkten. Maar het aantal inwoners is maar een kleine factor. Onder aan de streep draait het om het totaalplaatje."

Supermarktgeograaf Jeroen van der Weerd doet in opdracht van supermarktformules onderzoek naar plekken voor nieuwe winkels. FOTO: PETER VAN AALST

Onderaan de streep komt de supermarktgeograaf dan met een advies. Als de risico's groot zijn, dan geeft hij aan dat de opdrachtgever zijn energie beter in een andere locatie kan steken. „De omzet is een ding, maar de winstmarge is ook belangrijk: die is voor een supermarkt heel laag. Dat betekent dat als een supermarkt laag in de omzet zit, de investering niet meer terugverdiend kan worden."

Volgens Van der Weerd kunnen supermarkten het zich niet permitteren om stil te staan. Om aan de wensen van de klanten te voldoen qua assortiment en uitstalling, heeft een grootgrutter wel zo'n 1200 tot 1400 vierkante meter vloeroppervlakte nodig. „Daar zou een gemeente ook rekening mee moeten houden. Maar ik merk vaak genoeg een gebrek aan kennis bij ambtenaren op dit vlak."

„Er zijn uitzonderingen, maar soms heb ik het idee dat mensen bij de gemeente niet snappen hoe de exploitatie van een supermarkt functioneert. Dan zie je argumenten voorbijkomen die helemaal nergens op slaan. Als je het niet snapt, is het vaak politiek. Dat speelt ongetwijfeld ook vaak een rol bij een gemeente", benadrukt hij. „Mijn boodschap is in elk geval: schiet niet door in strenge regels."

Groene netten moeten afvallende dakpannen voorkomen bij het vervallen pand in Bolsward waar de Lidl zich wil vestigen. FOTO: SIMON BLEEKER