

Directoraat-generaal
Bedrijfsleven & Innovatie

Aan de Minister van Economische Zaken

Auteur

TER BESLISSING

Datum

11 juni 2025

Kenmerk

DGBI / 99372848

nota
TER BESLISSING

beslisnota Kamervragen De Druk op zelfstandige
winkeliers

Kopie aan

Bijlage(n)

2

Parafenroute

Aanleiding

U ontving vragen van het lid Postma (NSC) over "De druk op zelfstandige winkeliers en de gevolgen voor ondernemers, consumenten en concurrentie". Zij reageert hiermee op een artikel in de Levensmiddelenkrant, dat verscheen naar aanleiding van het jaarcongres van het Vakcentrum, brancheorganisatie voor zelfstandige winkeliers.

Geadviseerd besluit

U kunt bijgaande antwoordbrief tekenen en de antwoorden doen toekomen aan de Voorzitter van de Tweede Kamer.

Kernpunten

- In het betreffende artikel geeft Patricia Hoogstraten, directeur Vakcentrum, aan dat zelfstandige winkeliers het steeds moeilijker krijgen vanwege alsmaar stijgende kosten, daarin bijgevallen door Leendert Jan Visser, directeur MKB Nederland.
- Naast de stijgende kosten zullen retailers ook moeten investeren in digitalisering, verduurzaming en het opleiden van hun werknemers.
- Het is voor kleine, zelfstandige winkeliers lastig om hun stijgende kosten door te berekenen aan hun klanten. Vaak liggen hun prijzen (noodgedwongen) al (veel) hoger dan de prijzen van (internationale) ketens en platforms. Dit gaat dan ten koste van hun toch al beperkte marge. Vaak wordt dit opgelost door het toekennen van een lagere vergoeding voor arbeidskosten van de winkelier aan zichzelf. Het is duidelijk dat deze strategie uiteindelijk tegen zijn grenzen aanloopt.

Wanneer een winkelier eenmaal stopt, bijvoorbeeld bij pensioen, wordt vaak geen opvolger meer gevonden.

- Dit is geen nieuw verschijnsel. Sinds het ontstaan van supermarkten in de foodsector en grote ketens in de non-food hebben zelfstandige winkeliers het moeilijk en worden deze steeds meer teruggedrongen naar niche-markten. Dat kan bijvoorbeeld ook door het steeds verder verbreden van het assortiment als laatste winkel in een bepaalde kern. Tot ook dat uiteindelijk niet meer uit kan.
- Het gaat om een economische activiteit, dus uiteindelijk beslist de consument welke winkeliers op termijn overleven. Tegelijk dringt het besef steeds meer door dat winkels ook een sociaal-maatschappelijke functie hebben en belangrijk zijn voor de samenhang in gemeenschappen. Lokaal wordt hier wel op ingespeeld door particuliere initiatieven, al dan niet samen met lokale overheden.
- Op dit moment voert het Rijk geen beleid dat specifiek gericht is op het steunen van zelfstandige winkeliers. Wel profiteren ook zelfstandige winkeliers van het verspreiden van kennis door bijvoorbeeld RVO en zijn er (beperkte) mogelijkheden om in aanmerking te komen voor financiële ondersteuning bij investeringen in verduurzaming. Daarnaast profiteren ook zelfstandige winkeliers van de uitvoering van projecten in het kader van de Impulsaanpak Winkelgebieden, die transformatie en herstructurering van 41 binnenstedelijke winkelgebieden mogelijk maakt.
- Het antwoord op vraag 3 is afgestemd met Locatus.
- De antwoorden op de vragen 5 en 6 zijn ambtelijk afgestemd met ACM.

Toelichting

- In het artikel wordt een bedrag van 1,7 miljard euro genoemd dat Nederlandse winkeliers de komende jaren jaarlijks kwijt zouden zijn aan investeringen in digitalisering, verduurzaming en de kosten voor het opleiden van personeel. Deze cijfers zijn afkomstig uit een factsheet 'Transitieuitdagingen voor de Nederlandse retailsector' van SEO economisch onderzoek.
- Dit (beperkte) onderzoek van SEO is een van de 4 initiatieven vanuit de sector, gefinancierd vanuit de laatste gelden die nog beschikbaar waren vanuit de vereveningsgelden van het Hoofdbedrijfschap voor de Detailhandel, begeleid door bureau Public Matters. Uit deze initiatieven is een programma voortgekomen, genaamd Retail in Transitie, waarmee geprobeerd wordt in te spelen op verschillende uitdagingen in de sector.
- Waar mogelijk wordt hierbij aangesloten bij al lopende en al bestaande initiatieven binnen de sector, bijvoorbeeld initiatieven vanuit de Retailagenda.