

**RETAIL  
PROSPECT**

## Helmond Sport-Stadion effecten realisatie winkels



Projectnummer: 1310

Auteurs: Drs. H.P. ter Hark MRICS & Drs. J. Weeber

Opdrachtgever: Plus Marlo Angela van de Wildenberg

Datum: 11 juni 2013

Status: Definitief

## Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
2	Marktanalyse detailhandel Helmond	2
2.1	Verzorgingsgebied stadionontwikkeling	2
2.2	Aanbod detailhandel in Helmond	3
2.3	Geplande winkelontwikkelingen	4
2.4	Aanbod winkelvloer per inwoner	5
2.5	Supermarkten	5
2.6	Effect komst grote supermarkt stadion	6
2.7	Leegstand	7
2.8	Conclusie marktruimte	8
3	Projectkenmerken stadion	9
3.1	Kenmerken en planvorming	9
3.2	Voorbeelden uit den lande	10
3.3	Inpassing en effect toevoeging detailhandel	11
3.4	Conclusie	12
4	Beleid en plannen	13
4.1	Provinciaal	13
4.2	Gemeentelijk	14
4.3	Resumé beleid	14
5	Eindconclusie	15

De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor dit document is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteurs.

# 1 Inleiding

In Helmond is momenteel sprake van planvorming voor een nieuw stadion van Helmond Sport op een locatie nabij de recreatieplas Berkendonk. In de planvorming is sprake van een toevoeging van ca 16.000 m<sup>2</sup> aan winkelruimte, leisure en sport.

Zowel op landelijk, provinciaal als gemeentelijk niveau wordt de laatste jaren volop gediscussieerd over de wenselijkheid van toevoeging van meer winkelruimte. Dit vanwege een combinatie van factoren zoals internetbestedingen, vergrijzing, economische crisis en het ruime bestaande aanbod met oplopende leegstand.

Binnen Helmond wordt dan ook erg verdeeld gereageerd op de plannen van Helmond Sport. Aan Retail Prospect is door opdrachtgever gevraagd om voor Helmond een objectieve advisering op basis van feiten en actuele ontwikkelingen in de winkelsector te leveren. Hiermee kunnen de winkeliers in Helmond zich een mening vormen over de mogelijke nieuwe ontwikkelingen en richting de gemeente onderbouwd hun mening geven hieromtrent.

Stadionontwikkelingen zoals in Helmond zijn al aan de orde geweest in meerdere kernen in Nederland, zoals bij Roda JC in Kerkrade, het FC Groningen stadion in Groningen, het Cambuur stadion te Leeuwarden, het NAC stadion in Breda en in een recent verleden nog bij het Heracles stadion in Almelo. Supermarkten speelden daar vaak een cruciale rol in omdat zij gezien worden als drager kunnen voor de totale ontwikkeling. Om de situatie in Helmond inzichtelijk te maken zal in deze rapportage het volgende aan bod komen:

1. De regionale detailhandelspositie van Helmond en aspecten als koopkrachtbinding en -toevloeiing, waarbij ook de spreiding van het aanbod wordt bekeken;
2. Demografische ontwikkelingen en toekomstige plannen op het gebied van detailhandel, waarbij gekeken wordt of momenteel en in de toekomst vraag en aanbod met elkaar in evenwicht zijn. Daarbij zal in dit geval nog een verdieping worden gemaakt richting het supermarktaanbod en de marktverhoudingen;
3. De projectkenmerken van de mogelijke nieuwe ontwikkeling en de mogelijke inpassing in de bestaande detailhandelsstructuur;
4. Het gemeentelijke en provinciale beleid ten aanzien van deze ontwikkeling;
5. Het effect dat de mogelijke ontwikkeling zal hebben op het bestaande aanbod, maar ook de kansen die ontstaan door deze mogelijke ontwikkeling.

## 2 Marktanalyse detailhandel Helmond

### 2.1 Verzorgingsgebied stadionontwikkeling

Helmond heeft momenteel ca. 89.000 inwoners. Voor de komende jaren wordt er nog enige groei verwacht, waarbij de scenario's volgens de bevolkingsprognose van de gemeente Helmond (tot 2030) uiteenlopen van een toename die varieert van ruim 3.000 tot ruim 7.000 inwoners. Er lopen meerdere plannen voor nieuwbouw van woningen, maar zoals overal elders in Nederland, staan deze in de ijskast. De verwachting is dat het erg lang gaat duren voordat de woningproductie weer op gang gaat komen.

In deze rapportage wordt dan ook uitgegaan van een stabiel inwonertal van ca. 89.000 inwoners en een stabiele vraag door consumenten in de eerste vijf jaar. Mogelijk dat er daarna nog enige groei zal kunnen optreden, maar dat is een zeer onzeker scenario.

In onderstaande kaart is te zien hoe groot het verzorgingsgebied van een stadionontwikkeling zou kunnen zijn, ervan uitgaande dat er een supermarkt en aanvullende winkels zouden komen op het gebied van leisure en sport.

**Figuur 1: verzorgingsgebied stadionontwikkeling**



Het stadionproject ligt weliswaar goed ontsloten in de infrastructuur, maar wel geheel aan de oostelijke zijde van Helmond. Het stadionproject is goed bereikbaar voor Dierdonk, Rijpelberg en Brouwhuis. Dit zijn ongeveer 23.000 inwoners. De natuurlijke barrière van de Zuid-Willemsvaart dat oost en west in twee delen

verdeeld zal echter een rol gaan spelen, in ieder geval voor de meer dagelijkse voorzieningen als een supermarkt. Als toevloeiing zal ook Bakel in aanmerking komen en deels Deurne met ca. 31.500 inw. Hier is echter ook een ruim eigen winkelaanbod aanwezig. Aan de westelijke zijde van Helmond is op het gebied van grootschaligheid forse concurrentie van Ekkersrijt in Eindhoven, één van de grootste PDV concentraties van Nederland met een Ikea als grote trekker. Echt harde uitspraken over de omvang van het verzorgingsgebied kunnen echter pas gedaan worden als er meer duidelijkheid is over de invulling. Duidelijk moet echter wel zijn dat niet klakkeloos aangenomen kan worden dat geheel Helmond hiertoe gerekend kan worden, dit hangt sterk samen met het aanbod. Het is het aanbod dat de vraag schept in dit geval. Ook moet duidelijk worden gesteld dat door deze excentrische ligging de realisatie van winkels niet automatisch een succesvolle exploitatie en opbrengst betekent. In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op andere stadionontwikkelingen met winkels in Nederland, waarvan slechts een enkele succesvol is. In het volgende deel wordt ingegaan op het overige aanbod in Helmond.

## 2.2 Aanbod detailhandel in Helmond

Helmond heeft een ruim aanbod aan winkelvoorzieningen, keurig verdeeld op basis van de bestaande hiërarchie van buurt-wijk-centrumvoorzieningen. Daarnaast is er nog verspreid en grootschalig aanbod, zoals aan de Engelseweg. In onderstaande tabel is dit weergegeven.

Tabel 1: Aanbod dagelijkse- en niet-dagelijkse winkels in Helmond

Winkelgebied	Verkooppunten dagelijks	Verkooppunten niet dagelijks	Opp. m <sup>2</sup> w.v.o. dagelijks	Opp. m <sup>2</sup> w.v.o. niet dagelijks
Azalealaan	3	1	1.306	72
Brouwhorst	8	11	2.614	1.094
Centrum Helmond	29	158	3.599	30.402
Combicentrum	14	12	1.650	2.417
De Bus	12	5	2.742	720
De Hoefkens	2	8	365	1.514
De Plaetse	9	4	3.386	639
Dorpsstraat Stiphout	10	11	1.245	3.422
Engelseweg	0	41	0	50.068
Heistraat	12	12	1.143	1.484
Hoofdstraat	8	7	2.728	869
Lucas Gallery	0	4	0	295
Steenweg	3	19	214	2.629
Straakven	5	8	1.225	748
Torenstraat	3	1	4.164	60
Vondellaan	3	6	1.401	802
Verspreide bewinkeling	27	85	4.132	31.064
<b>Totaal</b>	<b>148</b>	<b>393</b>	<b>31.914</b>	<b>128.299</b>

Bron: Locatus

Als sterke wijkwinkelcentra kunnen genoemd worden: Brouwhorst, De Bus en De Plaetse in Brandevoort. Het stadscentrum is nog volop in ontwikkeling en zal waarschijnlijk nog fors worden uitgebreid met plannen voor 22.000 m<sup>2</sup> winkelruimte.

De oppervlakte aan dagelijks aanbod is bijna 32.000 m<sup>2</sup>, voor het niet-dagelijkse aanbod is dat ruim 128.000 m<sup>2</sup> w.v.o. Dit komt neer op 1,8 m<sup>2</sup> per inwoner. Daarvan is 0,36 m<sup>2</sup> dagelijks en 1,33 m<sup>2</sup> niet-dagelijks.

## 2.3 Geplande winkelontwikkelingen

De huidige planvorming met de stadionontwikkeling heeft een geplande oppervlakte van 16.000 m<sup>2</sup> met “sport” en “leisure” als thema. Daarvan is circa 10.000 m<sup>2</sup> niet-dagelijks en 6.000 m<sup>2</sup> dagelijks. De planning is dat er een grote supermarkt zal komen, waarbij gedacht kan worden aan een formaat zoals van de Jumbo vestiging in het NAC stadion in Breda (ca. 6.000 m<sup>2</sup> b.v.o., 4.800 m<sup>2</sup> w.v.o) of Groningen-Euroborg (4.500 m<sup>2</sup> b.v.o., 3.740 m<sup>2</sup> w.v.o.). Daarmee zou het aanbod aan dagelijkse winkels in Helmond uitkomen op ca. 35.000 m<sup>2</sup> w.v.o.

Naast de stadionontwikkelingen is sprake van nóg een aantal geplande winkelontwikkelingen in Helmond. In onderstaande tabel wordt dit weergegeven.

**Tabel 2: Geplande toevoeging van winkeloppervlakte in Helmond**

Locatie	Toevoeging m <sup>2</sup> b.v.o.	Toevoeging m <sup>2</sup> w.v.o.	type	opmerkingen
Stadion	16.000	13.000	4.800 m <sup>2</sup> dagelijks 8.200 m <sup>2</sup> niet dagelijks	Mix van supermarkt, sport en leisure
Centrumplan	22.000	17.600	Niet-dagelijks	Geplande start bouw 2015
Suytkade	2.000	1.600	Dagelijks	Supermarkt incl dagelijks aanbod
Engelsweg	20.000	16.000	Niet -dagelijks	Uitbreiding woonboulevard
<b>Totaal</b>	<b>60.000</b>	<b>48.200</b>		

Bvo/vvo verhouding is 1:0,8

Als alles gerealiseerd gaat worden heeft dit grote consequenties voor het aanbod. De dagelijkse detailhandel zal groeien met 6.400 m<sup>2</sup> w.v.o. naar circa 38.400 m<sup>2</sup> w.v.o.

Als de plannen voor het centrum en Engelseweg doorgaan zal het niet-dagelijkse aanbod met 41.800 m<sup>2</sup> w.v.o. groeien naar circa 170.000 m<sup>2</sup>.

## 2.4 Aanbod winkelvloer per inwoner

Het huidige aanbod aan winkelvloermeters per inwoner ligt in Helmond net onder het Brabants gemiddelde. Strikt genomen zou er, om op het Brabants gemiddelde uit te komen, nog ruimte zijn voor realisatie van ca 10.000 m<sup>2</sup> w.v.o. in geheel Helmond. Deze mogelijke uitbreidingsruimte ten opzichte van het gemiddelde valt in het niet bij de geplande winkelontwikkelingen. Uitgangspunt is dat het inwonertal stabiel zal blijven op 89.000 inwoners, maar zelfs bij een groei met enkele duizenden inwoners zal het aanbod per inwoner zeer fors zijn.

**Tabel 3: aanbod dagelijks en niet-dagelijkse winkelvloer per inwoner in Helmond**

	Huidige situatie	Na realisatie alle plannen
m <sup>2</sup> w.v.o. aanbod per inwoner dagelijks	0,36	0,43
m <sup>2</sup> w.v.o. aanbod per inwoner niet-dagelijks	1,44	1,91
<b>Totaal m<sup>2</sup> w.v.o. aanbod winkels per inwoner</b>	<b>1,80</b>	<b>2,34</b>

Uit cijfers uit de rapportage “Discussienota detailhandel Brabant”, verschenen in 2012, valt op te maken dat het winkelaanbod in Brabant op het Nederlands gemiddelde ligt. Voor de dagelijkse sector is dat 0,36 m<sup>2</sup> w.v.o./inw. en voor de niet-dagelijkse sector is het aanbod 1,56 m<sup>2</sup> w.v.o./inw. In totaal een aanbod van 1,92 m<sup>2</sup> w.v.o./inw. Dit laatste gemiddelde cijfer is momenteel nog iets hoger dan het huidige aanbod in Helmond. Na alle nu reeds geplande uitbreidingen schieten de aanbodcijfers echter ver door naar boven en zullen deze ver boven het Brabantse en Nederlandse gemiddelde komen te liggen.

Geconcludeerd kan worden dat het huidige aanbod in Helmond redelijk op het Brabantse gemiddelde ligt, maar na alle geprojecteerde uitbreidingen daar weer zeer fors boven. Op basis van deze cijfers kan dan gesteld worden (met alle technologische en maatschappelijke veranderingen op winkelgebied in het achterhoofd) dat er nauwelijks tot geen mogelijkheden meer zijn voor groei van het winkelaanbod in Helmond. Zelfs als de bevolking in korte tijd groeit met bijvoorbeeld 5.000 inwoners zal het totale aanbod op 2,2 m<sup>2</sup> w.v.o./inw komen te liggen en dat is nog fors boven het gemiddelde.

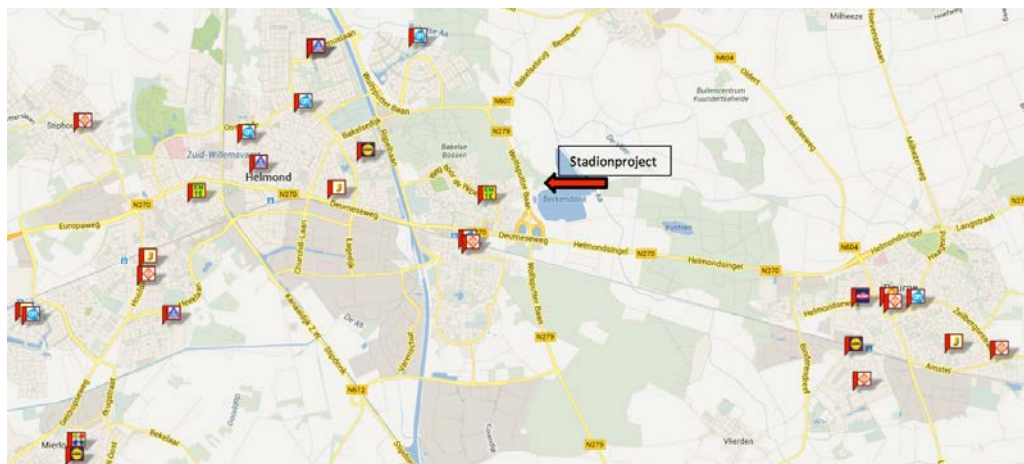
Als er al locaties worden aangewezen voor uitbreiding, dan zal daar zeer voorzichtig mee moeten worden omgegaan. De vraag is dan waar de prioriteit gaat liggen. Dat lijkt logischerwijze nog het meest bij het stadscentrum te passen, waar het nog een versterking kan gaan vormen.

## 2.5 Supermarkten

Als wat specifiek wordt ingegaan op de situatie met het aanbod van supermarkten in Helmond, ontstaat het beeld dat er nu sprake is van een evenwichtige spreiding. Per wijk of buurtcombinatie kunnen inwoners hun boodschappen doen in de

wijkcentra. Aan de oostelijke zijde van de Zuid-Willemsvaart (dus in de nabijheid van he nieuwe stadion) ligt ook een ruim aanbod in de wijken.

**Figuur 2: spreiding supermarkten in Helmond en omgeving**



In totaal is er op dit moment een supermarktaanbod van 20.715 m<sup>2</sup> w.v.o., verdeeld over 19 supermarkten. Deze variëren tussen de 900 en 1.400 m<sup>2</sup> w.v.o. Dit is ook een courante maat voor wijksupermarkten. Uitzondering daarop is de AH-XL aan de Torenstraat van 3.600 m<sup>2</sup> w.v.o.

Per inwoner komt deze oppervlakte aan supermarkten neer op 0,23 m<sup>2</sup> w.v.o./inw. Dit is redelijk conform het Nederlandse gemiddelde van 0,25 m<sup>2</sup> w.v.o./inw. Als de huidige supermarkten nog wat aan schaalvergroting doen, zal het aanbod al snel naar of boven het Nederlandse gemiddelde gaan. Dit cijfer van 0,25 m<sup>2</sup> wordt ook al bereikt als het project Suytkade wordt gerealiseerd.

## 2.6 Effect komst grote supermarkt stadion

Het effect van een nieuwe, grote supermarkt in het stadionproject is fors. Stel dat de nieuwe supermarkt een oppervlakte krijgt van 4.500 m<sup>2</sup> w.v.o. (6.000 m<sup>2</sup> b.v.o.), dan gaat het aanbod per inwoner al naar 0,29 m<sup>2</sup> w.v.o./inw. Dit getal komt wel voor in Nederland, maar dan alleen bij wat kleinere kernen die een sterke regionale functie hebben en dus veel omzettoevloeiing. Dat is voor Helmond op supermarktgebied zeker niet het geval. Alle omliggende kernen als Deurne, Bakel en Mierlo hebben al een uitstekend aanbod aan supermarkten. Uitbreiding van het supermarktaanbod zal dus ten koste gaan van bestaande supermarkten in Helmond.

Een grote supermarkt aan de rand van Helmond bij het stadion zal als gevolg hebben dat een groot aantal supermarkten structureel omzetverlies gaan lijden. Stel dat een grote supermarkt een omzet van bijvoorbeeld € 750.000,- per week gaat behalen op termijn (de Jumbo bij het NAC stadion in Breda behaalt dat nu ook, terwijl de prognose op een weekomzet van meer dan € 1.000.000 zat). Deze omzet moet hoe dan ook ergens vandaan komen, terwijl consumenten niet meer gaan besteden.



Het effect zal zijn dat supermarkten in de ruime omgeving soms tot wel € 50.000,- per week minder omzet gaan krijgen. Dit heeft uiteraard ook consequenties voor de omliggende dagelijkse en niet-dagelijkse winkels in de wijkwinkelcentra, er komen immers minder consumenten in het winkelcentrum. Als gevolg daarvan zullen de supermarkt en omliggende winkels minder of niet meer rendabel zal zijn en de eigenaar zal arbeidskrachten moeten ontslaan. Het levert dus een keten aan ongewenste effecten op. Het gaat te ver om hier een complete analyse te maken van het effect op de werkgelegenheid, maar kort gezegd komt het er op neer dat een doorsnee supermarkt ca. 35 fte's heeft (dit zijn soms wel 100 werknemers). Daar zullen zeker klappen in gaan vallen met zo'n fors omzetverlies. Ook de andere winkels in het betreffende wijkwinkelcentrum zullen de negatieve effecten hebben bovenop de al zeer slechte omzetontwikkeling van de laatste jaren. Met name de kleinere winkels kunnen de laatste doodsklap krijgen. Dit is moeilijk in kaart te brengen, maar het zal zeer waarschijnlijk wel gaan gebeuren. Een grote supermarkt zoals die bij het stadion is gepland, compenseert dat enigszins met 80 tot 90 fte's, maar het netto-effect over geheel Helmond zal waarschijnlijk negatief zijn. Dit is nog naast de leegstand die kan gaan ontstaan in een wijkwinkelcentrum.

## 2.7 Leegstand

Momenteel staan er volgens de cijfers van Locatus in Helmond 88 winkelpanden leeg met een totale winkelvloeroppervlakte van 15.676 m<sup>2</sup>. Dat komt bij een totale huidige oppervlakte in Helmond van ca. 160.000 m<sup>2</sup> w.v.o. neer op bijna 10%.<sup>1</sup> Volgens de discussienota over de Brabantse detailhandel is dit percentage conform het gemiddelde in Brabant, maar uiteraard nog wel erg hoog. De normale frictieleegstand ligt echter ergens tussen de 2 tot 5%. Het zijn met name de zwakste delen van het winkelaanbod (kleinere wijkwinkelcentra, aanloopstraten in centrum en meubelboulevards) die lijden onder een overaanbod en dus leegstand. Voor de leegstand van solitaire en verspreid liggende winkelpanden (4.822 m<sup>2</sup> w.v.o. in Helmond) geldt dat er in veel gevallen waarschijnlijk nooit weer een huurder voor gaat komen.

Voor nieuwe ontwikkelingen geldt dat er vanuit beleggersoptiek een groot risico aan het ontstaan is. Nieuwe huurders zijn schaars en retailers zijn in de laatste jaren zéér voorzichtig met nieuwe vestigingen en langdurige huurcontracten. Elders in het land is er veel leegstand bij nieuwe projecten en dat zijn meestal projecten die nét niet goed in de structuur passen. Het stadion in Helmond is een potentiële kandidaat

---

<sup>1</sup> Op pag 13 van de bijlage bij de voorjaarsnota staat een leegstandspercentage van 11,2%. Dit is een klein verschil met de opgave van Locatus, maar dit is te wijten aan een verschil in meetmethode

voor deze leegstand als een vergelijking wordt gemaakt met andere projecten in Nederland.

## 2.8 Conclusie marktruimte

Het huidige detailhandelsaanbod in Helmond is qua oppervlakte goed passend bij de bevolkingsomvang, alhoewel er met 10% al veel leegstand is. Het huidige aanbod per inwoner is redelijk conform het Nederlandse gemiddelde, zowel voor de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector. Er is nog wel enige ruimte (ca. 10.000 m<sup>2</sup> w.v.o.), maar dat wordt al opgesoupeerd als de helft van het centrumplan wordt gerealiseerd. Een verdere groei van het aanbod is op basis van alle resultaten van onderzoeken die er gedaan zijn over de winkelmarkt in Nederland en specifiek Brabant, zeer onverstandig. Ook de mogelijke groei van het inwonertal laat geen mogelijkheden zien. De 89.000 inwoners van Helmond zullen niet of nauwelijks gaan groeien in aantal. Wel zal er vergrijzing gaan plaatsvinden en dat is niet goed voor de bestedingen.

Een sterke groei van het winkelaanbod zoals dat in de plannen zit, zal er voor zorgen dat Helmond (ver) boven het gemiddelde aanbod in Brabant en zelfs Nederland gaat zitten en dat levert veel risico's op voor een nóg grotere leegstand dan 10%. Uiteraard zullen de zwakste delen van het winkelaanbod (ook het nieuwe stadion) daar als eerste onder gaan lijden.

## 3 Projectkenmerken stadion

### 3.1 Kenmerken en planvorming

In Helmond is momenteel sprake van planvorming voor een nieuw stadion van Helmond Sport op een locatie nabij de recreatieplas Berkendonk. In de planvorming is sprake van een toevoeging van ca 16.000 m<sup>2</sup> aan winkelruimte, leisure en sport.

De locatie is al aangegeven in de kaarten in het vorige hoofdstuk. Het nieuwe stadion ligt goed in de infrastructuur en is vanuit een groot gebied gemakkelijk te bereiken, in ieder geval vanuit Helmond, Deurne, en Gemert-Bakel. De goede bereikbaarheid is uiteraard ook gunstig voor andere functies zoals winkelruimte die hier mogelijk gerealiseerd zou kunnen worden. Bij het stadion ligt een overvloed aan parkeerruimte, die eveneens dubbel gebruikt kan worden voor zowel het stadion als de winkelruimte. Doordat er sprake is van nieuwbouw, kan de zichtbaarheid, bereikbaarheid en lay-out en bevoorrading van de winkels ideaal worden vormgegeven. Onderstaande impressie geeft een globaal beeld hoe dit winkelgebied eruit zou kunnen zien. Dit plan bevindt nog in de conceptuele fase, waardoor er nog aanpassingen op de plannen zullen gaan komen.

**Figuur 3: impressie van de stadionontwikkeling met parkeren en winkelfront**



Vanwege de perifere ligging buiten de bebouwde kom is het voor het succesvol exploiteren van de beoogde winkels noodzakelijk om voldoende trekkracht te

genereren uit een wijde omtrek. Dit betekent dat er voldoende “massa” moet komen met een minimale omvang van naar schatting 15.000 m<sup>2</sup> b.v.o. en dat er sprake moet zijn van enkele sterke trekkers, waaronder bijvoorbeeld een grote supermarkt. In de pers wordt gesproken over de komst van een grote (Jumbo) supermarkt, als noodzakelijke voorwaarde voor het welslagen van het project. Deze formule heeft echter tot nu toe geen indicatie gegeven over een mogelijke wens om hier te gaan zitten. Nog onduidelijk is welke verdere winkelfuncties er beoogd zijn en welke andere winkels geïnteresseerd zullen zijn in een dergelijke ontwikkeling.

### 3.2 Voorbeelden uit den lande

In Nederland zijn diverse stadionontwikkelingen met winkelfuncties ontwikkeld en een aantal daarvan zijn ook daadwerkelijk gerealiseerd. Allen hebben zij als kenmerk dat er (zeer) veel weerstand is geweest vanuit de gevestigde winkeliers, dat sprake is geweest van zeer langdurige, soms juridische procedures en weerstand vanuit hogere overheden. Een doorlooptijd van meer dan 10 jaar is geen uitzondering. Winkels realiseren op stadionlocaties ligt zeer gevoelig vanwege de verwachte effecten op fijnmazige en zorgvuldig opgebouwde bestaande winkelstructuur die in Nederland sinds de jaren '50 is opgebouwd.

De aard en omvang van de winkeltoevoegingen bij stadions is dan ook zeer divers. Er zijn stadions waar alleen PDV/GDV winkels zijn toegevoegd, zoals in Kerkrade en Amsterdam. In Groningen is een stadion met alleen een supermarkt. Er zijn ook stadions waar “normale” winkels zijn toegevoegd zoals in Breda en er zijn stadions met een mix van beiden. Dit heeft alles te maken met de genoemde moeizame onderhandelingen en discussies met gemeente, provincie, gevestigde winkeliers en andere belanghebbenden. Onderstaand een overzicht van een aantal stadionontwikkelingen in verschillende fasen.

Tabel 4: Stadionontwikkelingen in Nederland

Locatie	Opp. m <sup>2</sup> b.v.o.	Invulling en opmerkingen
Groningen, Euroborg	5.000	Één grote Jumbo Supermarkt, slecht zichtbaar. Draait na moeilijke aanlooperperiode nu goed.
Breda, NAC stadion	13.000	Jumbo van 6.000 m <sup>2</sup> b.v.o. , Action, Blokker, Bristol, Xenos. Ingeschat omzetniveau wordt niet gehaald.
Kerkrade, Roda JC.	Ca. 25.000	o.a. Decathlon, Hornbach, ToysChamp. Geen supermarkt na jarenlang procederen
Almelo, Heracles-stadion	1.500	Solitaire Plus supermarkt, draait nu matig. Plannen voor nieuwbouw met meerdere winkels, Aldi, Action, Decathlon. Veel weerstand hiertegen. Het plan is inmiddels door de gemeenteraad tegengehouden uit vrees voor een (nog) grotere leegstand in het centrum
Leeuwarden, Cambuur stadion	Ca. 20.000	Nieuwbouw nog in de planfase, ca 20.000 m <sup>2</sup> PDV/GDV, gaat waarschijnlijk niet door ivm andere ontwikkelingen in Leeuwarden.
Oss, TOP Stadion	-	Hier is sprake geweest van toevoeging van een supermarkt. Vanwege weerstand is dit niet doorgedaan. Uiteindelijk is gekozen voor een combinatie met scholen om het stadion rendabel te ontwikkelen.
Amsterdam Arenagebied	Ca. 20.000	Hier is een enorm PDV/GDV gebied ontwikkeld over meerdere lagen. Draait matig tot slecht
Alkmaar AZ stadion	-	Hier is veel discussie geweest over toevoegen winkels. Uiteindelijk is dit niet doorgedaan onder druk van diverse partijen

In vrijwel alle bovenstaande voorbeelden is de beoogde of gerealiseerde invulling met winkels bij stadions niet ingegeven vanuit de wens of noodzaak de winkelstructuur in de betreffende gemeente te verbeteren. De beoogde realisatie is of was nodig om een rendabele ontwikkeling van het (kapitaalintensieve) stadion mogelijk te maken.

### 3.3 Inpassing en effect toevoeging detailhandel

De plaatsing van winkelvoorzieningen bij stadions steekt zoals uit het bovenstaande blijkt, zeer nauw. De uiteindelijke realisatie van winkels bij stadions is vaak een moeizame weg, met jarenlange procedures en concessies in de branchering en oppervlakte.

Het is dan ook triest om te moeten constateren dat de meeste zwaar bevochten winkelgebieden bij stadions maar matig functioneren. De recent geopende winkels bij NAC halen volgens inside-informatie hun beoogde omzet-target niet, de winkels bij Amsterdam Arena behalen slechte omzetten en zijn bezig met

huurverlagingsprocedures. Ook de solitaire Plus-supermarkt in Almelo bij het Heracles stadion draait niet goed. Gunstige uitzondering is de solitaire supermarkt van Jumbo in de Euroborg te Groningen, die na een moeizame start uiteindelijk goed functioneert. Deze winkel heeft echter geen enkele connectie met het stadion en had net zo goed ergens willekeurig aan de snelweg kunnen liggen.

Als redenen voor het slechte functioneren van winkels bij stadions kunnen worden genoemd :

- Bestaand koopgedrag van consumenten in huidige fijnmazige netwerk van wijk- en centrumvoorzieningen: er is voldoende aanbod.
- Perifeer, vaak wat achteraf en “unheimisch” gelegen winkels bij stadions.
- Geen relatie met de sportactiviteiten: iemand die een sportwedstrijd bezoekt, bezoekt daarna of daarvoor vaak geen winkels.
- Parkeerconflicten bij wedstrijden tijdens winkelopeningsuren.

### 3.4 Conclusie

Er zijn talloze voorbeelden van winkelontwikkelingen bij stadions in Nederland. Deze variëren in omvang, branchering en succes. De ontwikkeling ervan kent of kende vrijwel altijd veel weerstand vanuit gevestigde ondernemers en/of hogere overheden. Er is altijd sprake van een (vermeend) effect op de bestaande fijnmazige winkelstructuur. Dit was al zo in de tijd dat er minder (over)aanbod aan winkels was en nog geen crisis. In deze tijdsfase waarin sprake is van teruglopende consumentenbestedingen in winkels, vergrijzing, een ongebreidelde toename van het winkelaanbod in de afgelopen jaren en mede daardoor een steeds groter overaanbod aan winkelruimte, wordt deze discussie steeds heftiger.

Een heel lastig punt is dat winkelontwikkelingen bij stadions meestal niet ten doel hebben de bestaande winkelstructuur te verbeteren, maar de realisatie van het stadion mogelijk te maken.

Helaas zijn er in Nederland, ondanks de vaak jarenlange procedures en onderzoeken die eraan voorafgingen, veel voorbeelden van weinig succesvolle winkelontwikkelingen bij stadions. Dit is uiteraard slecht voor én de winkelstructuur in een bepaalde plaats én de rentabiliteit van het stadion zelf.

## 4 Beleid en plannen

In dit hoofdstuk zullen kort de beleidsuitgangspunten worden weergegeven zoals die binnen de provincie en de gemeente wordt gehanteerd of nog wordt bediscussieerd.

### 4.1 Provinciaal

Zoals de meeste Provincies in Nederland is ook de Provincie Noord-Brabant kritisch over wijze waarop gemeenten met nieuwbouwplanning op winkelgebied omgaan:

Kortom, tal van ontwikkelingen vragen ons gezamenlijk na te denken over de toekomst van de Brabantse detailhandelsstructuur. Een trendbreuk in de huidige wijze van planning en programmering van detailhandel is nodig. Er dienen keuzes gemaakt te worden om ook in de toekomst een gezonde en vitale detailhandelsstructuur in Brabant te behouden, die bijdraagt aan de levendigheid, identiteit en aantrekkelijkheid van steden, dorpen en wijken. Gelet op de problematiek waar de detailhandel vandaag de dag mee te maken heeft, de trends en ontwikkelingen die de sector ook de komende tijd sterk zullen beïnvloeden en de vele plannen en initiatieven die nog boven de markt hangen is een belangrijke vraag of de bestaande beleidskaders nog wel voldoen.

bron : Dossier Detailhandel van de Provincie Noord-Brabant, december 2012

Als gevolg hiervan wil de Provincie alle plannen voor uitbreiding van winkeloppervlakte voorlopig in de kast zetten:

- De bestaande beleidskaders voldoen niet meer. Vanuit de sector wordt om meer sturing gevraagd.
- Herijking van de opbouw en samenstelling van de gewenste regionale detailhandelsstructuur is noodzakelijk.
- Alle plannen voor uitbreiding van winkelvloeroppervlakte – zeker op nieuwe locaties – zouden voorlopig in de kast moeten worden gezet.
- Het is wenselijk in de RRO's afspraken te maken over de verdere ontwikkeling van de Brabantse detailhandelsstructuur en de monitoring hiervan.
- De provincie zou er strikter op toe moeten zien dat de 'ladder van duurzame verstedelijking' ook wordt toegepast op detailhandels-ontwikkelingen.
- Handhaving op de branchering in bestemmingsplannen verdient meer prioriteit.

bron : Dossier Detailhandel van de Provincie Noord-Brabant, december 2012

Deze uitgangspunten vormen een duidelijk kader voor de toekomstige ontwikkelingen op provinciaal niveau.

## 4.2 Gemeentelijk

Ook binnen de gemeente Helmond twijfelt men hevig over het wel of niet doorzetten van de plannen om winkelmeters toe te voegen bij het Helmond Sport Stadion, getuige dit citaat uit brief van het College d.d. 2 april 2013 aan de initiatiefnemers (vetgedrukt door auteur dezes):

- *De invulling van 16.000 m2 retail en commerciële ruimte is nog onzeker waar het gaat om het karakter, en lijkt niet alleen gericht te zijn op sport, recreatie, leisure en gezondheid e.d. (wat alleen voor de supermarkt geaccepteerd was door het college)*
- *Fase 3 is niet uitgewerkt, er is geen aansluiting met de plas gemaakt en de bijdrage in de beheerkosten van Berkendonk is niet voorzien in het plan.*
- *De toekomstvisie van Helmond Sport met bijbehorende bedrijfsplan is nog onvoldoende sterk, de onzekerheden over de branche spelen daarin een rol.*
- *Hoewel een supermarkt met golfshop door het college geaccepteerd werd als drager voor het plan, is er zorg voor de betekenis daarvan voor de wijkcentra. Onduidelijk is of een dergelijke supermarkt concurreert met de supermarkten in de wijken of dat deze aanvullend is en een andere markt bedient.*
- *De mogelijkheden voor de financiering van het stadion door de Stichting Belangen Helmond Sport zonder garanties e.d. zijn onzeker. De bedenkingen moeten overigens ook in het licht worden gezien van de beleidsopvattingen van de Provincie, die de wijziging van het bestemmingsplan moet goedkeuren. Met name het karakter van het gebied en het feit dat uitbreiding van de winkelruimte in Brabant niet wenselijk wordt geacht kunnen breekpunten zijn voor het voorgestelde plan. Om voornoemde redenen hebben wij in deze context het voorstel als niet haalbaar beoordeeld en dat meegedeeld aan het Consortium.*

## 4.3 Resumé beleid

Resumerend kan gesteld worden dat er op bestuurlijk niveau onder invloed van maatschappelijke en technologische ontwikkelingen sterk de rem op alle mogelijke detailhandelsontwikkelingen wordt gezet. Redelijk laat, want het probleem nu is het naijl-effect door langdurige planvorming. Hierdoor komen plannen van jaren terug nu tot uitvoering en dit zal leiden tot extra leegstand. Het is overheden inmiddels ook duidelijk dat de wereld van de retailontwikkeling sinds het uitbreken van de crisis in 2007 structureel en fors veranderd is.



## 5 Eindconclusie

Helmond heeft momenteel een winkelbestand waarbij vraag en aanbod nu nog redelijk met elkaar in evenwicht zijn. Door de snelle ontwikkelingen op maatschappelijk en technologisch gebied is er echter sprake van een snelle verschuiving, waardoor de vraag naar winkelruimte daalt. Nu al staat 10% van het Helmondse winkelaanbod leeg, waarbij de zwakkere delen (meubelboulevard, solitaire panden en aanloopstraten) het hardst getroffen worden. Het toevoegen van nog meer winkelruimte zal dit proces van meer leegstaande winkelpanden alleen maar verder versterken.

De plannen voor uitbreiding van het winkelaanbod overtreffen de potentiële marktvrage en deze vrage zal de komende jaren zeker niet aantrekken. In totaal liggen er voor ca. 60.000 m<sup>2</sup> aan plannen, terwijl het verstandig zou zijn dit niet te realiseren vanwege de grote risico's. Ook de provinciale overheid zien dit probleem en het beleid is er dan ook op gericht om niet mee te gaan met de planvorming. De gemeente Helmond twijfelt echter nog op veel punten.

Over de stadionontwikkeling is nog geen definitief besluit genomen, terwijl alle seinen op rood lijken te staan. Uit de analyse met diverse voorbeelden elders in Nederland blijkt dat er grote risico's zitten aan het ontwikkelen van detailhandelsruimte bij voetbalstadions. Deze ontwikkelingen komen er meestal niet om de detailhandelsstructuur te versterken, maar om de financiële haalbaarheid voor het voetbalstadion te realiseren. Specifiek voor het Helmondse stadion bij Berkendonk geldt dat de ligging excentrisch is en er daarom slechts een gering marktpotentieel is. Verder is de onduidelijke invulling met sport en leisure zeer risicovol, zelfs bij het Arena-stadion in Amsterdam is dit niet goed gegaan.

De negatieve effecten van met name de plaatsing van een grote supermarkt in het stadion zullen groot zijn. De omzet zal namelijk van de bestaande supermarkten die in de wijken gevestigd zijn moeten komen. Ook de overige winkels in een wijkcentrum zullen daar negatieve gevolgen van ondervinden.

Het advies luidt dan ook om niet verder te gaan met de plannen voor retail invulling van het stadion, maar te zoeken naar andere kostendragers. Realisatie van de retailplannen bij het nieuwe stadion zal op basis van de onderzoeksresultaten zo goed als zeker zorgen voor nieuwe leegstand in het stadion en elders in de stad.