

Participatieverslag Uitbreiding Lidl Huizen

1. De kring van participanten

Bij het overleg over de mogelijke uitbreiding van Lidl in Huizen waren de volgende partijen betrokken:

- Huizer Ondernemers Federatie (HOF)
- Hart van Huizen
- Lidl Nederland
- Gemeente Huizen

2. Wijze van overleg

Op uitnodiging van de gemeente Huizen zijn bovenstaande partijen samengebracht om te spreken over de mogelijke uitbreiding van Lidl. Daarnaast vond begin 2023 een bedrijfsbezoek plaats, waarbij het college van B&W Lidl in Huizen bezocht. Tijdens dit bezoek werd gesproken over diverse ontwikkelingen die zowel Lidl als de gemeente raken. Een van de besproken punten was de wens van Lidl om de winkel uit te breiden om toekomstbestendig te blijven. Lidl heeft hierover contact gezocht met de Huizer Ondernemers Federatie (HOF). Vanuit de HOF is echter aangegeven dat een inhoudelijk overleg hierover werd afgehouden, met verwijzing naar eerder gemaakte afspraken in het bestemmingsplan Haven en Bedrijventerreinen. Om de dialoog op gang te brengen, heeft de gemeente Huizen uiteindelijk de betrokken partijen bij elkaar gebracht.

3. Inbreng van de participanten

De gemeente heeft de participanten bijeen gebracht om standpunten uit te wisselen (zie bijlage 1). Vanuit de HOF zijn vooral zorgen geuit over de mogelijke gevolgen van een grotere Lidl. Zij vrezen dat een uitbreiding van Lidl tot omzetverlies bij andere ondernemers leidt en een verstoring van het concurrentieveld veroorzaakt. Daarnaast wordt verwezen naar de bestaande afspraken binnen het bestemmingsplan. Lidl heeft daarentegen een rapportage laten opstellen door BRO, waarin wordt geconcludeerd dat een uitbreiding van Lidl geen negatieve effecten heeft op de winkelstructuur in Huizen.

Het doel van het overleg was om partijen de kans te geven hun standpunten te delen en elkaar aan te horen. De gemeente heeft benadrukt dat een constructieve houding van alle partijen essentieel is om tot een afgewogen besluit te komen.

4. Is in de planontwikkeling rekening gehouden met de inbreng, en op welke wijze?

De wens tot uitbreiding is op 6 maart 2024 besproken in de commissie Fysiek Domein. Om de effecten van een uitbreiding objectief te beoordelen, heeft de gemeente Huizen een second opinion laten uitvoeren door STEC Groep. Bij dit onderzoek is aan alle belanghebbenden – Lidl, HOF en Hart van Huizen – de mogelijkheid geboden hun visie en reacties te geven. Hiermee is de inbreng van alle partijen in de besluitvorming meegenomen.

5. Als er geen opvolging is gegeven aan de inbreng, wat is daarvan de reden?

Niet van toepassing.

6. Terugkoppeling van de planwijzigingen aan de participanten

De rapportage van STEC Groep is per e-mail gedeeld met alle betrokken partijen. Hierop is gelegenheid geboden om te reageren. De ontvangen reacties zijn verwerkt en opgenomen in de bijlage bij dit verslag. Dit onderzoek bevestigt grotendeels de conclusies van BRO: de uitbreiding past binnen de marktruimte en heeft geen ingrijpende negatieve gevolgen voor de winkelstructuur als geheel. Op basis van deze bevindingen heeft de gemeente geconcludeerd dat er ruimte is om mee te werken aan het verzoek van Lidl. Lidl wordt daarom de mogelijkheid geboden een omgevingsvergunning aan te vragen. De betrokken partijen zijn op de hoogte gesteld van de onderzoeksresultaten en hebben de kans gekregen hierop te reageren. De ontvangen reacties zijn verwerkt en toegevoegd aan de bijlage bij dit verslag.

7. Dit alles in een verslag te zetten met handtekeningen van initiatiefnemer en participanten.

Zie bijlage 2 voor de reacties van de participanten.

8. Zijn participanten het niet eens met het participatieverslag, dan staat het hen vrij om daar een eigen verwoording bij te voegen.

Zie bijlage 2 voor de reacties van de participanten.

Bijlage 1: Brief aan de HOF 0401024

Bijlage 2: Reacties participanten

Bijlage 3: Mededeling wethouder Rebel Uitbreidingswens Lidl

Huizer Ondernemers Federatie
Tav het bestuur

Onderwerp: gesprek Hof - gemeente - Lidl

Huizen:

Uw brief van: 14 november 2023

Nummer: Z.319769

Uw kenmerk:

Bijlagen: 2

Bij beantwoording van deze brief, graag datum, nummer en onderwerp vermelden.

Geacht bestuur van de Huizer Ondernemers Federatie,

Begin 2023 zijn wij als college bij Lidl in Huizen geweest in het kader van een bedrijfsbezoek. Zoals gebruikelijk tijdens dergelijke bezoeken is met Lidl gesproken over diverse ontwikkelingen die Lidl alsook de gemeente raken. Een van de punten die aan de orde kwam, was de wens van Lidl om de winkel uit te breiden. Hierover is door Lidl het contact met de Huizer Ondernemers Federatie (HOF) gezocht. Wij hebben begrepen dat het overleg hierover min of meer wordt afgehouden en er verwezen wordt naar de eerder gemaakte afspraken, die vastgelegd zijn in het bestemmingsplan Haven en Bedrijventerreinen. Daarin is bepaald dat het bedrijfsoppervlak van de supermarkt ten hoogste 1.500 m² bedraagt. De verkoopvloeroppervlakte bedraagt ten hoogste 1.200 m².

Met deze brief doen wij een oproep om onder voorzitterschap van de gemeente gezamenlijk met elkaar in gesprek te gaan.

Terugblik

De komst van een supermarkt van Lidl op het bedrijventerrein heeft medio 2008 veel te weeg gebracht. Door de gemeente is daarbij vooral een economische afweging gemaakt gelet op het behoud van Lidl voor Huizen, alsook de werkgelegenheid die daarmee gepaard gaat.

Door de HOF is meegegeven dat vestiging van de Lidl supermarkt op het bedrijventerrein bestedingen uit de winkelcentra kan wegnemen. In de overleggen met de HOF die na de vestiging van de Lidl supermarkt hebben plaatsgevonden, is aangegeven dat door wegvloeiende bestedingen de omzet is gedaald. Dit zou aangetoond kunnen worden. Cijfers hiervan zijn ons niet bekend.

Voorgaande terugblik laat onverlet dat meerdere supermarkten in Huizen over de jaren heen zijn geoptimaliseerd dan wel uitgebreid. Dit is een trend die je overigens in het hele land ziet. Aan deze ontwikkelingen is ook ruimte gegeven aangezien de supermarkten vaak ook het anker vormen voor de bestendigheid van winkelcentra.

Lidl is gelet op de hiervoor genoemde afspraken in het bestemmingsplan niet verruimd.

Doel van het gesprek

Wij vinden het vooral van belang dat beide partijen elkaar aanhoren en standpunten uitwisselen. Wij begrijpen het sentiment dat heerst, echter een gesprek is alleen mogelijk als partijen met een open en constructieve houding aan tafel zitten.

Uiteindelijk is het aan de gemeente om horende alle belangen een afweging te maken op het verzoek van Lidl. Door de gemeente is vanuit diverse oogpunten gekeken naar een dergelijk verzoek. Zo wordt o.a. gekeken naar:

- de effecten op winkelgebieden
- de effecten op de werkgelegenheid
- de aantrekking van regionale bezoekers richting Huizen
- de algemene economische en maatschappelijke effecten en waarden

Wat is de wens van Lidl?

In een aan de gemeente gerichte brief heeft Lidl uiteengezet wat de reden voor het verzoek tot uitbreiding is. Deze brief hebben wij volledigheidshalve bijgevoegd (**bijlage 1**). Daaruit blijkt dat het Lidl niet te doen is om een hypermarkt te worden of een zogenaamde shop in shop te krijgen. Het gaat Lidl om het comfort van de klant. De extra ruimte kan helpen om dezelfde producten (let wel: dus geen uitbreiding van het assortiment!) breder neer te zetten. Dit zou de doorstroming en het afwikkelen van klanten bevorderen en aan de klanttevredenheid tegemoet komen (o.a. door minder lege schappen).

Naast de brief heeft Lidl een rapport van het bureau BRO verstrekt waarin de voorliggende vraagstellingen aan de orde zijn:

- in hoeverre is er momenteel sprake van combinatiebezoeken tussen het centrum en Lidl?
- kunnen er maatregelen worden genomen om die wisselwerking te stimuleren, ook gelet op de voorziene uitbreiding van Lidl?

Ook dit rapport is bijgevoegd, zie **bijlage 2**.

Hoe nu verder?

Wij nodigen u uit voor een gesprek met Lidl, onder leiding van de gemeente. In dit gesprek willen we de wensen van Lidl bespreken, in relatie tot de hierboven, onder het kopje *Doel van het gesprek*, genoemde oogpunten. Ons bestuurssecretariaat zal met u en Lidl contact opnemen voor het inplannen van een overleg, ergens eind januari 2024.

Vragen

Hebt u op dit moment vragen? Neemt u dan contact op met 5.1.2e van het team Omgevingsbeleid, bereikbaar op 035-5281518 of via 5.1.2e [@huizen.nl](mailto:5.1.2e@huizen.nl).

Namens burgemeester en wethouders,

5.1.2e



Bert Rebel
Wethouder Economie

Van:

Verzonden: donderdag 5 september 2024 07:59

Aan: Geanonimiseerd

CC:

Onderwerp: Effectenanalyse beoogde uitbreiding Lidl Huizen

Beste Geanonimiseerd, Geanonimiseerd en

In de bijlage vinden jullie onze effectenanalyse voor de beoogde uitbreiding van de Lidl in Huizen.

Zoals aangegeven in de gesprekken die wij (half juni) met elkaar voerden, willen wij (en de gemeente Huizen) jullie graag de gelegenheid geven te reageren op dit (concept)rapport.

Mochten jullie vragen en/of opmerkingen hebben dan horen wij dat dus graag. Reageren op het rapport kan t/m donderdag 19 september.

Met vriendelijke groet,

Geanonimiseerd

stec groep
postbus 217
6800 ae arnhem
026 - 7514100 / Geanonimiseerd
[@stec.nl](mailto:stec@stec.nl)
www.stec.nl

Van: Voorzitter | Hart van Huizen Geanonimiseerd
Verzonden: vrijdag 4 oktober 2024 16:00
Aan: Voorzitter | Hart van Huizen

Onderwerp: Re: rapportage Stec en vervolg

Ik sluit me hierbij aan met als opmerking zonde van de extra kosten die gemaakt zijn voor het onderzoek.

Met vriendelijke groet,

Geanonimiseerd

Van: Voorzitter | Hart van Huizen
Verzonden: vrijdag 4 oktober 2024 15:11
Aan: Geanonimiseerd
CC: ,

Onderwerp: RE: rapportage Stec en vervolg

Dag Geanonimiseerd,

Heel teleurstellend dit.

Voorzitter Hart van Huizen

Geanonimiseerd

Van: Geanonimiseerd @huizen.nl
Verzonden: vrijdag 4 oktober 2024 08:54
Aan:

CC:

Onderwerp: rapportage Stec en vervolg

Dag allen,

Inmiddels hebben wij bijgevoegd rapport van bureau Stec ontvangen. Wij zien daarin aanknopingspunten om mee te werken aan het verzoek van de Lidl om in pandig uit te breiden.

Tegelijkertijd vinden wij het wenselijk om de commissie Fysiek Domein hierover te informeren en daarbij jullie reacties mee te geven. Ook gelet op de eerdere discussie in de commissie Fysiek Domein van 6 maart, zie [Commissie Fysiek Domein 06 maart 2024 20:00:00, Gemeente Huizen \(gemeenteraadhuizen.nl\)](https://www.gemeenteraadhuizen.nl/Commissie-Fysiek-Domein-06-maart-2024-20:00:00)

Vervolg

Er zal een mededeling gemaakt worden voor de commissie Fysiek Domein. Wij streven naar behandeling in de commissie Fysiek Domein op woensdag 27 november. Qua (ruimtelijke) procedure wordt gedacht aan een reguliere procedure. Dat wil zeggen 8 weken (+6 weken verlenging). Dat is exclusief de periode die eventueel wordt benut door Lidl om de aanvraag aan te vullen, het geldt, vanaf het moment dat de aanvraag compleet is verklaard. Daarbij kijken wij of de Provincie, gelet op het gegeven dat dit een uitbreiding van een bestaande supermarkt op een bedrijventerrein betreft maar ook gelet op de geschiedenis, moet worden meegenomen.

Of deze planning feitelijk haalbaar is, hangt in elk geval af van de vraag of een apart besluit nodig is door de raad voor wat betreft hun adviesrecht. Als een apart besluit door de raad nodig is, dan is 8 weken + 6 weken wellicht niet realistisch. Dat heeft te maken met de vergaderfrequentie door de raad en moment van aanleveren stukken. De raad heeft dit geaccepteerd, zo ook eventuele overschrijding ervan, omdat ze zo veel mogelijk willen zien. De termijn van 8 weken + 6 weken is een termijn van orde, oftewel, een vergunning van rechtswege is niet aan de orde.

Concrete inschatting van termijnen kunnen we doen op het moment van indiening van de aanvraag. Dan weten we ook qua werkvoorraad / feestdagen / prioriteiten beter wat realistisch is. Onze inschatting is dat hier na de vergadering van de commissie Fysiek Domein van 27 november meer zicht op is.

Met vriendelijke groet,



Regisseur Fysiek Domein

Gemeente Huizen
Postbus 5 - 1270 AA Huizen

☎ (035) 528 1518 /

✉ Geanonimiseerd @huizen.nl

💻 www.huizen.nl

Van: Geanonimiseerd @lidl.nl>
Verzonden: maandag 7 oktober 2024 17:27
Aan: @huizen.nl>
CC: Geanonimiseerd

Onderwerp: RE: rapportage Stec en vervolg

Beste , dank voor je mailbericht.

Fijn te lezen dat jullie ook aanknopingspunten zien om medewerking te verlenen aan onze uitbreidingswens. Zoals telefonisch ook aangegeven zouden wij nog dit jaar onze uitbreiding ook willen realiseren. Zodoende bereiden wij nu de vergunningsaanvraag voor.

Ik heb nog even een vraag over het adviesrecht, is er een verordening vastgesteld omtrent een bindend adviesrecht van de Gemeenteraad? Als die er is, ontvangen we die graag om na te gaan of voor een plan als dit een bindend adviesrecht bestaat. Als een dergelijk bindend adviesrecht er niet is, is het louter de bevoegdheid van het College en heeft de Raad er naar onze mening niets over te zeggen. Uiteraard lijkt het ons wel verstandig om de Raad vooraf te informeren en hen te voorzien van alle benodigde informatie.

Verneem graag je reactie.

Met vriendelijke groet, Mit freundlichen Grüßen

Geanonimiseerd
Manager Bouw & Vastgoed

[Lidl Nederland GmbH](#)

Postbus 198 | 1270 AD Huizen
Bezoekadres: Brigitten 1 | Almere

+5.1.2e

Geanonimiseerd [@lidl.nl](#)



Volg ons op www.lidlvastgoed.nl en op [LinkedIn](#)

From: Geanonimiseerd @huizen.nl>
Sent: Friday, October 4, 2024 8:54 AM
To:
Cc:

Subject: rapportage Stec en vervolg

Dag allen,

Inmiddels hebben wij bijgevoegd rapport van bureau Stec ontvangen. Wij zien daarin aanknopingspunten om mee te werken aan het verzoek van de Lidl om in pandig uit te breiden. Tegelijkertijd vinden wij het wenselijk om de commissie Fysiek Domein hierover te informeren en daarbij jullie reacties mee te geven. Ook gelet op de eerdere discussie in de commissie Fysiek Domein van 6 maart, zie [Commissie Fysiek Domein 06 maart 2024 20:00:00, Gemeente Huizen \(gemeenteraadhuizen.nl\)](#)

Vervolg

Er zal een mededeling gemaakt worden voor de commissie Fysiek Domein. Wij streven naar behandeling in de commissie Fysiek Domein op woensdag 27 november. Qua (ruimtelijke) procedure wordt gedacht aan een reguliere procedure. Dat wil zeggen 8 weken (+6 weken verlenging). Dat is exclusief de periode die eventueel wordt benut door Lidl om de aanvraag aan te vullen, het geldt, vanaf het moment dat de aanvraag compleet is verklaard. Daarbij kijken wij of de Provincie, gelet op het gegeven dat dit een uitbreiding van een bestaande supermarkt op een bedrijventerrein betreft maar ook gelet op de geschiedenis, moet worden meegenomen.

Of deze planning feitelijk haalbaar is, hangt in elk geval af van de vraag of een apart besluit nodig is door de raad voor wat betreft hun adviesrecht. Als een apart besluit door de raad nodig is, dan is 8 weken + 6 weken wellicht niet realistisch. Dat heeft te maken met de vergaderfrequentie door de raad en moment van aanleveren stukken. De raad heeft dit geaccepteerd, zo ook eventuele overschrijding ervan, omdat ze zo veel mogelijk willen zien. De termijn van 8 weken + 6 weken is een termijn van orde, oftewel, een vergunning van rechtswege is niet aan de orde.

Concrete inschatting van termijnen kunnen we doen op het moment van indiening van de aanvraag. Dan weten we ook qua werkvoorraad / feestdagen / prioriteiten beter wat realistisch is. Onze inschatting is dat hier na de vergadering van de commissie Fysiek Domein van 27 november meer zicht op is.

Met vriendelijke groet,



Regisseur Fysiek Domein

Gemeente Huizen

Postbus 5 - 1270 AA Huizen

☎ (035) 528 1518 /  - Geanonimiseerd

✉ [@huizen.nl](#)

💻 www.huizen.nl

Aan de inhoud van deze mail en bijlagen kunnen geen rechten worden ontleend. Alleen schriftelijke correspondentie uitgaande en ondertekend door het bevoegde bestuursorgaan bindt de gemeente.

Mededelingen

Portefeuillehouder: G. Rebel

Betreft : Uitbreidingswens Lidl
Aan : Leden van de Commissie Fysiek domein
T.b.v. : Commissie Fysiek Domein van woensdag 27 november 2024
Van : G. Rebel
Behandelaar : Richard van Noord
E-mail/telefoonnummer : @huizen.nl
Datum : 31 oktober 2024
Status : ter informatie

Met deze mededeling breng ik u op de hoogte over de stand van zaken betreffende de wens van de Lidl om tot uitbreiding van de supermarkt binnen het bestaande pand te komen.

Bij de commissiebehandeling voor de uitbreiding van de Lidl op 6 maart 2024 onder punt 7.3 is aangegeven dat het college een second opinion op het onderzoek van bureau BRO overweegt. Uiteindelijk is hiertoe ook besloten.

Inmiddels hebben wij bijgevoegd rapport van bureau Stec ontvangen (**bijlage 1**). Wij zien daarin aanknopingspunten om mee te werken aan het verzoek van de Lidl om in pandig de bestaande supermarkt uit te breiden. De reacties die wij hebben ontvangen van de Huizer Ondernemers Federatie en de Lidl zijn bijgevoegd (**bijlage 2**). Deze hebben geleid tot beperkte aanpassingen in de definitieve versie van het Stec-rapport

De reactie vanuit de Huizer Ondernemers Federatie op het Stec-rapport is begrijpelijk en ook in lijn met hun standpunt, destijds, om Lidl toestemming te verlenen tot vestiging van een supermarkt op het Lucent-terrein. Hun sentiment van wegvloeiende bestedingen wordt door het Stec-rapport echter onvoldoende gestaafd.

Vervolg

Na de (eventuele) bespreking in de commissie Fysiek Domein van 27 november 2024 kunnen partijen zich beraden op het vervolg. Denkbaar is dat de Lidl met een omgevingsvergunning aanvraag voor de in pandige uitbreiding komt, waarna wij u in het kader van het bindend adviesrecht zullen vragen daarop positief te adviseren.

Van: Voorzitter | Hart van Huizen

Verzonden: donderdag 19 september 2024 14:32

Aan:

CC: Geanonimiseerd

Onderwerp: RE: Effectenanalyse beoogde uitbreiding Lidl Huizen

Geacht onderzoeksbureau,

Wij, voorzitters van de HOF hebben kennisgenomen van de effectenstudie uitbreiding Lidl.HOF

Helaas constateren wij dat er veel aanhalingen zijn uit een eerder onderzoek en dat de resultaten, uitspraken en conclusies te voorspellen waren.

Wij lezen dat de supermarkt de belangrijkste trekker is voor een centra en ook dat de uitbreiding van de Lidl een beperkt omzeteffect heeft bij de andere aanbieders.

Tevens dat enig effect in centrum Huizen en in het winkelcentrum Oostermeent niet uit te sluiten is.

In het onderzoek wordt aangegeven dat de Lidl haar assortiment niet uitbreidt en weinig A-merken heeft, (dit is anders te concluderen bij een winkelbezoek inmiddels ook A-merken in het assortiment).

Aangegeven wordt dat de fullservice supermarkten in de twee kleine buurtcentra De Kostmand en Phohi kwetsbaar zijn en door uitbreiding mogelijk omzeteffecten hebben. Er wordt geen sluiting van één van deze supermarkten verwacht!!! Ook is volgens het onderzoek enig effect in de Oostermeent en het centrum niet uit te sluiten.

De Lidl zal door de uitbreiding iets toenemen in aantrekkingskracht en de kleinere centra zullen hier het meeste effect van ondervinden.

In de alinea daarna wordt er aangegeven dat de effecten beperkt zijn!!!!!!!

Kortom we lezen dat de uitbreiding van de Lidl voor Huizen totaal een positief effect heeft doch een substantiële bedreiging is en / of effect heeft op het voortbestaan van de kleine centra.

Als HOF kunnen we daarom niet positief zijn over uitbreiding van de Lidl. Waarbij we nogmaals aangeven blij te zijn met de Lidl, ook omdat Huizen een mooi aanbod van winkels en supermarkten heeft.

en Geanonimiseerd

Voorzitters HOF.

Voorzitter Hart van Huizen

Van:

Verzonden: donderdag 5 september 2024 07:59

Aan: Geanonimiseerd

CC:

Onderwerp: Effectenanalyse beoogde uitbreiding Lidl Huizen

Beste Geanonimiseerd, Geanonimiseerd en

In de bijlage vinden jullie onze effectenanalyse voor de beoogde uitbreiding van de Lidl in Huizen.

Zoals aangegeven in de gesprekken die wij (half juni) met elkaar voerden, willen wij (en de gemeente Huizen) jullie graag de gelegenheid geven te reageren op dit (concept)rapport.

Mochten jullie vragen en/of opmerkingen hebben dan horen wij dat dus graag. Reageren op het rapport kan t/m donderdag 19 september.

Met vriendelijke groet,

Geanonimiseerd

stec groep
postbus 217
6800 ae arnhem
026 - 7514100 / Geanonimiseerd
[@stec.nl](mailto:stec@stec.nl)
www.stec.nl

Van: Voorzitter | Hart van Huizen Geanonimiseerd
Verzonden: vrijdag 4 oktober 2024 16:00
Aan: Voorzitter | Hart van Huizen

Onderwerp: Re: rapportage Stec en vervolg

Ik sluit me hierbij aan met als opmerking zonde van de extra kosten die gemaakt zijn voor het onderzoek.

Met vriendelijke groet,

Geanonimiseerd

Van: Voorzitter | Hart van Huizen
Verzonden: vrijdag 4 oktober 2024 15:11
Aan: Geanonimiseerd
CC: ,

Onderwerp: RE: rapportage Stec en vervolg

Dag Geanonimiseerd,

Heel teleurstellend dit.

Voorzitter Hart van Huizen

Geanonimiseerd

Van: Geanonimiseerd @huizen.nl
Verzonden: vrijdag 4 oktober 2024 08:54
Aan:

CC:

Onderwerp: rapportage Stec en vervolg

Dag allen,

Inmiddels hebben wij bijgevoegd rapport van bureau Stec ontvangen. Wij zien daarin aanknopingspunten om mee te werken aan het verzoek van de Lidl om in pandig uit te breiden.

Tegelijkertijd vinden wij het wenselijk om de commissie Fysiek Domein hierover te informeren en daarbij jullie reacties mee te geven. Ook gelet op de eerdere discussie in de commissie Fysiek Domein van 6 maart, zie [Commissie Fysiek Domein 06 maart 2024 20:00:00, Gemeente Huizen \(gemeenteraadhuizen.nl\)](https://www.gemeenteraadhuizen.nl/Commissie-Fysiek-Domein-06-maart-2024-20:00:00)

Vervolg

Er zal een mededeling gemaakt worden voor de commissie Fysiek Domein. Wij streven naar behandeling in de commissie Fysiek Domein op woensdag 27 november. Qua (ruimtelijke) procedure wordt gedacht aan een reguliere procedure. Dat wil zeggen 8 weken (+6 weken verlenging). Dat is exclusief de periode die eventueel wordt benut door Lidl om de aanvraag aan te vullen, het geldt, vanaf het moment dat de aanvraag compleet is verklaard. Daarbij kijken wij of de Provincie, gelet op het gegeven dat dit een uitbreiding van een bestaande supermarkt op een bedrijventerrein betreft maar ook gelet op de geschiedenis, moet worden meegenomen.

Of deze planning feitelijk haalbaar is, hangt in elk geval af van de vraag of een apart besluit nodig is door de raad voor wat betreft hun adviesrecht. Als een apart besluit door de raad nodig is, dan is 8 weken + 6 weken wellicht niet realistisch. Dat heeft te maken met de vergaderfrequentie door de raad en moment van aanleveren stukken. De raad heeft dit geaccepteerd, zo ook eventuele overschrijding ervan, omdat ze zo veel mogelijk willen zien. De termijn van 8 weken + 6 weken is een termijn van orde, oftewel, een vergunning van rechtswege is niet aan de orde.

Concrete inschatting van termijnen kunnen we doen op het moment van indiening van de aanvraag. Dan weten we ook qua werkvoorraad / feestdagen / prioriteiten beter wat realistisch is. Onze inschatting is dat hier na de vergadering van de commissie Fysiek Domein van 27 november meer zicht op is.

Met vriendelijke groet,



Regisseur Fysiek Domein

Gemeente Huizen
Postbus 5 - 1270 AA Huizen

☎ (035) 528 1518 /

✉ Geanonimiseerd @huizen.nl

💻 www.huizen.nl

Van: Geanonimiseerd @lidl.nl>
Verzonden: maandag 7 oktober 2024 17:27
Aan: @huizen.nl>
CC: Geanonimiseerd

Onderwerp: RE: rapportage Stec en vervolg

Beste , dank voor je mailbericht.

Fijn te lezen dat jullie ook aanknopingspunten zien om medewerking te verlenen aan onze uitbreidingswens. Zoals telefonisch ook aangegeven zouden wij nog dit jaar onze uitbreiding ook willen realiseren. Zodoende bereiden wij nu de vergunningsaanvraag voor.

Ik heb nog even een vraag over het adviesrecht, is er een verordening vastgesteld omtrent een bindend adviesrecht van de Gemeenteraad? Als die er is, ontvangen we die graag om na te gaan of voor een plan als dit een bindend adviesrecht bestaat. Als een dergelijk bindend adviesrecht er niet is, is het louter de bevoegdheid van het College en heeft de Raad er naar onze mening niets over te zeggen. Uiteraard lijkt het ons wel verstandig om de Raad vooraf te informeren en hen te voorzien van alle benodigde informatie.

Verneem graag je reactie.

Met vriendelijke groet, Mit freundlichen Grüßen

Geanonimiseerd
Manager Bouw & Vastgoed

[Lidl Nederland GmbH](#)

Postbus 198 | 1270 AD Huizen
Bezoekadres: Brigitten 1 | Almere

5.1.2e

Geanonimiseerd [@lidl.nl](#)



Volg ons op www.lidlvastgoed.nl en op [LinkedIn](#)

From: Geanonimiseerd @huizen.nl>
Sent: Friday, October 4, 2024 8:54 AM
To:
Cc:

Subject: rapportage Stec en vervolg

Dag allen,

Inmiddels hebben wij bijgevoegd rapport van bureau Stec ontvangen. Wij zien daarin aanknopingspunten om mee te werken aan het verzoek van de Lidl om inpandig uit te breiden. Tegelijkertijd vinden wij het wenselijk om de commissie Fysiek Domein hierover te informeren en daarbij jullie reacties mee te geven. Ook gelet op de eerdere discussie in de commissie Fysiek Domein van 6 maart, zie [Commissie Fysiek Domein 06 maart 2024 20:00:00, Gemeente Huizen \(gemeenteraadhuizen.nl\)](#)

Vervolg

Er zal een mededeling gemaakt worden voor de commissie Fysiek Domein. Wij streven naar behandeling in de commissie Fysiek Domein op woensdag 27 november. Qua (ruimtelijke) procedure wordt gedacht aan een reguliere procedure. Dat wil zeggen 8 weken (+6 weken verlenging). Dat is exclusief de periode die eventueel wordt benut door Lidl om de aanvraag aan te vullen, het geldt, vanaf het moment dat de aanvraag compleet is verklaard. Daarbij kijken wij of de Provincie, gelet op het gegeven dat dit een uitbreiding van een bestaande supermarkt op een bedrijventerrein betreft maar ook gelet op de geschiedenis, moet worden meegenomen.

Of deze planning feitelijk haalbaar is, hangt in elk geval af van de vraag of een apart besluit nodig is door de raad voor wat betreft hun adviesrecht. Als een apart besluit door de raad nodig is, dan is 8 weken + 6 weken wellicht niet realistisch. Dat heeft te maken met de vergaderfrequentie door de raad en moment van aanleveren stukken. De raad heeft dit geaccepteerd, zo ook eventuele overschrijding ervan, omdat ze zo veel mogelijk willen zien. De termijn van 8 weken + 6 weken is een termijn van orde, oftewel, een vergunning van rechtswege is niet aan de orde.

Concrete inschatting van termijnen kunnen we doen op het moment van indiening van de aanvraag. Dan weten we ook qua werkvoorraad / feestdagen / prioriteiten beter wat realistisch is. Onze inschatting is dat hier na de vergadering van de commissie Fysiek Domein van 27 november meer zicht op is.

Met vriendelijke groet,



Regisseur Fysiek Domein

Gemeente Huizen

Postbus 5 - 1270 AA Huizen

☎ (035) 528 1518 / 06- Geanonimiseerd

✉ _____@huizen.nl

💻 www.huizen.nl

Aan de inhoud van deze mail en bijlagen kunnen geen rechten worden ontleend. Alleen schriftelijke correspondentie uitgaande en ondertekend door het bevoegde bestuursorgaan bindt de gemeente.

Mededelingen

Portefeuillehouder: G. Rebel

Betreft : Uitbreidingswens Lidl
Aan : Leden van de Commissie Fysiek domein
T.b.v. : Commissie Fysiek Domein van woensdag 27 november 2024
Van : G. Rebel
Behandelaar : Richard van Noord
E-mail/telefoonnummer : @huizen.nl
Datum : 31 oktober 2024
Status : ter informatie

Met deze mededeling breng ik u op de hoogte over de stand van zaken betreffende de wens van de Lidl om tot uitbreiding van de supermarkt binnen het bestaande pand te komen.

Bij de commissiebehandeling voor de uitbreiding van de Lidl op 6 maart 2024 onder punt 7.3 is aangegeven dat het college een second opinion op het onderzoek van bureau BRO overweegt. Uiteindelijk is hiertoe ook besloten.

Inmiddels hebben wij bijgevoegd rapport van bureau Stec ontvangen (**bijlage 1**). Wij zien daarin aanknopingspunten om mee te werken aan het verzoek van de Lidl om in pandig de bestaande supermarkt uit te breiden. De reacties die wij hebben ontvangen van de Huizer Ondernemers Federatie en de Lidl zijn bijgevoegd (**bijlage 2**). Deze hebben geleid tot beperkte aanpassingen in de definitieve versie van het Stec-rapport

De reactie vanuit de Huizer Ondernemers Federatie op het Stec-rapport is begrijpelijk en ook in lijn met hun standpunt, destijds, om Lidl toestemming te verlenen tot vestiging van een supermarkt op het Lucent-terrein. Hun sentiment van wegvloeiende bestedingen wordt door het Stec-rapport echter onvoldoende gestaafd.

Vervolg

Na de (eventuele) bespreking in de commissie Fysiek Domein van 27 november 2024 kunnen partijen zich beraden op het vervolg. Denkbaar is dat de Lidl met een omgevingsvergunning aanvraag voor de in pandige uitbreiding komt, waarna wij u in het kader van het bindend adviesrecht zullen vragen daarop positief te adviseren.

Effectenstudie uitbreiding Lidl

Welke effecten heeft de uitbreiding van Lidl op de consumenten-
verzorging en bestaande detailhandelsstructuur van Huizen?

2 oktober 2024

Inhoudsopgave

Management samenvatting	3
1. Inleiding	7
1.1 Uw vragen	7
1.2 Leeswijzer	7
2. Supermarktstructuur Huizen	8
2.1 Huizen beschikt over 8.800 m ² wvo supermarktaanbod	8
2.2 Supermarkten hebben sterke lokale (verzorgings)functie	11
3. Trends en ontwikkelingen	14
4. Toekomstige marktruimte supermarkten	17
4.1 Extra marktruimte in 2034 ruim 3.000 m ² wvo	17
5. Effectenanalyse	19
Bijlage 1: Begrippenlijst	25
Bijlage 2: DPO berekening	26

Management samenvatting

Lidl heeft een uitbreidingswens voor haar vestiging in Huizen. Lidl wil deze (flagship)winkel binnenpands verruimen met 554 m² wvo. In dit onderzoek wordt ingegaan op de vraag:

“Welke effecten heeft de gewenste uitbreiding van Lidl op de consumentenverzorging en bestaande detailhandelsstructuur van de gemeente Huizen?”

Hieronder vatten we de uitkomsten van het onderzoek samen. Een uitgebreide toelichting hierop is te lezen in hoofdstuk 2 t/m 5.

In Huizen zijn acht supermarkten met een totale omvang van 8.800 m² wvo aanwezig

De gemeente Huizen beschikt over acht supermarkten met een gezamenlijke omvang van 8.800 m² wvo. Hiermee beschikken de inwoners van Huizen over circa 215 m² wvo per 1.000 inwoners. Dit is minder dan het gemiddelde in Nederland (275 m² wvo per 1.000 inwoners). Het supermarktaanbod in Huizen bestaat voornamelijk uit fullservice supermarkten. Vijf van de acht supermarkten zijn een fullservice supermarkt (Albert Heijn, Jumbo, Plus of Coop). Daarnaast heeft Huizen één merkendiscouter (Boni) en één hard discounter (Lidl). Bovendien beschikt Huizen ook over een biologische supermarkt, de Ekoplaza.

Niet alle supermarkten hebben een toekomstbestendige en marktconforme omvang

Voor fullservice supermarkten is 1.200 tot 1.500 m² wvo een moderne en marktconforme maat. Binnen deze maat kunnen supermarkten het nieuwste concept kwijt en daarmee hun klanten optimaal bedienen. Moderne discounters hebben gemiddeld een oppervlak van circa 1.000 tot 1.200 m² wvo. Lidl geeft echter aan dat bij hen maten vanaf 1.200 m² wvo (en het liefst groter) gelden als marktconform. De fullservice supermarkten in het centrum van Huizen en winkelcentrum Ooster-meent hebben alle drie een moderne en marktconforme omvang. De fullservice supermarkten in de wijk- en buurtcentra zijn van een beperktere omvang (< 1.000 m² wvo). De discounters in de gemeente Huizen hebben beide (nagenoeg) een marktconforme omvang. Boni is 990 m² wvo groot en Lidl 1.200 m² wvo.

Supermarkten hebben een lokale functie: inwoners Huizen doen boodschappen vooral lokaal

Inwoners van de gemeente Huizen doen hun dagelijkse aankopen vooral lokaal. In de gemeente Huizen bedraagt de koopkrachtbinding voor de dagelijkse sector 92%. Dit betekent dat inwoners 92% van hun dagelijkse bestedingen in de eigen gemeente doen. Specifiek voor supermarkten geldt dat inwoners deze vaak nog meer lokaal doen. Dit geldt ook voor Huizen.

Markt voor supermarkten goed, komende tien jaar ruimte voor toevoegingen

De markt voor supermarkten in Huizen is op dit moment goed. Het aantal supermarktmeters is minder dan gemiddeld in Nederland. Dit betekent dat de meeste bestaande supermarkten goed functioneren en een (meer dan) ‘gezonde boterham’ kunnen verdienen. Momenteel is er nog ruimte voor de toevoeging van zo’n 3.300 m² wvo supermarkt. De beoogde uitbreiding van Lidl (554 m² wvo) past hier ruim binnen. De komende tien jaar blijft de marktruimte nagenoeg hetzelfde. In 2034 is er een autonome uitbreidingsbehoefte van zo’n 3.000 m² wvo.

Na uitbreiding van Lidl blijft er nog marktruimte over: kansen voor optimalisatie structuur

Na de beoogde uitbreiding van Lidl blijft de markt voor supermarkten goed. De gemiddelde vloerproductiviteit ligt dan nog steeds (ruim) 25% boven het landelijk gemiddelde en er bestaat nog marktruimte voor circa 2.500 m² wvo extra supermarkt. Dit betekent dat er, na de beoogde uitbreiding van Lidl, ook nog voldoende uitbreidingsruimte is voor de komst van Vomar in het centrum van Huizen (1.800 m² bvo)¹. Dit is positief. Een sterk supermarktaanbod is namelijk belangrijk voor het in stand houden van de overige (met name dagelijkse) voorzieningen en het bieden van een gevarieerd winkel- en horeca-aanbod. Supermarkten zijn immers de belangrijkste publiekstrekkingen voor winkelgebieden (gemiddeld 10.000 bezoekers per week).

Centrum Huizen wordt versterkt met komst Vomar

Hoorne Vastgoed is namelijk voornemens de “Blokkerpanden” (gelegen op de hoek tussen Kerkstraat en Prins Bernhardplein) te herontwikkelen, met naast wonen en detailhandel ook een Vomar supermarkt. De nieuwe supermarkt is de drager van het centrumplan, en vormt niet alleen een kwantitatieve, maar ook een belangrijke kwalitatieve versterking voor het centrum. Na de herontwikkeling beschikt het centrum over twee grote moderne, marktconforme en complementaire supermarkten (Vomar is een merkendiscouter).

Uitbreiding bestaande formule zorgt voor beperkt(er) omzeteffect bij andere aanbieders

De plannen van Lidl betreffen een (binnenpandse) uitbreiding van een bestaande formule. We verwachten daarom dat de bestaande verhoudingen gelijk blijven en dat de concurrentiepositie tussen de supermarkten beperkt zal veranderen. Bij uitbreiding van een bestaande formule zijn de omzeteffecten namelijk beperkter dan bij nieuwvestiging. Helemaal doordat de uitbreiding van het wvo van Lidl niet ‘één-op-één’ leidt tot extra verkoopmeters (winkelschappen). De uitbreiding wordt namelijk benut voor bredere paden en services zoals statiegeldinzameling. Het aanwezige assortiment in de winkel van Lidl blijft ongewijzigd (Lidl, 14 november 2023).

Gemiddelde vloerproductiviteit daalt met 10%, maar blijft bovengemiddeld hoog

Als gevolg van de uitbreiding van Lidl daalt de gemiddelde vloerproductiviteit in Huizen met zo’n 10%. Dit is een daling die terecht komt bij alle acht al aanwezige supermarktvestigingen (incl. Lidl zelf). De mogelijke omzeteffecten voor individuele vestigingen zijn daardoor beperkt.

Uitgangssituatie centrum Huizen en winkelcentrum Oostermeent zijn goed

De uitgangssituatie van het centrum van Huizen en winkelcentrum Oostermeent zijn goed. De supermarkten in het centrum (Albert Heijn en Ekoplaza) en winkelcentrum Oostermeent (Albert Heijn en Plus) hebben allemaal een marktconforme maat. Dit betekent dat deze supermarkten goed inspelen op de behoefte van de consument. Denk aan brede gangpaden, ruimte voor vers, specifieke productgroepen (duurzaam, vegetarisch, et cetera) en nieuwe technologieën. Hiermee zijn deze supermarkten (en dus winkelgebieden) aantrekkelijke aankooplocaties voor de dagelijkse boodschappen van de consument. Bovendien beschikken deze winkelgebieden ook over aantrekkelijk ander (dagelijks en niet-dagelijks) winkelaanbod.

¹ Hetzelfde geldt naar alle waarschijnlijkheid ook voor de uitbreidingsplannen van de Jumbo in winkelcentrum de Kostmand. Exacte uitbreidingsmeters zijn nog niet bekend, maar de uitbreiding van de Jumbo mag niet zorgen voor ontwrichting van de bestaande Huizer supermarktstructuur. Er mag bijvoorbeeld geen hypermarkt komen en de nieuwe supermarkt moet qua omvang passend (blijven) bij buurtcentrum de Kostmand. Dit betekent dat de uitbreiding waarschijnlijk past binnen de nog overgebleven marktruimte (na uitbreiding Lidl en komst Vomar).

Fullservice supermarkten in kleine buurtwijkcentra zijn het meest kwetsbaar...

De fullservice supermarkten in de kleine buurtcentra De Kostmand en Phohi beschikken niet over een uitgebreid aanbod aan winkels en voorzieningen. Daarnaast hebben de supermarkten Jumbo (995 m² wvo) en Plus (940 m² wvo) allebei (nu nog) een te kleine omvang. Dit maakt deze locaties minder aantrekkelijke aankooplocaties voor de consument. Deze twee supermarkten zijn daarmee (bij versterking van ander aanbod) het meest kwetsbaar voor mogelijke omzetteffecten, zo is onze taxatie.

... enig effect in centrum Huizen en winkelcentrum Oostermeent echter niet uit te sluiten

Ondanks dat we verwachten dat de fullservice supermarkten in de kleine buurtcentra het meest kwetsbaar zijn voor de beoogde uitbreiding van Lidl, is enig effect in het centrum of winkelcentrum Oostermeent niet uit te sluiten. De aantrekkingskracht van Lidl zal na de beoogde uitbreiding, zeker als enige hard discounter in Huizen, iets toenemen. Dit zorgt er voor dat er meer consumenten (uit omliggende dorpen) naar Huizen komen. Tegelijkertijd kan dit er ook voor zorgen dat klanten van bestaande supermarkten de locatie van Lidl (in het begin) vaker verkiezen boven hun 'eigen en/of vaste' supermarkt.

Effecten voor omliggend aanbod zijn beperkt: supermarkten blijven goed functioneren...

We verwachten dat deze effecten beperkt zullen zijn. Supermarkten zijn namelijk de belangrijkste dragers voor centrumgebieden. Zolang supermarkten goed blijven functioneren (en dat is het geval in het centrum en winkelcentrum Oostermeent), doet omliggend aanbod dat over het algemeen ook. Bovendien heeft het centrum van Huizen met de Albert Heijn, Ekoplaza en het speciaalzakenaanbod zelf een heel aantrekkelijk dagelijks aanbod (dat bezocht wordt als aanvulling op de Lidl, zo blijkt uit onderzoek van BRO). Ook winkelcentrum Oostermeent heeft een marktconform supermarktaanbod. We verwachten dan ook dat de omzetteffecten van de uitbreiding van Lidl bij andere winkels in het centrum beperkt zal zijn. Helemaal na de versterking met de Vomar. Hetzelfde geldt voor de winkels in winkelcentrum Oostermeent.

... er vindt bovendien combinatiebezoek plaats tussen de Lidl en het centrum van Huizen

Na de uitbreiding concurreert Lidl waarschijnlijk iets meer met de bestaande supermarkten. In dit krachtenveld is het echter ook relevant dat Lidl, door de uniciteit van de formule, klanten trekt vanuit de bredere omgeving. Een deel van de klanten van Lidl komt daarbij speciaal voor Lidl. Een ander deel bezoekt ook het centrum van Huizen. Er vindt namelijk combinatiebezoek plaats tussen bezoekers van Lidl en het centrum van Huizen (BRO, 2023). Iets meer dan de helft van de respondenten op de Lidl locatie bezoekt het centrum van Huizen minstens 1 keer per week. Dit is een logische conclusie. Op basis van onderzoek van Deloitte (2023) blijkt namelijk dat het gros van de consumenten voor hun boodschappen meerdere supermarkten bezoekt. Het combinatiebezoek van Lidl richting Albert Heijn past in deze lijn. Zeker omdat Lidl een harde discounter is en weinige A-merken verkoopt. Omdat het aanwezige assortiment in de winkel van Lidl ongewijzigd blijft (Lidl, 14 november 2023) heeft de beoogde uitbreiding van Lidl geen negatief effect op deze zaken.

Zet in op meer combinatiebezoek tussen Lidl en centrum

Er liggen kansen om de (vergroete) aantrekkingskracht van Lidl te benutten en meer bezoekers (van buiten de gemeente Huizen) naar het centrum van Huizen te trekken. Het is daarvoor belangrijk om te werken aan een aantrekkelijker en levendiger centrum.

Uitbreiding solitair supermarkt leidt over algemeen niet tot afname aanbod in bestaande centra

Uit onderzoek (Stec Groep, 2023) blijkt dat in de meeste gevallen (80%) schaalvergroting van supermarkten op solitaire locaties niet leidt tot een afname van het aanbod in de bestaande

centra en buurt- en wijkcentra in diezelfde plaats. In het overgrote deel van de gevallen nam het dagelijks winkelaanbod in de bestaande winkelconcentraties juist toe. In één op de vijf gevallen was sprake van een daling. In het onderzoek was echter een 1-op-1 verband met schaalvergroting van de desbetreffende supermarkt niet direct te herleiden. Hoewel bij schaalvergroting van supermarkten vaak sprake is van een omzeteffect (de extra gegenereerde omzet moet van andere supermarkten vandaan komen) blijkt het effect op het aanbod beperkt.

1. Inleiding

Lidl heeft een uitbreidingswens voor haar vestiging in Huizen. De supermarkt ligt naast het hoofdkantoor van Lidl Nederland, op bedrijventerrein 't Plaveen. Lidl wil deze (flagship)winkel binnenspanden verruimen met 554 m² wvo. Eerdere verzoeken van Lidl hiervoor zijn door de gemeente Huizen afgewezen. Gelet op de gevoeligheid van een supermarkt buiten de bestaande centra op het bedrijventerrein is er weerstand vanuit de Huizer Ondernemers Federatie (HOF). Lidl geeft echter aan dat, op basis van onderzoek van BRO, de uitbreiding van Lidl niet zorgt voor het wegvloeien van bestedingen. Sterker nog: de uitbreiding van Lidl moet zorgen voor een versterking van de consumentenverzorging en het combinatiebezoek. De achterliggende argumenten overtuigen de Huizer Ondernemers Federatie daarentegen niet en zij blijven tegen de gewenste winkeluitbreiding van Lidl.

1.1 Uw vragen

U vraag ons daarom – onafhankelijk – een second opinion uit te voeren op het door BRO (in opdracht van Lidl) uitgevoerde onderzoek. De onderzoeksvraag daarbij is:

“Welke effecten heeft de gewenste uitbreiding van Lidl op de consumentenverzorging en bestaande detailhandelsstructuur van de gemeente Huizen?”

In voorliggende rapport geven we antwoord op bovenstaande vraag.

1.2 Leeswijzer

Voor een gedegen distributieplanologisch onderzoek en oordeel over de te verwachten effecten van de beoogde ontwikkeling doorlopen we enkele stappen. In hoofdstuk 2 beginnen we met het schetsen van de huidige supermarktstructuur van Huizen. Hierbij gaan we in op de spreiding, omvang, formules en verzorgingsgebieden van bestaande supermarkten. Hoofdstuk 3 beschrijft de trends en ontwikkelingen op het gebied van supermarkten. In hoofdstuk 4 is met distributieplanologisch onderzoek de (toekomstig) beschikbare marktruimte voor supermarkten uitgerekend. Dit is gedaan voor zowel 2024 als 2034. In hoofdstuk 5 gaan we in op de effecten van de beoogde ontwikkeling van Lidl. In de bijlage zijn ten slotte een begrippenlijst (bijlage 1) en een toelichting op het distributieplanologisch onderzoek (bijlage 2) toegevoegd.

2. Supermarkt-structuur Huizen

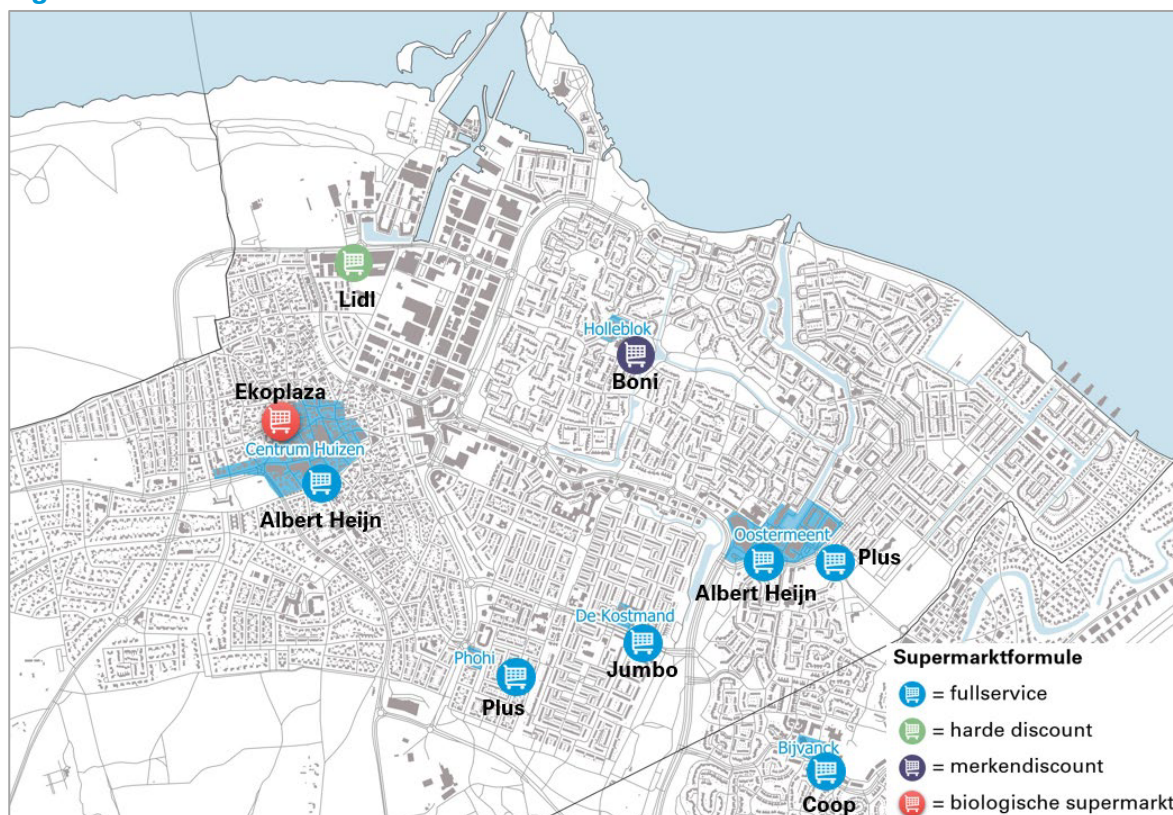
Om de mogelijke effecten van de beoogde uitbreiding van Lidl te kunnen beoordelen, is het belangrijk de bestaande winkelstructuur goed in beeld te brengen. Op basis van de spreiding en het functioneren van de huidige structuur kunnen we een goede inschatting maken van de mogelijke ruimtelijke effecten.

2.1 Huizen beschikt over 8.800 m² wvo supermarktaanbod

Acht supermarkten met totale omvang van 8.800 m² wvo aanwezig in Huizen

De gemeente Huizen beschikt over acht supermarkten met een gezamenlijke omvang van 8.800 m² wvo. Hiermee beschikken de inwoners van Huizen over circa 215 m² wvo per 1.000 inwoners. Dit is minder dan het gemiddelde in Nederland (275 m² wvo per 1.000 inwoners). Daarnaast ligt in winkelcentrum Bijvanck (gemeente Blaricum) een Coop van 775 m² wvo. In onderstaande figuur is de winkelstructuur van de gemeente Huizen weergegeven.

Figuur 1: Winkelstructuur Huizen



Bron: Stec Groep, 2024.

Naast het reguliere supermarktaanbod zijn er nog vier mini-supermarkten gevestigd in Huizen. Het gaat om Attent Huizen, Bada, Verspaleis Marwa en Ela. In totaal zijn deze supermarkten zo'n 500 m² wvo groot. Deze mini-supermarkten bedienen ieder hun eigen doelgroepen en nichemarkt. Deze supermarkten zijn daarmee geen concurrentie maar een aanvulling op het reguliere supermarktaanbod. We rekenen deze meters daarom ook niet mee in onze analyses.

Huizen beschikt over compleet aanbod met fullservice, discount en biologische supermarkten

Het supermarktaanbod in Huizen bestaat voornamelijk uit fullservice supermarkten. Vijf van de acht supermarkten zijn een fullservice supermarkt (Albert Heijn, Jumbo, Plus of Coop). Daarnaast heeft Huizen één merkendiscouter (Boni) en één hard discounter (Lidl). Bovendien beschikt Huizen ook over een biologische supermarkt, de Ekoplaza.

Complementair aanbod zorgt voor aantrekkingskracht

Supermarkten zijn grofweg onder te verdelen in fullservice supermarkten en discounters. Daartussen bevindt zich een groot middensegment. Een fullservice supermarkt biedt een breed assortiment aan met uitgebreide service en aantrekkelijke presentatie, vaak tegen iets hogere prijzen. Een harde discountsupermarkt biedt lagere prijzen aan, maar heeft een minder uitgebreid assortiment en een eenvoudiger presentatie van de producten. Aldi en Lidl zijn voorbeelden van harde discounters. Een merkendiscouter (zoals Boni, Nettorama of Vomar) zet juist in op het goedkoper aanbieden van A-merken (standaard en met acties). De combinatie van een fullservice en discount supermarkt heeft een grote aantrekkende werking op consumenten.

Tabel 1: Overzicht supermarkten in Huizen, naar winkelgebied, type en omvang

	Winkelgebied	Type	Omvang in m ² wvo
Albert Heijn	Centrum Huizen	Fullservice	1.395 m ²
Ekoplaza	Centrum Huizen	Biologisch	220 m ²
Albert Heijn	Oostermeent	Fullservice	1.590 m ²
Plus	Oostermeent	Fullservice	1.470 m ²
Lidl	Solitaire supermarkt	Discounter	1.200 m ²
Jumbo	De Kostmand	Fullservice	995 m ²
Boni	Holleblok	Merkendiscouter	990 m ²
Plus	Phohi	Fullservice	940 m ²
Totaal			8.800 m²

Bron: Locatus (2024) en Lidl (2024).

Positie supermarkten binnen detailhandelsstructuur

Een supermarkt trekt (afhankelijk van de formule en positionering) iedere week ongeveer 10.000 bezoekers. Daarmee zijn supermarkten belangrijke publiekstrekkingen voor centrumgebieden en omliggend aanbod. Binnen de detailhandelsstructuur hebben de supermarkten in Huizen de volgende positie en aantrekkingskracht:

- **Albert Heijn en Ekoplaza (centrum Huizen):** De Albert Heijn en Ekoplaza fungeren primair als centrumsupermarkten. Aangevuld met klandizie uit de directe omgeving. Deze zal vooral vanuit de wijken die ten zuiden en westen van het centrum liggen komen. De Ekoplaza trekt daarnaast nog (van verder) haar eigen doelgroep aan. Ekoplaza is namelijk de enige

biologische supermarkt in Huizen. Consumenten die biologisch boodschappen willen doen komen daardoor gericht naar de Ekoplaza. De Albert Heijn en Ekoplaza worden in het centrum omringd door ander dagelijks (zoals speciaalzaken) en niet-dagelijks aanbod.

- **Albert Heijn en Plus (winkelcentrum Oostermeent):** Deze twee fullservice supermarkten liggen bijna naast elkaar in winkelcentrum Oostermeent. Oostermeent is na het centrum het grootste winkelgebied van Huizen. Naast de twee supermarkten is hier een uitgebreid aanbod aan andere dagelijkse voorzieningen aanwezig (denk aan de bakker, slager, poelier, vishandel, maar ook aan bijvoorbeeld drogisterijen). Daarnaast is er in Oostermeent ook niet-dagelijkse aanbod gevestigd (denk aan kledingzaken, schoenenwinkels, maar ook aan bijvoorbeeld de Bruna of Blokker). Ook zijn er verschillende horecazaken en dienstverleners (zoals kappers, kledingmakers en schoonheidssalons). Hiermee heeft het winkelcentrum een sterke positie en een grote aantrekkingskracht op de inwoners van Huizen, Blaricummeent en de Bijvanck.
- **Lidl (solitair op bedrijventerrein 't Plaveen):** De Lidl is de enige harde discount supermarkt van Huizen. Lidl is ook de enige supermarkt die op een solitaire locatie ligt. Dit wil zeggen: zonder ander winkelaanbod in de buurt (Karwei uitgezonderd). Lidl is gevestigd aan de noordkant van de kern Huizen. Op bedrijventerrein 't Plaveen. Hierdoor is de supermarkt goed bereikbaar. Dit (in combinatie met het flagship karakter) zorgt ervoor dat Lidl niet alleen consumenten uit Huizen bedient, maar ook klanten van verder trekt uit bijvoorbeeld Blaricum, Laren, Bussum en Naarden.
- **Jumbo (supermarktcentrum de Kostmand):** De Jumbo is gelegen in het kleine supermarktcentrum De Kostmand. Dit supermarktcentrum ligt aan de zuidkant van Huizen. Naast de supermarkt zijn hier een bakker en een kapper te vinden. De supermarkt heeft (mede door haar ligging en omvang) voornamelijk een wijkverzorgde functie. Jumbo is bezig met uitbreidingsplannen voor deze locatie.
- **Boni (buurtcentrum Holleblok):** De Boni is gelegen in buurtcentrum Holleblok. Dit buurtcentrum ligt aan de noordkant van Huizen. De Boni is de enige merkendiscouter in de gemeente Huizen. Daarmee bedient deze supermarkt een specifieke(re) doelgroep. De verzorgingsfunctie van deze supermarkt is daarmee ook iets groter dan alleen de wijk.
- **Plus (supermarktcentrum Phohi):** Deze Plus ligt in het supermarktcentrum Phohi in het zuidelijke deel van Huizen. Met name bezoekers uit dit deel van Huizen zullen hier dus hun boodschappen doen. De klandizie van de Plus wordt aangevuld met klanten uit Blaricum-dorp. Door de goede en snelle ontsluiting via de Randweg en Blaricumstraat zijn ook inwoners uit het noordelijk deel Blaricum namelijk snel bij deze supermarkt.

Hoog aantal fullservice supermarkten in Huizen

Huizen kent een hoog aantal fullservice supermarkten. Maar liefst vijf van de acht supermarkten vallen in deze categorie. Dit wordt deels verklaard doordat het inkomen van inwoners van Huizen gemiddeld genomen relatief hoog is. Qua bestedings- en uitgavenpatroon passen fullservice supermarkten hier goed bij. Ondanks dat is en blijft het belangrijk om binnen de detailhandelsstructuur ook over betaalbaar(der)e alternatieven te (blijven) beschikken.

Niet alle supermarkten hebben een toekomstbestendige en marktconforme omvang

Naast de mix van supermarkten is ook de omvang van supermarkten van invloed op het consumentengedrag. Voor fullservice supermarkten is 1.200 tot 1.500 m² wvo een moderne en marktconforme maat. Binnen deze maat kunnen supermarkten het nieuwste concept kwijt en daarmee hun klanten optimaal bedienen. Bij een te kleine omvang kunnen supermarkten slechts beperkt inspelen op de veranderende behoefte van de consument. Denk bijvoorbeeld aan brede gangpaden, meer ruimte voor vers, specifieke productgroepen (duurzaam, vegetarisch, et cetera) en nieuwe technologieën. Een moderne discounter heeft doorgaans een oppervlak van circa

1.000 tot 1.200 m² wvo. Lidl geeft echter aan dat bij hen maten vanaf 1.200 m² wvo (en het liefst groter) gelden als marktconform

De fullservice supermarkten in het centrum en winkelcentrum Oostermeent hebben alle drie een moderne en marktconforme omvang. De fullservice supermarkten in de wijk- en buurtcentra zijn van een beperktere omvang. Al deze supermarkten zijn kleiner dan 1.000 m² wvo. De (merken)-discounters in de gemeente Huizen hebben beide (nagenoeg) een marktconforme omvang. Boni is 990 m² wvo groot en Lidl 1.200 m² wvo.

2.2 Supermarkten hebben sterke lokale (verzorgings)functie

Inwoners Huizen doen dagelijkse boodschappen vooral lokaal

Inwoners van de gemeente Huizen doen hun dagelijkse aankopen vooral lokaal. In de gemeente Huizen bedraagt de koopkrachtbinding voor de dagelijkse sector 92% (Koopstromenonderzoek Randstad en Noord-Brabant, 2022). Dit betekent dat inwoners 92% van hun dagelijkse bestedingen in de eigen gemeente doen. Specifiek voor supermarkten geldt dat inwoners deze vaak nog meer lokaal doen. Dit geldt ook voor Huizen. De afstand tot nabijgelegen (supermarkt) voorzieningen in bijvoorbeeld Blaricum en Laren is voor veel inwoners namelijk groter dan vijf kilometer (en circa 10 minuten rijden). Bovendien is het supermarktaanbod in deze kernen geringer en van een mindere kwaliteit. Inwoners van Huizen zullen weliswaar onderweg vanuit werk of bezoek soms inkopen elders doen, maar dat aandeel is beperkt op het totaal.

Omvang verzorgingsgebied supermarkt wordt bepaald door verschillende factoren

Alle supermarkten hebben hun eigen verzorgingsgebied. De afstand die consumenten maximaal af willen leggen voor een supermarkt verschilt per type supermarkt. Vijf factoren spelen hierin een rol:

- **Formule:** consumenten zijn over het algemeen bereid verder te reizen voor een discount supermarkt dan een fullservice supermarkt. Ook het concept (gemak supermarkt versus wekelijkse boodschappen) speelt een rol.
- **Omvang supermarkt:** naarmate de supermarkt groter is en een breder én specifiek assortiment heeft, zijn consumenten bereid verder te reizen.
- **Concurrerend aanbod in de omgeving:** bij een hoge mate van concurrerend aanbod in de omgeving met vergelijkbare concepten neemt de gemiddelde reisafstand af.
- **Bereikbaarheid en parkeren:** consumenten zijn bereid verder te reizen bij goede bereikbaarheid en optimaal parkeren.
- **Positie supermarkt bij consument:** vrijwel geen enkele consument doet alle boodschappen bij één supermarktformule. Zij maken, persoonsafhankelijk, onderscheid in primaire, secundaire en tertiaire supermarkten. Het meeste bestedingen vinden plaats in de primaire supermarkt (68%), daarop volgt de secundaire (23%) en tertiaire (9%). Afhankelijk van de positie van de supermarkt is men bereid meer of minder ver te reizen.

Gemiddelde afstand tot een supermarkt bedraagt 2,1 kilometer

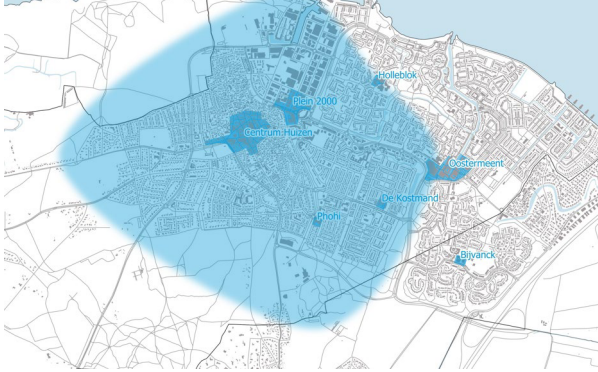
Uit consumentenonderzoek van Deloitte (2023) blijkt dat de gemiddelde reisafstand tot een supermarkt 2,1 kilometer bedraagt. We hanteren deze afstand als uitgangspunt voor de indicatie van de verzorgingsgebieden van de supermarkten in Huizen. In figuur 2 zijn de verzorgingsgebieden van de supermarkten in Huizen weergegeven. De figuren zijn nadrukkelijk een indicatie. We beschikken immers niet over exacte klantherkomstgegevens van de verschillende supermarkten (Lidl uitgezonderd).

Figuur 2 laat zien dat de supermarkten in het centrum van Huizen, in winkelcentrum Oostermeent en in de kleinere buurtcentra allemaal de kern Huizen als hoofdzakelijke verzorgingsgebied hebben. De Lidl heeft als enige in de gemeente Huizen een aanzienlijk groter verzorgingsgebied. Naast consumenten uit Huizen (donker blauwe cirkel), bedient de Lidl ook consumenten uit

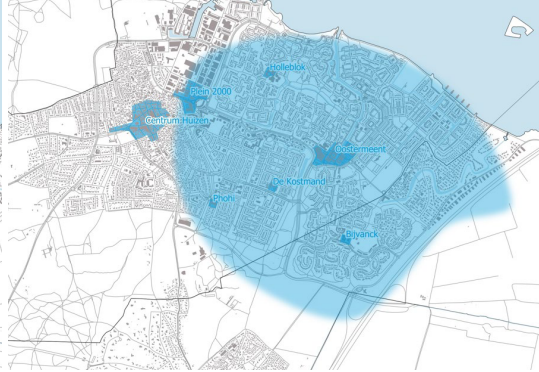
Blaricum, Laren Bussum en Naarden (licht blauwe cirkel). Dit komt doordat consumenten bereid zijn om verder te reizen voor een discount supermarkt dan voor een fullservice supermarkt. Helemaal als het de enige is in een gemeente. Ook het concept van Lidl (gemak supermarkt versus wekelijkse boodschappen) speelt een rol.

Figuur 2: Indicatieve verzorgingsgebieden supermarkten Huizen

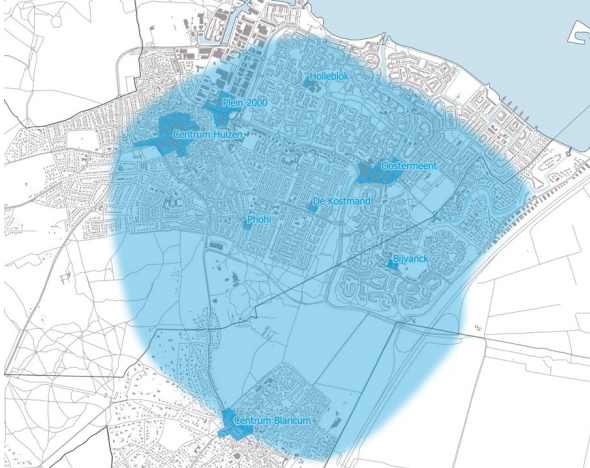
Verzorgingsgebied supermarkten centrum Huizen



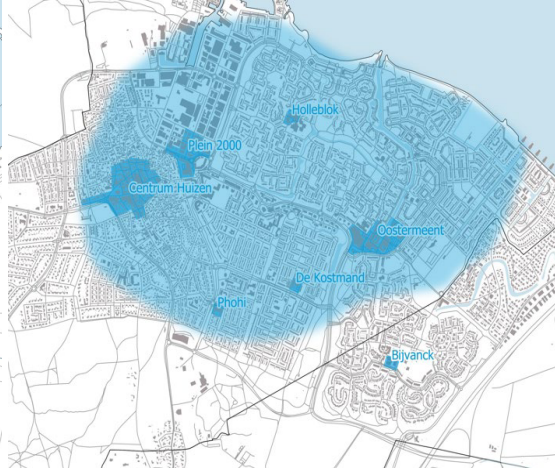
Verzorgingsgebied supermarkten Oostermeent



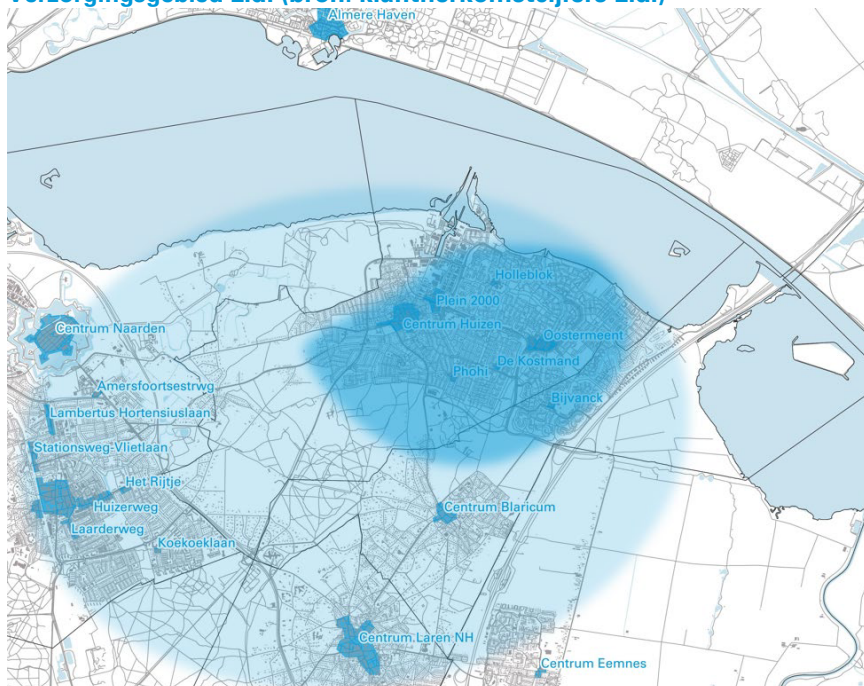
Verzorgingsgebied supermarkten Phohi, Kostmand



Verzorgingsgebied supermarkt Holleblok



Verzorgingsgebied Lidl (bron: klantherkomstcijfers Lidl)



Regionale Detailhandelsvisie Gooi en Vechtstreek (2019)

In de regionale detailhandelsvisie worden ambities voor regionale detailhandel geformuleerd om gezonde vraag-aanbod verhoudingen, goede ruimtelijke ordening en geen onnodige leegstand te genereren. Een van de belangrijkste uitgangspunten is het duurzaam ruimtegebruik, waarbij het optimaliseren van winkelgebieden centraal staat. Dit kan door concentratie, transformatie of beperkte toevoeging van meters. Daarnaast heeft het kwalitatief versterken van bestaande, perspectiefrijke delen van de structuur de voorkeur boven nieuwe ontwikkelingen. Vitaliteit en leefbaarheid van dorpen met optimale (dagelijkse) voorzieningen moeten in de toekomst worden gewaarborgd, deze dienen immers als ontmoetingsplek. Uitbreiding van verspreide bewinkeling is niet gewenst. Dit geldt voor reguliere detailhandel (waaronder supermarkten), maar ook voor perifere detailhandels vestigingen (PDV).

Programma Detailhandel gemeente Huizen (2021)

De centrale opgave voor gemeente Huizen is het inzetten op een vitale, aantrekkelijke en toekomstbestendige winkelstructuur, waarin de verschillende winkelgebieden een eigen profiel en rol hebben in de consumentenverzorging. Het centrum van Huizen heeft prioriteit en de bestaande hiërarchische winkelstructuur is leidend. Om de ambitie te realiseren zijn twee uitgangspunten relevant:

- Inzetten op vitale centra door concentratie in of aangrenzend aan de winkelcentra en het weren van nieuwe (planologische) detailhandel daarbuiten op solitaire locaties. Voor bestaande solitaire winkels gelden de bestaande rechten.
- Er wordt terughoudend omgegaan met nieuwe detailhandelslocaties (behoudende beleidslijn).

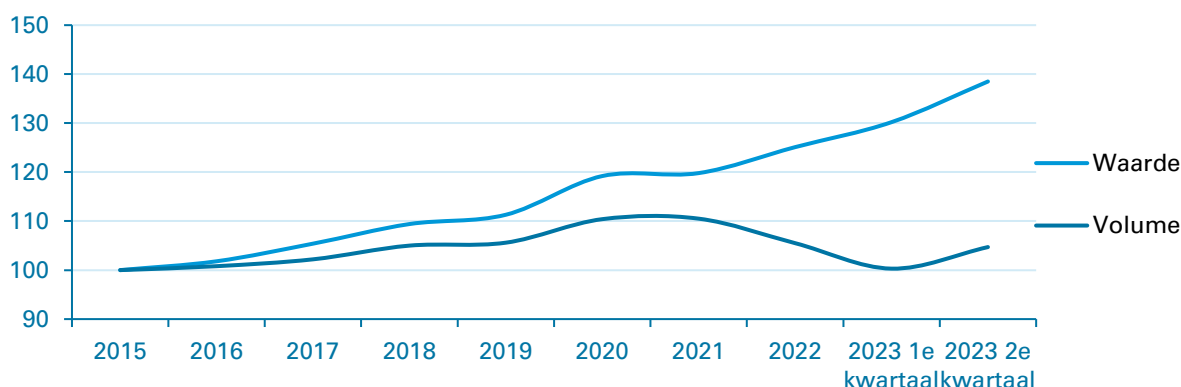
3. Trends en ontwikkelingen

In dit hoofdstuk beschrijven we de belangrijkste trends en ontwikkelingen. Het consumentengedrag verandert namelijk, en daarmee ook het marktperspectief voor fysieke winkels. Consumenten hebben steeds meer mogelijkheden om zelf te bepalen waar, wanneer en of hij wel gaat winkelen (door toename online). Dit heeft gevolgen voor de supermarktstructuur.

Supermarktbestedingen groeien al jaren

De bestedingen in supermarkten groeien al meerdere jaren op rij (figuur 3). Dit komt doordat consumenten meer uitgeven aan food, versproducten en specifiek assortiment (zoals biologische producten). Daarnaast richten supermarkten zich steeds meer op gemak, beleving en versbereiding. Ze pakken daarmee ook een deel van de reguliere horeca-omzet.

Figuur 3: Omzet fysieke supermarkten – koopdaggecorrigeerd²



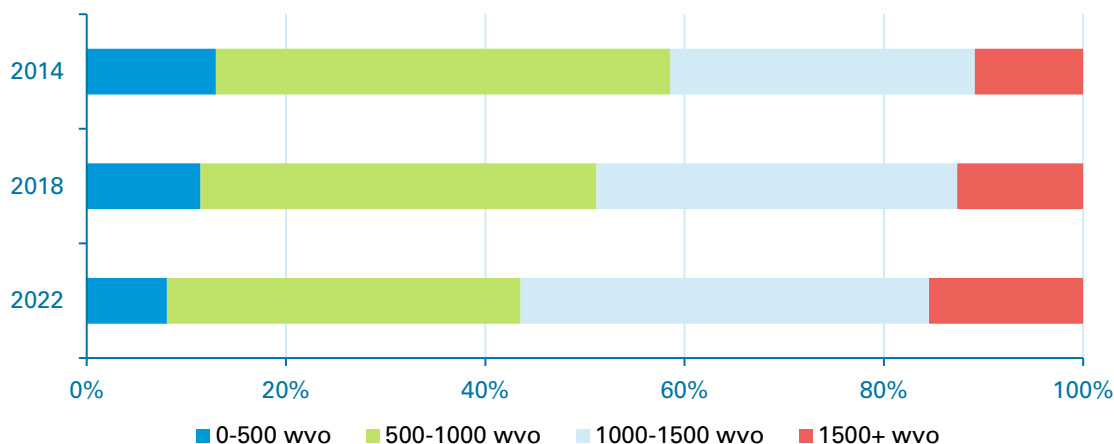
Bron: Locatus, 2022. Bewerking: Stec Groep, 2024. Index: 2015 = 100.

Supermarkten zetten in op schaalvergroting en modernisering

Supermarkten zetten tegenwoordig in op ruim opgezette supermarkten om te kunnen voldoen aan de wensen van de consument. Denk aan verbreding en ruime presentatie assortiment, brede gangpaden, technologische ontwikkelingen (zoals zelfscankassa's) en meer verse, lokale, duurzame, vegetarische en biologische producten. Hierdoor nemen kleine supermarkten in aantallen af, grote supermarkten nemen juist toe (figuur 4). Schaalvergroting leidt echter niet 1-op-1 tot meer omzet per m² wvo. De omzet per m² wvo is de afgelopen jaren afgenomen (figuur 5). Als gevolg van de dalende omzet per m² wvo zijn meer supermarktmeters nodig om de omzet op peil te houden.

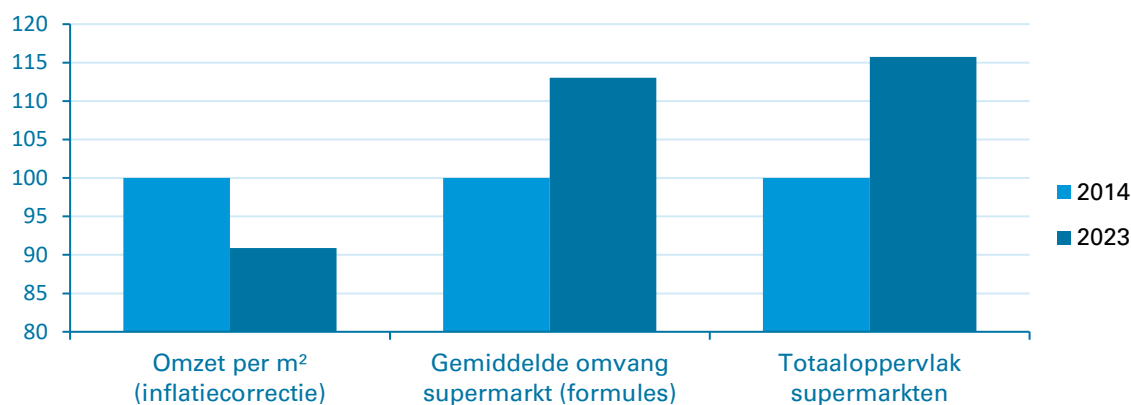
² Bij veel economische indicatoren wordt de volumeontwikkeling beschreven. Deze ontwikkeling wordt beïnvloed door de samenstelling van week- en weekenddagen en door feestdagen. Op sommige dagen van de week wordt meer verkocht of geproduceerd dan op andere dagen. Als een maand meer van zulke dagen heeft dan wordt de vergelijking met dezelfde maand van een jaar eerder daardoor verstoord. Om dit te voorkomen publiceert het CBS waar mogelijk volumecijfers die gecorrigeerd zijn voor de verschillen in de samenstelling van koop- en werkdagen.

Figuur 4: Ontwikkeling maatvoering supermarkten



Bron: Locatus, 2022. Bewerking: Stec Groep, 2023. Maatvoering in m² wvo.

Figuur 5: Ontwikkeling omzet per m², gemiddelde omvang en totaal oppervlak



Bron: Locatus, 2023. CBS, 2023. Bewerking: Stec Groep, 2023. Index: 2014 = 100.

Online boodschappen doen

Steeds meer supermarkten bieden de mogelijkheid aan om online boodschappen te doen via thuisbezorging of pick-up points. Momenteel ligt het aandeel van online boodschappen doen op 7% (CBRE, 2023). Ter vergelijking: voor de hele retailmarkt ligt het aandeel online aankopen rond de 20%. De verwachting is dat de hoge groeipercentages van de afgelopen jaren afvlakken, maar dat de omvang blijft toenemen. Ondanks dat heeft de toename van online niet geleid tot een afname van supermarktmeters en gemiddelde metrages. Er is ook nog geen sprake van een keerpunt waarbij de omzet in fysieke supermarkten afneemt.

Nieuwe concepten spelen in op consumentenbehoefte

In de supermarktbranche is zowel sprake van schaalvergroting (AH XL, Jumbo Foodmarkt), als van schaalverkleining (AH-to-go, Jumbo City, Spar City). Supermarkten stemmen concepten bewuster af op de wensen van de consument: kleine to-go winkels voor snelheid, middelgrote supermarkten die dicht bij de woning zijn en via een breed assortiment inspelen op gemak, en XXL supermarkten voor optimale beleving en foodconcepten. XXL-supermarkten zijn veelal aan de rand van steden te vinden, waar sprake is van een goede bereikbaarheid. Middelgrote supermarkten zijn met name te vinden in wijk- en buurtcentra en solitaire locaties. Kleinschalige supermarkten komen vooral op in de centra van grote steden, nabij stations en openbare voorzieningen.

Grotere supermarkten verstevigen positie

Naast schaalvergroting hanteren supermarktketens een expansiestrategie om schaalvoordelen te behalen. Dit is essentieel om de smalle winstmarges binnen de sector te kunnen handhaven. De afgelopen jaren hebben een aantal grotere ketens strategische posities veroverd, vooral door andere ketens over te nemen. Dit heeft geleid tot het verdwijnen van meer dan 20 supermarktketens in Nederland sinds 2000 (CBRE, 2023).



4. Toekomstige marktruimte supermarkten

In dit hoofdstuk wordt de toekomstige marktruimte voor supermarkten berekend. We voeren hiervoor distributie planologisch onderzoek uit. Zie bijlage 2 voor een uitgebreide toelichting op de gehanteerde uitgangspunten.

4.1 Extra marktruimte in 2034 ruim 3.000 m² wvo

Markt voor supermarkten goed, komende tien jaar ruimte voor toevoegingen

De markt voor supermarkten in Huizen is op dit moment goed. Het aantal supermarktmeters is minder dan gemiddeld in Nederland. Dit betekent dat de meeste bestaande supermarkten goed functioneren en een (meer dan) 'gezonde boterham' kunnen verdienen. Momenteel is er (theoretisch) nog ruimte voor de toevoeging van zo'n 3.300 m² wvo supermarkt. De beoogde uitbreiding van Lidl (554 m² wvo) past hier ruim binnen. Hetzelfde geldt voor de plannen van Vomar en (waarschijnlijk) Jumbo.

Kwalitatief constateren we dat de huidige maatvoering van de supermarkten in Huizen niet altijd voldoet aan de veranderende consumentenbehoefte (bredere gangpaden, ruimte voor meer versproducten, productniches en moderne functionaliteiten). De Jumbo (de Kostmand), Boni (Holleblok) en Plus (Phohi) zijn relatief klein. Deze winkels kunnen daardoor slechts beperkt inspelen op de veranderde behoefte van de consument. Dit is ook waarom Jumbo momenteel ook bezig is met uitbreidingsplannen. De Lidl en supermarkten in het centrum en winkelcentrum Oostermeent hebben wel allemaal (nagenoeg) een marktconforme maat.

De komende tien jaar neemt de marktruimte voor supermarkt iets af (door een afnemend aantal inwoners). We verwachten daarnaast dat het aandeel online bestedingen nog (iets) toe gaat nemen (online boodschappen bestellen en thuisbezorging). De fysieke bestedingen in supermarkten stijgen daarentegen ook al een aantal jaar op rij. We verwachten daarom dat deze twee trends elkaar compenseren. We houden de fysieke bestedingen richting 2034 daarom gelijk. Wanneer we beide effecten tegen elkaar afwegen verwachten we de komende tien jaar een autonome uitbreidingsbehoefte van zo'n 3.000 m² wvo. Dit is circa 300 m² wvo minder dan in de huidige situatie.

Tabel 2: Distributieplanologisch onderzoek branche supermarkten

	2024	2034
Inwoners	41.195	40.330
Bestedingen	€ 2.260	€ 2.260
Fysieke bestedingen	€ 93.100.700	€ 91.145.800

Koopkrachtbinding	95%	95%
Gebonden omzet	€ 88.445.665	€ 86.588.510
Toevloeiing	15%	15%
Totale omzet	€ 104.053.725	€ 101.868.835
Gemiddelde omzet in NL per m²	€ 8.589	€ 8.589
Haalbaar aanbod in m² wvo	12.115	11.860
Gevestigd aanbod in marktregio m² wvo	8.800	8.800
Marktruimte in m² wvo	+ 3.315	+ 3.075

Bron: CBS, 2024; Panteia, 2022; Primos 2024; KSO, 2021; Bewerking: Stec Groep, 2024.

5. Effectenanalyse

In dit hoofdstuk zijn de effecten van de beoogde uitbreiding van Lidl in beeld gebracht.

Markt voor supermarkten is in Huizen positief, initiatief Lidl past binnen marktruimte

Huizen beschikt momenteel over zo'n 8.800 m² wvo supermarkt. Hiermee beschikken inwoners van Huizen over zo'n 215 m² wvo supermarkt per 1.000 inwoners. Dit is minder dan gemiddeld in Nederland. Hier beschikt men over 275 m² wvo per 1.000 inwoners. De markt voor supermarkten is dan ook goed in Huizen. De bestaande supermarkten functioneren ruim 35% boven de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit en kunnen daarmee een (meer dan) gezonde boterham verdienen. Er is nu nog ruimte voor de toevoeging van zo'n 3.300 m² wvo supermarkt. Richting de toekomst blijft deze autonome uitbreidingsbehoefte bestaan. De beoogde uitbreiding van Lidl (554 m² wvo) past ruim binnen de huidige en toekomstige marktruimte voor supermarkten.

Na uitbreiding van Lidl blijft er nog marktruimte over: kansen voor optimalisatie structuur

Na de beoogde uitbreiding van Lidl blijft de markt voor supermarkten goed. De gemiddelde vloerproductiviteit ligt dan nog steeds (ruim) 25% boven het landelijk gemiddelde en er bestaat nog marktruimte voor circa 2.500 m² wvo extra supermarkt (3.075 m² wvo – 554 m² wvo). Dit betekent dat er, na de beoogde uitbreiding van Lidl, ook nog voldoende uitbreidingsruimte is voor de komst van Vomar in het centrum van Huizen (1.800 m² bvo)³. Hoorne Vastgoed is namelijk voornemens de "Blokkerpanden" (gelegen op de hoek tussen Kerkstraat en Prins Bernhardplein) te herontwikkelen, met naast wonen en detailhandel ook een Vomar supermarkt. De nieuwe supermarkt is de drager van het centrumplan, en vormt niet alleen een kwantitatieve, maar ook een belangrijke kwalitatieve versterking voor het centrum. Na de herontwikkeling beschikt het centrum over twee grote moderne, marktconforme en complementaire supermarkten (Vomar is een merkendiscouter).

Supermarkten belangrijkste publiekstrekkingen centra

Een supermarkt trekt iedere week ongeveer 10.000 bezoekers. Supermarkten zorgen daarmee de hele week voor passantenstromen. Ze zijn dan ook veruit de grootste publiekstrekkingen voor winkelgebieden die, bij de juiste randvoorwaarden zoals zichtlijnen en afstand tot overige winkels, combinatiebezoek met andere winkels aanwakkeren. Een sterk supermarktaanbod is dan ook belangrijk voor het in stand houden van de overige (met name dagelijkse) voorzieningen en het bieden van een gevarieerd winkel- en horeca-aanbod.

Uitbreiding bestaande formule zorgt voor beperkt(er) omzeteffect bij andere aanbieders

De plannen van Lidl betreffen een (binnenpandse) uitbreiding van een bestaande formule. De bestaande supermarkten (waaronder Lidl) functioneren nu ook al met en naast elkaar. We verwachten daarom dat de bestaande verhoudingen gelijk blijven en dat de concurrentiepositie tussen de supermarkten beperkt zal veranderen. Bij uitbreiding van een bestaande formule zijn de omzeteffecten namelijk beperkter dan bij nieuwvestiging van een extra supermarkt en/of

³ Hetzelfde geldt naar alle waarschijnlijkheid ook voor de uitbreidingsplannen van de Jumbo in winkelcentrum de Kostmand. Exacte uitbreidingsmeters zijn nog niet bekend, maar de uitbreiding van de Jumbo mag niet zorgen voor ontwrichting van de bestaande Huizer supermarktstructuur. Er mag bijvoorbeeld geen hypermarkt komen en de nieuwe supermarkt moet qua omvang passend (blijven) bij buurtcentrum de Kostmand. Dit betekent dat de uitbreiding waarschijnlijk past binnen de nog overgebleven marktruimte (na uitbreiding Lidl en komst Vomar).

toetreding van een nieuwe formule. Helemaal doordat de uitbreiding van het wvo van Lidl niet 'één-op-één' leidt tot extra verkoopmeters (winkelschappen) en daarmee omzetmogelijkheden. De uitbreiding wordt namelijk benut voor bredere paden en services zoals statiegeldinzameling. Het aanwezige assortiment in de winkel van Lidl blijft ongewijzigd (Lidl, 14 november 2023).

Gemiddelde vloerproductiviteit daalt met 10%, maar blijft bovengemiddeld hoog

Als gevolg van de uitbreiding van Lidl daalt de gemiddelde vloerproductiviteit in Huizen met zo'n 10%. Dit is een daling die terecht komt bij alle acht al aanwezige supermarktvestigingen (incl. Lidl zelf). De mogelijke omzeteffecten voor individuele vestigingen zijn daardoor beperkt. Bovendien zal dit omzeteffect niet direct leiden tot negatieve effecten. De supermarkten blijven bovengemiddeld functioneren. De vloerproductiviteit ligt na de beoogde uitbreiding van Lidl namelijk nog steeds 25% boven het landelijk gemiddelde. Dit terwijl een onder gemiddeld functioneren van zo'n 10% economisch nog door de markt gedragen kan worden.

Concurrentie tussen bestaande supermarkten neemt toe

Als gevolg van de uitbreiding van het supermarktaanbod (Lidl, Vomar en mogelijk Jumbo) neemt de onderlinge concurrentie tussen supermarkten in Huizen wel toe. Supermarkten willen hun huidige klantbereik namelijk behouden. Dit betekent dat supermarkten gaan inzetten op de klant van de concurrent. De supermarktlocaties en -concepten die het minst inspelen op de randvoorwaarden voor toekomstbestendig functioneren (zoals goede autobereikbaarheid en parkeren, efficiënte logistiek, productaanbod, service op maat en prijs-kwaliteitverhouding) zijn daarbij het meest kwetsbaar. In Huizen zijn dit de fullservice supermarkten in de kleine buurtcentra.

Uitgangssituatie centrum Huizen en winkelcentrum Oostermeent zijn goed

De uitgangssituatie van het centrum van Huizen en winkelcentrum Oostermeent zijn goed. De supermarkten in het centrum (Albert Heijn en Ekoplaza) en winkelcentrum Oostermeent (Albert Heijn en Plus) hebben allemaal een marktconforme maat. Dit betekent dat deze supermarkten goed inspelen op de behoefte van de consument. Denk aan brede gangpaden, ruimte voor vers, specifieke productgroepen (duurzaam, vegetarisch, et cetera) en nieuwe technologieën. Hiermee zijn deze supermarkten (en dus winkelgebieden) aantrekkelijke aankooplocaties voor de dagelijkse boodschappen van de consument.

Bovendien beschikken deze winkelgebieden ook over aantrekkelijk ander (dagelijks en niet-dagelijks) winkelaanbod. Daarnaast is de leegstand beperkt. In het centrum van Huizen staan 22 panden leeg, met een totaal oppervlak van zo'n 3.000 m² wvo. Hiermee staat zo'n 14% van het vastgoed leeg. De leegstand concentreert zich op twee plekken: aan het begin van de Kerkstraat en aan de Kerstraat ter hoogte van het Oude Raadhuisplein. De leegstaand aan het begin van de Kerkstraat is onderdeel van de herontwikkelingslocatie van Hoorne Vastgoed. Deze leegstand wordt omgezet naar detailhandel, wonen en een supermarkt. Zonder deze leegstand bedraagt het leegstandspercentage in het centrum zo'n 7%. De leegstand ligt hiermee iets boven het gewenste (landelijke) frictieniveau van 5% (bron: Locatus). In Oostermeent is nauwelijks sprake van leegstand. Hier staan twee panden leeg, met een totaal oppervlak van 125 m² wvo.

Centrum Huizen wordt versterkt met komst Vomar

Er zijn plannen voor de vestiging van een Vomar supermarkt in het centrum van Huizen. De komst van een derde supermarkt (naast de bestaande Albert Heijn en Ekoplaza) zal een boost geven aan het (westelijk deel van het) centrum. Helemaal omdat het hier gaat om complementair

aanbod. Vomar is een merkendiscouter en vult het bestaande supermarktaanbod (fullservice en biologisch) daarom goed aan.

Fullservice supermarkten in kleine buurtcentra zijn het meest kwetsbaar...

De fullservice supermarkten in de kleine buurtcentra De Kostmand en Phohi beschikken niet over een uitgebreid aanbod aan winkels en voorzieningen. Daarnaast hebben de supermarkten Jumbo (995 m² wvo) en Plus (940 m² wvo) allebei (nu nog) een te kleine omvang. Voor moderne en marktconforme fullservice supermarkten is een omvang van zo'n 1.200 tot 1.500 m² wvo gewenst. Dit maakt deze locaties minder aantrekkelijke aankooplocaties voor de consument. Deze twee supermarkten zijn daarmee (bij versterking van ander aanbod) het meest kwetsbaar voor mogelijke omzeteffecten, zo is onze taxatie. We verwachten echter niet dat er sprake zal zijn van sluiting van één van deze supermarkten. De gemiddelde vloerproductiviteit blijft immers goed.

... enig effect in centrum Huizen en winkelcentrum Oostermeent echter niet uit te sluiten

Ondanks dat we verwachten dat de fullservice supermarkten in de kleine buurtcentra het meest kwetsbaar zijn voor de beoogde uitbreiding van Lidl, is enig effect in het centrum of winkelcentrum Oostermeent niet uit te sluiten. De aantrekkingskracht van Lidl zal na de beoogde uitbreiding namelijk, zeker als enige hard discounter in Huizen, iets toenemen. Dit zorgt er voor dat er meer consumenten (uit omliggende dorpen) naar Huizen komen. Tegelijkertijd kan dit er ook voor zorgen dat klanten van bestaande supermarkten de locatie van Lidl (in het begin) vaker verkiezen boven hun 'eigen en/of vaste' supermarkt. De effecten hiervan zullen, zoals gezegd, het grootst zijn in de kleine buurtcentra. Enig effect hiervan in het centrum van Huizen en winkelcentrum Oostermeent is echter niet uit te sluiten.

Effecten voor omliggend aanbod zijn beperkt: supermarkten blijven goed functioneren...

We verwachten dat deze effecten beperkt zullen zijn. Supermarkten zijn namelijk de belangrijkste dragers voor centrumgebieden. Zij zorgen voor de grootste en constantste bezoekersstroom. Zolang supermarkten goed blijven functioneren (en dat is het geval), doet omliggend aanbod dat over het algemeen ook. Tegelijkertijd kunnen negatieve effecten op supermarkten ook negatieve uitstralingseffecten hebben op omliggend aanbod. Wij verwachten dat dit in Huizen niet het geval zal zijn. De markt voor supermarkten is namelijk goed. Daarnaast zullen de consumentenstromen niet dusdanig veranderen. Het gaat immers om de optimalisatie van een bestaande formule (het aanwezige assortiment in de winkel blijft ongewijzigd) en niet om de toetreding van een nieuwe formule. Bovendien heeft het centrum van Huizen met de Albert Heijn, Ekoplaza en het speciaal-zakenaanbod zelf een heel aantrekkelijk dagelijks aanbod (dat bezocht wordt als aanvulling op de Lidl, zo blijkt uit onderzoek van BRO). Ook winkelcentrum Oostermeent heeft een marktconform supermarktaanbod. We verwachten dan ook dat de omzeteffecten van de uitbreiding van Lidl bij andere winkels in het centrum beperkt zal zijn. Helemaal na de versterking met de Vomar. Hetzelfde geldt voor de winkels in winkelcentrum Oostermeent.

Effecten zijn beperkt: consumenten bezoeken Lidl en centrum Huizen met andere redenen...

We verwachten daarnaast dat de effecten in het centrum beperkt zullen zijn omdat de Lidl en het centrum van Huizen met andere redenen bezocht worden. De aankooplocaties bedienen daardoor (deels) andere doelgroepen. Dit zorgt ervoor dat de consumenten die nu geregeld het centrum bezoeken, dit ook na uitbreiding van Lidl 'gewoon' blijven doen. Waar Lidl namelijk met name bezocht wordt om boodschappen te doen, zijn voor het centrum van Huizen de belangrijkste bezoekredenen boodschappen doen (Albert Heijn, speciaalzaken) én recreatief winkelen. Het centrum heeft dus nadrukkelijk een dubbelfunctie. Ook de weekmarkt is een belangrijke reden om het centrum van Huizen te bezoeken. Dit verandert niet door/na de beoogde uitbreiding van Lidl.

... er vindt bovendien combinatiebezoek plaats tussen de Lidl en het centrum van Huizen

Na de uitbreiding concurreert Lidl waarschijnlijk iets meer met de bestaande supermarkten. In dit krachtenveld is het echter ook relevant dat Lidl, door de uniciteit van de formule, klanten trekt vanuit de wijdere omgeving (zie ook figuur 2). Een deel van de klanten van Lidl komt daarbij speciaal voor Lidl. Een ander deel bezoekt ook het centrum van Huizen. Er vindt namelijk combinatiebezoek plaats tussen bezoekers van Lidl en het centrum van Huizen, zo blijkt op basis van onderzoek van BRO (november 2023). Iets meer dan de helft van de respondenten op de Lidl locatie bezoekt het centrum van Huizen minstens 1 keer per week. Dit is een logische conclusie. Op basis van onderzoek van Deloitte (2023) blijkt namelijk dat het gros van de consumenten voor hun boodschappen meerdere supermarkten bezoekt. Consumenten bezoeken hun primaire supermarkt gemiddeld twee keer per week en hun secundaire supermarkt één keer per week. Het combinatiebezoek dat bestaat vanuit de Lidl richting de Albert Heijn past in deze lijn. Zeker omdat Lidl een harde discounter is en weinige A-merken verkoopt. Het centrum van Huizen is met de Albert Heijn, Ekoplaza en andere speciaalzaken een hele aantrekkelijke aanvulling op de Lidl. Consumenten geven dit ook aan in het onderzoek van BRO. Zij bezoeken het centrum van Huizen met name voor complementaire producten bij speciaalzaken en bij supermarkt Albert Heijn. Omdat het aanwezige assortiment in de winkel van Lidl ongewijzigd blijft (Lidl, 14 november 2023) heeft de beoogde uitbreiding van Lidl geen negatief effect op deze zaken.

Zet in op meer combinatiebezoek tussen Lidl en centrum

Er liggen kansen om de (vergroete) aantrekkingskracht van Lidl te benutten en meer bezoekers (van buiten de gemeente Huizen) naar het centrum van Huizen te trekken. Het is daarvoor belangrijk om te werken aan een aantrekkelijker en levendiger centrum.

Uitbreiding Lidl (en komst Vomar) heeft positief effect op consumentenverzorging Huizen

De uitbreiding van Lidl zorgt voor een kwalitatieve versterking van de supermarktstructuur in Huizen. Vanuit trends en ontwikkelingen zien we dat supermarkten schaalvergroting als belangrijkste toekomststrategie hebben. Het aanbieden van marktconforme supermarkten is hiervoor een belangrijk uitgangspunt. Helemaal voor discounters zonder online tak, zoals Lidl. Als deze niet innoveren en uitbreiden verliezen zij op termijn marktaandeel aan andere supermarkten en online. Dit kan leiden tot een verschraling van de supermarktstructuur. De uitbreiding van Lidl (en nieuwvestiging van Vomar) zorgt ook voor een betere consumentenverzorging. Er ontstaat een supermarkt die optimaal inspeelt op de behoefte van de consument (Lidl) en er ontstaat in het centrum een extra (complementaire) keuzemogelijkheid, als aanvulling op de Albert Heijn en Ekoplaza. Complementair aanbod heeft een grote aantrekkingskracht op consumenten. Dit is positief voor het centrum en winkelcentrum Oostermeent.

Uitbreiding solitair supermarkt leidt over algemeen niet tot afname aanbod in bestaande centra

Uit eigen onderzoek (2023) blijkt dat in de meeste gevallen (80%) schaalvergroting van supermarkten op solitaire locaties niet leidt tot een afname van het aanbod in de bestaande centra en buurt- en wijkcentra in diezelfde plaats. In het overgrote deel van de gevallen nam het dagelijks winkelaanbod in de bestaande winkelconcentraties juist toe. In één op de vijf gevallen was sprake van een daling. In het onderzoek was echter een 1-op-1 verband met schaalvergroting van de desbetreffende supermarkt niet direct te herleiden. Hoewel bij schaalvergroting van supermarkten vaak sprake is van een omzeteffect (de extra gegenereerde omzet moet van andere supermarkten vandaan komen) blijkt het effect op het aanbod beperkt.

Belangrijkste conclusies effectenanalyse

- De toekomstige marktruimte voor supermarkten is in Huizen positief (+3.000 m² wvo). Het initiatief van Lidl (+554 m² wvo) past hier ruim binnen.
- Na uitbreiding van Lidl blijft er nog marktruimte over. Dit biedt mogelijkheden voor andere optimalisaties van de supermarktstructuur. Denk aan de komst van Vomar in het centrum Huizen en de uitbreidingsplannen van de Jumbo in de Kostmand.
- De komst van Vomar versterkt het centrum van Huizen. Supermarkten zijn de belangrijkste publiekstrekken voor winkelgebieden (circa 10.000 bezoekers per week). Een derde supermarkt (naast de Albert Heijn en Ekoplaza) zal een boost geven aan het centrum. Helemaal omdat het gaat om complementair aanbod (Vomar is een merkendiscouter).
- Uitbreidingen van bestaande formules (zoals hier het geval is) zorgen voor minder grote omzetteffekten bij andere aanbieders dan nieuwvestigingen. Bovendien creëert de uitbreiding van Lidl niet één-op-één extra verkoopmeters (winkelschappen) en daarmee omzetmogelijkheden. De uitbreiding wordt namelijk benut voor bredere paden en services zoals statiegeldinzameling. Het aanwezige assortiment in de winkel van Lidl blijft ongewijzigd (Lidl, 14 november 2023).
- Na uitbreiding van Lidl daalt de gemiddelde vloerproductiviteit met zo'n 10%. De vloerproductiviteit blijft echter (ver) boven de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit liggen (+25%). Supermarkten blijven dus goed functioneren. Bovendien komt het omzetteffect bij alle acht al aanwezige supermarkten terecht (incl. Lidl zelf). De effecten bij individuele aanbieders zijn dus beperkt.
- De fullservice supermarkten in de kleine buurtcentra de Kostmand en Phohi zullen daarbij het meest kwetsbaar zijn. Beide supermarkten zijn (nu nog) te klein. Dit maakt deze locaties minder aantrekkelijk voor de consument.
- De uitgangssituatie van het centrum van Huizen en winkelcentrum Oostermeent zijn goed. Alle drie de aanwezige fullservice supermarkten hebben een marktconforme maat. Bovendien beschikken deze winkelgebieden over aantrekkelijk ander (dagelijks en niet-dagelijks) winkelaanbod.
- Enig effect in het centrum en winkelcentrum Oostermeent is echter niet uit te sluiten. We verwachten daarentegen dat deze effecten beperkt zullen zijn. Zolang supermarkten goed blijven functioneren (en dat is het geval), doet omliggend aanbod dat over het algemeen ook. Bovendien heeft het centrum van Huizen met de Albert Heijn en Ekoplaza (en straks de Vomar) en het speciaal-zakenaanbod zelf een heel aantrekkelijk dagelijks aanbod. Hetzelfde geldt voor winkelcentrum Oostermeent.
- Daarnaast bezoeken consumenten de Lidl en het centrum van Huizen met andere redenen. De aankooplocaties bedienen daardoor (deels) andere doelgroepen. Waar Lidl namelijk met name bezocht wordt om boodschappen te doen, zijn voor het centrum van Huizen de belangrijkste bezoekredenen boodschappen doen (Albert Heijn, speciaalzaken) én recreatief winkelen. Het centrum heeft dus nadrukkelijk een dubbelfunctie.
- In dit krachtenveld is het ook relevant dat Lidl, door de uniciteit van de formule, klanten trekt vanuit de bredere omgeving. Een deel van de klanten van Lidl komt daarbij speciaal voor Lidl. Een ander deel bezoekt ook het centrum van Huizen. Er vindt namelijk combinatiebezoek plaats tussen bezoekers van Lidl en het centrum van Huizen (BRO, 2023). Iets meer dan de helft van de respondenten op de Lidl locatie bezoekt het centrum van Huizen minstens 1 keer per week. Dit is een logische conclusie. Op basis van onderzoek van Deloitte (2023) blijkt namelijk dat het gros van de consumenten voor hun boodschappen meerdere supermarkten bezoekt. Consumenten bezoeken hun primaire supermarkt gemiddeld twee keer per week en hun secundaire supermarkt één keer per week. Het combinatiebezoek dat bestaat vanuit de Lidl richting de Albert Heijn past dus in deze lijn. Zeker omdat Lidl een harde discounter is en weinige A-merken verkoopt. Het centrum van Huizen is met de Albert Heijn, Ekoplaza en andere speciaalzaken een hele aantrekkelijke aanvulling op de Lidl. Omdat het aanwezige assortiment in de winkel van Lidl ongewijzigd blijft (Lidl, 14 november 2023) heeft de beoogde uitbreiding van Lidl geen negatief effect op deze zaken.

- Ten slotte blijkt uit eigen onderzoek (2023) dat in de meeste gevallen (80%) schaalvergroting van supermarkten op solitaire locaties niet leidt tot een afname van het aanbod in de bestaande centra en buurt- en wijkcentra in diezelfde plaats.

Bijlage 1: Begrippenlijst

Hypermarkt

Een hypermarkt is een grootschalige winkel waar naast supermarktartikelen (dagelijkse boodschappen) ook warenhuisartikelen (niet-dagelijkse artikelen) te koop zijn. Ze zijn vaak te vinden aan de rand van de stad.

Koopkrachtbinding

Dit betreft de omzet die door inwoners van het verzorgingsgebied (gemeente Huizen) in het verzorgingsgebied gegenereerd wordt.

Koopkrachttoevloeiing

Dit betreft het aandeel van de bestedingen in Huizen dat gedaan wordt door inwoners van buiten de kern (o.a. door toeristen of consument uit omliggende dorpen).

Vloerproductiviteit

Dit geeft aan wat de gemiddelde omzet per m² wvo vloeroppervlak bedraagt.

PDV

Perifere detailhandels vestiging. Deze winkels verkopen vooral volumineuze artikelen. Vanwege de aard en/of omvang van deze artikelen hebben deze winkels een groot oppervlak nodig. De grote(re) vestigingen passen hierdoor fysiek niet in gewone winkelcentra en liggen hier dus buiten.

Primaire, secundaire en tertiaire supermarkt

De belangrijkste supermarkt, de supermarkt waar je de meeste boodschappen doet, wordt ook wel de primaire supermarkt genoemd. De supermarkt die je daarnaast het meest bezoekt, wordt ook wel de secundaire supermarkt genoemd, gevolgd door de tertiaire.

WVO

Winkelvloeroppervlak

Bijlage 2: DPO berekening

Voor het bepalen van de (indicatieve) marktruimte en actuele behoefte voeren we distributieplanologisch onderzoek (DPO) uit. We beschouwen hierbij de marktsituatie in de gemeente Huizen. De verwachting is namelijk dat het leeuwendeel van de koopkracht van supermarkten uit dit gebied afkomstig zal zijn. We kijken vooruit tot 2034; een tijdsperiode van 10 jaar. We hanteren een horizon van 10 jaar omdat dit een betrouwbare termijn is om vooruit te kijken qua bevolkingsontwikkeling en om rekening te houden met veranderende (markt)omstandigheden. Denk aan veranderingen in consumentengedrag of economische conjunctuur. Om de marktruimte te bepalen voor supermarkten is een benadering gemaakt van het huidige en toekomstig economisch functioneren van de markt. We hanteren in het DPO de meest recente cijfers. Uitkomsten van het DPO dienen niet als harde waarheid maar als indicatie. Er spelen diverse trends en ontwikkelingen die hier in de loop van de jaren invloed op kunnen gaan uitoefenen. Zoals online boodschappen doen, veranderend consumentengedrag en blurring (menging met horeca). Waar mogelijk wordt met deze trends rekening gehouden.

We hanteren in het DPO de volgende uitgangspunten:

- **Bevolkingsomvang:** Volgens de meest recente cijfers ligt het inwoneraantal van het verzorgingsgebied (gemeente Huizen) momenteel op 41.195 (CBS, peildatum: 1 januari 2023). Voor het aantal inwoners in 2034 gebruiken we de bevolkingsprognose van Primos (2024). De raming gaat uit van een daling van circa 860 inwoners tot 2034. Het inwoneraantal in het verzorgingsgebied komt hiermee uit op circa 40.330. In deze prognose wordt, naast met woningbouwplannen, ook rekening gehouden met andere onderliggende trends zoals huishoudensverduunning, vergrijzing en migratie.
- **Omzet per inwoner:** Om de omzet per inwoner in de supermarkt sector te bepalen, baseren we ons op cijfers van Panteia (juli, 2023, 'Omzetkengetallen 2022'). Volgens de meest recente cijfers is de omzet per inwoner voor supermarkten € 2.183. Indien sprake is van een onder- of bovengemiddeld besteedbaar inkomen in het verzorgingsgebied dient een correctie op de bestedingscijfers te worden toegepast. Volgens de meest recente cijfers (CBS, 2022) is het gemiddelde besteedbaar inkomen in het verzorgingsgebied met € 33.500 hoger dan het Nederlandse gemiddelde van € 30.800. We voeren daarom een inkomenscorrectie uit op basis van inkomenselasticiteit van 0,4 voor de sector dagelijks (conform afspraken in de omzetkengetallen notitie van Panteia, 2023). Hierdoor komen we in Huizen uit op een gemiddelde omzet per persoon van € 2.260 voor de supermarkten. De bestedingen in supermarkten zijn de afgelopen jaren gestegen. Ondanks dat houden we de bestedingen in de supermarkten richting 2034 gelijk. Hiermee filteren we mogelijke conjunctuureffecten uit en corrigeren we voor het groeiend aandeel online. De stijgende bestedingen en het groeiend aandeel online heffen elkaar daarmee op.
- **Koopkrachtbinding:** Dit betreft de omzet die door inwoners van het verzorgingsgebied (gemeente Huizen) in het verzorgingsgebied gegenereerd wordt. We baseren ons op het Koopstromenonderzoek Randstad en Noord-Brabant (2022). De dagelijkse sector heeft een koopkrachtbinding van 92%. Omdat de koopkrachtbinding voor supermarkten momenteel iets hoger ligt, houden wij hier 95% aan. Boodschappen worden voor het overgrote deel zeer lokaal gekocht. Omdat de binding in het verzorgingsgebied al relatief hoog is verwachten we niet dat de binding verder toeneemt richting 2034 als gevolg van de modernisering en versterking van de huidige supermarktstructuur. Ook nu hebben inwoners namelijk nauwelijks aanleiding om elders hun boodschappen te doen.

- **Koopkrachtoevloeiing:** Dit betreft het aandeel van de bestedingen in Huizen dat gedaan wordt door inwoners van buiten de kern (o.a. door toeristen of consument uit omliggende dorpen). Om dit aandeel voor supermarkten te bepalen baseren we ons wederom op het meest recente koopstromenonderzoek (Randstad en Noord-Brabant, 2022). Hieruit blijkt voor Huizen een toevloeiing van 15% in de dagelijkse sector. Voor supermarkten rekenen we daarom ook met een toevloeiing van 15%. We houden de toevloeiing richting 2034 gelijk.
- **Vloerproductiviteit:** De vloerproductiviteit geeft aan wat de gemiddelde omzet per m² wvo vloeroppervlak bedraagt. Conform Panteia (juli 2023) gaan we uit van de gemiddelde vloerproductiviteit van de afgelopen vijf jaar. Voor supermarkten ligt deze omzet op circa € 8.589.

Colofon

Datum: 2 oktober 2024

Projectnummer: 24.095

Opdrachtgever: Gemeente Huizen

Opdrachtnemer: Stec Groep

Adviseurs: 5.1.2e, 5.1.2e en 5.1.2e

Stec Groep

Onderzoek en advies over wonen, werken en leefomgeving

Postbus 217, 6800 AE Arnhem

Willemsplein 5, 6811 KA Arnhem

026 - 751 41 00

info@stec.nl

www.stec.nl

Legenda toegepaste uitzonderingsgrondslagen

In dit document zijn gegevens geanonimiseerd op grond van:

Wet	Artikel	Omschrijving	Pagina's
Wet open overheid	Art. 5.1 lid 2 sub e	De eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer	5, 11, 40, 45, 46