Decathlon

Voorzitter,   
  
ik zal ingaan op de gang van zaken rond het besluit dat gemaakt is in de Stadsregio’s, het onderzoek dat aan beide besluiten ten grondslag ligt, het bedrijf Decathlon zelf en ons provinciaal beleid.  
  
In februari diende de Stadsregio Rijnmond een zienswijze in op de Visie Ruimte en mobiliteit die toen ter inzage lag. In die zienswijze schrijft de Stadsregio dat ze, ik citeer: “een sturende rol van de Provincie verwacht waar het gaat om grootschalige ontwikkelingen die effect hebben op meerdere REO-gebieden, zoals bij de actuele Decathlondiscussie”.   
We zijn dan ook blij dat de Stadsregio het belang erkent van een sturende rol van de Provincie en dat ze een eventueel negatief besluit sportief zullen oppakken.  
  
De werkgroep grootschalige detailhandel van de Stadsregio Rijnmond heeft voor het regionaal economisch overleg over Decathlon een advies uitgebracht en kwam daarin tot de volgende conclusies:  
  
1. Het thema bij de Hargalokatie heeft geen sterke samenhangende formule, de nadruk lijkt op de winkel te liggen.  
2. Van grootschalige producten is nauwelijks sprake, dus hier hoeft geen uitzondering te worden gemaakt.  
3. Het zogenaamde try en buyconcept lijkt te klein van omvang om een uitzondering te rechtvaardigen.  
4. Een extra winkel van deze omvang zal evenredig koopkracht onttrekken aan alle bestaande winkelarealen.  
en 5. De werkgroep had kritiek op de beschouwing door BRO over het beschikbare aanbod voor alternatieve locaties. Er had breder naar gekeken moeten worden. Dit is overigens in lijn met de conclusie in het rapport van DTNP.  
Het gaat hierbij overigens om twee BRO-rapporten. Een voor Schiedam uit januari en een latere voor Zuid-Holland. Maar beide rapporten bevatten hebben een sterke overlap.

De werkgroep vond als conclusie een uitzondering voor Decathlon, ook niet in de themacombinatie, ongewenst.  
  
Voorzitter, de conclusies van de werkgroep Grootschalige detailhandel volledig negerend in het advies van het Regionaal Economisch Overleg, noemt de gemeente Schiedam in een persbericht “een grondige toetsing” in de Stadsregio. Ik zou graag het tegenovergestelde willen beweren.

Dan de situatie in Haaglanden. Er is volgens ons geen onderzoek in Haaglanden geweest door de werkgroep detailhandel en Leisure van het Stadsgewest Haaglanden. Zij adviseert het dagelijks bestuur van het Stadsgewest over winkelplannen van 1.000m2 of meer.  
We hebben het nu over een ontwikkeling van 7 keer zo groot op het Forepark. We hebben getracht dit advies te krijgen, maar dat bleek onmogelijk, dus het is er zeer waarschijnlijk niet.  
  
Dat is heel vreemd en dat komt de zorgvuldigheid van het advies van het Regionaal economisch Overleg niet ten goede. Dit soort zaken zijn dan ook reden geweest om onze motie over de hervorming van deze Economische Overleggen in te dienen, maar daarover bij een volgend agendapunt meer.

En dat brengt mij op het rapport van BRO voor Zuid-Holland. Daar is heel veel kritiek op te leveren, maar daarvoor verwijs ik naar het rapport van DTNP dat wij onderschrijven.   
  
Ik beperk mij tot de kern van het BRO-rapport. Dat werkt met drie scenario’s. In alle drie de scenario’s gaat BRO er vanuit dat sprake zal zijn van een extra stimulans op de bestedingen aan sport en bewegen door de komst van een Decathlon. En daarom vallen volgens BRO de effecten mee.

Voor deze aanname is echter geen enkele onderbouwing, zoals BRO zelf ook schrijft. Ik citeer uit het rapport: “Cijfers hieromtrent zijn echter niet aanwezig”. Het enige waar een eventuele groei van de markt uit zou zijn af te leiden is een toespraak geweest van leden van de brancheorganisatie van sportwinkels in Frankrijk, over de situatie in Frankrijk, tot 2009. Ook hierbij zat geen onderbouwing.  
  
Kortom, het BRO-onderzoek kunnen we helaas niet serieus nemen, want het fundament van het onderzoek is een totaal onbewezen aanname.  
Overigens leest de bijlage in het rapport van BRO over het onderscheidende vermogen van Decathlon meer als een promotieverhaal en dat geeft ook ernstig te denken, aangezien deze bijlage tot stand is gekomen op basis van door BRO verricht onderzoek.  
  
Dan het bedrijf Decathlon zelf. Is dit nu zo bijzonder dat het een aparte behandeling verdient? Want, ondanks dat de ontheffing over sportdetailhandel gaat, is duidelijk dat dit het bedrijf is dat het moet worden.  
  
Als we kijken naar een interview met Wouter Endert, manager bij Decathlon in het blad Sport Partner in 2013, dan staat daar gewoon dat Decathlon graag de Nederlandse markt wil veroveren en dat ze heel graag perifere megastores wil. Daarnaast heeft Decathlon binnenstadwinkels en stadsdeelwinkels van 2500 tot 4000 m2 (de heer Uijlings ontkende dat in reactie op mijn vraag net) en is men in België bezig met de opzet van Decathlon Easywinkels. Een 4e winkelsoort dus.   
Kortom, dit bedrijf heeft vele mogelijkheden om zich in Nederland te vestigen naast de gewenste perifere megawinkels.

Het voeren van 80% eigen merken is ook een veel gebruikt argument om het bijzondere karakter van het bedrijf te benadrukken.  
Toegegeven, het is een slimme manier geweest om van de nood een deugd te maken, want veel A-merken wilden in de jaren ´80 helemaal niet leveren aan het bedrijf vanwege de uitstraling van de winkels. Dus is de opzet van huismerken een slimme zet geweest, die ook nog eens hogere winstmarges oplevert.

De presentatie van de huismerken van Decathlon lijkt precies op die van A-merken met voor veel of zelfs ieder huismerk een eigen website. Voor veel bezoekers is nauwelijks merkbaar dat het om huismerken gaat en dat is maar goed ook, want anders zou het voor een deel van het publiek de aantrekkelijkheid van Decathlon niet ten goede komen. Veel consumenten neigen toch naar zelfstandige merken.  
  
Kortom, het is een slimme manier van marketing, maar dit is ook geen argument om hiervoor een uitzonderingspositie te maken en moet het bedrijf als reguliere detailhandel worden beschouwd en daarvoor is op deze locatie in ons beleid geen plek.  
  
Want, voorzitter, ons beleid, dat we in juli hebben afgesproken, is gebaseerd op versterking van de huidige detailhandelslokaties in dorp- en stadscentra. Er is immers veel leegstand en we willen geen uitgestorven binnensteden. Sinds juli is er voor ons als SP niets verandert en houden we aan ons verstandige beleid vast.  
Dat wil zeggen dat we kiezen voor de ruimtelijke kwaliteit mogelijk gemaakt door een vitale middenstand in de huidige detailhandelslokaties. Deze plannen zijn daarmee in strijd en dus steunen we het voornemen van het college om beide ontheffingen te weigeren.