AANGETEKEND

AAN De gemeenteraad en het college van
burgemeester en wethouders van Hattem
Postbus 93
8050 AB Hattem

Tevens per e-mail: griffie@hattem.nl

VAN Hugo Doornhof en Jamaal Mohuddy
Advocaten
TELEFOON +31 (0)88 253 5223 / 5951
FAX +31 (0)88 253 5934
E-MAIL hdoornhof@akd nl / jmohuddy@akd nl

BEZOEKADRES Gustav Mahlerlaan 2970
1081 LA Amsterdam
POSTBUS 59280
1040 KG Amsterdam
INTERNET www.akd nl

DATUM 29 oktober 2021
ONDERWERP Inzake Lidl Populierenlaan
UW KENMERK /
ONS KENMERK 259353.22248 / jmo

INZAKE VOORGENOMEN BESTEMMINGSPLAN EN OMGEVINGSVERGUNNING

Edelachtbare raad en edelachtbaar college,

1. Namens A.H. Vosselman-Appelscha B.V., exploitante van de Albert Heijn-supermarkt in Hattem; A.H. Vosselman-Lelystad B.V., eigenaresse van het Albert Heijn-pand; Boni-Markten B.V., exploitante van supermarkten in onder meer Hattem, Wezep, Elburg, 't Harde en Zwolle reageren wij hierbij en ten behoeve van de raadscommissievergadering op 1 november 2021 op de Oplegnotitie rapportage 'Ladder Lidl Hattem' van Stec d.d. 15 oktober 2020 die wij bij uw raadscommissiestukken aantroffen.[1]

2. BSP heeft de bevindingen van Stec beoordeeld en komt tot de conclusie dat er nog steeds geen toereikende onderbouwing bestaat om op de voorgenomen locatie een Lidl-supermarkt toe te staan. Er is simpelweg geen marktruimte voor deze supermarkt en er bestaat daarmee geen ruimtelijke rechtvaardiging voor de vaststelling van het bestemmingsplan. Het beeld dat Stec geeft, is te rooskleurig. Het rapport van BSP treft u bijgevoegd aan (**bijlage 1**). Wij verzoeken u om deze uitkomsten te bestuderen in de aanloop naar de besluitvorming over deze ontwikkeling.

3. Voor cliënten is het volgende nog van belang om onder uw aandacht te brengen. Met veel pijn en moeite komt Stec tot de conclusie dat er uiteindelijk in 2029 toch nog een marktruimte van 681 m^2 wvo zou bestaan voor supermarkten. BSP is het daarmee niet eens en een objectieve analyse leidt tot een veel lager getal. Wat voor cliënten met name van belang is, is dat een marktruimte van 681 m^2 wvo niet een winkel met een wvo van 1.285 m^2 (bijna twee keer zo veel) kan rechtvaardigen. Ook de analyse van Stec laat de beoogde supermarkt niet toe.

4. Als uw raad in het verleden had geweten dat er simpelweg geen marktruimte bestaat voor een supermarkt met een omvang zoals Lidl die nu wenst, dan was er niet gekozen voor een planologische procedure om dat toch mogelijk te maken. De verwachting uit het rapport van WPM uit 2014 dat er in 2020 een uitbreidingsruimte zou zijn van 1.100 m^2 wvo is niet uitgekomen.[2] Er is

[1] Op https //hattem bestuurlijkeinformatie nl/Agenda/Index/98087bfc-b718-432d-a0a5-1f722524f1e1

[2] WPM 'Second opinion komst discounter', oktober 2014, p 18

AKD N V is statutair gevestigd in Rotterdam Derdenrekening NL28INGB0678001677 Voor algemene voorwaarden en beperking van de aansprakelijkheid zie achterzijde

in het geheel geen uitbreidingsruimte.[3]

5. Er lijkt nu steeds gezocht te worden naar redenen om een reeds genomen beslissing om de Lidl toe te staan goed te praten, terwijl er bij de vaststelling van een bestemmingsplan moet worden gekeken naar de *huidige* stand van zaken: is er marktruimte voor een Lidl van bijna 1.300 m^2 wvo? Dat is niet het geval en de cijfers van Stec laten dat keer op keer zien. Bijna tien jaar geleden had dat al erkend moeten worden, maar in plaats daarvan werd uitgegaan van cijfers die niet blijken te kloppen.

6. Hierbij is het natuurlijk ook opvallend dat Stec nu uitgaat van nóg lagere cijfers dan in haar rapport d.d. 7 november 2018 wordt beschreven.[4] Daarin staat namelijk dat er tot 2027 nog 930 m^2 wvo marktruimte voor supermarkten zou zijn (p. 7 van het rapport van Stec). Dat is nu dus verlaagd naar 681 m^2 wvo in 2029. Er was dus al onvoldoende marktruimte voor de Lidl en dat blijkt nu nog minder te zijn. Onder deze omstandigheden kan uw raad niet in redelijkheid besluiten om toch de supermarkt toe te staan. Pas als er uitbreidingsruimte bestaat, zal er een reden zijn om dergelijke ontwikkelingen toe te staan.

7. Voor het overige verwijs ik u naar hetgeen wij reeds naar voren hebben gebracht in onze eerdere zienswijzen. De belangrijkste redenen om geen supermarkt aan de Populierenlaan blijven overeind:

- De Omgevingsverordening staat in beginsel geen supermarkt op een perifere locatie toe (ook de laatste versie niet).
- Er is onvoldoende marktruimte voor de beoogde wijk-overstijgende supermarkt.
- De effecten van een Lidl op het centrum van Hattem en de omgeving van Hattem zijn negatief. De Lidl voegt niets toe aan het aanbod.
- Uitval van een deel van het gevestigde supermarktaanbod is zowel in Hattem als daarbuiten niet uit te sluiten.
- Alternatieven in de omgeving van het centrum zijn beschikbaar. De gemeente zou een ontwikkeling op een van die locaties moeten faciliteren als de komst van een discounter wenselijk wordt geacht.

8. Wij verzoeken uw gemeenteraad en college opnieuw en met klem om dit project niet toe te staan.

[redacted]

Advocaten
AKD

[3] Zoals Ecorys al concludeerde in het rapport 'Lidl vestiging in Hattem - Haalbaarheidsonderzoek', 11 oktober 2013, p. 16.

[4] Bijlage 2 bij het ontwerpbestemmingsplan dat ter inzage heeft gelegen.

Bijlage 1

MEMO
LIDL HATTEM REACTIE OP OPLEGNOTITIE STEC

28 OKTOBER 2021

Status:
definitief

Datum:
28 oktober 2021

Een product van:
Bureau Stedelijke Planning bv
Silodam 1E
1013 AL Amsterdam
020 - 625 42 67
www.stedplan.nl
amsterdam@stedplan.nl

Team Winkelen
Dr. Aart Jan van Duren
Floor Planken MSc

Voor meer informatie: Dr. Aart Jan van Duren, ajvd@stedplan.nl

In opdracht van:
Boni Supermarkten en Albert Heijn Vosselman

De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 20210313
Referentie: Hattem-Lidl

INLEIDING 7

1 REACTIE MEMO STEC LADDER LIDL HATTEM 8

INLEIDING

Supermarkt Lidl heeft in Hattem het voornemen een winkel te openen aan de Populierenlaan. De locatie bevindt zich op een industrieterrein. Stec heeft in oktober 2018 een update gemaakt van het distributieplanologisch onderzoek (DPO) dat al was uitgevoerd door diverse onderzoeksbureaus. Deze update was nodig omdat zich nieuwe ontwikkelingen hadden voorgedaan en er recentere cijfers beschikbaar waren. Hierna heeft Stec ook de toets aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking opgesteld voor het initiatief van Lidl (7 november 2018).
AKD advocaten ageert namens haar cliënten, Boni supermarkten en Albert Heijn-ondernemer Vosselman, tegen het voornemen van Lidl.

AKD advocaten heeft destijds namens haar cliënten aan Bureau Stedelijke Planning gevraagd een reactie te formuleren op het onderzoek van Stec. Bureau Stedelijke Planning heeft hier in augustus 2020 op gereageerd. Naar aanleiding van deze reactie en nieuw gepubliceerde cijfers heeft Stec in oktober 2020 een oplegnotitie opgesteld voor de rapportage 'Ladder Lidl Hattem'. In deze oplegnotitie is opnieuw gekeken naar het distributieplanologisch onderzoek van 2018 aan de hand van de toen beschikbare cijfers. Daarnaast wordt in de notitie ook gereageerd op de zienswijzen die Bureau Stedelijke Planning in augustus 2020 heeft opgesteld. Naar aanleiding van deze notitie heeft AKD advocaten namens haar cliënten aan Bureau Stedelijke Planning gevraagd om een reactie te formuleren op hetgeen Stec naar voren heeft gebracht. De uitkomsten hiervan worden gepresenteerd in voorliggende memo.

1 REACTIE MEMO STEC LADDER LIDL HATTEM

Stec heeft in 2018 een Laddertoets opgesteld voor een vestiging van Lidl in Hattem. In augustus 2020 heeft Bureau Stedelijke Planning op deze Ladder gereageerd. In oktober 2020 heeft Stec een oplegmemo opgesteld op de bestaande Laddertoets. Deze memo bevat een herziening van het in 2018 opgestelde DPO en een tegenreactie op de reactie van Bureau Stedelijke Planning. In onderstaande tabel is een overzicht van de verschillende reacties zichtbaar met daarbij een tegenreactie van Bureau Stedelijke Planning. De elementen waarop gereageerd is zijn:

1. Het winkelvloeroppervlak van de nieuwe Lidl.
2. Het winkelvloeroppervlak van Albert Heijn.
3. De gerealiseerde binding- en toevloeiingscijfers.
4. De ambities ten aanzien van koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing als gevolg van de komst van Lidl.
5. De vloerproductiviteit van het supermarktaanbod.
6. De formule-ontwikkeling van Lidl.
7. Concurrerende ontwikkelingen in de omgeving.
8. De ruimtelijke effecten van de komst van Lidl.
9. De meerwaarde van vestiging van Lidl in of bij het kernwinkelgebied van Hattem.
10. Het effect op de leegstand.
11. De invloed van online bestedingen.

Concluderend kunnen we het volgende stellen:

- De reactie van Stec op onze bemerkingen op de Laddertoets van 2018 is **niet overtuigend**. Er is door Stec teveel aan doelredenering gedaan, zonder met en objectieve blik naar de casus te hebben gekeken.
- De uitkomst van de distributieve berekening door Stec is zelfs met de correcties en afslagen die Stec ten faveure van het initiatief hanteert **volstrekt niet voldoende** om het initiatief te onderbouwen. Stec schetst in 2029 slechts 681 m^2 wvo ruimte, ondanks alle kunstgrepen die Stec hiervoor heeft moeten hanteren. Kunstgrepen op het gebied van koopkrachtbinding, koopkrachttoevloeiing, de omvang van het initiatief, de vloerproductiviteit, kunstgrepen die ook nog eens anders zijn dan de kunstgrepen die in 2018 werden gehanteerd. Dit is op zijn best als weinig consistent te beschouwen. Zonder die kunstgrepen verdampt een groot deel van die niet-reële marktruimte.
- (Los van het bovenstaande) gaat Stec veel te gemakkelijk voorbij aan het feit dat met de ontwikkeling van een derde, solitaire supermarktlocatie de

kans tot clustering (en daarmee versterking van de structuur) voorgoed tot het verleden behoort.

Ter toelichting staven we dit met de volgende overzichtstabel.

	REACTIE BSP (2020)	REACTIE STEC (2020)	REACTIE BSP (2021)
1.	De vestiging van Lidl wordt groter (1.404 m^2 wvo) dan door Stec wordt aangenomen (1.287 m^2 wvo).	Het bruto vloeroppervlak van de beoogde Lidl bedraagt zo'n 2.050 m^2. Het winkelvloeroppervlak bedraagt zo'n 1.285 m^2 wvo (bron: Lidl). Hiermee is sprake van een representatieve invulling. Om een lage prijs te kunnen bieden zijn de nieuwe filialen van Lidl zo ontworpen dat in het magazijn grote voorraden kunnen worden opgeslagen. Hierdoor zijn minder (vracht)verkeersbewegingen nodig. Ook werkt Lidl in het magazijn met pallets en pompwagens. Om deze goed en snel te kunnen gebruiken is een relatief groot magazijnoppervlakte nodig. Voor Lidl bestaat er dus geen aanleiding het winkelvloeroppervlak verder te maximeren. Het winkelvloeroppervlak bedraagt 1.285 m^2 wvo.	De winkelvloeroppervlakte van Lidl gemeten volgens de normering zoals gebruikelijk is, is 1.404 m^2 Het verschil zit hem onder meer in de door hen aangeduide entreekoffer en het voor de consument toegankelijke deel van de bake-off afdeling.
2.	Albert Heijn heeft een oppervlakte van 1.639 m^2 wvo in plaats van 1.523 m^2 wvo.	Volgens Locatus bedroeg het oppervlak van de Albert Heijn in 2018 1.523 m^2 wvo. Momenteel bedraagt het oppervlak van de Albert Heijn 1.743 m^2 wvo (+220 m^2 wvo), zo blijkt uit cijfers van Locatus (oktober 2020). Het totale supermarktaanbod in Hattem komt daarmee uit op zo'n 3.009 m^2 wvo. Hiermee is ook gerekend in het geactualiseerde DPO.	Deze correctie is terecht verwerkt.
3.	Uit het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2019 blijkt dat de koopkrachtbinding 79% is en de toevloeiing 17%. Per saldo is er zowel in 2015 als in 2019 sprake van een bescheiden koopkrachtlek (4%) in Hattem: er vloeien in de dagelijkse sector meer bestedingen af dan er toevloeien.	In het geactualiseerde DPO is gerekend met koopstromen die zijn gebaseerd op het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2019. In 2018 waren deze cijfers niet beschikbaar. Voor 2020 is gerekend met een koopkrachtbinding van 79% (gelijk aan KSO). Voor de koopkrachttoevloeiing is gerekend met 18% (+1%-punt hoger dan KSO). Stec heeft de toevloeiing onder andere afgezwakt ten opzichte	Stec heeft in zijn notitie voor wat betreft de huidige koopkrachtbinding terecht de meest actuele (gemeten) cijfers uit het KSO Oost-Nederland 2019 overgenomen. Voor de koopkrachttoevloeiing gaat Stec niet uit van de 17% die in hetzelfde KSO is gemeten, maar verhoogt dit naar 18%, verwijzend naar invloed

		van 2018 als gevolg van aanbodontwikkelingen in Wezep en Wapenveld.	van toeristisch-recreatieve bestedingen die in het KSO onderbelicht zouden zijn. Dit voelt als een willekeurige en oncontroleerbare ingreep die ook weinig effect heeft op de uitkomst van de distributieve berekening: +35 m^2 wvo. De invloed van 1 procentpunt aanpassing van de toevloeiing op de uitkomst van de distributieve berekening is ook met de door Stec veronderstelde groei van de koopkrachtbinding (zie 4.) weliswaar meer dan evenredig groter, maar nog steeds van betrekkelijk weinig waarde op de uitkomst van de distributieve som. Concluderend kunnen we stellen dat ook met het zoeken naar de maximale reikwijdte van de distributieve berekening (maximale groei aantal inwoners, een groei van de koopkrachtbinding met maar liefst 11%-punt, een willekeurig gekozen groei van de koopkrachttoevloeiing en een lagere vloerproductiviteit) de uitkomst van de distributieve berekening nog steeds volstrekt onvoldoende is om toevoeging van Lidl aan het supermarktaanbod in Hattem te motiveren.
4.	Een toename van de koopkrachtbinding tot 90% en van de toevloeiing tot 25% is volstrekt onrealistisch gezien de ligging van Hattem en het concurrerende	Met de toevoeging van Lidl ontstaat een compleet en complementair supermarktaanbod in Hattem. Inwoners van Hattem hebben, na realisatie van Lidl, weinig tot geen reden meer om buiten de	Wij blijven van mening dat een koopkrachtsurplus van 8% (binding + toevloeiing

	aanbod in de omgeving. Het huidige koopkrachtlek (4%) slaat met de aanname van Stec om in een fors surplus (+15%). Dit is irreëel en wordt bevestigd door een benchmark met vergelijkbare gemeenten in het KSO. Alleen enkele grotere grensplaatsen als Winterswijk of Coevorden kennen een dergelijk surplus, vooral veroorzaakt door de Duitse consument.	gemeente boodschappen te doen. De koopkracht die nu afvloeit naar Wezep en Wapenveld (en Zwolle) zal deels in Hattem zelf besteed gaan worden. Een koopkrachtbinding van 90% in 2029 vinden wij daarom reëel. De benchmark in het KSO met vergelijkbare gemeenten laat eenzelfde beeld zien. In deze gemeenten is de gemiddelde koopkrachtbinding 86%. Bovendien zien we in nabijgelegen kernen (van een vergelijkbare omvang) een groter supermarktaanbod. Het bestaande supermarktaanbod in deze kernen is vergelijkbaar met het aanbod in Hattem, na realisatie van Lidl. Alle kernen beschikken over een hard discounter (Lidl/Aldi), een A-merk discounter (Boni) en fullservice supermarkt (Jumbo/Plus). De koopkrachtbinding ligt in deze kernen rond de 85-90%. Daarmee blijkt dat zowel de koopkrachtbinding van 90% als het toekomstige supermarktaanbod reëel is voor een kern als Hattem. Omdat de bestedingen van toeristen in het nieuwe koopstromenonderzoek relatief laag zijn ingeschat (circa € 300.000), vinden we het reëel om ervan uit te gaan dat de koopkrachttoevloeiing 1%-punt hoger ligt dan waar in het KSO van wordt uitgegaan. Hierbij hebben we gekeken naar het aantal overnachtingen in Hattem (op basis van cijfers aangaande toeristenbelasting), de sterke dagrecreatieve attractie van de Vestingstad Hattem en de gemiddelde bestedingen van toeristen en dagrecreanten.	= 108%) een onverantwoord groot surplus is voor een kern als Hattem, die: a) Onder de rook ligt van de grote stad; b) Geen natuurlijk achterland heeft; c) Omgeven wordt door kernen van minimaal gelijke omvang en functie (Wezep, Heerde, Elburg). Stec heeft weliswaar het surplus verlaagd van +15% naar +8%, verwijzend naar de recente aanbodversterking in Wapenveld en Wezep, maar gaat met de verwijzing naar de benchmark voorbij aan het feit dat: a) Hattem zich met ca. 12.000 inwoners aan de onderkant van de benchmarkklasse bevindt (10-20.000 inwoners) en de gemiddeld koopkrachtbinding in de klasse daaronder (5-10.000 inwoners) maar 80% bedraagt; b) De koopkrachttoevloeiing in de categorie 10-20.000 inwoners bovendien sterk wordt beïnvloed door de aard van de kern. Kortgezegd realiseren echte centrumkernen (naast het genoemde Coevorden ook kernen als Beilen, Denekamp, Elburg, Hardenberg, Ommen, Raalte, Steenwijk en ook

			Wezep) een toevloeiing van 25% of meer. Ook kernen die een naastgelegen woonkern zonder veel dagelijks aanbod kennen (zoals Ulft of Staphorst) hebben een hoge toevloeiing. Beide genoemde type kernen kennen dan ook een hoog surplus (vaak 15% of meer). Hattem heeft meer verwantschap met andere kernen zonder natuurlijk ommeland en/of onder de rook van een grote(re) stad, zoals IJsselmuiden en Genemuiden. In dit soort kernen wordt een surplus van 8% niet gehaald. Ondanks deze kunstgrepen blijft de uitkomst van de distributieve berekening door Stec voor de supermarktsector nog steeds volstrekt onvoldoende om toevoeging van Lidl aan het supermarktaanbod in Lidl te motiveren. Ook de Stec-berekening voor de dagelijkse sector als geheel levert met deze irreële aannames niet voldoende distributieve ruimte op om het Lidl-initiatief te kunnen motiveren. Daarbij komt dat Stec in zijn motivering van de binding en toevloeiing voor Hattem voorbijgaat aan het feit dat zich in Wezep op de voormalige

			locatie van Welkoop mogelijk een Albert Heijn-supermarkt gaat vestigen.
5.	De gemiddelde vloerproductiviteit is afkomstig uit de "omzetkengetallen" opgesteld door de verzamelde onderzoeksbureaus (waaronder Stec) als uitgangspunt bij eenduidig ruimtelijk economisch onderzoek. Het aanpassen van de vloerproductiviteit dat door Stec wordt gedaan lijkt een gelegenheidsargument om tot een gewenste uitkomst te kunnen komen.	In het rapport 'omzetkengetallen 2019' is opgenomen dat gebruik gemaakt dient te worden van het 5-jaarsgemiddelde van de winkelomzet. In dit rapport staat ook dat het 5 jarig gemiddelde niet per definitie de norm is voor goed functioneren. Een correctie op deze norm, naar aanleiding van regionale invloeden, kan wenselijk zijn. In bovenstaand memo is vloerproductiviteit met zo'n 3% verlaagd. Dit is gedaan omdat de huurprijzen in Hattem lager liggen dan gemiddeld in Nederland. In Nederland wordt er gemiddeld € 160 per m^2 winkelruimte gevraagd (NVM, Commercieel Vastgoed 2020). In Hattem ligt de huurprijs voor winkelruimte (in het centrum) op gemiddeld zo'n € 145 per m^2 (Funda in Business, oktober 2020). Ook in omliggende kernen constateren we lagere huurprijzen. In Wezep ligt deze bijvoorbeeld op € 130 per m^2. Vergelijken we deze huurprijzen met de prijzen in bijvoorbeeld Winkelcentrum Zwolle, dan zien we duidelijke verschillen. Hier ligt de gemiddelde huurprijs op zo'n € 260 per m^2. Er bestaan dus sterke regionale verschillen. Omdat de huurprijzen in Hattem zo'n 10% onder het landelijk gemiddelde liggen is een correctie van de benodigde vloerproductiviteit wenselijk. Omdat we verwachten dat het verschil in huurprijs voor dagelijkse winkelmeters minder groot is dan 10%	De verwijzingen die Stec doet naar de NVM-publicatie en Fundagegevens gaan volstrekt voor bij aan het feit dat de huurprijzen voor supermarkten veel minder variëren dan die van overig winkelaanbod (zeker niet-dagelijks). Er zijn wel degelijk regionale verschillen, maar de variatie is veel minder groot dan Stec suggereert op grond van zijn verwijzingen (zie bijvoorbeeld het Handboek van SuperVastgoed Makelaardij uit 2020). De keuze van Stec om een afslag te doen op de vloerproductiviteit met 3% is net als de keuze van 1% aandeel toeristische bestedingen willekeurig en oncontroleerbaar.

		en omdat hierover beperkte data beschikbaar is, hebben we een conservatieve afslag van zo'n 3% gehanteerd.	
6.	Lidl beweegt zich meer en meer van hard discounter naar soft discounter en beweegt zich daarmee naar het segment waarin ook Boni opereert.	Stec is het oneens met de stelling dat Lidl en Boni naar elkaar bewegen. Er bestaan wel degelijk verschillen tussen Lidl en Boni. Boni is een A-merken discounter. Zij verkopen (vooral) A-merken voor een relatief lage prijs. Hierdoor wordt Boni door inwoners van Hattem gezien als een primaire supermarkt (eerste keuze, supermarkt waar consument het meest/vaakst boodschappen doet). Lidl verkoopt niet of nauwelijks A-merken. Zij verkopen vooral private label artikelen. Hierdoor wordt Lidl het vaakst als secundaire of tertiaire supermarkt bezocht (tweede of derde keus).	Wij hebben niet willen beweren dat Boni en Lidl qua formule vergelijkbaar zijn, maar wel dat Lidl zich in de loop van de jaren beweegt naar een A-merken discounter als Boni. De groei van het winkelvloeroppervlak, de groei van het versassortiment, de introductie van A-merken en de grote bakkerij-afdeling van Lidl zijn daarvoor indicaties. Daarbij komt dat het in de planologie gaat om de bestemming supermarkt en dat de precieze formule-invulling niet de grondslag kan zijn van de keuze tussen medewerking of geen medewerking. De recente overnames van Emté door Jumbo en die van Deen door Albert Heijn, Dekamarkt en Vomar laten zien dat de juridisch-planologische bestemming bestendiger is dan de formule.
7.	De (inmiddels) gerealiseerde uitbreiding van Aldi Wapenveld alsmede de voorgenomen forse uitbreiding van Lidl in Wezep zijn niet meegenomen.	In het geactualiseerde DPO wordt hier rekening mee gehouden. De verwachte toevloeiing is afgezwakt en richting 2029 gelijk gehouden. Doordat ook Wapenveld en Wezep hun supermarktaanbod versterken hebben consumenten uit deze kernen minder reden om in Hattem boodschappen te doen. Hierdoor	Het door Stec aanzienlijk afgezwakte toevloeiingspercentage laat zien dat de oorspronkelijke distributieve berekening wankel was. Het laat ook zien dat er met de huidige aannames door Stec letterlijk gezien te weinig

		rekenen we voor de komende tien jaar met een gelijkblijvende koopkrachttoevloeiing.	draagvlak is om de ontwikkeling distributief mogelijk te maken. Stec zal bovendien mogelijk binding en toevloeiing wederom moeten corrigeren wanneer zich in Wezep, op de voormalige locatie van Welkoop, een Albert Heijn-supermarkt gaat vestigen. Dit zal het distributieve gat tussen het initiatief en de distributieve ruimte alleen maar groter maken. De aanzienlijke toevloeiing vanuit Wezep naar Albert Heijn in Hattem gaat dan grotendeels verloren. Iets dat een zeer substantiële impact zal hebben op de (nu al) weinig rooskleurige uitkomst van de distributieve berekening.
8.	De argumenten die Stec hanteert voor zijn stelling dat de ruimtelijke effecten van de komst van Lidl beperkt zijn zijn buitengewoon zwak, alleen al omdat Stec grotendeels voorbijgaat aan de effecten op de ruimtelijke structuur en de belangrijke positie van het centrum daarin.	Stec erkent dat het centrum van Hattem de belangrijkste aankooplocatie is voor niet-dagelijkse aankopen. Daarnaast vinden in het centrum van Hattem ook dagelijkse aankopen plaats, echter niet bij supermarkten (er is immers geen supermarkt gelegen in het centrum van Hattem), maar bij de drogist en/of speciaalzaken. Supermarkten kunnen hierin een belangrijke rol spelen. Zij zorgen de hele week door voor passantenstromen en kunnen heirdoor bijdragen aan het behoud van een gevarieerd dagelijks én niet-dagelijks winkelaanbod. Belangrijke voorwaarde hiervoor is wel dat de onderlinge afstand tussen de supermarkt en het overige aanbod	De reactie van Stec is uitgebreid, maar weinig overtuigend. Door erop te hameren dat de Boni-supermarkt niet *in* het centrum gevestigd is, maar er net buiten, en door de uitdrukkelijke verwijzing naar het DTNP-rapport over de relatie afstand-combinatiebezoek doet Stec feitelijk of de huidige Boni geen meerwaarde heeft voor het (functioneren van het) centrum van Hattem. Dit is veel te abstract en daarmee ondeugdelijk beredeneerd. Het onderzoek van DTNP benadrukt het belang van supermarkten als levensader voor

		niet te groot mag zijn. Hoe groter de afstand tussen de ingang van de supermarkt en overige winkels, hoe lager het aandeel van de supermarktbezoekers dat ook nog een of meer andere winkels of voorzieningen bezoekt (DTNP, 2016). Bij een afstand van 40 meter tot de eerste vijf winkels ligt het combinatiebezoek boven de 50%. Het combinatiebezoek daalt snel als de onderlinge afstand groter wordt. Bij een afstand tussen 80 en 120 meter daalt het combinatiebezoek tot circa 35%. In Hattem ligt de supermarkt (Boni) niet in het centrum, maar op zo'n 200 meter afstand van het kernwinkelgebied. Hierdoor is het combinatiebezoek dat Boni genereert zeer beperkt. Uit het onderzoek van DTNP (2016) blijkt daarnaast dat ook de zichtrelatie tussen de winkels invloed heeft op het aantal combinatiebezoeken. Hoe meer winkels in het zicht vanaf de ingang van de supermarkt, hoe hoger het combinatiebezoek. Alleen als de (ingang van de) supermarkt op een zorgvuldige wijze is vormgegeven en gekoppeld aan de rest van het centrum kunnen andere winkels en voorzieningen echt profiteren van de aantrekkende werking. Dit is in dit geval niet zo. Vanaf de ingang van de Boni is geen enkele andere winkel (en dus ook geen winkel in het centrum van Hattem) zichtbaar. Er bestaan dus geen zichtrelaties met ander aanbod in het centrum van Hattem. Dit is ook logisch. Boni ligt buiten het kernwinkelgebied van Hattem.	aanvullend (dagelijks) aanbod. Het is evident dat er in een ideale wereld een betere ruimtelijk-functionele relatie zou kunnen zijn tussen de Boni en het centrum. Met een korte afstand, met een betere zichtrelatie, etc. Dat is echter niet hetzelfde als dat Boni geen toegevoegde waarde zou hebben voor het centrum van Hattem. Die is er wel degelijk, gelegen op de rand van de vesting en met een parkeerterrein dat ook als bronpunt van centrumbezoek fungeert. In het betoog van Stec wordt daar veel te gemakkelijk aan voorbij gegaan. Het is evident dat een solitaire Lidl op de Populierenlaan voor geen enkele andere winkel meerwaarde oplevert, en een Lidl op een locatie aan de rand van het centrum wel degelijk. De stelling dat het combinatiebezoek dat Boni genereert "zeer beperkt" is wordt volstrekt niet onderbouwd, anders dan de uit zijn verband getrokken verwijzing naar het DTNP-document. De stelling van Stec dat gezien de ligging van Boni (buiten het kernwinkelgebied) en het beperkte combinatiebezoek dat Boni zou genereren, omzetverlies bij Boni geen of slechts beperkt effect heeft op de toekomstbestendigheid van het centrum van Hattem is dan ook

		Enig omzeteffect bij Boni en/of Albert Heijn is niet uit te sluiten. Leegstand verwachten we echter niet. Gezien de ligging van Boni (buiten het kernwinkelgebied) en het beperkte combinatiebezoek dat Boni genereert, heeft omzetverlies bij Boni geen of slechts beperkt effect op de toekomstbestendigheid van het centrum van Hattem. Hetzelfde geldt voor Albert Heijn. Deze winkel is gelegen in de wijk De Hilst en heeft hiervoor ook een belangrijke functie. Echter, we verwachten dat deze vestiging enig omzeteffect kan opvangen. Mocht onverhoopt toch blijken dat AH het niet zal redden als gevolg van de komst van Lidl, is dit niet onaanvaardbaar. Immers, inwoners kunnen op aanvaardbare afstand boodschappen blijven doen en de AH betreft een solitaire vestiging (er zal dus geen sprake zijn van een ruimtelijk effect op andere winkels).	ongefundeerd en bezijden de werkelijkheid. Omzetverlies voor Boni betekent wel degelijk omzetverlies voor aanbieders in het centrum.
9.	Onvolledige Laddertoets uitgevoerd door Stec. Er is niet gekeken naar mogelijke alternatieve locaties die dichterbij het centrum zijn gelegen en waar andere aanbieders van het initiatief kunnen profiteren.	Voor de Ladder hoeven in principe geen alternatieve locaties te worden afgewogen. De beoogde locatie voor Lidl ligt binnen het bestaand stedelijk gebied. In lijn met de jurisprudentie op dit aspect van de Ladder hoeven alternatieve locaties alleen afgewogen te worden als beoogde ontwikkeling buiten het bestaand stedelijk gebied ligt. Dit is hier niet het geval. Bovendien versterken de genoemde alternatieve locaties in het BSP rapport het centrum van Hattem (ook) niet of slechts zeer beperkt. Ook vanaf deze locaties is de afstand tot de winkels groot en zijn de zichtrelaties beperkt.	Formeel is de reactie van Stec juist wanneer alleen naar de Ladder wordt gekeken Vanuit een goede ruimtelijke ordening (de juiste functie op de juiste plaats) was een locatie-afweging zeer wenselijk geweest. Die afweging was dan nooit in het voordeel van de ontwikkeling van een derde supermarktlocatie (en dan ook nog eens een solitaire locatie) uitgevallen, dat zal Stec met ons eens zijn. Elke andere locatie waar clustering kan plaatsvinden (rand centrum of desnoods clustering met Albert Heijn) is gelet op de aard en schaal van Hattem veruit te verkiezen boven de ontwikkeling van de locatie Populierenlaan.

			Anders dan met de locatie Populierenlaan zullen er op een dergelijke locatie ook positieve effecten optreden.
10.	BSP gaat ervan uit dat 1% omzetderving in de supermarkt leidt tot een leegstandstoename van 0,5% van het totale huidige gevestigde aanbod. In totaal gaat het volgens BSP om zo'n 700 m^2 wvo extra winkelleegstand. Deze toename kan volgens BSP uitmonden in een aantasting van het woon-, leef-, en ondernemersklimaat.	BSP stelt dat omzetderving bij Boni en Albert Heijn een direct gevolg heeft op de leegstand in het centrum van Hattem. Zij stellen dat door de omzetderving in de supermarkten 700 m^2 wvo extra winkelleegstand in het centrum van Hattem ontstaat. Dit klopt niet. Er bestaat geen directe relatie tussen omzetderving in supermarkten en leegstand bij overig aanbod in het centrum. Helemaal niet als de supermarkten een beperkte centrumfunctie hebben en slechts beperkt combinatiebezoeken genereren (zie hierboven). BSP vergelijkt hier appels met peren. Immers, zij berekenen het omzeteffect op supermarkten in Hattem. Dit doen zij door te stellen dat de omzetclaim volledig voor rekening komt van de andere supermarkten. In haar eigen DPO stelt BSP daarentegen dat er sprake is van enige marktruimte. De aanname dat de omzetclaim volledig voor rekening komt van andere supermarkten in Hattem is daarmee niet juist. Vervolgens vertaalt BSP de omzetclaim naar een leegstandseffect op basis van een niet te herleiden aanname. Daarna vertalen zij de leegstand (in het geval van het berekende omzeteffect van BSP circa 700 m^2 wvo extra leegstand bij supermarkten – want daar gaat de berekening van BSP over), naar extra leegstand in het centrum van Hattem. Het door BSP veronderstelde leegstandseffect zou minimaal bij supermarkten moeten landen. Aangezien er geen supermarkten in centrum Hattem gelegen zijn is het vreemd dat de	Onder verwijzing naar de voorgaande reactie (onder 9.) kunnen we deze reactie van Stec als onlogisch betitelen. Met verwijzing naar dezelfde bron die Stec hanteert (het DTNP-rapport over het belang van supermarkten) kan gesteld worden dat verlies van het functioneren van de supermarkt wel degelijk negatieve repercussies heeft voor het aanvullende aanbod dat van de trekkracht van de supermarkt afhankelijk is.

		conclusie getrokken wordt dat er extra leegstand in het centrum zal ontstaan. Het berekende leegstandseffect – voor zover te verwachten – heeft louter betrekking op supermarkten en geldt niet voor detailhandel in zijn algemeenheid. Uit de berekeningen van Stec blijkt overigens dat het (omzet- en leegstands)effect als gevolg van de realisatie van Lidl lager is dan door BSP verondersteld. Sterker nog; Stec verwacht een beperkt omzeteffect op bestaande supermarkten, maar geen leegstandseffect.	
11.	BSP stelt dat er geen rekening is gehouden met de online bestedingen.	De bestedingen in supermarkten stijgen al een aantal jaar op rij. Om richting de toekomst mogelijke conjunctuureffecten uit te filteren houden we de bestedingen richting 2029 gelijk. Hierin is een toename van online bestedingen dus in feite al verwerkt. Dit heft elkaar dus op. Bovendien zorgt de huidige coronacrisis voor een forse omzetplus bij supermarkten, zowel online als offline.	Het is opmerkelijk dat daar waar het Stec uitkomt correcties en afslagen wel worden gemaakt (denk aan de vloerproductiviteit en kooporiëntaties), maar waar het afbreuk doet aan de uitkomst van de distributieve berekening dit niet wordt gedaan. Dat is op zijn minst niet consequent.

OVERZICHT REACTIES 'LADDER LIDL HATTEM'
Bron: Stec; Bureau Stedelijke Planning