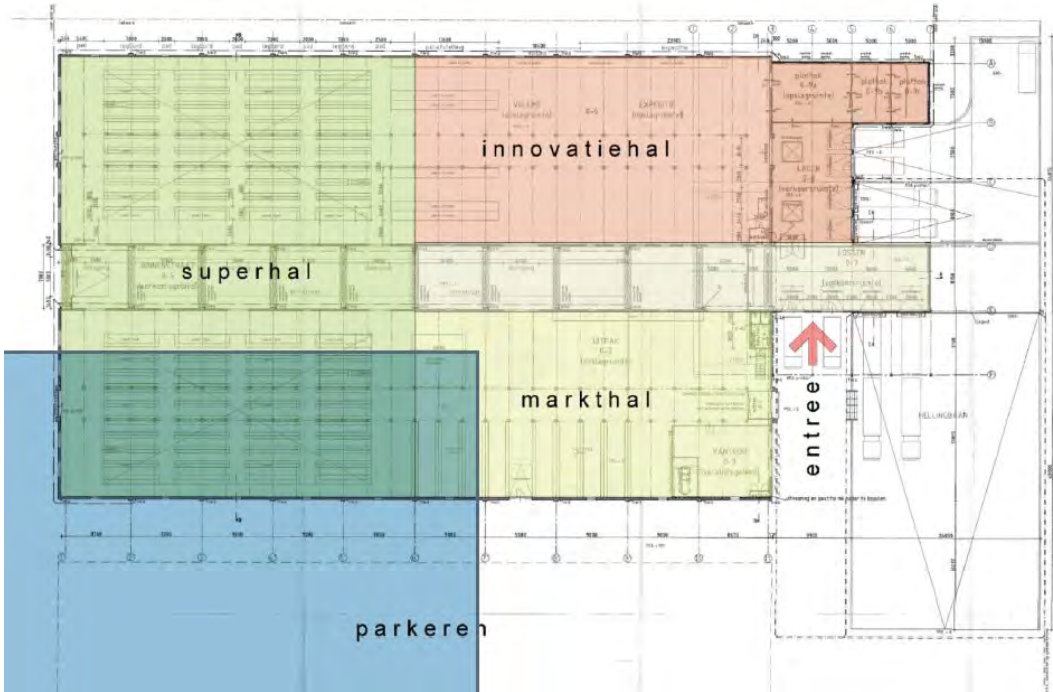




Marktpositie de Hallen te Woerden



Projectnummer: 1510
Opdrachtgever: Vios Vastgoed B.V.
Auteur: Drs. H.P. ter Hark MRICS
Datum: 8 juni 2016

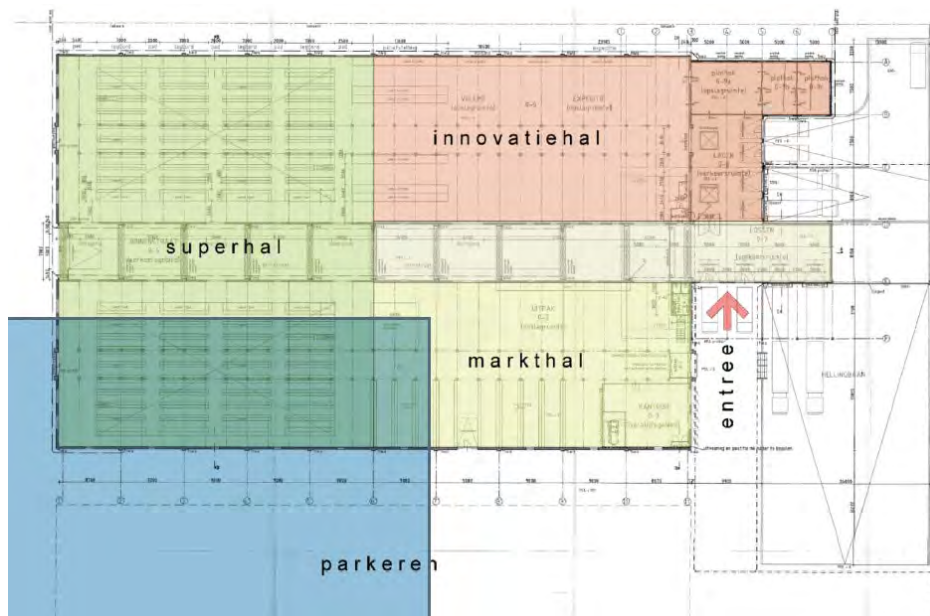
Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
2	Kenmerken locatie	3
2.1	Algemeen	3
2.2	Ligging en bereikbaarheid	3
2.3	Kwaliteiten locatie	6
	Pand	6
	Relatie met stadscentrum	6
	Parkeergelegenheid	7
	Aanvullend aanbod	7
	Expeditie	8
	Omliggend aanbod en trekkers	8
	Openbaar gebied	8
2.4	Conclusie kwaliteiten	8
3	Marktpositie en omzet	9
3.1	Huidige situatie supermarkten in Woerden	9
3.2	Toekomstige situatie	9
3.3	Perspectieven nieuwe supermarkt	11
3.4	Prognose marktpositie nieuwe supermarkt	11
3.5	Conclusie marktpositie nieuwe supermarkt	13
4	Marktpositie markthal	14
	Toeristische trekker	16
4.1	Aansluiting op het stadscentrum van Woerden	16
5	Eindconclusie	18

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

Nabij het stadscentrum van Woerden doet zich een mogelijkheid voor om het bestaande distributiecentrum op de locatie tussen de Edisonstraat en Singelhof om te bouwen naar een nieuw concept. “De Hallen” bestaat uit drie onderdelen, namelijk een een markthal (dagelijks aanbod van lokale versproducten), een innovatiehal (creatief ondernemen) en een superhal (kwaliteits-supermarkt).



In deze rapportage wordt ingegaan op de marktruimte en toekomstperspectief voor de markthal in combinatie met een nieuwe supermarkt op deze locatie. Voor de innovatiehal geldt minder de economische haalbaarheid, maar meer de toegevoegde waarde voor dit totaalconcept. Dit is een uniek concept binnen Woerden en zal in een andere setting worden gepresenteerd.

Er is sprake van eigendom van de opstallen, voldoende parkeergelegenheid en de nabijheid van een Aldi-supermarkt. Ook is er marktruimte in Woerden voor een uitbreiding van de oppervlakte aan supermarkten. Aan veel voorwaarden lijkt derhalve voldaan te kunnen worden, maar er zijn nog vragen die beantwoord moeten worden alvorens verdere stappen te ondernemen.

Voordat er volg stappen genomen kunnen worden moeten de volgende vragen worden beantwoord:

1. **Locatie:** Wat is de kwaliteit van De Hallen wat betreft de ligging in Woerden, de bereikbaarheid vanuit de woonwijken en regio, de zichtbaarheid, aanwezigheid overige voorzieningen, concurrentie, omgevingskwaliteit, parkeergelegenheid, indeelbaarheid pand en bevoorrading? Kortom, alle randvoorwaarden die belangrijk zijn voor het functioneren van een dagelijkse versmarkt en een supermarkt.
2. **Toekomstperspectief:** Wat is de marktruimte in Woerden en omliggende regio en wat zijn de economische mogelijkheden voor een dagelijkse versmarkt in combinatie met een grote supermarkt op deze locatie in Woerden?;
3. **Randvoorwaarden:** welke eisen moeten gesteld worden aan deze ontwikkeling om ook in de toekomst economisch rendabel te blijven? Dit geldt met name voor de dagelijkse versmarkt;
4. **Effectanalyse:** welke effecten kunnen optreden als gevolg van de opening van de Hallen? Daarbij wordt ingegaan op de effecten voor de winkels in het centrum en veranderende loop- en koopstromen. Verder wordt gekeken naar de effecten in een groter gebied;

2 Kenmerken locatie

2.1 Algemeen

In Woerden doet zich de mogelijkheid voor om de huidige groothandel “Gerritse” in ijzerwaren te herontwikkelen. Deze firma overweegt om te zijner tijd te reloceren naar een beter passend gebouw. Deze gebouwen behoren al min of meer tot het industrieel erfgoed en zal in de huidige vorm blijven staan.

Afbeelding 1: huidige situatie

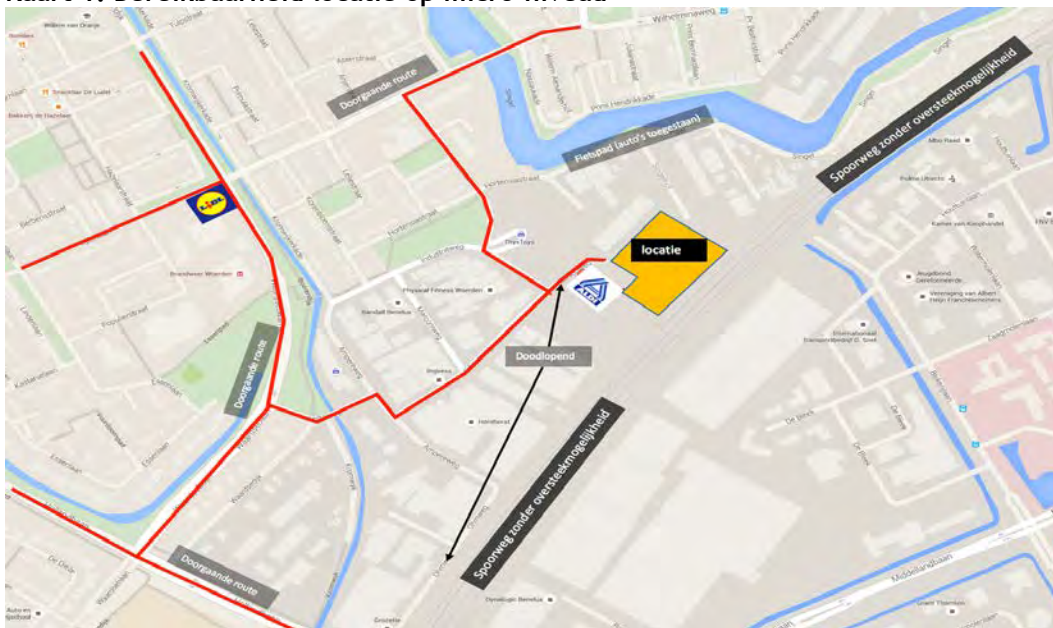


2.2 Ligging en bereikbaarheid

Kenmerkend voor deze locatie is dat het op een bedrijventerrein is gevestigd. Dit terrein met de naam “Honthorst” ligt tussen het spoor en het stadscentrum in en is direct gelegen aan een woonbuurt. In de loop der tijd is dit terrein behoorlijk “verkleurd”. Naast een kinderopvang is er bijvoorbeeld een speelgoedwinkel te vinden. Maar de belangrijkste wijziging is recent geweest in de vorm van een nieuwe Aldi, helemaal gebouwd volgens de (strengere) regels van het Duitse hoofdkantoor.

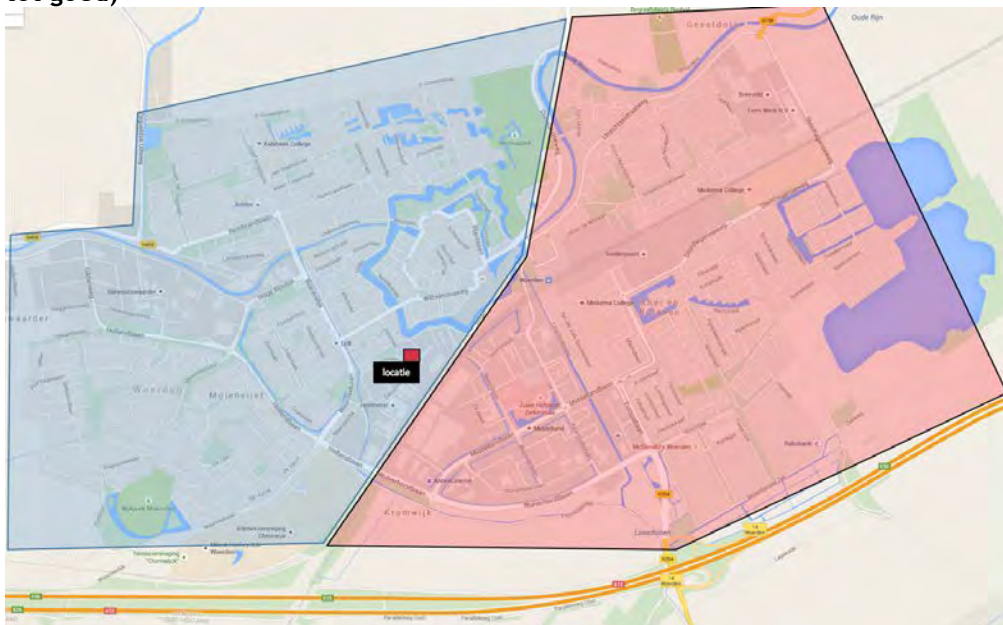
Belangrijk kenmerk van deze locatie is dat het redelijk ligt ingesloten in de bebouwing van het bedrijventerrein. Er is op dit moment nog geen sprake van een duidelijk zichtbare locatie langs een doorgaande verkeersverbinding en ook nog niet de associatie met een winkelgebied. De bereikbaarheid per auto is redelijk tot goed, afhankelijk van welke richting de bezoekers komen. De rode lijnen in figuur 2 zijn de logische routes voor inwoners uit Molenvliet, de Bloemen- en bomenbuurt en het centrum. De Hallen zullen door de grote trekkracht van de invulling naar verwachting echter snel in de “mental map” van de Woerdenaren en de bewoners in het omliggende groene hart gaan komen.

Kaart 1: Bereikbaarheid locatie op micro-niveau



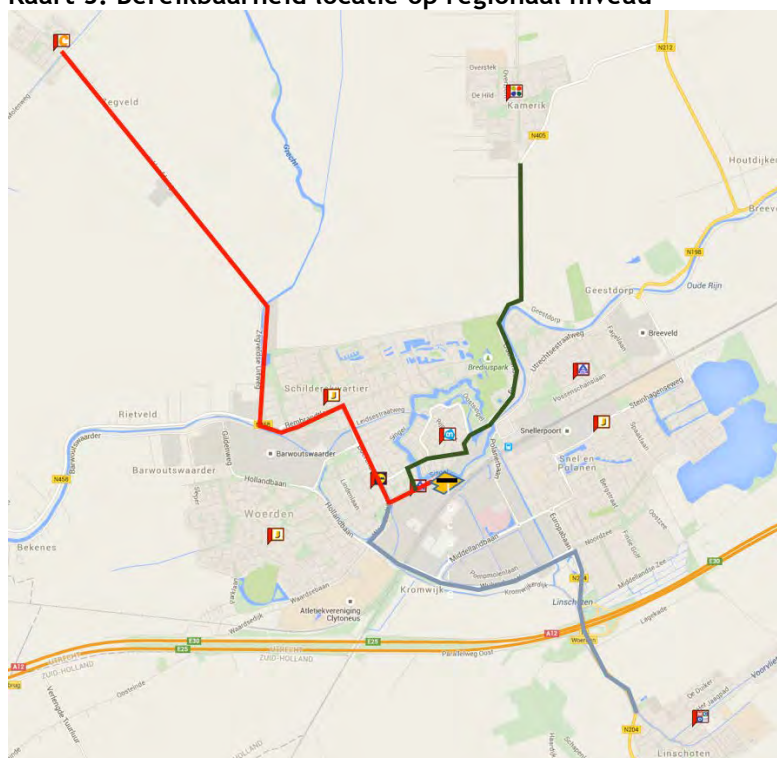
Op Macro-niveau gezien blijkt dat deze locatie door de aanwezigheid van de spoorlijn wat minder goed bereikbaar is voor de inwoners van de oostelijke zijde (Polanen) van Woerden. Er treedt een tweedeling op voor de inwoners die het project logischerwijze wel kunnen gaan bezoeken (het blauwe deel) en mensen die daar meer moeite voor moeten doen (het rode deel van de kaart). Uiteraard is het project met de auto of fiets wel bereikbaar voor mensen uit Polanen of het Staatsliedenkwartier, maar deze mensen moeten wel omrijden. Op zich zijn dit echter maar enkele minuten rijden. Als de attractiefactor voldoende is, zullen de meeste mensen daar geen probleem van maken.

Kaart 2: Bereikbaarheid locatie op macro-niveau (rood is matig, blauw is redelijk tot goed)



Het bovenstaande geldt met name als er enkel een supermarkt op deze plek gevestigd zou zijn. Door de combinatie van markthal en supermarkt treedt er echter een flinke compensatie op. Vanuit de geografische theorie geldt dat mensen sneller over belemmeringen heen stappen als de attractie groter is. Dat geldt bijvoorbeeld ook voor een stadscentrum of een evenement: als het maar aantrekkelijk genoeg is, is het geen probleem om langer te zoeken naar een parkeerplaats en/of parkeergeld te betalen. Op regionaal niveau is de ligging van het project redelijk goed. Voor bewoners uit Kamerik, Linschoten en Zegveld is de nieuwe supermarkt redelijk goed bereikbaar. Voor de kernen die verder weg liggen (o.a. Harmelen, Oudewater en Montfoort) is de attractiefactor bepalend of mensen de moeite nemen om hier naar toe te rijden. De kracht van het concept en de kwaliteit ervan is derhalve heel sterk bepalend hoe groot de regio gaat worden. Juist omdat dit de grootste en dominante supermarkt kan gaan worden in combinatie met een mooie vershal, zal dit voor regiobewoners de favoriete supermarkt gaan worden als ze toch hun eigen kern verlaten. De combinatie van markthal en supermarkt is in dit geval een “unique selling factor” en daardoor een extra stimulans om juist hier naar toe te gaan.

Kaart 3: Bereikbaarheid locatie op regionaal niveau



Geconcludeerd kan worden dat de ligging, zichtbaarheid en bereikbaarheid van dit project per woongebied verschilt. De directe omgeving bestaat uit een bedrijventerrein, met weliswaar enige detailhandelsactiviteiten, maar nog geen logische winkelomgeving. Dit zal echter snel veranderen als de sterke combinatie van de trekkracht van een grote supermarkt én de markthal er eenmaal staat. Het bijzondere versaanbod in de markthal zal een stimulans vormen om daar heen te rijden. Ook de combinatie met Aldi is in dat opzicht een voordeel.

2.3 Kwaliteiten locatie

In deze paragraaf zal nader worden ingegaan op de kwaliteiten en kenmerken van de locatie. In onderstaand overzicht wordt een beoordeling gegeven per onderdeel.

Afbeelding 2: luchtfoto Markthal en omgeving



Pand

Het geheel bestaat uit twee geschakelde, langgerekte units (de lichtgrijze daken), direct gelegen aan de spoorlijn. De luchtfoto is genomen vóór de bouw van de Aldi. De unit met het donkere dak is nu in gebruik als parkeergarage plus woningen en recent opgeleverd. De opzet is om de panden zoveel mogelijk intact te laten gezien de (bijna) monumentale status ervan. Hier kan een supermarkt in geplaatst worden met een goede breedte/diepte verhouding. Een punt van aandacht zijn de grote hoeveelheid (houten) kolommen die op een goede manier dienen te worden geïntegreerd.

Relatie met stadscentrum

Op de luchtfoto is goed te zien dat de locatie zeer nabij het stadscentrum van Woerden ligt. Er zal echter wel een oplossing gezocht moeten worden om de barrière van het

water lang de Singel te verminderen. De Mandelabrug en de brug over de Chrysantstraat zijn nét te ver weg voor bezoekers die te voet richting het stadscentrum willen lopen. De loop- en fietsbrug zoals die in de planvorming besloten ligt is dan ook zeer gewenst om de relatie met het stadcentrum te intensiveren.

Parkeergelegenheid

Het huidige parkeerterrein biedt ruimte voor tenminste 150 auto's. Dit zijn exclusieve plaatsen voor de supermarkt op het terrein aan de voorzijde van de supermarkt. Dit aantal plaatsen is ruim voldoende voor circa 200 autobezoekers per uur. Mochten er problemen opduiken met langparkeerders, dan zou eventueel een slagboom gebruikt kunnen worden. In de toekomst is het aantal parkeerplaatsen nog uit te breiden, waardoor er dan 300 plaatsen beschikbaar zouden zijn. Met dit aantal kan ook de grote drukte op bijvoorbeeld zaterdagochtend worden opgevangen. De ruime parkeergelegenheid kan ook gebruikt worden om bussen met toeristen en belangstellenden een plaats te geven. Bij gebleken vraag zou zelfs een combinatie gemaakt kunnen worden met fietsen- en sloepenverhuur

Aanvullend aanbod

De versmarkt/markthal is een belangrijke extra stimulans om bezoekers naar dit gebied te trekken. Bezoekers kunnen dan in alle rust ook genieten van het aanbod aan lokale en verse producten. Voor veel mensen uit de wijde omgeving is dit al stimulans genoeg om hier naar toe te komen.

De Jumbo foodmarkten zoals die nu gevestigd zijn in Breda en Amsterdam zijn een groot succes en blijken bezoekers van ver te trekken door het ruime versaanbod. De nieuwste ontwikkeling is de Jumbo foodhal in een voormalig fabrieksgebouw aan de Noordkade in Veghel. Hier wordt ook heel sterk ingezet op lokale aanbieders van vers en het ter plekke consumeren bij de vele horeca-plekken. Verder is de toevoeging van daghoreca ook een belangrijke stimulans. Mensen kunnen dan rustig hun kopje koffie met verse, lokale producten nuttigen.

Impressie proeffabriek in de Jumbo Foodmarkt Veghel



Expeditie

De huidige bebouwing zal in stand worden gehouden. De ijzerhandel heeft nu een goed geoutilleerde en verdiepte bevoorrading met vrachtwagens. Punt van aandacht bij het terreinontwerp is wel dat de vrachtwagen niet gaat kruisen met het verkeer van bezoekers.

Omliggend aanbod en trekkers

Dit project ligt op een bedrijventerrein en wordt nauwelijks door omliggend aanbod ondersteund. Wel is de naastgelegen Aldi een groot pluspunt, omdat er na de komst van het project een forse supermarktconcentratie aanwezig is in het hoge én lage segment.

Openbaar gebied

De uitstraling van een bedrijventerrein lijkt gevoelsmatig op het eerste gezicht niet direct mee te werken aan het succes van een supermarkt. In de praktijk blijkt dit echter geen enkel probleem te zijn. De Jumbo foodsupermarkten in Amsterdam-Noord (vml. Stork-gebouw) Breda, Veghel en Groningen liggen allen op een bedrijventerrein of in een voetbalstadion. Bezoekers trekken zich daar weinig van aan, omdat de attractiewaarde hoog is en de meeste mensen per auto komen. Aandachtspunt is wel hoe de omgeving stimulerender kan werken voor de (potentiële) bezoekers van de supermarkt.

2.4 Conclusie kwaliteiten

Voor deze locatie geldt dat hij in principe geschikt is te maken voor de beoogde invulling met een supermarkt en een markthal. De combinatie ervan zal een grote trekkracht hebben op de bevolking van Woerden en de regio er om heen. Er is ruimte genoeg voor alle logistieke zaken zoals parkeren en bevoorrading. Lastiger is de “inbedding” in de omgeving. Ook al zal deze supermarkt en de markthal grotendeels doelgericht worden bezocht, dan nog zal er aandacht besteed moeten worden aan de (be)geleiding van de bezoekers. Dit kan voor een deel worden opgelost met signing of andere signalen langs de route. Verder geldt dat naarmate de supermarkt groter is, er meer autonome trekkracht zal zijn. De directe relatie met het stadscentrum door middel van een loop/fietsbrug is een mooie kans om dit project goed te laten “wortelen” in Woerden.

3 Marktpositie en omzet

Eerst zal worden ingegaan op de toekomstige marktpositie voor een nieuwe supermarkt in De Hallen. Vervolgens zal de toekomstige positie van de dagelijkse versmarkt worden behandeld.

3.1 Huidige situatie supermarkten in Woerden

Vijf zaken zijn kenmerkend voor het huidige supermarktaanbod in Woerden:

1. De dominantie van Jumbo, die in korte tijd drie C-1000 vestigingen heeft omgebouwd, met de meest recente in Polanen. Deze laatste is op dit moment ontegenzeggelijk de meest succesvolle in Woerden;
2. Het monopolistische karakter van het supermarktaanbod. De inwoners in de wijken kunnen slechts kiezen uit één formule, meestal de Jumbo;
3. De laatste jaren is er door de ombouw naar Jumbo sprake van een “upgrading” in segment. AH-Wagenstraat heeft ondanks de slechte winkel heel lang kunnen profiteren van het gegeven dat zij de monopolist waren in het luxe segment en de inwoners van Woerden geen andere keuze hadden. Dat is nu radicaal gewijzigd;
4. Ondanks de upgrading ontbreekt er nog steeds een echte regiowinkel die in staat is een kernoverstijgende functie te combineren met trekkracht richting de omliggende regio en kan concurreren met het aanbod in Leidscherijn en Gouda;
5. Er is in de huidige situatie nog steeds sprake van een onderaanbod aan supermarkt-oppervlakte per inwoner ($0,22 \text{ m}^2 \text{ w.v.o.}^1/\text{inw}$) in vergelijking met het gemiddelde van Nederland ($0,26 \text{ m}^2 \text{ w.v.o.}/\text{inw}$).

3.2 Toekomstige situatie

Door de komst van een grote supermarkt centraal in Woerden zal er veel gaan veranderen binnen de verhoudingen. Uitgangspunt op dit moment is een supermarkt van ca. $2.500 \text{ m}^2 \text{ w.v.o.}$ met ruim parkeren (150 plaatsen exclusief) in het “hoge” segment. Welke formule er in gaat komen, hangt van veel factoren af. Voorlopig is ook het uitgangspunt dat er een kwalitatief hoogwaardige formule als AH of Plus in komt. Dit in combinatie met een ondernemer die geworteld is in de lokale gemeenschap.

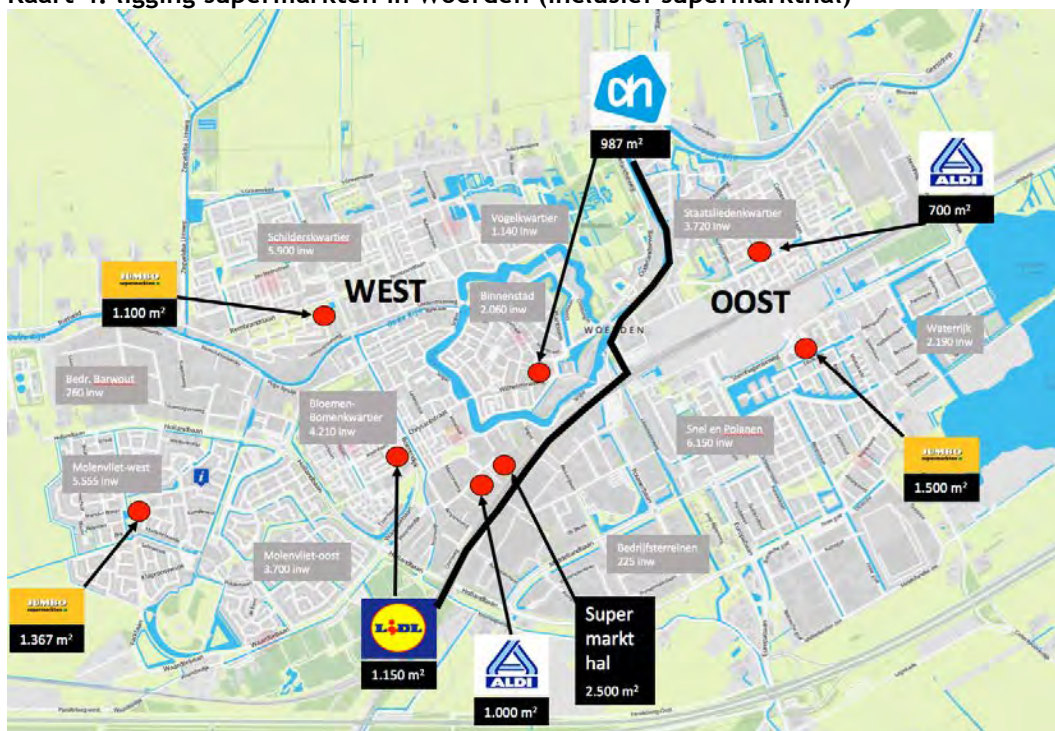
¹ Winkelvloer oppervlakte, deel van de winkel waar klanten kunnen winkelen

De bovengenoemde vijf kenmerken zullen er na de komst van de nieuwe supermarkt als volgt uit gaan zien:

1. Op wijk- en buurtniveau zal Jumbo dominant blijven, maar een grote service-supermarkt in het project zal voor heel (west) Woerden een centrale rol gaan spelen;
2. Bewoners uit de wijken met alleen een Jumbo zullen gaan kiezen of ze regelmatig de wijk uitgaan voor de boodschappen. De concurrentiestrijd zal hard zijn;
3. De nieuwe supermarkt zal moeten opboksen tegen zowel de Jumbo's als de sterke hard-discounters Lidl en Aldi;
4. Door de aanwezigheid van een echte regiowinkel zal er een hoger koopkrachtbinding gegenereerd worden en minder afvloeiing op gaan treden;
5. In de toekomstige situatie zal er in Woerden sprake zijn van een wat hoger aanbod dan het Nederlands gemiddelde. Bij een oppervlakte van 2.500 m² w.v.o. is dit cijfer 0.29 m² w.v.o./inw. Deze cijfers zijn door de relatief grote toevloeiing van bezoekers vanuit de omliggende kernen echter als volstrekt normaal te duiden. Er zijn kernen met een regionale functie die een aanbod hebben van 0,45m²/w.v.o./ inw. Dit is echter geen enkel probleem omdat de regionale klanten veel omzet brengen en zodoende de supermarkten een rendabele exploitatie kunnen geven.

De toekomstige verdeling van het supermarktaanbod ziet er als volgt uit:

Kaart 4: ligging supermarkten in Woerden (inclusief supermarkthal)



Duidelijk is te zien dat er een scheve verdeling bestaat: 6 van de 8 supermarkten liggen aan de westelijke zijde van Woerden, terwijl er slechts 2 aan de oostzijde liggen.

3.3 Perspectieven nieuwe supermarkt

De belangrijkste vraag is welke marktpositie de nieuwe supermarkt kan behalen in de toekomst.

Belangrijkste elementen voor de toekomstige marktpositie zijn:

- De nieuwe supermarkt zal de dominante supermarkt van Woerden en de omliggende regio worden in oppervlakte en in parkeergelegenheid;
- In potentie kan deze locatie groeien naar een sterke positie door de combinatie van een grote service-supermarkt en de grote hard-discounter Aldi;
- Op wijk- en buurtniveau is Jumbo zeer sterk en heeft een monopolypositie in de meeste buurten;
- De concurrentie van de bestaande AH in het centrum is relatief zwak en het nieuwe project zal een deel van de omzet van deze winkel over kunnen gaan nemen;
- Door de sterke fysieke barrière van de spoorlijn zal de nieuwe supermarkt alleen een goede marktpositie kunnen opbouwen aan de westelijke zijde van Woerden. Daar zit echter ook de meeste concurrentie;
- Aan de oostelijke zijde van Woerden is weliswaar een onderbezetting van supermarktaanbod, maar de gevoelsmatige afstand naar het nieuwe project is voor de bewoners in dit gebied groot, waardoor dit geen automatische keuze gaat worden. De trekkracht van de ruime parkeergelegenheid en de aanwezige markthal zal voor veel mensen aan de oostelijke zijde echter een compensatie vormen voor de extra reistijd, waardoor er toch veel omzet vanuit deze kant van Woerden gaat komen;
- Voor de inwoners van de omliggende kernen Linschoten, Kamerik en Zegveld geldt dat de verbinding relatief goed is. Dat wil zeggen: het nieuwe project is even goed bereikbaar als de overige supermarkten en het lijkt dan logisch dat dit de meeste favoriete winkel gaat worden voor de regiobezoeker, zeker gezien de ruime parkeergelegenheid en de aanwezige markthal;

3.4 Prognose marktpositie nieuwe supermarkt

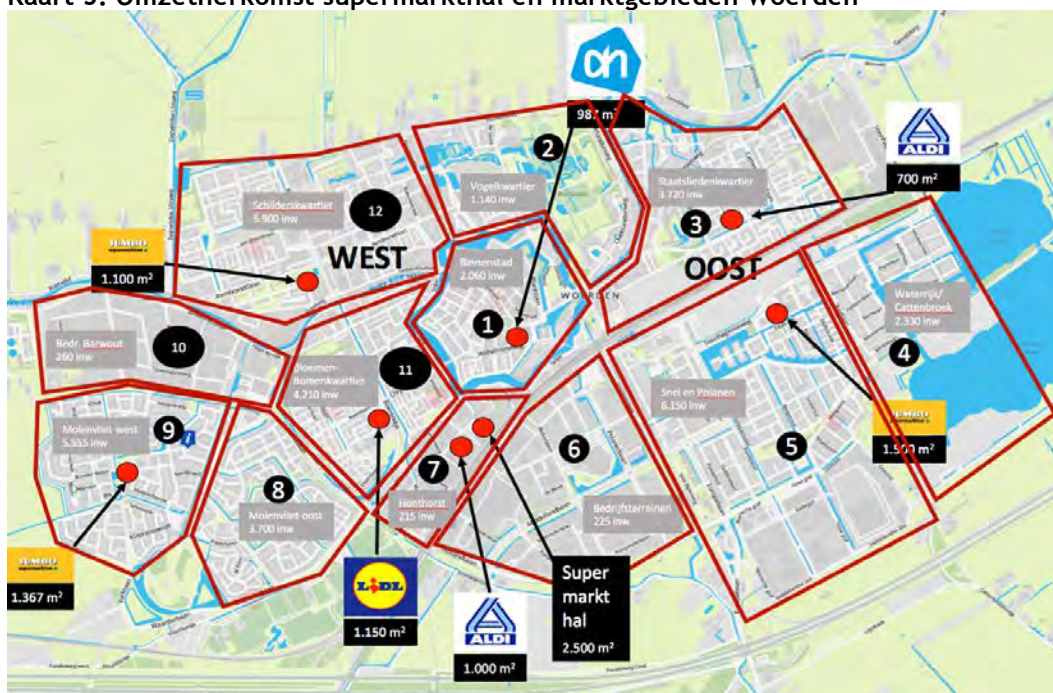
Voor de nieuwe supermarkt zal het verzorgingsgebied geheel Woerden betreffen, waarbij uiteraard de hoogste marktaandelen in de wijken rondom het centrum en de omliggende kernen behaald zullen worden. In de wijken waar Jumbo dominant/monopolist is zullen uiteraard lagere marktaandelen worden behaald. Verder moet rekening worden gehouden met het gegeven dat Lidl en Aldi omzet zullen blijven afromen uit de omliggende wijken, omdat zij met een hard-discountsegment ook een wijkoverstijgende functie hebben.

Voor de indicatie van de toekomstige marktpositie van de supermarkt is gebruik gemaakt van de volgende uitgangspunten:

- Service-supermarkt van minimaal 2.500 m² w.v.o., moderne winkel, nieuw actueel winkelbeeld met veel aandacht voor vers enz. (Jumbo foodmarkt/XL-achtig);
- Parkeergelegenheid ruim 150 plaatsen, exclusief voor klanten van de supermarkt en de markthal;
- De uitstraling en zichtbaarheid van de supermarkt wordt maximaal gezien de ligging en andere omstandigheden;
- Bereikbaarheid per auto is sterk afhankelijk van de wijk waarin de klant woont;
- Supermarktaanbod in Woerden blijft op zelfde niveau, bestaande AH in centrum blijft open;
- Duidelijke en actieve profilering van deze supermarkt om de nadelen van de ligging zoveel mogelijk te compenseren;

In onderstaande kaart wordt de verdeling in omzetherkomstgebieden aangegeven. Woerden is opgedeeld in 12 deelgebieden. Van elk gebied staat in de onderstaande tabel het aantal inwoners, de bereikbaarheid van het project en de concurrentie. Op basis hiervan is per gebied een inschatting gemaakt van het potentieel te behalen marktaandeel. Hiermee kan dan ook een inschatting gemaakt worden van het te bereiken marktaandeel per gebied.

Kaart 5: Omzetherkomst supermarkthal en marktgebieden Woerden



Tabel 1: prognose marktpositie/omzetherkomst supermarkthal

Nr	Gebied	Inw.	Concurrentie	Bereikbaarheid project	Verwacht marktaandeel
1	Centrum	2.060	AH	redelijk	hoog
2	Vogelkwartier	1.140	AH	redelijk	Zeer hoog
3	Staatsliedenkwartier	3.720	Jumbo, Aldi	matig	Laag
4	Waterrijk/Cattenbroek	2.330	Jumbo	matig	Laag
5	Polanen	6.150	Jumbo	matig	Laag
6	Bedrijventerrein	225	Jumbo	matig	Hoog
7	Honthorst	215	Aldi	zeer goed	Zeer hoog
8	Molenvliet-oost	3.700	Lidl, Jumbo	redelijk/goed	Zeer hoog
9	Molenvliet-west	5.555	Jumbo	redelijk	Hoog
10	Barwout	260	Jumbo	redelijk	Hoog
11	Bloemen/Bomen kw	4.210	Lidl, Jumbo	goed	Zeer hoog
12	Schilderskwartier	5.900	Jumbo, Lidl	redelijk	Hoog
	omliggende kernen	7.605	Divers	redelijk/goed	gemiddeld
	Overige toevloeiing				
	Totaal	43.070			

3.5 Conclusie marktpositie nieuwe supermarkt

De komst van een nieuwe, dominante supermarkt net buiten het centrum van Woerden zal de bestaande omzestromen in en naar Woerden gaan wijzigen. Weliswaar is er een handicap door de niet optimale ligging en matige bereikbaarheid vanuit de oostelijke delen van Woerden, maar dit project kan vanuit alle hoeken (ook de regio) voldoende omzet behalen. Het nieuwe project zal met name een rol gaan vervullen voor de gehele westelijke zijde van Woerden Vanuit de oostelijke zijde zal relatief weinig omzet behaald gaan worden door de matige verbindingen.

4 Marktpositie markthal

De vraag naar biologische en duurzaam geproduceerde versartikelen is sterk groeiend in Nederland. Momenteel is de omzet aan deze artikelen al boven de 1 miljard euro en dit groeit alleen maar. De meeste van deze bestedingen (68%)² verlopen nog steeds via de supermarkt, maar door de groei van het aantal versmarkten en andere aanbieders is dit kanaal sterk in opkomst. Nederlanders blijken ook graag biologische producten op een markt te willen kopen, maar dit komt er vaak niet van waardoor de aankopen grotendeels via de supermarkt gaan³. Op veel plekken in Nederland zijn initiatieven gestart met de opening van een markthal. Belangrijk aandachtspunt is wel dat “de” markthal niet bestaat, er zijn veel verschijningsvormen, variërend van een klein boerenmarktje met beperkte openingstijden tot aan de enorme markthal in het centrum van Rotterdam.

De markthal in Woerden zit daar een beetje tussen in. Enerzijds de lokale en kleinschalige component en anderzijds voldoende schaalgrootte met professioneel management. Een onderscheidende factor is de koppeling met een sterke supermarkt. Dit levert een vaste stroom consumenten op van circa 20.000 mensen per week. Dit is een erg belangrijke factor voor de overlevingskansen en rendement.

Er is nog steeds weinig bekend over het economisch functioneren van nieuwe versmarkten zoals die op veel plekken in Nederland verschijnen. Het nieuwe concept van versmarkt zoals dat bijvoorbeeld in Eindhoven, Rotterdam of Roosendaal is neergezet, is nog relatief nieuw. Wel is duidelijk dat de “gewone” warenmarkten in steden en dorpen moeizaam functioneren, waarbij met name de non-food het erg moeilijk heeft. Horeca doet het daarentegen meestal goed. Dit heeft veel te maken met maatschappelijke en technologische veranderingen in de maatschappij, waardoor grote groepen mensen niet meer de moeite nemen om naar de warenmarkt in de buitenlucht te gaan. Uiteraard zijn de markten in bijvoorbeeld Groningen, Den Bosch of de Dappermarkt in Amsterdam nog steeds publiekstrekkingen, maar juist de kleinere markten in de dorpen en stadswijken hebben het lastig.

Voor de versmarkt “nieuwe stijl” is op basis van de trends in de samenleving marktruimte, mits goed gepositioneerd en aansluitend op de wens van de huidige klant. De markthal in Rotterdam trekt bijvoorbeeld negen miljoen bezoekers per jaar en de recent geopende versmarkt in Eindhoven op Strijp 5 (Het Veem) groeit elke week in

² Bio monitor, 2013

³ De Marktpotentie van streekproducten in Nederland, M. Vijn, M. Schoutsen en M. Van Haaster, Wageningen UR, 2013

bezoekersaantal. Op de foto één van de kraampjes met daarin een zeer tevreden ondernemer in Eindhoven.

Daarentegen vallen de bezoekersaantallen van de Versmarkt in Roosendaal (in de kelder van de Biggelaar) tegen, maar dat valt te verklaren doordat niet voldaan wordt aan een aantal randvoorwaarden zoals bereikbaarheid, zichtbaarheid, attractiviteit en aanbod. Er is voor bezoeker ook geen andere trekker die een stimulans biedt om naar deze versmarkt te lopen.

Afbeelding 2: ondernemer versproducten in het Veem te Eindhoven



Ter voorbereiding op dit project in Woerden is een aantal versmarkten in Nederland bezocht, waarbij is gekeken naar de leerpunten. Deze zijn:

1. De koppeling met een supermarkt is van cruciaal belang voor het succesvol functioneren van de markthal. De markthal in Woerden zou zonder supermarkt te weinig publiek trekken om rendabel te opereren. Bij de indeling zal rekening gehouden moeten worden met de logistieke eisen van de bezoeker en de aansluiting op de parkeerplaats;
2. Er zal een duidelijke keuze gemaakt moeten worden voor onderscheidende producten die niet in de supermarkt aangeboden worden. Liever minder en authentiek dan meer artikelen die ook in de supermarkt liggen. Naast lokale producten zou er bijvoorbeeld ook nog een aanbieder kunnen zijn met bijzondere bieren of worstspecialiteiten of mediterrane artikelen zoals bijzondere olijfolie.
3. Zelfstandige ondernemers zoals in Eindhoven en Rotterdam is in Woerden niet haalbaar, maar compensatie kan gevonden worden in de inzet van media en activiteiten. Media in de vorm van grote schermen met doorlopende demonstraties/filmpjes over de boerderij, maar ook live-cams van een bijenkorf, de stal of de jamproductie. De verschillende lokale producenten zou bijvoorbeeld op de vrijdag/zaterdag een platform geboden moeten worden. Uitgangspunt moet zijn een permanente stroom aan informatie en aandachttrekkers in de vershal;
4. Verder is de rol/aanwezigheid van een (deskundige) gastheer/gastvrouw noodzakelijk die klanten kan verwelkomen, advies kan geven, de weg kan wijzen of een praatje kan maken;
5. Horeca is belangrijk, zo wordt het meer een "uitje" voor de bezoekers die producten kunnen nuttigen die ze gekocht hebben;
6. Aanvullende voorzieningen als een kinderhoek of zitbanken verlengen de verblijfsduur;

Met name de aanwezigheid van een supermarkt die circa 20.000 bezoekers per week trekt is van groot belang voor het functioneren van de versmarkt. Ook aan de andere voorwaarden kan voldaan worden, waardoor de kans op rendabel functioneren positief ingeschat kan worden.

Toeristische trekker

Woerden heeft van oudsher al de naam van kaasstad in het groene hart van Nederland. In combinatie met een gezellig en historisch centrum met veel water is dit een belangrijke trekker voor toerisme en recreatie. Ook zaken als steekproducten die gekoppeld zijn aan het groene hart kunnen meewerken aan het op de kaart zetten van Woerden. De nieuwe markthal met een dagelijks aanbod aan authentieke en verse streekproducten zal in staat zijn om veel toeristen te trekken. Deze toeristen kunnen het bezoek aan de markthal combineren met het stadscentrum, dat slechts op enkele minuten lopen ligt. Mits goed aangepakt, zal de markthal een trekker van formaat kunnen gaan worden.

Afbeelding 3: Speerpunten ontwikkeling toerisme in Woerden



4.1 Aansluiting op het stadscentrum van Woerden

De ligging van de Hallen is aan de buitenrand van het centrum aan de Singel. Om de aansluiting te optimaliseren is het plan om een extra fiets/wandelbrug aan te leggen, waardoor bezoekers van en naar de Hallen een directe aansluiting hebben. Op onderstaande kaart zijn de wandel- en fietsafstanden ingetekend. Op basis van de routeberekening van Google maps wordt duidelijk dat een rondwandeling vanaf de Hallen via de Haven en weer terug via de Havenstraat circa een kwartier kost als gebruik wordt gemaakt van de wandelbrug. Met de fiets is dit circa zes minuten.

Voor de lokale bevolking en toeristen die de diverse attracties van Woerden willen bezoeken zou het een goede mogelijkheid zijn om de auto nabij de Hallen te parkeren en van daaruit het stadscentrum te bezoeken. Na een korte gewenningsperiode mag verwacht worden dat dit rondje vanzelfsprekend is voor de Woerdenaren, toeristen en recreanten.

Het assortiment dat in de markthal van Woerden wordt aangeboden, is complementair met dat van veel andere winkels in het centrum. Het aanbod zal bestaan uit lokaal geproduceerde versproducten die rechtstreeks door de producenten zal worden

geleverd en verkocht. Dit assortiment is niet in de supermarkt te vinden, maar ook niet in de versspecialzaken in het centrum.

Kaart 6: Aansluiting Hallen op stadscentrum Woerden voor voetgangers en fietsers



Consumenten en toeristen zullen dan ook extra bestedingen gaan doen in versproducten, zo leert de ervaring. Dit omdat er sprake is van een zeer attractief aanbod dat appelleert aan de trend naar authenticiteit in de maatschappij. Er zal dan ook nauwelijks tot geen sprake zijn van concurrentie met overige winkels, zelfs niet met de naastgelegen supermarkt.

5 Eindconclusie

Dit project aan de Edisonweg-Singelhof biedt voldoende fysieke en markttechnische ruimte voor het realiseren van het project van de Hallen, met daarin een supermarkt, een versmarkt en een innovatiehal. Sterk punt is de ligging direct aan het centrum in combinatie met ruim parkeren. Hierdoor kan de grootste en sterkste supermarkt van Woerden en de regio gerealiseerd gaan worden. De combinatie met een markthal is erg sterk en past naadloos in de huidige trend naar meer vers, meer lokale producten en meer authenticiteit. Het gehele concept van de Hallen laat ook zien dat ondernemingen zich meer bewust zijn van hun maatschappelijke rol.

Mits het project goed uitgewerkt kan worden in oppervlakte en kwaliteit, is er voldoende marktpotentie om dit rendabel te laten functioneren. De markthal heeft de grote stroom van circa 20.000 wekelijkse supermarktbezoekers ook nodig te overleven, zo blijkt wel uit ervaringen elders. Deze combinatie van attractieve elementen kan binnen korte tijd een sterke positie opbouwen bij de Woerdenaren, maar zal ook een nieuwe stroom toeristen gaan trekken. Door de nieuw te bouwen wandelbrug is er sprake van een directe verbinding met het stadscentrum met korte wandel- en fietstijden. Een punt van aandacht voor de autobezoeker is wel de bewegwijzering in Woerden: dit zal goed geregeld moeten worden om de bezoekers snel de Hallen te laten vinden.

Door het unieke assortiment van de markthal met enkel lokaal geproduceerde en verse producten zal er weinig concurrentie op gaan treden met de zittende lokale ondernemers in het centrum. De verwachting is dat dit project in korte tijd een sterke positie op kan gaan bouwen in Woerden en omliggende regio.