

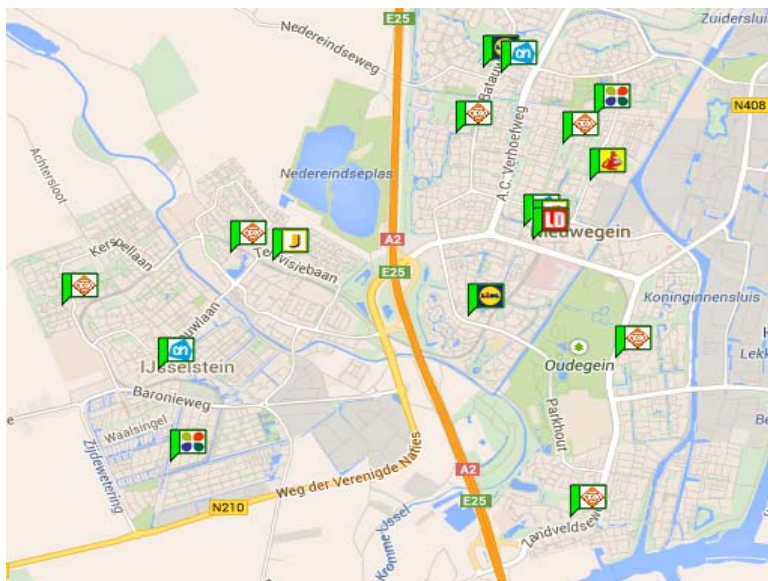
Notitie supermarkten IJsselstein i.v.m. planologische procedures

In september 2013 heeft Seinpost een update opgesteld ("Actualisatie DPO supermarktstructuur IJsselstein") van de rapportage over de supermarktstructuur in IJsselstein ("Notitie supermarktstructuur IJsselstein" juni 2011). I.v.m. de te voeren procedures is gevraagd om hierover nog een aanvullend document op te stellen. Dit document voorziet daarin waarbij gebruik gemaakt is van eerdere gegevens, van berekeningen door andere bureaus en van de presentatie die gegeven is op 4 september op het gemeentehuis (bemiddelingspoging).

Er is veel discussie over cijfers. Daarom zetten wij deze op een rij en geven aan waar (grote) verschillen liggen t.o.v. andere berekeningen tussen die van de gemeente (op basis van de rapportage door Seinpost) en van de twee indieners van zienswijzen Van Berkel (op basis van rapportage door City Works) en van Ahold (onderzoek verricht door Bureau Stedelijke Planning, hier verder aangeduid met BSP).

Bestaande situatie

C1000 De Biezen 11	865 m ² WVO
C1000 W.C. de Clinckhoeff 2	840 m ² WVO
Jumbo Televisiebaan 102	890 m ² WVO
AH Basiliëpad 4	1400 m ² WVO
PLUS Praagsingel 62	915 m ² WVO
TOTAAL	4910 m ² WVO



Deze cijfers zijn afkomstig van Locatus en worden door alle adviseurs gehanteerd. Hier ligt dus geen interpretatieverschil.

In 2011 heeft het Koopstromenonderzoek Randstad plaatsgevonden. Hierbij is gemeten (en door Seinpost overgenomen) dat de koopkrachtbinding van de dagelijkse sector in IJsselstein 82% bedraagt en de koopkrachttoevloeiing 8%. De toevloeiing is vooral afkomstig uit Lopik. Hier is geen verschil van mening over t.o.v. de andere rapportages. Wel hoe men hier mee omgaat, verderop in deze notitie gaan wij hierop in.

Supermarktsegmentatie, koopkrachtbinding en toevloeiing

Supermarkten zijn er in veel verschillende soorten. Ze bedienen alle een deel van de markt. Vaak wordt een onderscheid gemaakt op prijs en service. Het GfK geeft hiervan twee maal per jaar een

indruk (zomer- en winterrapport) door de ogen van de consument. In een grafiek met op de horizontale as de servicegraad en de verticale het prijsniveau worden supermarkten ingedeeld.



Opvallend is dat de twee discountformules (Aldi en Lidl) in IJsselstein ontbreken. Dit wordt door alle partijen onderkend. Seinpost is de mening toegedaan dat indien deze zich wel vestigen in IJsselstein (als gevolg van de beide plannen, De Clinckhoeff en Panoven-Hogedijk, hiervoor is Aldi gecontracteerd) een hogere koopkrachtbinding (8% extra) en hogere koopkrachttoevloeiing (3 tot 4% extra) worden gerealiseerd. Niet alle partijen houden rekening met deze verhoging (Bureau Stedelijke Planning, adviseur Ahold, doet dit niet en City Works, adviseur van Van Berkel, verhoogt wel de getallen maar minder en niet onderbouwd). Seinpost heeft de extra toevloeiing onderbouwd op basis van groei van toevloeiing vanuit de gemeente Lopik (van 5% gemeten in het Koopstromenonderzoek 2011 naar ca. 8% in 2020). De verhoging van de koopkrachtbinding volgt uit het toevoegen van m² winkelvloeroppervlak waardoor bestaande formules aantrekkelijker worden, volgt uit een nieuwe (maar in IJsselstein al aanwezige formule) wordt toegevoegd, maar vooral ook uit het toevoegen van het discountsegment. De afvloeiing zal hierdoor vooral naar Nieuwegein verminderen. Door het toevoegen zal ook een zekere herverdeling van plaatsvinden van omzet waardoor de (te) hoge vloerproductiviteit zal dalen naar een gemiddeld niveau. IJsselstein ligt tamelijk geïsoleerd en kan bij een compleet aanbod een hoge maar realistische koopkrachtbinding realiseren. Ook BRO hanteert dit cijfer als haalbaar in haar notitie over de toevoeging van metrages (en nieuwe formules) in IJsselstein.

Het is vreemd dat in de zienswijzen geen rekening wordt gehouden met nieuwe marktsegmenten (die dus maar gedeeltelijk verdringen) omdat uit onderzoek is gebleken dat de marktaandelen van Aldi en Lidl voor eind 2013 worden berekend op respectievelijk 7,4% en 9%¹. Samen dus liefst ca. 16%. Een toevoeging van een (van deze) formule(s) betekent dus dat bepaalde klanten (beter) worden bediend.

	Seinpost	City Works	BSP
Koopkrachtbinding 2020	90	85	82
Koopkrachttoevloeiing 2020	11-12	10	8

Bestedingen via internet worden als laag ingeschat (ca. 1%). De vraag is waar dat plaatsvindt en hoe dat wordt georganiseerd. Indien dat gebeurt bij de lokale supermarkt kan die omzet daar alsnog aan worden toegerekend.

Inwoneraantal en inkomensniveau

¹ Bron: het GfK (erkend bureau)

Voor de uitkomst van de berekening maakt het ook uit welke bevolkingsontwikkeling IJsselstein doormaakt. Er zijn verschillende bronnen: CBS, Primos en de gemeente. Seinpost heeft het getal dat zij hanteert, teruggekoppeld met de gemeente. Het getal is hoger omdat IJsselstein meer inwoners telde in 2013 dan was geprognostiseerd.

	Seinpost	City Works	BSP
Inwoneraantal 2020	34.000	33.320	33.324

Seinpost hanteert dus een getal dat ca. 2% hoger is dan dat van de beide andere bureaus. Dit vertaalt zich meteen in omzet.

Als input worden de bestedingen per hoofd bij supermarkten, gebruikt. De bron is het HBD. Alle bureaus gaan uit van een gemiddeld hoger inkomensniveau en houden daar ook rekening mee wat betreft het bestedingsbedrag bij supermarkten.

	Seinpost	City Works	BSP
Bestedingen per hoofd per jaar in 2020	€1.874 ²	€1.881	€1.881

De conclusie luidt dat het verschil in het bestedingspotentieel tussen Seinpost en de beide andere bureaus gebaseerd is op 2% meer inwoners in 2020 en niet op basis van hogere jaarlijkse bestedingen per hoofd bij de supermarkten. De bestedingen zijn overigens louter de detailhandelsbestedingen en *niet* de consumptieve bestedingen.

Vloerproductiviteit

Eventuele verschillen in berekeningen zijn ook terug te brengen op verschillen in vloerproductiviteiten. Deze worden berekend per m² WVO per jaar. Daarom zijn ook deze vergeleken. Seinpost hanteert hierbij het HBD (maar dan een bedrag inclusief BTW). BSP maakt een berekening waarbij verschillen zijn op basis van uit te breiden supermarkten en nieuw toe te voegen. Die laatste zouden een hogere claim hebben.

	Seinpost	City Works	BSP
Vloerproductiviteit per m ² WVO per jaar in 2020	€8.089 ³	€8.260	€8.260 ⁴

Alle bureaus geven aan als bron (uiteindelijk) het HBD te hanteren. BSP hanteert eigenlijk bovendien verschillende cijfers voor uit te breiden supermarkten. De verschillen tussen Seinpost en de beide andere bureaus zijn verklaarbaar omdat deze hierbij uitgaan van de totale bedrijfsmatige vloerproductiviteit dit zijn bestedingen van de consument *en* die via andere kanalen (bijvoorbeeld zakelijk). Dat is onjuist omdat ze bij de bestedingen zelf (zie hierboven) steeds slechts de pure detailhandelsbestedingen hanteren en niet de totale consumptieve. Dan zou je daar dus ook de extra bestedingen toe moeten rekenen.

Niet onbelangrijk is hierbij te vermelden dat Seinpost bij haar berekeningen meeneemt dat discounters in een deel van hun winkels (150 – 200 m² WVO) artikelen verkopen die geheel buiten de bestedingen van de dagelijkse sector (food en deel hoogfrequent non-food) vallen. Het betreft non-food dat laagfrequent wordt aangekocht zoals seizoensproducten. Bij 2 discounters (één in De Clinckhoeff en één in Panoven-Hogedijk) betreft het ca. 350 m² WVO.

² Seinpost rekent op basis van €2.499,- aan dagelijkse artikelen met een kooporiëntatie op supermarkten van 81%. Deze getallen zijn incl. BTW. In de rapportage staat daarom €2.024 incl. BTW. Dit bedrag is omgerekend €1.874,- excl. BTW, dus vergelijkbaar met dat van de andere bureaus.

³ Dit is een vloerproductiviteit van €8.089 excl. BTW, in de rapportage van 2013 staat €8737,- incl. BTW.

⁴ Dit getal hanteert men voor nieuwe supermarkten, voor de bestaande gaat men uit van een tussen de €4.130 en €4.960 voor het uit te breiden deel en de huidige productiviteiten van de bestaande supermarktdelen.

Conclusies distributieve berekeningen

Op basis van de hierboven aangeduide input heeft Seinpost een distributieve ruimte in de dagelijkse sector voor supermarkten in 2020 berekend van 8050 – 8150 m² WVO. Er is thans 4910 m² WVO aanwezig. Er resteert 3150 – 3250 m² WVO uitbreidingsruimte voor supermarkten. De plannen in Panoven betreffen voor de PLUS 1800 m² BVO (1500 m² WVO) en voor de Aldi 1200 m² BVO (1000 m² WVO). De Aldi heeft ca. 150 -200 m² WVO beschikbaar voor niet-dagelijkse artikelen. De totale uitbreiding in Panoven behelst in de dagelijkse sector derhalve ca. 2300 m² WVO. In de Clinckhoeff zijn plannen voor uitbreiding van de C1000 tot 1500 m² BVO (1200 m² WVO, thans 840 m² WVO) en een discounter van 1000 m² BVO (800 m² WVO). Ook hier is straks ongeveer 150 -200 m² WVO niet-dagelijks in de discounter aanwezig. In totaal beslaat de uitbreiding hier derhalve in supermarktmeters voor dagelijkse artikelen ruim 1000 m² WVO. In totaal wordt derhalve door de plannen van Panoven-Hogedijk en Clinckhoeff samen ongeveer 3300 m² WVO toegevoegd. Dit is ongeveer in overeenstemming met de berekende distributieve ruimte.

BSP komt op basis van haar gegevens een uitbreidingsruimte van 1850 m² WVO, doch deze dient volgens haar gebruikt te worden voor uitbreiding van bestaand aanbod. C1000 De Clinckhoeff en PLUS Zenderpark en C1000 Achterveld. Het getal ligt 1450 m² WVO lager vanwege:

- een lagere bevolkingsprognose voor 2020 (Seinpost baseert zich op harde gegevens van de gemeente),
- het ten onrechte niet aanpassen van het de percentages koopkrachtbinding en -toevloeiing door het toevoegen van nieuwe formules,
- een te onrechte gehanteerde hogere vloerproductiviteit, en
- het buiten beschouwing laten van metrages niet dagelijks bij discounters.

City Works komt tot een 1400 – 1500 m² WVO lagere distributieve ruimte dan Seinpost. Dat is terug te brengen op:

- een iets lagere bevolkingsprognose voor 2020 (Seinpost baseert zich op harde gegevens van de gemeente),
- een ten onrechte lagere koopkrachtbinding waarbij men geen rekening houdt met nieuwe marktsegmenten die hun eigen toegevoegde marktaandeelen hebben,
- een iets lagere koopkrachttoevloeiing die i.t.t. Seinpost niet is onderbouwd,
- een ten onrecht gehanteerde hogere vloerproductiviteit, en
- het buiten beschouwing laten van metrages niet dagelijks bij discounters.

Om bovenstaande redenen is het volgens Seinpost verantwoord om een totaal oppervlak aan supermarkten na te streven van in totaal ca. 8050 – 8150 m² WVO⁵, uitgaande van ook het specifiek toe te voegen marktsegment van de discount (die een metrage van ca. 200 m² WVO niet dagelijks voert). Er is thans 4910 m² WVO aanwezig. Resteert 3150 – 3250 m² WVO uitbreidingsruimte voor supermarkten op basis van de berekeningen. De planvorming behelst in totaal 3300 m² WVO extra (zijnde ca. 4125 m² BVO) toe te voegen. Deze planvorming past dus bij de berekende mogelijkheden. Bij de berekeningen is bovendien geen rekening gehouden met eventuele reële groei van het supermarktomzet. In de afgelopen 10 jaren is hiervan vrijwel altijd sprake geweest, zelfs ondanks de recessie. Slechts de tweede helft van 2013 en de eerste maanden van 2014 toonden een stilstand. Indien de economie weer aantrekt, zal dat ook weer positieve effecten hebben op de bestedingen bij supermarkten. Dat vergroot in zijn algemeenheid de vestigingsmogelijkheden van supermarkten.

Verder maakt City Works een benchmark met Leusden, Leiderdorp en Krimpen aan de IJssel om het overige consumentgerichte aanbod met elkaar te vergelijken. Immers in de planvorming van De

⁵ WVO staat voor winkelverkoopvloeroppervlak, hieronder wordt verstaan het voor de consument toegankelijke en zichtbare deel van de winkel. BVO is het bedrijfs- of bruto vloeroppervlak waarmee het totale oppervlak wordt bedoeld dat door de winkel wordt gebruikt, dus ook het magazijn, het kantoor, eventuele inpandige bevoorrading en de personeelsruimte.

Clinckhoeff wordt ook uitgegaan van uitbreiding van het overige aanbod. De benchmark draagt verkooppunten aan voor vier groepen: dagelijks, niet-dagelijks, horeca en dienstverlening. De getallen zijn voor IJsselstein hoger, zodat men hieruit de conclusie trekt dat IJsselstein ruim wordt bediend. Men geeft bovendien aan dat hierover (huren of aankopen van verkooppunten in De Clinckhoeff) geen afspraken zijn gemaakt met afnemers. Men concludeert uit dit alles dat er (ook) geen noodzaak is voor extra uitbreiding in De Clinckhoeff van het overige metrage (naast de supermarktmeters).

De vergelijking gaat echter mank. Men vergelijkt verkooppunten en niet metrages. Bij winkels gaat het uiteindelijk om metrages. Daar wordt een productiviteit op gescoord. IJsselstein kan (in het centrum) over kleinere panden beschikken dan elders. Dit alles is verder niet controleerbaar omdat de bron Locatus voor een deel van de consumentverzorgende bedrijvigheid in het geheel geen metrages aanlevert (horeca en dienstverlening). Om het relatief zuiver te houden zouden slechts de metrages van de overige dagelijkse winkels dienen te worden vergeleken omdat deze rechtstreeks concurreren met de supermarkten. En dan dient nog specifiek in te worden gegaan op de situatie van IJsselstein versus de overige plaatsen (soms zijn er van oudsher meer aanbieders en is het MKB sterk vertegenwoordigd op relatief goedkope vestigingspunten).

M.J.M. Vaessen
Seinpost Adviesbureau BV
Waalwijk, 2 oktober 2014