



Ruimte. Mensen. Toekomst.

Behoeft- en effectenonderzoek Lidl
Vught

Lidl Nederland GmbH

Definitief

colofon

projectnaam
**Behoeft- en
effectenonderzoek Lidl Vught**

datum
30 juni 2025

projectnummer
P08710

opdrachtgever
Lidl Nederland GmbH

BRO
projectleider
DG

projectteam
RvL

bron kapt
BRO

Willemsplein 2
5211 AK 's-Hertogenbosch
+31 (0)73 208 91 55
info@bro.nl
www.bro.nl



Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
2	Conclusies	6
3	Analyse trends	7
4	Analyse vraag- en aanbod	8
5	Analyse behoefte en effecten	12

Bijlage 1 - Begrippen en definities

Bijlage 2 - Samenvatting gemeentelijk beleid

1 Inleiding

Aanleiding

Lidl is voornemens om de vestiging aan Rouppe van Der Voortlaan 46 te Vught uit te breiden. Dit is echter op de huidige locatie niet mogelijk, gelet op de bouwkundige indeling van de winkel. Een alternatief is om de vestiging te verplaatsen en uit te breiden naar een locatie aan de overzijde (zie figuur 1 en 2). Het verouderde schoolgebouw zal gesloopt worden en Lidl zal er een moderne, duurzame en toekomstbestendige supermarkt voor terug bouwen. De supermarktformule is eigenaar van de achter te laten locatie en onderzoekt in samenwerking met de gemeente Vught de mogelijkheden voor herinvulling/transformatie. Een supermarkt wordt op de achter te laten locatie in ieder geval planologisch uitgesloten. In het kader van een goede ruimtelijke ordening vraagt Gemeente Vught om een distributie planologisch onderzoek (DPO). Daarin moet onderzocht worden wat de distributieve mogelijkheden voor Lidl zijn, o.a. in relatie tot andere supermarktplannen in Vught. Aanvullend vraagt gemeente of de uitbreiding en modernisering van Lidl een vergroting betekent van de verkeers-aanzuigende werking vanuit kern Vught of zelfs daarbuiten. Voorliggend rapport gaat hierop in.

Planinitiatief

Het plan voorziet in een moderne en duurzame supermarkt van ca. 1.350 m² wvo. Dit komt neer op maximaal 2.000 m² bvo exclusief laden en lossen. De huidige supermarkt heeft een omvang van 1.075 meter wvo (1.605 m² bvo). Het betreft per saldo dus een functionele uitbreiding van 275 m² wvo (circa 395 m² bvo). Het winkelverkoopvloeroppervlak (wvo) is het oppervlak van een (winkel)unit dat voor het publiek vrij toegankelijk is, dan wel zichtbaar is, inclusief de ruimten die direct met de verkoop samenhangen. In het bruto vloeroppervlak (BVO) zitten ook de ruimten die niet toegankelijk dan wel zichtbaar zijn voor het publiek, zoals het magazijn, cellen voor bakkerij, koeling, personeelsruimtes, etc.

Onderzoeksgebied

De Lidl-supermarkt ligt in het zuiden van de kern Vught. Het verzorgingsgebied is afgebakend op de gemeente Vught. De gemeente bestaat uit de hoofdkern Vught en verder uit de kleinere kernen Cromvoirt, Helvoirt en Woonoord Lunetten. BRO kiest voor dit verzorgingsgebied na analyse van het Koopstromenonderzoek 2021. Wel houden we rekening met uitwisseling van koopstromen van en naar 's-Hertogenbosch. Ook analyseren we de koopstromen binnen de gemeente om de mogelijk aanzuigende werking van buiten de Wijk de Baarzen te onderzoeken (zie hoofdstuk 5).

Vervolg

In een latere fase zal waarschijnlijk de Ladder voor Duurzame Verstedelijking moeten worden doorlopen. Voorliggend behoefte- en effectenonderzoek is formeel nog geen laddertoets maar hanteert wel de systematiek van de Ladder. Het gaat er bij de Ladder om dat er behoefte wordt aangetoond en dat de eventuele (leegstands)effecten van het plan aanvaardbaar zijn, gezien vanuit het goede woon-, leef- en ondernemersklimaat.

Leeswijzer

Het volgende hoofdstuk is de conclusie van de studie. De onderbouwing en nadere analyse hiervan volgt in de daaropvolgende hoofdstukken. De winkeldata komen van Locatus Retailverkenner peildatum februari 2023.





Figuur 2: Definitief ontwerp nieuwbouw Lidl supermarkt Vught.

2 Conclusies

Conclusie

De conclusie is dat er behoefte is aan het plan van Lidl. Het initiatief heeft een duidelijke kwalitatieve meerwaarde ten opzichte van de huidige situatie door in te zetten op modernisering en herontwikkeling van de bestaande supermarkt. Inwoners krijgen toegang tot een moderne supermarkt met beter aanbod en meer comfort door bredere gangpaden. Een toekomstbestendige supermarkt in dit deel van Vught blijft behouden. Dit is goed voor de leefbaarheid en spreiding van het boodschappenaanbod. Bovendien zal de bereikbaarheid en parkeersituatie ten opzichte van de huidige situatie aanzienlijk verbeteren. Ook dat is positief voor de consumentenverzorging. Er zijn ruime distributieve mogelijkheden aangetoond (consumentendraagvlak) voor de uitbreiding. Er zal geen drastische verschuiving van de bestedingen plaatsvinden. Daarmee zijn ook de eventuele omzeteffecten op andere supermarkten beperkt. Er worden geen negatieve ruimtelijke effecten verwacht. De effecten op de consumentenverzorging en voorzieningenstructuur zijn per saldo juist positief. Navolgend gaan we nader in op de verschillende onderdelen van de conclusie. Daarin geven we steeds eerst cursief aan wat de strekking is van ruimtelijk relevante toetsingscriteria. Daarna gaan we in op de betekenis voor het Lidl-plan in Vught.

Ruimtelijk verzorgingsgebied: gemeente Vught

Een behoefte- en effectenanalyse moet worden uitgevoerd voor het juiste ruimtelijke verzorgingsgebied. Uit jurisprudentie blijkt dat voor detailhandel de aard en omvang van het initiatief bepalend is voor het verzorgingsgebied. Het gebied waar de meeste bestedingen vandaan komen en dus in potentie ook de grootste omzeteffecten, wordt doorgaans als verzorgingsgebied gehanteerd. We kiezen de gemeente Vught als verzorgingsgebied.

Kwalitatieve behoefte

De kwantitatieve en kwalitatieve behoefte moet in samenhang gezien worden. Ook voor de kwalitatieve behoefte is een confrontatie tussen vraag en aanbod nodig. Daarbij dienen kwalitatieve aspecten van het initiatief te worden afgewogen tegen het bestaande aanbod. Denk hierbij aan locatie (meerwaarde voor de voorzieningenstructuur), doelgroep (meerwaarde voor de consumentenverzorging), onderscheidend vermogen van het concept en de vraag in hoeverre het initiatief (deels) een eigen vraag (behoefte) creëert.

Het plan van Lidl voorziet in een kwalitatieve behoefte. Uit de trends en ontwikkelingen blijkt dat de huidige winkel te klein is naar maatstaven van de formule. Het plan voorziet in een betere, modernere winkel. Daarbij blijkt dat gemeente Vught, verhoudingsgewijs relatief weinig supermarktaanbod heeft. Dat is een indicatie dat een versterking nodig is voor een ‘passend niveau van supermarkten’. Ook neemt de algehele ruimtelijke kwaliteit toe, doordat de supermarktfunctie wordt gecombineerd met sociaal-maatschappelijke voorzieningen (school en sport). De bereikbaarheid en parkeersituatie verbeteren aanzienlijk.

Kwantitatieve behoefte

De kwantitatieve behoefte voor detailhandel volgt uit distributie planologisch onderzoek (DPO). Dit is een modelmatige verrekening van vraag en aanbod in het verzorgingsgebied. Een eventueel gebrek aan kwantitatieve behoefte (distributieve uitbreidingsruimte) betekent overigens niet dat de ontwikkeling niet mogelijk is. Daarnaast kan op plekken waar weinig distributieve uitbreidingsruimte aanwezig is voor detailhandel, vernieuwing en versterking van de winkelstructuur soms nodig zijn.

Voor Vught zijn er zowel in de huidige situatie als voor de toekomst (2035) ruime distributieve marktmogelijkheden aanwezig. Het initiatief van Lidl past hier ruimschoots binnen. De uitbreiding van Albert Heijn in het centrum is meegenomen in de bestaande meters. Deze is inmiddels geopend.

Geen negatieve ruimtelijke (leegstands)effecten verwacht

Het plan mag niet tot zodanige leegstand leiden dat dit tot een onaanvaardbare situatie zal leiden vanuit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening. Het gaat hierbij primair op de effecten op de consumentenverzorging (nabijheid van voldoende boodschappenaanbod) en de voorzieningenstructuur (sterke met elkaar samenhangende voorzieningencentra).

Het plan van Lidl zal niet leiden tot omzeteffecten op andere supermarkten, of zelfs de sluiting van andere supermarkten. Van leegstandseffecten is geen sprake, laat staan onaanvaardbare leegstandseffecten. Daardoor zijn er ook geen negatieve effecten op de consumentenverzorging of de voorzieningenstructuur. De effecten zijn juist positief (zie kwalitatieve behoefte).

Gemeentelijk beleidskader

Het gemeentelijk beleid zet in op de algemeen geldende beleidsdoelen. Te weten nabijheid van voorzieningen en concentratie in sterke voorzieningencentra. Gemeente heeft ambitie het centrum te versterken. Uit voorliggend onderzoek blijkt dat het Lidl-plan de centrumambities niet verstoort. Verder zet Lidl in op een transformatie (sloop-nieuwbouw) van bestaande bebouwing in binnenstedelijk gebied. Het plan zet in op duurzaam ruimtegebruik (zie ook bijlage 2 voor beleidskaders).

Effecten op koopstromen en bezoekersstromen

De conclusie is dat de huidige Lidl-supermarkt ook al autobezoekers uit andere delen van Vught of andere gemeenten trekt (zie hoofdstuk 5). De uitbreiding van Lidl zal daar weinig aan veranderen. Het is niet de verwachting dat door de uitbreiding van Lidl, mensen ineens van supermarkt wisselen. Daarmee zal ook de verkeersaanzuigende werking beperkt zijn.

3 Analyse trends

Relatie met het initiatief

Figuur 3 toont enkele relevante trends voor de supermarktsector.

- Voor het doen van de boodschappen kiest de consument voor de grotere, goed bereikbare supermarkten met een ruime keus en een goede parkeervoorziening. Alle facetten (omvang, bereikbaarheid en parkeervoorziening) dienen op peil te zijn.
- Lidl Vught heeft momenteel nog geen volledig moderne omvang naar de maatstaven van de formule. Door de supermarkt te moderniseren naar een omvang van circa 1.350 m² wvo kan een betere winkelbeleving worden aangeboden. Denk aan bredere gangpaden, ruimere opzet versaanbod en meer ruimte bij de kassa's. Ook nemen de keuze-mogelijkheden in het assortiment toe.
- Nieuwe Lidl-supermarkten in vergelijkbare kernen als Vught hebben bijna allemaal een omvang van meer dan 1.200 m² wvo.
- De modernisering van Lidl is noodzakelijk in het licht van economische ontwikkelingen in de supermarktsector. De volume omzet liet in 2023 en 2024 krimp zien. Tegelijkertijd zijn de kosten van personeel, energie en inkoop fors gestegen. Dit betekent dat supermarkt continu moeten vernieuwen om relevant te blijven voor de consument én tegenwicht te kunnen blijven bieden tegen online aanbieders.
- De online bestedingen zijn sinds 2021 gedaald en blijven redelijk stabiel. Recentere data voor Vught zijn echter niet beschikbaar. De laatste koopstroomcijfers dateren uit het Koopstromenonderzoek 2021. Hieruit bleek een online afvloeiing van 6% voor de gemeente Vught.



Figuur 3: Belangrijke trends in boodschappen doen.

4 Analyse vraag- en aanbod

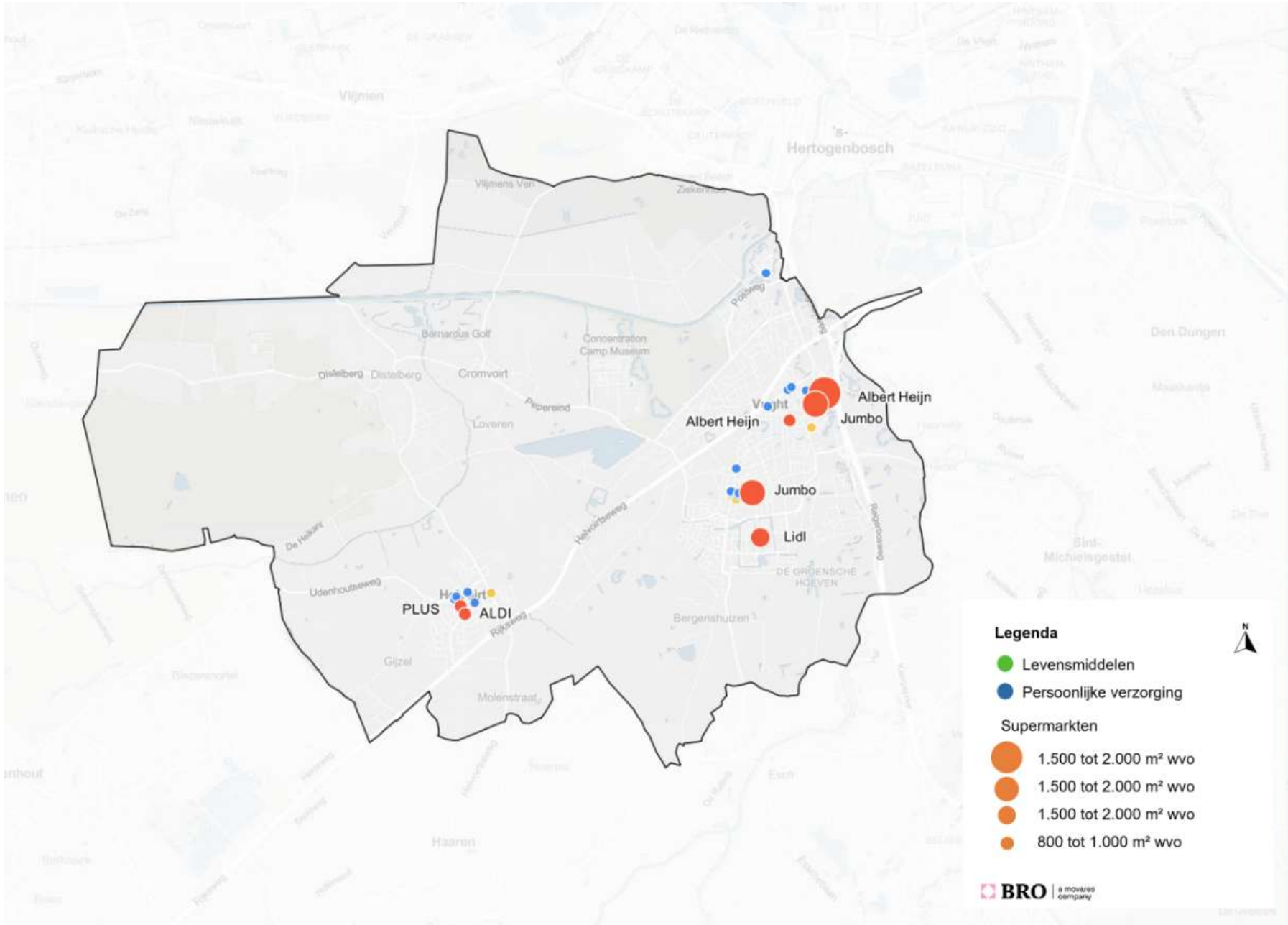
Consumentendraagvlak

- Vught is een kern en gemeente in de nabijheid van 's-Hertogenbosch. Bij de gemeente Vught horen ook de plaatsen Cromvoirt en Helvoirt (zie figuur 4).
- Per 1 januari 2025 telt de gemeente 33.010 inwoners. Uit de meest recente bevolkingsprognoses van Primos Online blijkt dat het aantal inwoners in de gemeente Vught de komende jaren toeneemt tot circa 34.100 inwoners in 2035. We merken op dat eerdere bevolkingsprognoses voor Vught te conservatief bleken. Het aantal inwoners stijgt als gevolg van woningbouw sneller dan eerder gedacht.
- Het gemiddeld inkomen in de gemeente Vught bedraagt € 39.300 per inwoner per jaar. Daarmee ligt het gemiddelde inkomen in de gemeente Vught 20% boven het landelijk gemiddelde van € 32.700 per inwoner per jaar. Op basis van landelijke afspraken (Notitie Omzetkengetallen 2023) gaan we daardoor uit van een gewogen bestedingscijfer van € 3.068,- per hoofd per jaar in de dagelijkse sector.

Aanbodanalyse dagelijkse sector gemeente Vught

Figuur 4 toont het huidige supermarktaanbod in de gemeente Vught. Figuur 5 geeft een samenvatting van de belangrijkste feiten en cijfers over de vraag- en aanbodsituatie in de dagelijkse sector in de gemeente Vught. De peildatum en bron is vermeld per figuur.

- Het dagelijks winkelaanbod in de gemeente Vught bedraagt 11.726 m² wvo en is verdeeld over 45 winkels. Recent is Albert Heijn aan de Dokter Hillenlaan vergroot van 1.366 m² wvo naar 1.967 m² wvo.
- In kwalitatieve zin is het aanbod in de gemeente redelijk gevarieerd. De gemeente telt in totaal 7 supermarkten, met name de full-service supermarkten (Jumbo 2x, Albert Heijn 2x en Plus) zijn sterk vertegenwoordigd in de gemeente. Daarnaast zijn er twee discounters in de gemeente (Lidl in Vught en Aldi in Helvoirt). De supermarkten kennen een redelijk goede spreiding over de gemeente.



Figuur 4: Supermarkten gemeente Vught (Locatus Q4 2022).

Supermarktaanbod

Aantal winkels

7



m² wvo

8.452

Bron: Locatus Q4 2024

Aanbod m² wvo per 1.000 inwoners

	Verzorgingsgebied	Nederland
Supermarktaanbod	261	275
Dagelijks winkelaanbod	362	371
Leegstand	115	143

Bron: Locatus Q4 2024

Leegstandspercentage

	Verzorgingsgebied	Nederland
m² wvo	6,2%	5,8%
Aantal verkooppunten	8,0%	6,7%

Bron: Locatus Q4 2024



Gemiddeld inkomen

Verzorgingsgebied	Nederland
€ 39.300	€ 32.700
Verschil	20%

Bron: CBS Kerncijfers Wijken en Buurten 2022

Top 5 leegstaande panden

Adres	m² wvo
St.-Lambertusstraat 55	615
Marktveldpassage 31	465
Marktveld 37	299
Raadhuisstraat 16	283
Raadhuisstraat 3	250

Bron: Locatus Q4 2024

Dagelijks aanbod

Aantal winkels

46



m² wvo

11.720

Bron: Locatus Q4 2024

Gecorrigeerd bestedingscijfer dagelijkse sector

€ 3.079

Bron: Omzetkengetallennotitie 2023

Leegstand

Aantal panden

25



m² wvo

3.714

Bron: Locatus Q4 2024

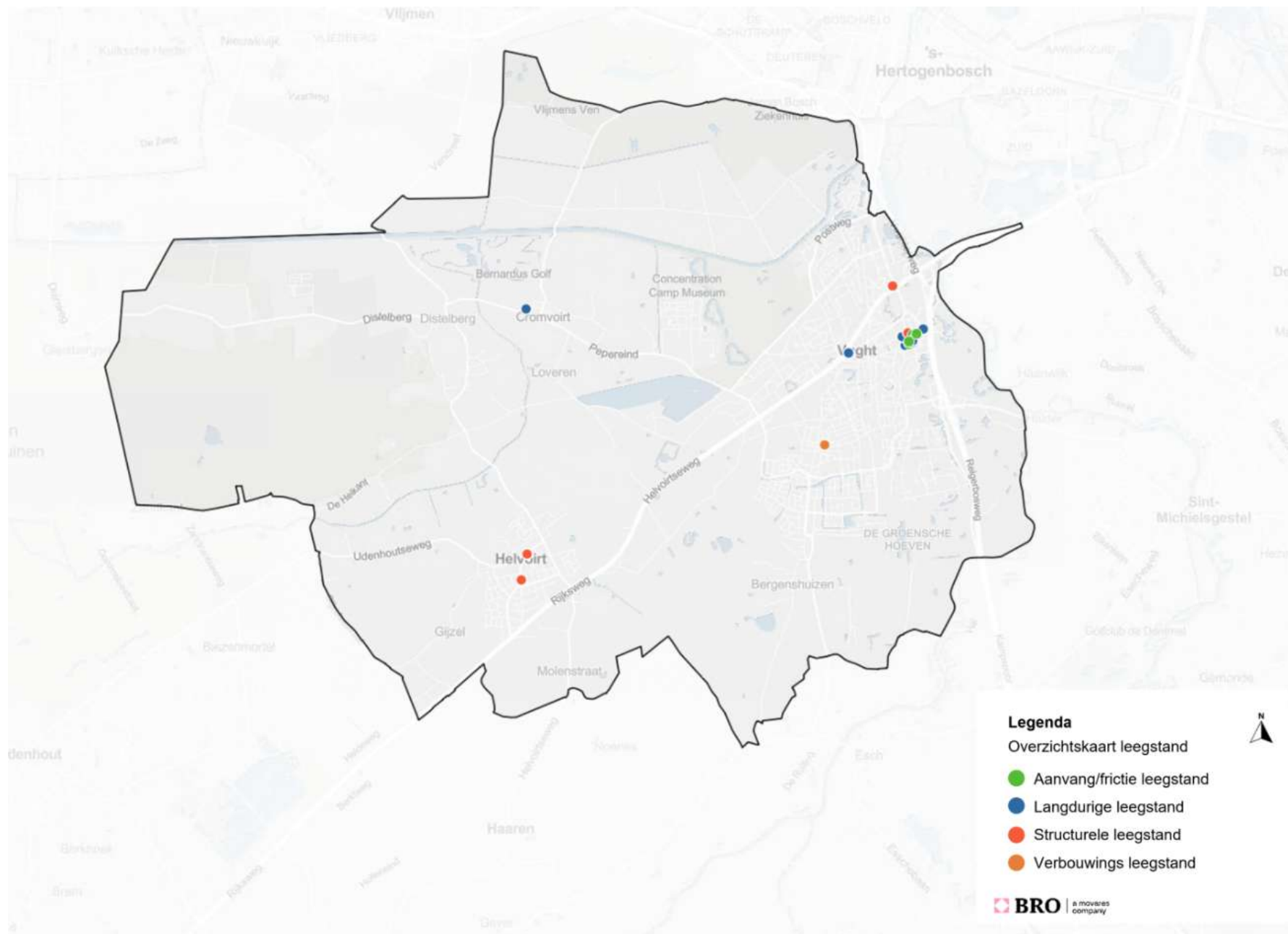
Figuur 5: Analyse dagelijkse sector gemeente Vught.

- Lidl is de één na kleinste supermarkt van de kern Vught. Enkel de Albert Heijn bij het station is kleiner. Dat is een indicatie dat een beperkte modernisering nodig is. De supermarkten in Helvoirt zijn kleiner qua omvang, maar dat is gebruikelijk in kleine kernen.
- De gemeente Vught beschikt over een redelijk gevarieerd overige dagelijks winkelaanbod. Het betreft vooral reguliere winkels (o.a. bakkers, slagers, slijters, en AGF), maar ook enkele meer specialistische winkels (o.a. chocolaterie, delicatessen en Poelier). Daarnaast zijn er zes drogisterijen.
- Het dagelijks aanbod per 1.000 inwoners in de gemeente Vught ligt onder het landelijk gemiddelde. Ook het supermarktaanbod per 1.000 inwoners ligt onder het landelijk gemiddelde. Er is met andere woorden minder winkelaanbod dan verwacht zou worden. Dit is een indicatie van een kwalitatieve behoefte voor een passend supermarktaanbod.

Leegstand gemeente Vught

De leegstandsanalyse is om 2 redenen relevant. De leegstandspercentages geven inzicht in de uitgangssituatie van de voorzieningenstructuur. Daarnaast moet vanuit duurzaam ruimtegebruik worden getoetst of het Lidl-plan niet beter in bestaande leegstand ondervangen kan worden.

- De leegstand in de gemeente Vught ligt iets hoger dan het landelijk gemiddelde, maar is niet problematisch. Er staan enkele grotere panden leeg, maar die zijn te klein voor een reguliere supermarkt.
- De leegstand concentreert zich vooral in het centrum van Vught. Hier is het aandeel langdurige en structurele leegstand ook het grootst. Mogelijk staan panden echter bewust leeg vanwege het centrumplan.
- Geen van de leegstaande panden beschikt over de juiste omvang om een (moderne) supermarkt te vestigen. De beoogde locatie is daarmee het meest optimaal.
- Diverse leegstaande panden zijn niet langer geschikt voor herinvulling met winkels. Denk bijvoorbeeld aan de leegstand in Cromvoirt. Ook is beleidsmatig juist de keuze gemaakt om winkels te concentreren in



Figuur 6: Leegstand gemeente Vught (Locatus Q4 2022).

centrumgebieden. Hierdoor vallen ook vanuit dit perspectief alternatieve locaties af.

Plannen en initiatieven

Een analyse van de planinitiatieven is relevant, omdat gezien moet worden of de aangetoonde behoefte mogelijk niet door alternatieve planinitiatieven (plancapaciteit) wordt ingevuld (zie tekstkader). Samenvattend zijn de volgende conclusies relevant:

- Er zijn geen alternatieve leegstaande locaties qua omvang of locatie geschikt voor het Lidl-plan. Dat plan voorziet namelijk in een verplaatsing in de directe omgeving (overzijde). Daardoor blijft de consumentenverzorging op peil want de supermarkt blijft behouden voor de wijk. Ook wordt bestaande bebouwing vervangen (duurzaam ruimtegebruik).
- In Vught is het Centrumplan Oost recent uitgevoerd. Een aantal winkels zijn terug in het nieuwe centrum, zoals o.a. de Albert Heijn, Bruna en Etos. De Albert Heijn is vergroot van 1.366 m² wvo naar 1.967 m² wvo.
- Voor zover bij BRO bekend zijn er verder geen alternatieve locaties met aanzienlijke harde plancapaciteit voor supermarkten in gemeente Vught.

(On)benutte harde plancapaciteit en zachte plannen

Conform jurisprudentie dienen nieuwe plannen in het kader van de Ladder voor duurzame verstedelijking afgewogen te worden tegen het bestaande aanbod. Dit betreft zowel bestaand feitelijk aanbod als harde plancapaciteit. De harde plancapaciteit is onder te verdelen in twee vormen.

- Benutte plancapaciteit is een locatie die in gebruik is voor detailhandel en volgens het bestemmingsplan ook zo mag worden gebruikt. Dit is het aanbod op basis van Locatus.

- Onbenutte (harde) plancapaciteit is een locatie met vestigingsmogelijkheden voor detailhandel die niet zodanig wordt gebruikt (leegstand of ander gebruik).

De kwantitatieve behoefte voor detailhandel wordt op basis van landelijke afspraken (Notitie Omzetkengetallen 2023, Retailinsiders) berekend op basis van distributief planologisch onderzoek (DPO). De koopstromen zijn gebaseerd op feitelijk koopgedrag bij feitelijk aanbod, en zijn een belangrijke bron voor deze berekening. Detailhandel creëert in algemene zin altijd een eigen vraag. Het simpelweg aftrekken van de harde plancapaciteit van de distributieve uitbreidingsruimte is modelmatig onjuist. Dit doet geen recht aan een verschuiving van koopstromen. Nieuw aanbod kan zorgen voor een hogere binding en/of toevloeiing. Deze nuance is relevant bij de afweging van de harde plancapaciteit. BRO houdt in de kwantitatieve behoefte rekening met het scenario dat alle harde plancapaciteit wordt ingevuld. Daarnaast wordt de harde plancapaciteit in de effectenanalyse afgewogen.

Het is juridisch niet verplicht zachte plannen mee te wegen in de behoeftebepaling. Gemeenten vragen vaak toch dit wel mee te nemen in de analyse. Om die reden neemt BRO zachte plannen vaak wel mee in de effectenanalyse, mits dit concreet en voorzienbaar is.

De analyse van plannen en initiatieven is gebaseerd op meerdere methoden. Via media en nieuwsartikelen analyseert BRO welke initiatieven zowel binnen als buiten het verzorgingsgebied spelen. Daarnaast is de gemeente gevraagd input te geven over bekende harde en zachte plannen in de dagelijkse sector. Tot slot checkt BRO de juridische mogelijkheden van grootschalige leegstaande panden op mogelijkheden voor dagelijkse artikelen en is de harde plancapaciteit beschouwd.

5 Analyse behoefte en effecten

Toelichting distributieplanologische berekening (DPO)

Voor het verzorgingsgebied is een DPO-berekening opgesteld. Dit is een modelmatige verrekening van vraag en aanbod. Deze methode is ook vastgelegd en toegelicht in de Notitie Omzetkengetallen 2023. BRO sluit aan op de landelijke standaard en gemaakte afspraken tussen bureaus.

- De berekening is opgesteld voor de sector dagelijkse artikelen en kijkt naar de huidige situatie (2023) en de toekomstige verwachte situatie (2035). Deze circa 10 jaar-stermijn is gebruikelijk in dergelijk onderzoek.
- De berekening geeft inzicht in het economisch functioneren van het bestaande aanbod in de huidige en toekomstige situatie. Dit uit zich in de totale omzet en de gemiddelde vloerproductiviteit. Ook geeft de berekening inzicht in de distributieve uitbreidingsruimte door het economisch functioneren af te zetten tegen een ‘norm voor goed functioneren’. De ‘norm’ wisselt sterk per verzorgingsgebied. In minder stedelijke delen van Nederland blijkt dat aanbod op een lager niveau nog steeds goed kan functioneren, met name als gevolg van lagere huurlasten. Ook bestaan er grote verschillen tussen supermarktformules onderling. Een afwijking ten opzichte van het landelijke 5-jaarsgemiddelde wil daardoor niet altijd zeggen dat het aanbod goed of slecht functioneert.
- Wij houden in de berekeningen de toonbankbestedingen in de toekomst gelijk aan het huidige niveau. Zowel online als offline groeien, maar deze ontwikkelingen worden per saldo met elkaar verdisconteerd. Bovendien ontstaat hierdoor een betere vergelijking met de landelijke 5-jaarsgemiddelde vloerproductiviteit.
- In tabel 1 is conform landelijke afspraken het huidig winkelaanbod opgenomen. Hierin is de recente uitbreiding van Albert Heijn meegenomen.
- Het DPO is gericht op algemene kengetallen en voorspelt de toekomstige situatie. Variabelen kunnen zich anders ontwikkelen dan vooraf

Tabel 1: Distributieve berekening dagelijkse sector gemeente Vught.

	Huidige situatie (2023)	Toekomstige situatie (2035)
Aantal inwoners	33.010	34.100
Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	3.068	3.068
Bestedingspotentieel (€ mln.)	101,3	104,6
Koopkrachtbinding	93%	93%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	94,2	97,3
Koopkrachtoevloeiing	13%	13%
Bestedingen door toevloeiing (€ mln.)	14,1	14,5
Totale besteding / omzet (€ mln.)	108,3	111,8
Huidig winkelaanbod (m² wvo)	11.726	11.726
Omzet per m² wvo (€)	9.250	9.550
Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	8.289	8.289
Haalbaar winkelaanbod (m² wvo)	13.100	13.500
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo)	1.400	1.800

- verwacht. Ook de ‘norm’ voor goed functioneren is niet altijd eenduidig te bepalen. De berekeningen en de uitkomsten zijn daarom **indicatief**. De duiding en kwalitatieve nuances die BRO geeft bij de uitkomsten van de modelmatige berekening zijn daardoor minstens zo belangrijk.

Koopstromen

Voor de gemeente Vught komen de recente koopstromen uit het KSO2021.

 - De binding is het percentage in hoeverre inwoners van de gemeente, hun boodschappen doen in diezelfde gemeente. De binding van dagelijkse artikelen is 93%. Tegelijkertijd blijft er altijd afvloeiing bestaan.
- Echter verwachten wij gezien de huidige voorzieningenstructuur en de planinitiatieven dat de binding naar de toekomst toe in ieder geval gelijk blijft.

 - De toevloeiing is het percentage van de totale omzet in Vught, dat vanuit andere gemeenten komt. In Vught is de toevloeiing 13%.

Economisch functioneren

Het dagelijkse aanbod in de gemeente Vught functioneert momenteel circa 12% boven het landelijk gemiddelde. De distributieve uitbreidingsruimte in de gemeente bedraagt op dit moment circa 1.400 m² wvo. Door de bevolkingsgroei nemen de bestedingen en daarmee de omzetpotentie toe richting 2035. De distributieve uitbreidingsruimte in de gemeente stijgt naar verwachting tot circa 1.800 m² wvo. Dit zijn ruimte distributieve mogelijkheden. Het plan van Lidl past hierbinnen (275 m² wvo). Daarnaast bestaat zelfs marktruimte voor modernisering van andere bestaande supermarkten, indien dat in de toekomst ooit aan de orde komt. Nogmaals, de recente uitbreiding van Albert is al meegenomen in het bestaande aanbod.

We merken op dat ten opzichte van eerdere distributieve berekeningen de uitgangspunten in deze actualisatie gunstiger uitpakken. De laatste jaren stijgt zowel de winkel omzet per hoofd als de winkel omzet per m² wvo. Dit heeft vooral met inflatie te maken. De volume omzet krimpt immers, maar de bestedingen in absolute zin stijgen. Dit ondanks het online marktaandeel. Dit is ook de reden dat we de bestedingen in de toekomst gelijk laten. Tot op heden zijn de fysieke winkelbestedingen nog nooit gedaald in de dagelijkse sector. Jaarlijks is sprake van een groei van circa 2%. Wel is de bevolkingsgroei groter dan eerder gedacht. Dit heeft in de berekening de meeste impact op de marktruimte. Ter illustratie: 1.000 extra inwoners staat gelijk aan circa 400 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector.

Geen negatieve ruimtelijke effecten verwacht

Er worden geen negatieve ruimtelijke (leegstands)effecten verwacht. Bij deze conclusie is het volgende relevant:

- In de eerste plaats zal er geen verdringing plaatsvinden bij andere supermarkten. Er zijn ruime distributieve marktmogelijkheden aange-toond en de supermarkten hebben een prima uitgangspositie in Vught.
- Daarbij betreft het een relatief klein plan van Lidl. Er zal naar verwachting geen wezenlijke verschuiving van bestedingen plaatsvinden. De uitbreiding is zeer beperkt en zal zeer beperkte omzeteffecten hebben die niet leiden tot verdringing.
- Nu er geen supermarktsluiting wordt verwacht, zijn er ook geen negatieve effecten op de consumentenverzorging en de voorzieningenstructuur. Een toename van de leegstand wordt niet verwacht. Van onaanvaardbare leegstand is geen sprake.
- Wel zal in de omgeving van Lidl de consumentenverzorging worden verbeterd en wordt de voorzieningenstructuur geoptimaliseerd. De parkeer- en bereikbaarheidssituatie zal door het initiatief aanzienlijk verbeteren (parkeren nu aan de overkant van de weg). Het assortiment van Lidl kan beter aangeboden worden door het niet aanwezig zijn van beperkingen in de nieuwe plattegrond (geen kolommen, stijgpunten van bovenliggende verdiepingen e.d.). Het initiatief zorgt voor een toekomstigbestendige supermarkt, waardoor inwoners hier ook in de toekomst gebruik van kunnen maken. Dit is goed voor de leefbaarheid en nabijheid van supermarktaanbod.

Effecten op koopstromen en bezoekersstromen

Aanvullend vraagt gemeente of de uitbreiding en modernisering van Lidl een vergroting betekent van de verkeers-aanzuigende werking vanuit kern Vught of zelfs daarbuiten. BRO verwacht niet dat de uitbreiding en verplaatsing van de Lidl wezenlijke effecten heeft op de verkeersaanzuigende werking. Hierbij is het volgende relevant:

- BRO verwacht niet dat Lidl door de uitbreiding wezenlijk meer bestedingen (en dus bezoekers) zal aantrekken. Hoewel de huidige winkel naar maatstaven van de formule Lidl wat aan de kleine kant is, betreft het wel een degelijke supermarkt met een bestaande klantenkring zowel binnen als buiten de kern Vught.
- Dat blijkt ook uit de opgevraagde koopstromen¹ voor Vught. Lidl behoort samen met Jumbo Moleneindplein tot het postcodegebied 5262. Uit de analyse blijkt dat:
 - 74% van de totale besteding aan boodschappen in dit gebied uit het eigen postcodegebied komt.
 - 11% van de besteding komt vanuit andere wijken van gemeente Vught en vooral het centrumgebied.
 - 15% van de besteding komt vanuit andere gemeenten en dan vooral vanuit Boxtel.
- Het is aannemelijk dat mensen uit de eigen buurt/postcodegebied vaker te voet of met de fiets komen en mensen van verder weg vaker met de auto. Dat blijkt ook uit bezoekersgegevens voor Moleneindplein². 60% van de bezoekers komt te voet of met de fiets. 40% komt met de auto. Discounters halen over het algemeen een iets hoger aandeel autobezoekers, omdat mensen bereid zijn hiervoor een langere afstand af te leggen. Ook doet men vaak de 'grote boodschappen' bij discounters. Waarschijnlijk ligt het aandeel autobezoekers bij Lidl daardoor iets hoger, wat de goede bereikbaarheid en parkeermogelijkheden in het plan onderstreept.
- De conclusie is dat de huidige Lidl-supermarkt ook al autobezoekers uit andere delen van Vught of andere gemeenten trekt. De uitbreiding van Lidl zal daar weinig aan veranderen. De koopstromen wijzigen niet substantieel. Het is niet de verwachting dat door de uitbreiding van Lidl, mensen ineens van supermarkt wisselen. Daarmee verwachten we geen significante toename van de verkeers-aanzuigende werking als gevolg van het initiatief.

¹ Maatwerk koopstromen naar postcodegebied. Opgevraagd bij I&O Research, afkomstig van het Koopstromen Onderzoek Randstad en Noord-Brabant 2021.

² Deze cijfers zijn er niet voor specifiek Lidl, daarom hanteren we Moleneindplein.

Bijlage 1 - Begrippen en definities

In deze bijlage wordt een overzicht gegeven van de belangrijkste begrippen en definities.



Buurthub, winkelgebied of centrumgebied

Een buurthub, winkelgebied of centrumgebied is een concentratie- c.q. centrumgebied in een buurt of wijk, waar diverse voorzieningen samenkomen die primair een functie hebben voor inwoners in de buurt of wijk. De term beschrijft bovendien het proces van verkleuring van traditionele pure winkelgebieden naar meer gemengde centrumgebieden op lokaal niveau met naast één of enkele winkels ook ambachten, diensten, horeca, zorg, maatschappelijk, etc. Op basis van de definitie van Locatus is sprake van een winkelgebied vanaf 5 winkels die min of meer aaneengesloten liggen.

BVO/WVO

- **Bruto vloeroppervlak:** Het bruto vloeroppervlak is de oppervlakte van een ruimte of groep van ruimten, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580
- **Winkelverkoop vloeroppervlak:** alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.), conform de definitie van Locatus.

Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of gebruiker.

Dagelijkse sector

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken.

Niet-dagelijkse sector

Winkels die artikelen verkopen met een doorgaans lagere koopfrequentie dan dagelijkse artikelen. In de praktijk gaat hierbij om winkels in huishoudelijke artikelen, kleding, mode, schoenen, sport, rijwielen, bruin- en witgoed, rijwielen, doe-het-zelf, wonen, tuinartikelen en dierenartikelen. Binnen deze sector maken we vaak onderscheid in subsectoren.

- **Recreatief winkelen:** geredeneerd vanuit het bezoekmotief met winkels op het gebied van mode, luxe en vrije tijd.
- **Doelgericht winkelen:** geredeneerd vanuit het bezoekmotief met winkels op het gebied van in/om het huis en overige detailhandel.

Bestedingspotentieel

Totaal aan toonbankbestedingen in winkels die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) netto omzet per hoofd van de bevolking.

(Hoofd)detailhandelsstructuur

De concentratiegebieden c.q. (winkel)centra waar beleidsmatig op wordt ingezet.

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn. In DPO onderzoek rekenen we altijd met toonbankbestedingen, dus daarom is dit koopkrachtbinding exclusief online.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels buiten dat gebied. In DPO onderzoek rekenen we altijd met toonbankbestedingen, dus daarom is dit afvloeiing exclusief online.

Koopkrachttoevoeiing

Mate waarin inwoners van buiten een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

Koopstroomgegevens

Onderzoeksresultaten uit koopstromenonderzoek. In de basis wordt hiermee de koopkrachtbinding, -afvloeiing en –toevoeiing bedoeld. Ook kunnen kwalitatieve aspecten worden bedoeld, zoals koopmotieven, beoordelingen en persoonskenmerken.

Leegstand (op basis van Locatus)

Locatus registreert een pand als leegstand indien het redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consument gerichte dienstverlening zal terugkomen. Het betreft dus leegstand van verkooppunten en niet leegstand van uitsluitend winkels.

Plancapaciteit (hard)

In principe wordt met plancapaciteit de harde plancapaciteit bedoeld, tenzij expliciet anders vermeld. Harde plancapaciteit zijn de directe vestigingsmogelijkheden voor detailhandel die zijn vastgelegd in een juridisch bindend planologisch kader, zoals vastgestelde bestemmingsplannen, uitwerkingsplannen, gebieden zonder bestemmingsplan (witte vlekken) en verleende (kruimel) omgevingsvergunningen.

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² winkelvloeroppervlak (wvo).

Bijlage 2 - Samenvatting gemeentelijk beleid

In deze bijlage is een samenvatting te vinden van de relevante beleidskaders in relatie tot dit initiatief.



5.1 Gemeentelijk beleid

Ontwerp omgevingsvisie Vught (2023)

Vught wil toegankelijke, inclusieve en voor iedereen bereikbare voorzieningen op een niveau dat past bij de behoefte van elke kern. Een concentratie van winkels in enkele compacte gebieden in de gemeente, met ruimte voor daarbij passende voorzieningen is het streven echter besteedt de gemeente ook aandacht aan toegankelijkheid, bereikbaarheid en inclusiviteit van basis-, zorg- en maatschappelijke voorzieningen.

Het percentage inwoners met een zorgbehoefte is hoog in de gemeente. Dit blijft zo vanwege de vergrijzing en een relatief hoog aantal psychisch kwetsbaren, blinden en slechtzienden. Als gevolg hiervan wil de gemeente inzetten op Geclusterde woonvormen en woonzorgvoorzieningen in de nabijheid van (zorg)voorzieningen.

Hoewel wordt gesproken over concentratie in de winkelgebieden ter versterking van de levendigheid en identiteit van Vught, betreft dit de kleinschalige winkels en bedrijven. Grotere winkels, zoals de Lidl, worden buiten beschouwing gelaten.

Structuurvisie Vught 2030 vastgesteld december 2013

In dit visiedocument kiest de gemeente voor een multifunctioneel dorpscentrum met een concurrerend winkelhart gericht op boodschappen, winkelen en verblijven. Voor het Moleneindplein staan de winkels voor de dagelijkse voorzieningen centraal. De gemeente heeft als doelstelling om het onderscheid tussen de winkelgebieden te versterken en de diverse verspreid liggende winkels en winkelstrips te concentreren ten gunste van een sterker centrum, als waarde voor heel Vught.

De ambitie tot verdere versterking van het (compacte) centrum houdt ook in dat detailhandel aan de Helvoirtseweg en enkele andere kleine concentraties minder gewenst is, hier liggen juist kansen voor gemengde kleinschalige (zakelijke) dienstverlening en (kleinschalige) werkgelegenheid. In dit beleidsstuk wordt niet specifiek op Lidl ingegaan.

Ruimte. Mensen. Toekomst.

Amsterdam

Nachtwachtlaan 20
1058 EA Amsterdam
+31 (0)20 506 19 99

's-Hertogenbosch

Willemssplein 2
5211 AK 's-Hertogenbosch
+31 (0)73 208 91 55

Venlo

Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
+31 (0)77 373 06 01

info@bro.nl
www.bro.nl

