



Effectenanalyse

juni, 2019



NIEUW PARKEERREGIME | CENTRUM GELEEN





Inhoudsopgave

Introductie	3	Belang van supermarktaanbod voor centrum Geleen	10
Factsheet woonplaats Geleen	4	Functietypering supermarkt Jan Linders	11
Theoretisch kader	5	Omzeteffecten door invoering betaald parkeerregime	12
Effecten nieuwe parkeerregime: algemeen	7	Conclusies	14
Effecten nieuwe parkeerregime: klantherkomst-analyse	8	Disclaimer en contact	15
Effecten nieuwe parkeerregime: druktebeeld Markt 108	9	Bijlage	16



Introductie

Per 1 januari 2019 heeft het centrum van Geleen te maken gekregen met een nieuw betaald parkeerregime. Waar bezoekers voorheen de eerste twee uur gratis konden parkeren in de parkeergarages is sindsdien overal sprake van betaald parkeren. Nu, een half jaar verder, worden de effecten van deze verkeersmaatregel van de gemeente goed merkbaar in het centrum en bij de bedrijfsvoering van de ondernemers.

Passantenaantallen dalen fors, ondernemers hebben te maken met een negatieve omzetontwikkeling en de nu al ver bovengemiddelde winkelleegstand dreigt op korte termijn alleen maar verder toe te nemen met alle gevolgen van dien voor het ondernemers- en vestigingsklimaat, maar ook voor de leefbaarheid in het centrum van Geleen.

Supermarkt Jan Linders is een belangrijke trekker van het centrum in Geleen en ziet dat de negatieve gevolgen (minder klanten, minder bestedingen) van het nieuwe betaalde parkeerregime de exploitatie ter plekke fors onder druk zet. Om klanten tegemoet te komen biedt Jan Linders aan om de parkeerkosten voor het eerste uur bij een minimale besteding van € 10,- te vergoeden, wat leidt tot forse extra kosten.

Om de negatieve effecten van het nieuwe betaalde parkeerregime op de exploitatie en het functioneren van de supermarkt inzichtelijk te maken, heeft Jan Linders Supermarkten aan Bureau van der Weerd gevraagd om een onafhankelijke analyse te verrichten waarvan onderhavig rapport het resultaat is.





Factsheet woonplaats Geleen (CBS, 2018)

31.825
15.845

16% Westerse allochtonen
10% Nederland

Gemiddelde
huishoudgrootte



2.2 Nederland

Autobezit per
huishouden



1.0 Nederland

inwoners
huishoudens

10% Niet-westerse allochtonen
12% Nederland

Inkomen per inkomens-
ontvanger, per jaar



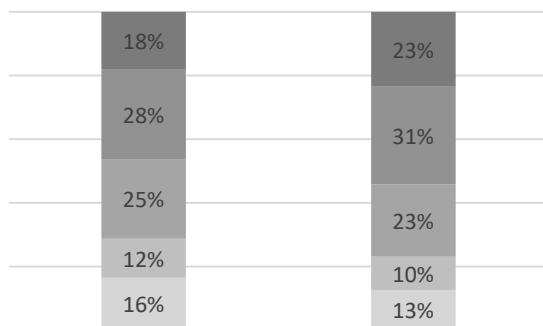
€26.900
(CBS, 2012)

€30.500 Nederland

-11,8%

BENEDENGEMIDDELD AANDEEL GEZINNEN
BENEDENGEMIDDELD INKOMENSNIVEAU
BOVENGEMIDDELD AANDEEL 65-PLUSSERS
BENEDENGEMIDDELTE HUISHOUDENGROOTTE
GEMIDDELD AUTOBEZIT
LICHTE BEVOLKINGSKRIMP TOT 2030
BOVENGEMIDDELTE VERGRIJZING TOT 2030

Leeftijdsverdeling

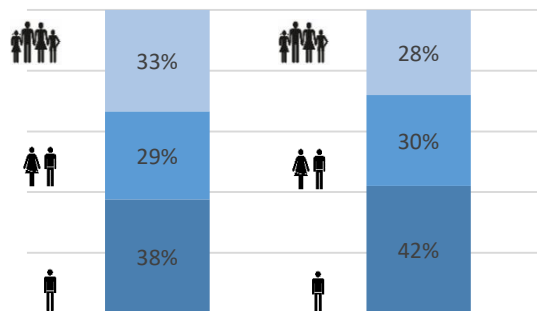


Nederland

Geleen

■ 0-14 ■ 15-24 ■ 25-44 ■ 45-64 ■ 65+

Huishoudsamenstelling

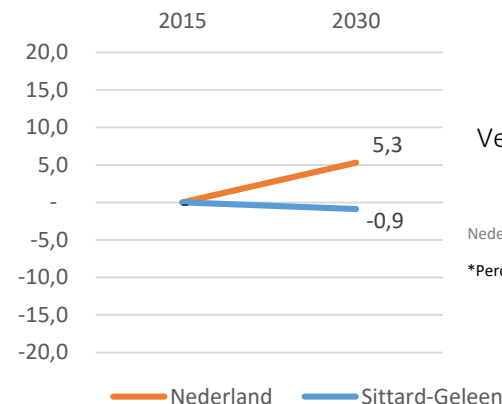


Nederland

Geleen

■ Eenpersoonshuishoudens
■ Huishoudens zonder kinderen
■ Huishoudens met kinderen

Bevolkingsprognose in % (2015 = 0)



Vergrijzing 2030*

30%

Nederland (26%)

*Percentage 65-plussers





Theoretisch kader (1/2)

Onderzoek naar de economische effecten van verkeersmaatregelen is complex en niet te generaliseren. Effecten zijn locatiespecifiek. Veranderingen in de verkeers- of parkeersituatie zijn afhankelijk van de vraag in hoeverre weerstand wordt vergroot. Bij verkeersmaatregelen die de weerstand vergroten (langere reisafstanden, minder eenvoudig parkeren, betaald parkeren) kan het consumentengedrag veranderen. Zo kan de bezoekfrequentie afnemen, kan men overstappen naar een andere vervoerwijze of kan men de aankoopplaats wijzigen.

Koopgedrag is gewoontegedrag

De keuze van de consument om bij een bepaalde supermarkt boodschappen te doen wordt deels ingegeven door ruimtelijke aspecten (nabijheid, bereikbaarheid, zichtbaarheid) en deels door gewoonte. Verder kan onderscheid worden gemaakt tussen rationele motieven en emotionele motieven. Heroverwegingen in koopgedrag zijn doorgaans een gevolg van een externe 'schok'. Eenmaal veranderd koopgedrag is moeilijk terug te draaien en veranderingen in koopgedrag hebben doorgaans een lange periode nodig om uit te kristalliseren. Na opening van een nieuwe supermarkt is bijvoorbeeld een termijn van twee tot drie jaar nodig als aanlooptijd om op het beoogde omzetniveau te bereiken. Supermarkten die als gevolg van wijzigingen in de locatiekwaliteit (bijvoorbeeld de invoering van betaald parkeren) te maken krijgen met een negatief omzeteffect, zien dat een deel van de omzet definitief weg vloeit naar de concurrentie.

Attractie en weerstand

Motieven voor supermarktbezoek worden primair bepaald door attractie van een winkelcentrum of supermarktllocatie. Bereikbaarheid en parkeren zijn weerstandsfactoren. Als weerstand te groot wordt, treden er verschuivingen op in bezoekpatronen. Als gevolg daarvan ontstaan economische effecten.

Verschillende factoren bepalen de aantrekkingskracht van een centrumgebied. De mate waarin de factoren de aantrekkingskracht bepalen verschilt:

- Het aanbod aan functies is de voornaamste factor die de aantrekkingskracht bepaalt. De bezoeker maakt primair een keuze voor een bepaald gebied vanwege het aanbod. De keuzemogelijkheden (het aantal voorzieningen) en de aanwezigheid van consumententrekkers (waaronder supermarkten) zijn bepalend voor de keuze.
- De bereikbaarheid van een centrumgebied is een van de factoren of randvoorwaarden die de aantrekkingskracht bepalen. Bereikbaarheid is een breed begrip. Bereikbaarheid is onder meer de reistijd (inclusief parkeerzoektijd), het reiscomfort (zoals vindbaarheid) en reis- en parkeerkosten.
- Naast aanbod en bereikbaarheid spelen ook andere factoren als bijvoorbeeld concurrerend aanbod elders, verblijfsklimaat, imago, promotie en activiteiten, openingstijden en veiligheid een rol.

Verskil recreatief winkelen vs. doelgericht boodschappen doen

De impact van maatregelen die de reistijd per auto veranderen, varieert naar gelang het functieaanbod. Recreatief bezocht aanbod (zoals mode, cadeauartikelen) dat uitnodigt tot het zogenaamde 'winkelen' en functies als horeca, zijn gebaat bij een hoogwaardige omgeving en een aantrekkelijk verblijfsklimaat. Doelgericht aanbod (zoals supermarkten of bouwmarkten) is gebaat bij gemak, snelheid, korte reistijd en geen parkeerkosten.

Recreatieve functies profiteren overwegend van het verkeersluw of autovrij maken van de omgeving. Voor doelgerichte functies is dit doorgaans andersom.



Theoretisch kader (2/2)

Doelgerichte functies profiteren van goed met de auto bereikbare locaties met (bij voorkeur gratis) parkeerfaciliteiten op korte afstand. Op de afbeelding rechts is het druktebeeld in het centrum van Geleen weergegeven. Hieruit blijkt dat Jan Linders gesitueerd is op één van de drukste punten in het centrum. Zoals verwoord in het gemeentelijk document “Compact en toekomstbestendig kernwinkelgebied Geleen” (2016) vormen de supermarkten een bovengemiddelde trekkersrol voor het centrum van Geleen. Dit geldt zeker voor Jan Linders als supermarkt gesitueerd op één van de drukste punten in het centrum. Het goed functioneren van de supermarkt Jan Linders is in sterke mate bepalend voor het goed functioneren van het centrum van Geleen (zie ook pagina 10).

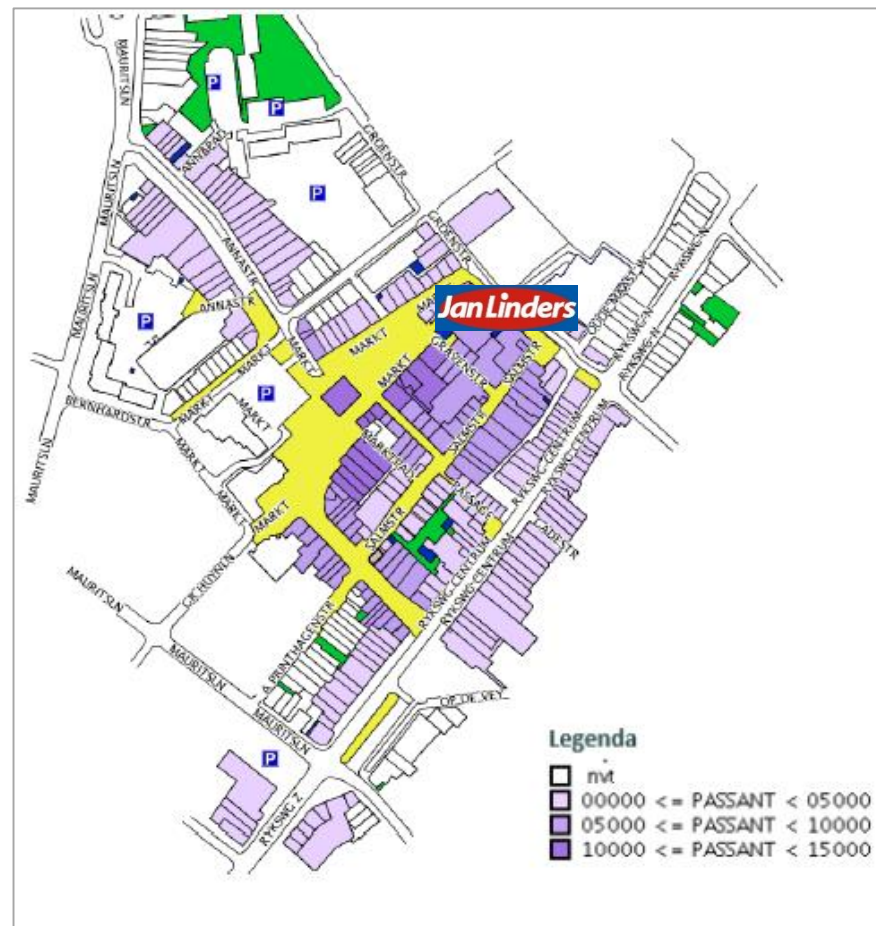
Tenslotte speelt ook het bezoekersprofiel een rol. Immers, de invloed van de verkeersmaatregelen is sterk afhankelijk van onder meer de huidige vervoermiddelkeuze en herkomst van de bezoeker.

Om het economisch effect van een verkeersmaatregel goed te kunnen inschatten moet worden gekeken naar:

- Kenmerken van bedrijven en het centrum (verzorgingsfunctie, concurrentiepositie, branche);
- Aard van de verkeersmaatregel (gevolgen bereikbaarheid, circulatie, parkeren, mogelijke alternatieve vervoerwijzen);
- Kenmerken van bezoekgedrag in kwantitatieve zin (recreatief winkelen of doelgerichte boodschappen, regiobezoek, vervoerwijze);
- Identificeren van ‘getroffen’ bezoekersgroepen met het bijbehorende omzetaandeel.

In het navolgende zullen deze aspecten nader aan bod komen om de economische effecten van (de invoering van) betaald parkeren inzichtelijk te maken voor het centrum van Geleen en in het bijzonder voor de supermarkt van Jan Linders.

Passantenintensiteit centrum Geleen (bron: Locatus, Gemeente Sittard-Geleen, 2016)





Effecten nieuwe parkeerregime: algemeen

De gemeente Sittard-Geleen heeft per 1 januari 2019 een nieuw parkeerregime ingevoerd voor het centrum van Geleen. Als onderdeel van een financiële taakstelling is de periode van twee uur gratis parkeren in de parkeergarages geschrapt en is het uurtarief verhoogd met € 0,40.

Het centrum van Geleen heeft al geruime tijd te maken met een bovengemiddelde winkelleegstand (26% tegenover 7% landelijk). Ondanks de krimp van de winkelvoorraad met ruim 7.000 m² t.o.v. de situatie in 2012 (15%) is de winkelleegstand gelijk gebleven.

Het aantal passanten in het centrum van Geleen is ten opzichte van 2018 met 11% afgenomen. Deze afname lijkt een sterke relatie te vertonen met de invoering van het nieuwe parkeerregime. Saillant is dat ook het aantal parkeertransacties sinds de invoering van het nieuwe parkeerregime met 14% is afgenomen.

Een half jaar na de inwerkingtreding van het nieuwe parkeerregime zijn er verschillende signalen die erop wijzen dat het nieuwe parkeerbeleid van de gemeente leidt tot een (verdere) ondermijning van het functioneren van het centrum. Passantenaantallen dalen zoals gezegd en de omzet van winkeliers komt verder onder druk te staan. Dit geldt ook voor de omzet van de trekkers van het centrumgebied, waaronder supermarkt Jan Linders.

Jan Linders biedt de klanten van de supermarkt nu het eerste uur gratis parkeren aan bij een minimale besteding van € 10,-. Desondanks heeft de supermarkt het afgelopen half jaar te maken gekregen met een forse negatieve omzetontwikkeling. Puntsgewijs zijn sinds de invoering van het parkeerregime de volgende negatieve ontwikkelingen opgetreden:

- Afname van het aantal klanten in de winkel t.o.v. dezelfde periode in 2018 van -8%;
- Afname van de weekomzet t.o.v. dezelfde periode in 2018 van -7%-punt.

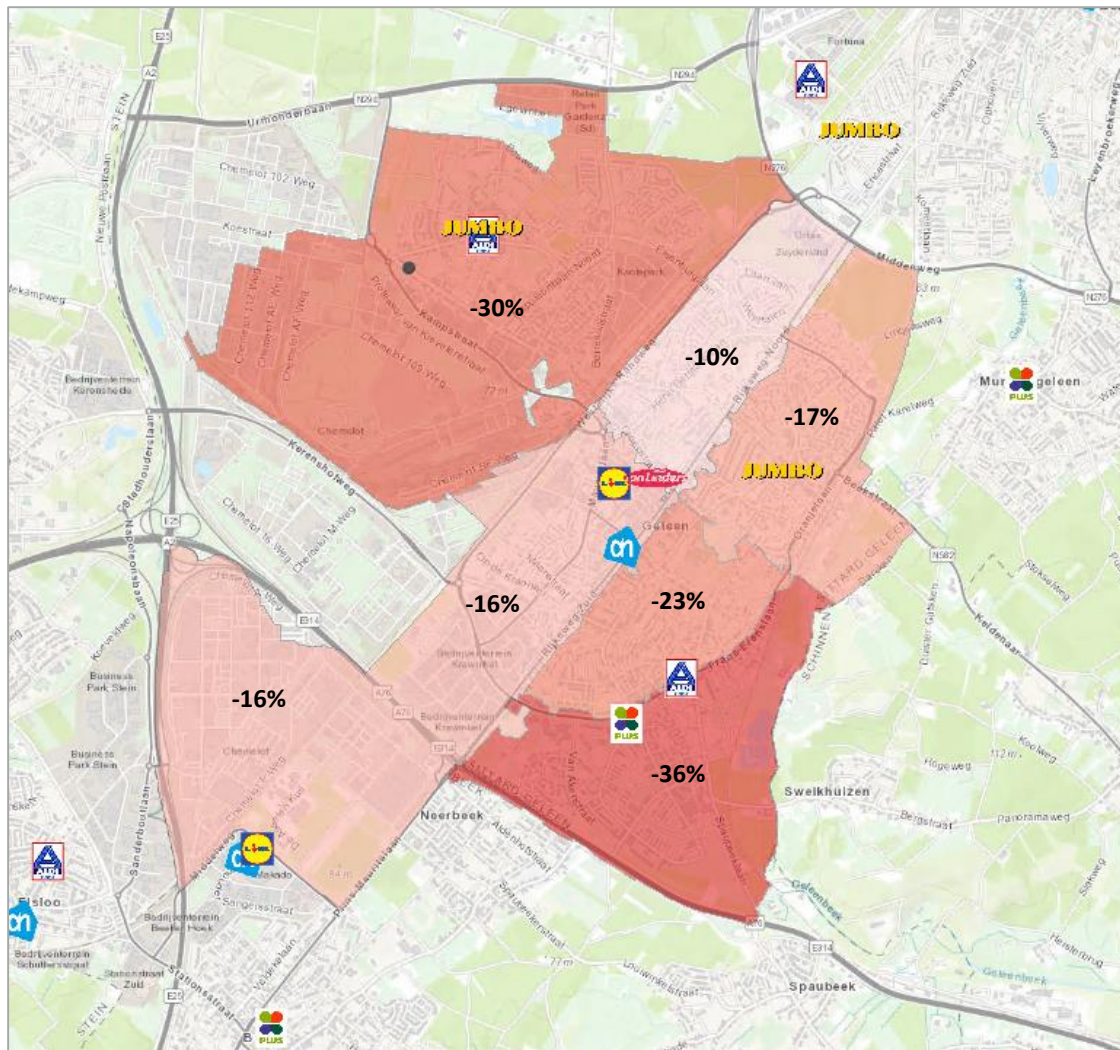
De supermarkt van Jan Linders in Geleen behoorde tot begin 2019 tot de top-5 beste filialen van deze formule. Om deze positie richting de toekomst te waarborgen is medio 2017 fors geïnvesteerd in de winkel. Het nieuwe parkeerregime heeft ertoe geleid dat het filiaal van Jan Linders in Geleen nu behoort tot de minst presenterende van de in totaal 60 filialen.

Op de volgende twee pagina's zal bovenstaande nader worden geïllustreerd met een kaartbeeld van de afgenomen omzet van Jan Linders naar herkomstgebied van klanten en met een grafiek die het aantal passanten t.h.v. Markt 108 (Bruna) in het eerste kwartaal van 2019 vergelijkt met dezelfde periode in 2018.



Effecten nieuwe parkeerregime: klantherkomst-analyse

Afname aantal transacties bij Jan Linders per 4-cijferig postcodegebied (mei 2019 t.o.v. mei 2018)



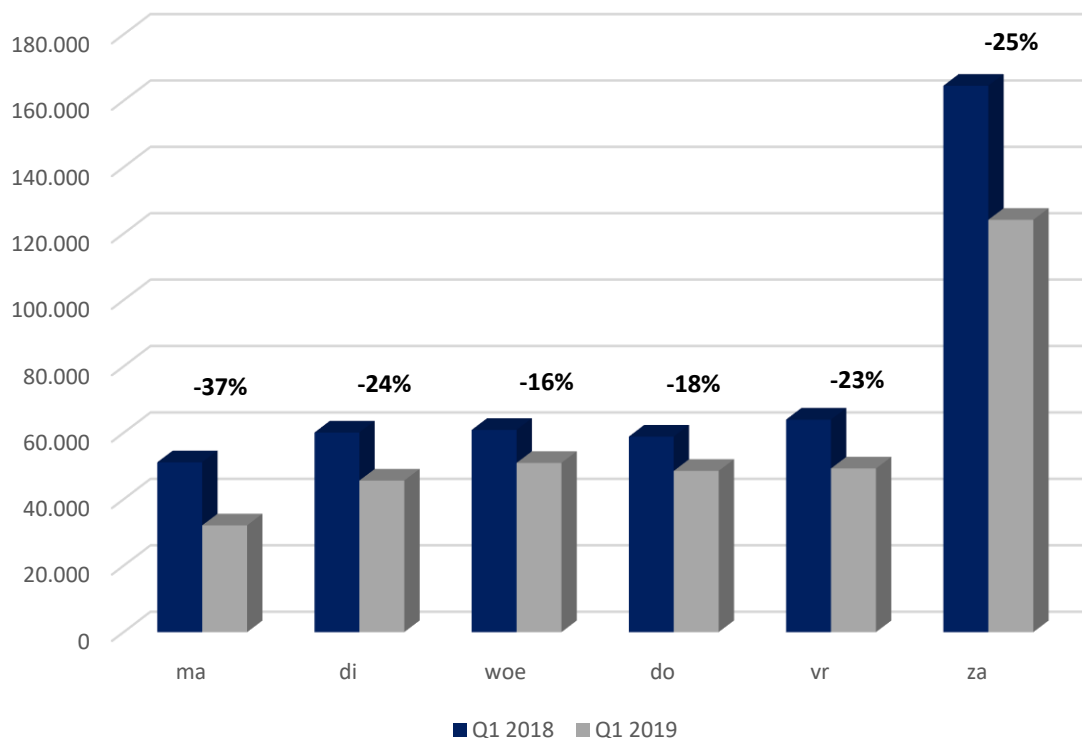
- Aan de hand van klantherkomstgegevens van Jan Linders is een analyse gemaakt om de effecten van het nieuwe parkeerregime inzichtelijk te maken. Op 4-cijferig postcodeniveau is het **aantal bestedende klanten** in mei 2019 vergeleken met het aantal in mei 2018. De afbeelding links laat zien dat Jan Linders vanuit alle postcodegebieden te maken heeft met een (sterk) afgenomen aantal bestedende klanten, maar dat binnen de plaats Geleen de afname relatief het sterkst is in de wijken die verder van de supermarkt af liggen. Deze klanten komen/kwamen hoofdzakelijk met de auto naar de supermarkt en wijken nu uit naar andere supermarkten waar geen sprake is van parkeerkosten bij het doen van de boodschappen.
- Het filiaal van Jan Linders in Geleen trekt verder een fors aandeel klanten buiten de plaats Geleen (10%). Onder deze doelgroep loopt de relatieve afname van het aantal bestedende klanten in sommige postcodegebieden op tot -60%. Vanzelfsprekend gaat het hier om bijna allemaal autoklanten die nu uitwijken naar een alternatieve supermarkt zonder parkeerkosten. In totaal is het aandeel bestedende klanten van buiten Geleen met 2%-punt gedaald. In omzetaandeel bedraagt deze afname circa 12%-punt.
- De conclusie is duidelijk: het nieuwe parkeerregime heeft niet alleen de lokale verzorgingsfunctie van Jan Linders in Geleen in sterke mate aangetast, maar ook het regionale verzorgingsbereik.



Effecten nieuwe parkeerregime: druktebeeld Markt 108

- In de grafiek rechts is de ontwikkeling van het aantal passanten op de locatie Markt 108 (ter hoogte van Bruna, nabij Jan Linders) weergegeven met een vergelijking tussen het aantal passanten in het eerste kwartaal 2018 en het eerste kwartaal van 2019.
- Op weekbasis is het aantal passanten op dit telpunt (één van de drukste punten in het centrum van Geleen) afgenomen met gemiddeld 24%. De sterkste relatieve afname is waarneembaar op de maandag, gevolgd door de zaterdag, dinsdag en vrijdag.
- Op basis van cijfers van Locatus is het aantal passanten in het centrum van Geleen in 2019 met 11% afgenomen t.o.v. dezelfde periode in 2018. Het aantal bezoekers aan de Markt 10 is dus bovengemiddeld sterk afgenomen.
- De belangrijkste verklaring vormt de afgenomen bronpunt-functie van de parkeergarage onder de Markt, waardoor de supermarkt Jan Linders de rol als trekker van het centrumgebied niet meer optimaal waar kan maken. Het gevolg is dat ook in de overige winkelstraten sprake is van fors afgenomen passantenaantallen.

Ontwikkeling druktebeeld eerste kwartaal 2018 vs. eerste kwartaal 2019 op locatie Markt 108, Geleen



Conclusie

De effecten van het nieuwe parkeerregime in het centrum van Geleen zijn desastreus. Het aantal passanten is binnen een half jaar tijd in het gehele centrum met 11% teruggelopen. Bijna alle ondernemers in het centrum ondervinden hier grote negatieve gevolgen van en merken dit nu in een (sterk) teruglopende omzet. Het ondernemers- en vestigingsklimaat in het centrum van Geleen verslechtert in een bijzonder rap tempo. Jan Linders is prominent gesitueerd in het centrumgebied van Geleen en incasseert als direct gevolg van het nieuwe parkeerregime harde klappen die het functioneren van de supermarkt direct raken. Er is de afgelopen jaren fors geïnvesteerd in deze supermarkt om ook in de toekomst als belangrijke trekker van dit centrum te kunnen blijven functioneren. Het nieuwe parkeerregime ondermijnt de toekomstbestendigheid van deze Jan Linders en daarmee die van het hele centrum, gelet op het belang van een goed functionerende supermarkt voor dit type centrumgebieden.



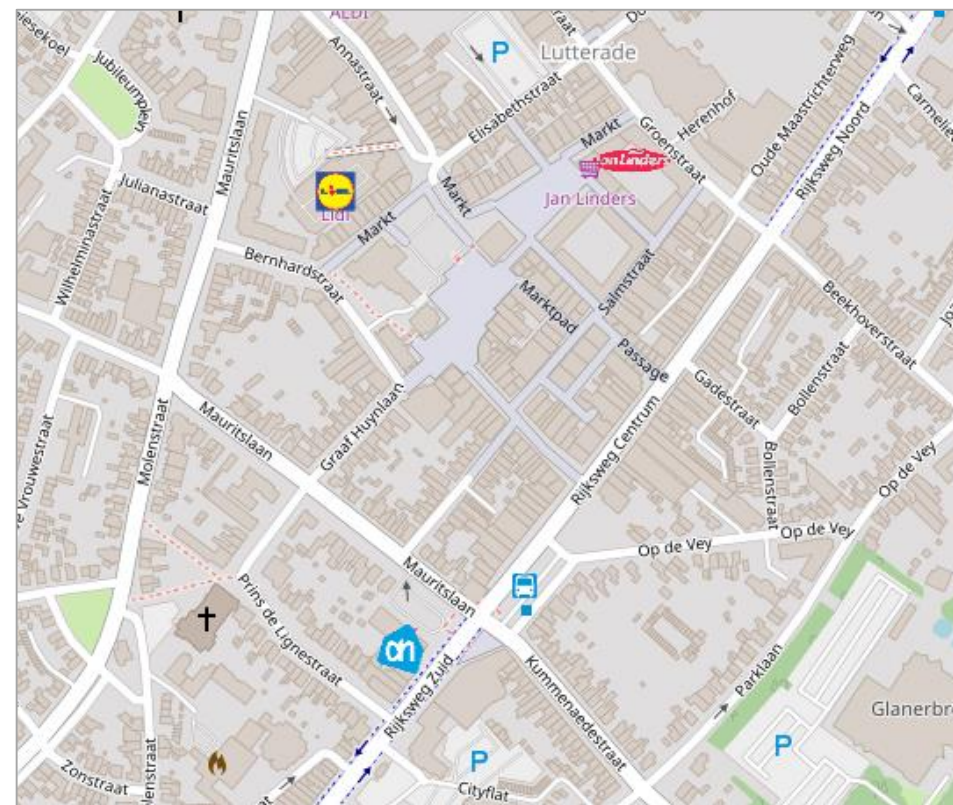
Belang van supermarktaanbod voor centrum Geleen

In 2016 heeft bureau Seinpost in opdracht van de gemeente Sittard-Geleen de rapportage “Compact en toekomstbestendig kernwinkelgebied Geleen” opgesteld. In dit rapport wordt het centrum van Geleen getypeerd als ‘boodschappen ++ centrum’. Een ‘boodschappen ++ centrum’ wordt door Seinpost gedefinieerd als *“een centrum met een compleet aanbod aan dagelijkse boodschappen, maar dat ook ruimte biedt voor winkels met frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen en een basispakket aan winkels voor recreatief winkelen”*.

Voor dit soort centrumgebieden is het supermarktaanbod van groot belang; het zijn de trekkers van het winkelgebied, aldus Seinpost (2016). Bereikbaarheid en parkeren zijn twee essentiële randvoorwaarden voor supermarkten in dit soort centrumgebieden om de trekkersrol optimaal in te kunnen vullen. In het rapport van Seinpost wordt het belang van supermarkten in het centrum benadrukt in een apart hoofdstuk op pp. 18 en 19. Hier wordt het belang van de functionele relatie tussen het supermarktaanbod en de overige winkels toegelicht: supermarkten (service formules) worden per klant gemiddeld 2,7 keer bezocht en genereren daarmee voor centrumgebieden als Geleen een fors aandeel in de passantenstroom, waar omliggende winkelbedrijven van profiteren dankzij combinatiebezoek (65% van de supermarktklanten bezoekt ook één of meerdere nabij gelegen winkels). Dit gebeurt met alle vervoerwijzen, waarbij de auto voor het grootste omzetaandeel zorgt. Daarnaast vervullen supermarkten een belangrijke sociale functie.

Het door Seinpost opgestelde rapport omvat naast een analyse een uitgebreid actieplan van maatregelen om het centrum van Geleen toekomstbestendig te maken. **Het nieuwe parkeerregime ondermijnt het in dit beleidsdocument erkende belang van een goed functionerend supermarktaanbod in het centrum volledig.**

Supermarktaanbod in het centrum van Geleen





Funcietypering supermarkt Jan Linders

Uit de klantherkomst-analyse is naar voren gekomen dat de Jan Linders-supermarkt in het centrum van Geleen een bovengemiddeld aandeel autoklanten genereert. Deze supermarkt is dus in de exploitatie bovengemiddeld afhankelijk van deze doelgroep en wordt dus door het nieuwe parkeerregime hard geraakt.

Vanuit verkeerskundig oogpunt worden supermarkten ingedeeld op de aantrekkende werking van het autoverkeer (de verkeersgeneratie) en het aantal parkeerplaatsen (de parkeernormen). Deze indeling is opgezet door het CROW naar aanleiding van landelijk onderzoek naar de verkeerskundige aspecten van ruimtelijke functies. Met deze verkeersgeneratie en parkeernormen worden nieuwe ontwikkeling beoordeeld op inpasbaarheid in de bestaande infrastructuur. Aanvullend kunnen deze uitgangspunten ook gebruikt worden bij de typering en functie van de supermarkt.

Volgens de CROW worden er vijf typen supermarkten onderscheiden:

- **Buurtsupermarkt:** dit is een kleinere supermarkt (kleiner dan 600 m² wvo) die meestal een duidelijk afgebakend verzorgingsgebied heeft.
- **Discountsupermarkt:** dit is een supermarkt die zich kenmerkt door een relatief laag prijsniveau. Het serviceniveau is laag en het assortiment beperkt. Supermarkten die tot dit type behoren, zijn bijvoorbeeld Aldi en Lidl.
- **Fullservice supermarkt (laag en middellaag prijsniveau):** dit is een supermarkt die zich kenmerkt door een relatief laag prijsniveau. Het serviceniveau is van een middenniveau en het assortiment is uitgebreid. Dit soort supermarkten heeft speciale afdelingen voor vlees, kaas en brood. Het wvo is doorgaans groter dan 1.000 m². Supermarkten die tot dit type behoren zijn bijvoorbeeld Nettorama, Dirk, Jan Linders en Hoogvliet.

- **Fullservice supermarkt (middelhoog en hoog prijsniveau):** dit is een supermarkt die zich kenmerkt door een relatief hoog prijsniveau. Het serviceniveau is van een middenniveau en het assortiment is vaak zeer uitgebreid. Dit soort supermarkten heeft speciale afdelingen voor vlees, kaas en brood. Het wvo is doorgaans groter dan 1.000 m². Supermarkten die tot dit type behoren zijn bijvoorbeeld Albert Heijn, Plus en Jumbo.
- **Grote supermarkten:** bij de supermarkten is een trend van schaalvergroting al enige jaren duidelijk zichtbaar. De omvang van nieuwe supermarkten overschrijdt oude normen. Grote supermarkten kenmerken zich door een (zeer) uitgebreid assortiment op een wvo van tenminste 2.500 m² en vaak kleiner dan 4.000 m². Het serviceniveau is hoog met speciale afdelingen voor de diverse vers categorieën. Voorbeelden van dit type supermarkten zijn Albert Heijn XL en Jumbo Foodmarkt.

De supermarkten van Jan Linders behoren tot de fullservice supermarkten (laag en middellaag prijsniveau). De supermarkt van Jan Linders in Geleen heeft een BVO van circa 1.500 m² (circa 1.250 m² winkelvloeroppervlak).

Hiermee valt deze supermarkt onder de term full service tot grote supermarkt. Ofwel een supermarkt met een hoge aantrekkingskracht van autoverkeer en parkeren. Voor de aantrekkingskracht van het autoverkeer zit deze qua verkeersgeneratie theoretisch volgens CROW ongeveer 20% tot 25% hoger dan een buurtsupermarkt.

Vanuit de verkeerskundige aspecten is de supermarkt van Jan Linders in Geleen vooral auto-georiënteerd door het formaat en type supermarkt. Veranderingen in parkeerregime of autobereikbaarheid zijn direct van invloed op het functioneren van dit type supermarkten.



Omzeteffecten door invoering betaald parkeerregime (1/2)

In de voorgaande hoofdstukken is naar voren gekomen dat het nieuwe parkeerregime in het centrum van Geleen het functioneren van het centrum ernstig ondermijnt. Dit geldt voor alle hier gevestigde publieksvoorzieningen (met name detailhandel en horeca) maar in bovengemiddelde mate voor de voorzieningen die én rechtstreeks afhankelijk zijn in hun exploitatie van autoklanten én tegelijkertijd een trekkersrol invullen voor het betreffende centrumgebied, zoals de supermarkten en in het bijzonder Jan Linders.

Om een beeld te geven van de impact van het invoeren van betaald parkeren op de omzetontwikkeling van supermarkten, hebben wij een inventarisatie gemaakt van voorbeelden waar sprake is van negatieve omzeteffecten door invoering van een nieuw parkeerregime (doorgaans betaald) op de exploitatie van de winkel.

Hoogvliet en overige winkelvoorzieningen, Dr. Colijnlaan, Rijswijk

De gemeente Rijswijk heeft in 2017 de blauwe zone in de volledige gemeente vervangen door betaald parkeren. Als gevolg van deze aanpassing kregen de supermarktformule Hoogvliet en flankerende winkelvoorzieningen te maken met een daling van het aantal klanten en ook een negatieve omzetontwikkeling. De daling van omzetten zette vrijwel direct naar de invoering van het betaalde parkeerregime in en liep op tot ongeveer -10%. Na circa een half jaar heeft de gemeente onder forse druk van ondernemers en bewoners het parkeerregime teruggedraaid naar een 'nultarief'. De omzetontwikkeling herstelde zich daarna, maar kwam niet meer terug op het oude niveau.

Jumbo, Nijelandstraat, Assen

Jumbo kampte medio 2016 door de invoering betaald parkeren met een omzetverlies oplopend tot -20%. Vervolgens zijn Jumbo en de gemeente na een gesprek uitgekomen op een blauwe zone waarna herstel optrad in de omzetontwikkeling.

Albert Heijn, Lelycentre, Lelystad

In 2017 moest Albert Heijn franchisenemer Jan Bun de supermarkt sluiten wegens te grote negatieve effecten van betaald parkeren. De ondernemer deed een voorstel om betaald parkeren te vervangen voor twee uur gratis parkeren en kentekenregistratie ter vervanging van het kaartjessysteem. Op de zondagen was sprake van gratis parkeren en op deze dagen behaalde de supermarkt wel een rendabel omzetniveau.

Winkelcentrum Boven 't IJ, Amsterdam

Medio 2009 werd betaald parkeren geïntroduceerd bij winkelcentrum Boven 't IJ. Dit heeft geleid tot een forse discussie tussen ondernemers en lokale overheid. Uiteindelijk bleek uit onafhankelijk onderzoek dat winkeliers in dit winkelcentrum te maken hadden gekregen met een groot negatief omzeteffect, oplopend tot -30%. Het aantal bezoekers nam af met -20%.

Winkelcentrum Almere-Buiten

Na invoering van betaald parkeren (2013) nam het aantal bezoekers van dit winkelcentrum af met 15%-punt. Het negatieve omzeteffect bleek met -20% vele malen forser dan verwacht en leidde tot de nodige winkelsluitingen.

Centrumgebied Nijverdal

Na de invoering van betaald parkeren kampte het centrumgebied van Nijverdal met omzetzakkingen oplopend tot -20%, een dalend bezoekersaantal en een verder oplopende winkelleegstand. In 2017 is betaald parkeren hier afgeschaft.



Omzeteffecten door invoering betaald parkeerregime (2/2)

Op basis van ervaringscijfers en de referenties zoals vermeld op de vorige pagina zorgt de invoering van betaald parkeren *gemiddeld genomen* voor een negatief omzeteffect van -15% tot -20%.

Van belang is te realiseren dat de effecten locatiespecifiek zijn en zich sterker manifesteren bij supermarkten waar autoklanten een bovengemiddeld aandeel van de omzet genereren.

Verder vertaalt een negatief omzeteffect zich in een nog groter negatief effect op het netto bedrijfsresultaat. Zie hiervoor onderstaand rekenvoorbeeld voor een supermarkt.

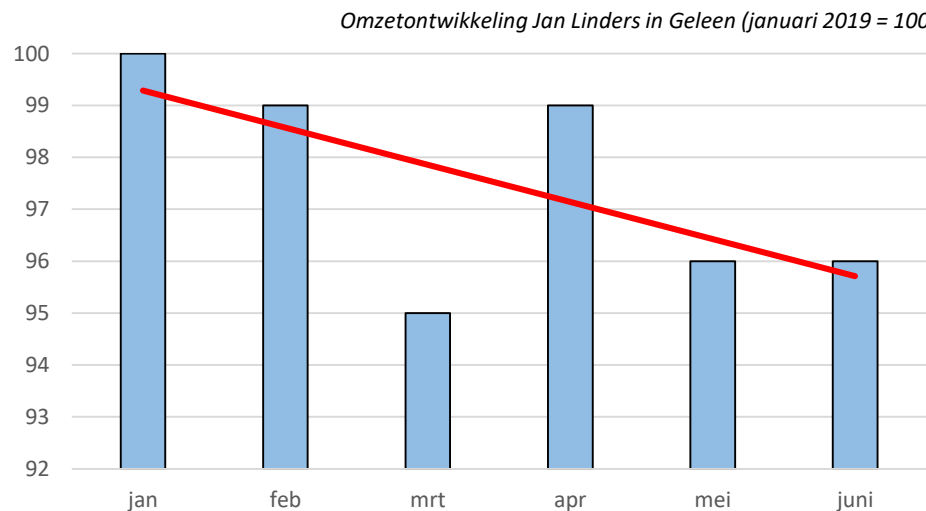
Waar voor verkeersmaatregelen sprake was van een jaaromzet van € 14,4 miljoen, nam deze door een negatief omzeteffect van -5% na de verkeersmaatregelen af tot € 13,7 miljoen. Bij een negatief omzeteffect van -15% zou de schade uitkomen op circa € 2 miljoen op jaarbasis.

Bron: Onderzoek naar de effecten van verkeersmaatregelen (zoals de invoering van betaald parkeren) op de omzet van winkels, onmogelijk? (S. Stienstra, oktober 2012)

Rekenvoorbeeld			Weekomzet door consumenten
Bedrijfsresultaten			
	Vóór	Ná	Effect
Omzet	€ 277.110	€ 263.255	-5%
inkoopwaarde	€ 178.376	€ 169.458	
Bruto-winst	€ 98.734	€ 93.797	-5%
Kosten	€ 66.306	€ 66.306	0%
Netto-winst	€ 32.428	€ 27.491	-15%

De exploitatie van een supermarkt kenmerkt zich door een relatief kleine winstmarge. Het bedrijfsresultaat is doorgaans circa 3% van de netto jaaromzet. Een omzetsderving van -15% dankzij een externe oorzaak/oorzaken, heeft dus een zeer grote negatieve impact op de exploitatie van de supermarkt. **Kortom, een verkeersmaatregel zoals de invoering van betaald parkeren kan een winstgevende supermarktexploitatie veranderen in een verlieslatende.**

Onderstaande afbeelding laat de omzetontwikkeling zien van de Jan Linders in het centrum van Geleen vanaf 1 januari 2019 tot en met week 25. Met twee verklaarbare uitschieters (in negatieve zin in de maand maart *na* Carnaval en in positieve zin door Pasen in april) is de trend duidelijk: Jan Linders heeft sinds 1 januari te maken met een negatieve omzetontwikkeling, welke zich de komende maanden (mogelijk versneld) zal doorzetten.





Conclusies

Het nieuwe parkeerregime is van kracht sinds 1 januari 2019 en nu, nog geen half jaar later, manifesteren negatieve effecten voor het centrum van Geleen zich al in bovengemiddelde mate.

Inmiddels heeft de gemeente Sittard-Geleen zelf op basis van data van Locatus geconstateerd dat het aantal passanten in het centrum met 11%-punt is afgenomen. Verder heeft het nieuwe parkeerregime geleid tot een forse afname van het aantal parkeertransacties. Het centrum van Geleen had al te maken met een bovengemiddelde winkelleegstand; het dalend aantal bezoekers zet de omzetonwikkeling van bestaand ondernemers dermate onder druk dat een verder oplopende winkelleegstand in de komende periode niet uit kan blijven.

De gemeente Sittard-Geleen constateert in haar eigen beleidsdocument “Compact en toekomstbestendig kernwinkelgebied centrum Geleen” (2016) dat de supermarktfunctie zeer belangrijk is voor het functioneren van het centrumgebied van Geleen. Het nieuwe parkeerregime ondermijnt het functioneren van de supermarkten echter in sterke mate. De supermarkten kunnen hun trekkersrol niet optimaal vervullen en wordt direct hard geraakt in hun exploitatie: in het geval van Jan Linders zowel door afname van het aantal klanten en omzet als door kosten door terugbetaling van parkeerkosten aan hun klanten met een minimale besteding van € 10,-.

Met de invoering van het nieuwe parkeerregime grijpt de gemeente (weliswaar onbedoeld) in op bestaande concurrentieverhoudingen tussen supermarkten. De gemeente creëert immers een groot concurrentienadeel voor Jan Linders t.o.v. andere aanbieders. Deze supermarkt is voor de parkeervoorziening afhankelijk is van een derde partij en kan zelf geen gratis parkeren op eigen terrein aanbieden (Lidl en Albert Heijn kunnen dat wél). Indirect is daarmee sprake van economische ordening en dat is iets waar een gemeente verre van moet blijven.

Omzet is bepalend voor de huur die een supermarktexplotatie kan dragen en de huurwaarde is weer bepalend voor de beleggingswaarde van het vastgoedobject. Met andere woorden, er is niet alleen sprake van een negatief omzeteffect voor de supermarkt, maar ook van een negatief effect op de huur- en beleggingswaarde van het pand alsmede voor de exploitatie van de parkeergarage aan de Markt.

Een negatief omzeteffect leidt tot een nog groter negatief netto bedrijfsresultaat. Het nieuwe parkeerregime kan een winstgevende supermarkt veranderen in een verlieslatende. Referenties en ervaringscijfers geven aan dat een omzetverlies door de invoering van betaald parkeren op kan lopen tot -20%. De Jan Linders in het centrum Geleen heeft in het eerste half jaar al te maken gekregen met een omzetsdaling van -7%-punt en dit loopt maandelijks verder op.

Om de exploitatie richting toekomst te versterken en met de winkel zo goed mogelijk aan te sluiten bij de actuele consumentenbehoefte heeft Jan Linders medio 2017 fors geïnvesteerd in dit vestigingspunt. Deze investering stelt Jan Linders in staat om de trekkersrol zo goed mogelijk in te vullen en bij te dragen aan het vergroten van de toekomstbestendigheid van het centrum van Geleen.

Het nieuwe parkeerregime zet de exploitatie van Jan Linders dermate onder druk, dat gevreesd moet worden voor de toekomstbestendigheid van deze supermarkt met alle negatieve gevolgen van dien voor het centrum van Geleen. Het terugdraaien van het huidige parkeerregime naar het regime dat gold tot 1 januari 2019 is derhalve meer dan wenselijk en zelfs noodzakelijk.



Disclaimer

Dit rapport is uitsluitend bestemd om te worden gebruikt door opdrachtgever en uitsluitend voor het doel waarvoor het is opgesteld door Bureau van der Weerd. De betrokken deskundige(n) en de samensteller(s) van dit rapport aanvaarden bij gebruik door derden, zonder de uitdrukkelijke schriftelijke toestemming van de deskundige(n), geen enkele aansprakelijkheid. Daarnaast zal slechts aansprakelijkheid aanvaard worden jegens opdrachtgever en ten aanzien van de door deskundige(n) vervaardigde originele exemplaren, afgedrukt op origineel papier en voorzien van een originele paraaf van de deskundige(n).

Dit rapport is onder meer gebaseerd op de aan deskundige(n) ter beschikking gestelde informatie van opdrachtgever(s) en van derden. De deskundige(n) gaan er vanuit dat de verstrekte informatie actueel en correct is. Er wordt geen aansprakelijkheid aanvaard voor het onjuist of onvolledig zijn van deze informatie.

Er heeft ten behoeve van dit Advies geen uitgebreid planologisch onderzoek plaatsgevonden. De in dit rapport opgenomen informatie mag niet zondermeer als volledig beschouwd worden. De volledige publiekrechtelijke vereisten bij vestiging c.q. (ver)bouw zijn niet onderzocht. Met betrekking tot de vereiste vergunningen in het kader van de bouwverordening, milieuwetgeving en dergelijke is geen onderzoek verricht

Niets uit dit Advies mag worden gepubliceerd, vermenigvuldigd of opgeslagen in een (digitaal) bestand zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de deskundige(n). Het eigendom inzake de informatie en kennis vevat in dit rapport berust bij Bureau van der Weerd. Het is dan ook niet toegestaan deze informatie en kennis aan derden ter beschikking te stellen of op een ander wijze toe te passen dan waaraan in de formele opdrachtbevestiging c.q. overeenkomst toestemming verleend is.

Op alle aan Bureau van der Weerd verstrekte opdrachten zijn de door de Bureau van der Weerd gehanteerde algemene voorwaarden van toepassing. Op aanvraag zal Bureau van der Weerd een exemplaar van deze algemene voorwaarden verstrekken.

Contact

Voor meer informatie kunt u contact met ons opnemen.

Drs. Jeroen R.J. van der Weerd

M: +31 (0) 6 4234 8512

E: info@bureauvanderweerd.nl





Bijlage: achtergrondinformatie Bureau van der Weerd

Bureau van der Weerd is een toonaangevend, landelijk opererend onafhankelijk onderzoeks- en adviesbureau wat volledig is gespecialiseerd in ruimtelijk marktonderzoek en advies voor supermarktlocaties. Het bedrijf is in 2010 opgericht door drs. Jeroen van der Weerd en verricht jaarlijks in opdracht van met name supermarktformules, vastgoedpartijen en gemeenten tientallen dpo-studies, vestigingsplaatsonderzoeken en diverse overige uiteenlopende marktanalyses over supermarkten, locaties en vastgoed (www.bureauvanderweerd.nl).

Bureau van der Weerd is initiatiefnemer van het kennisplatform Supermarkt en Ruimte (www.supermarktenruimte.nl).



Drs. Jeroen van der Weerd