

stec  
groep

# Laddertoets Stougjeswijk

Stec Groep aan BJZ.nu

13 oktober 2025

# Inhoudsopgave

|                                                                                    |           |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. Inleiding</b>                                                                | <b>3</b>  |
| 1.1 Planomschrijving Stougjeswijk                                                  | 3         |
| 1.2 Leeswijzer                                                                     | 4         |
| <b>2. Uitgangspunten van de Ladder</b>                                             | <b>5</b>  |
| 2.1 Ladder als motiveringsvereiste voor nieuwe stedelijke ontwikkelingen           | 5         |
| 2.2 Bestemmingsplan Stougjeswijk maakt een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk | 5         |
| 2.3 Bestemmingsplan is ontwikkeling buiten bestaand stedelijk gebied               | 6         |
| 2.4 Bestaande mogelijkheden binnen BSG niet geschikt                               | 7         |
| <b>3. Marktruimte en effecten supermarkt</b>                                       | <b>8</b>  |
| 3.1 Bestaande structuur                                                            | 8         |
| 3.2 Verzorgingsgebied                                                              | 10        |
| 3.3 Trends en ontwikkelingen                                                       | 13        |
| 3.4 Marktruimte                                                                    | 16        |
| 3.5 Effectenanalyse                                                                | 17        |
| <b>4. Marktruimte en effecten dagelijks</b>                                        | <b>19</b> |
| 4.1 Verzorgingsgebied                                                              | 19        |
| 4.2 Aanbod                                                                         | 19        |
| 4.3 Trends en ontwikkelingen                                                       | 19        |
| 4.4 Marktruimte                                                                    | 20        |
| 4.5 Effectenanalyse                                                                | 21        |
| <b>5. Marktruimte en effecten horeca</b>                                           | <b>22</b> |
| 5.1 Verzorgingsgebied                                                              | 22        |
| 5.2 Aanbod                                                                         | 22        |
| 5.3 Trends en ontwikkelingen                                                       | 23        |
| 5.4 Marktruimte                                                                    | 23        |
| 5.5 Effectenanalyse                                                                | 24        |
| <b>6. Marktruimte en effecten diensten</b>                                         | <b>25</b> |
| 6.1 Verzorgingsgebied                                                              | 25        |
| 6.2 Aanbod                                                                         | 25        |
| 6.3 Trends en ontwikkelingen                                                       | 26        |
| 6.4 Marktruimte                                                                    | 26        |
| 6.5 Effectenanalyse                                                                | 27        |
| <b>Bijlage 1 DPO berekening supermarkt</b>                                         | <b>28</b> |
| <b>Bijlage 2 Aanbod</b>                                                            | <b>30</b> |

# 1. Inleiding

Eind 2023 is het bestemmingsplan voor de nieuwe woonwijk Stougjeswijk in Oud-Beijerland in ontwerp ter inzage gelegd. Op dit ontwerp zijn verschillende zienswijzen ingediend. Een deel van de zienswijzen gaat over de beoogde supermarkt in het plan. De kern van de zienswijzen is dat (1) het oppervlak van de beoogde supermarkt onvoldoende begrenst is in de planregels en dat (2) de behoefte aan de nieuwe supermarkt niet (conform de Ladder voor duurzame verstedelijking) is aangetoond. U heeft de planregels daarom aangescherpt naar maximaal 1.750 m<sup>2</sup> bvo supermarkt (dit komt overeen met ongeveer 1.300 m<sup>2</sup> wvo). Daarnaast wordt er planologisch nog ruimte gemaakt voor een beperkt programma aan overige commerciële functies.

## 1.1 Planomschrijving Stougjeswijk

De beoogde nieuwe woonwijk Stougjeswijk is gelegen aan de oostkant van de kern Oud-Beijerland en sluit aan op de bestaande woonwijk 'Poortwijk'. Het beoogde plan omvat de bouw van circa 2.485 woningen in diverse deelgebieden en woningtypologieën (30% sociaal, 40% betaalbaar en 30% vrije sector). Daarnaast wordt er maximaal 2.500 m<sup>2</sup> bvo aan commercieel programma mogelijk gemaakt. Het gaat om maximaal 1.750 m<sup>2</sup> bvo supermarkt (1.300 m<sup>2</sup> wvo), maximaal 500 m<sup>2</sup> bvo overige detailhandel, maximaal 300 m<sup>2</sup> bvo horeca en maximaal 200 m<sup>2</sup> bvo diensten. Belangrijk hierbij is dat in de Laddertoets marktruimte is onderbouwd voor maximaal 500 m<sup>2</sup> bvo (335 m<sup>2</sup> wvo) 'overige' detailhandel, exclusief supermarkten. De gezamenlijke omvang van supermarkt en overige detailhandel mag niet meer bedragen dan 2.000 m<sup>2</sup> bvo. Dit betekent dat wanneer een supermarkt van de maximale omvang (1.750 m<sup>2</sup> bvo) wordt gerealiseerd, er nog ruimte resteert voor slechts 250 m<sup>2</sup> bvo overige detailhandel. Voor beide typen voorzieningen is voldoende marktruimte aanwezig, maar in de bestemmingsplanregeling is vastgelegd dat het totaal aan detailhandel niet groter mag zijn dan 2.000 m<sup>2</sup> bvo. Daarnaast worden circa 10.000 m<sup>2</sup> bvo aan maatschappelijke voorzieningen (wijkgebouwen, cultuurhuizen, buurttuinen, ontmoetingsplekken, basisschool, kinderopvang, opvanglocaties, dagbesteding, wijk- en ambulante zorg en gezondheidscentrum) beoogd. De ontwikkeling van de commerciële ruimtes is dus onderdeel van een groter plan.



## 1.2 Leeswijzer

Om de beoogde ontwikkeling in de Stougjeswijk in Oud-Beijerland zorgvuldig te kunnen beoordelen, is een gedegen analyse van de (ruimtelijke) effecten noodzakelijk. In dit document doorlopen we hiertoe een aantal stappen. Per hoofdstuk wordt de marktruimte en de mogelijke ruimtelijke impact van de commerciële functies systematisch in beeld gebracht. De opbouw van de analyse volgt de structuur van de Ladder voor duurzame verstedelijking.

In hoofdstuk 2 worden eerst de uitgangspunten van de Ladder toegelicht. Aansluitend wordt in de volgende hoofdstukken stapsgewijs ingezoomd op het verzorgingsgebied, het bestaande aanbod, relevante trends en ontwikkelingen, de marktruimte en de (on)aanvaardbaarheid van eventuele ruimtelijke effecten.

- Hoofdstuk 3 gaat in op het supermarktsegment.
- Hoofdstuk 4 behandelt de overige dagelijkse detailhandel, zoals bakkers, drogisterijen en slijterijen.
- Hoofdstuk 5 staat in het teken van de horecafunctie.
- Hoofdstuk 6 richt zich op commerciële dienstverlening.

In de bijlagen zijn de distributieplanologische berekeningen opgenomen, evenals een overzicht van het bestaande supermarktaanbod binnen het verzorgingsgebied.

## 2. Uitgangspunten van de Ladder

In dit hoofdstuk toetsen we of de beoogde ontwikkeling van de supermarkt in de Stougjeswijk van Oud-Beijerland ladderplichtig is en of een aanvullende locatieafweging vereist is.

### 2.1 Ladder als motiveringsvereiste voor nieuwe stedelijke ontwikkelingen

De Ladder is een motiveringsvereiste voor ruimtelijke plannen die een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maken. In de toelichting van het bestemmingsplan dient dan een motivering voor de Ladder zijn opgenomen. Sinds 1 juli 2017 is de Laddersystematiek in het Besluit ruimtelijk ordening (Bro) gewijzigd. De Ladder is verankerd in artikel 3.1.6. lid 2 Bro en luidt als volgt:

‘De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien’.

De Ladder is alleen van toepassing op een plan dat een ‘nieuwe stedelijke ontwikkeling’ mogelijk maakt. Is dit het geval dan is een beschrijving van de behoefte nodig. Voor ontwikkelingen buiten bestaand stedelijk gebied is een uitgebreidere motivering vereist waarin wordt ingegaan op de vraag waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in de behoefte kan worden voorzien.

Om de vereisten van de Ladder te bepalen gaan we hierna achtereenvolgens in op de vraag of (1) er sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling en (2) of de ontwikkeling binnen of buiten bestaand stedelijk gebied is gelegen.

### 2.2 Bestemmingsplan Stougjeswijk maakt een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk

Allereerst is een stedelijke ontwikkeling in artikel 1.1.1 Bro gedefinieerd als een:

‘Ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijk voorzieningen’.

In het Bro is geen ondergrens voor de minimale omvang vastgesteld, jurisprudentie geeft meer duidelijkheid. In beginsel volgt uit jurisprudentie dat hiervan sprake is bij toevoeging vanaf 400

tot 500 m<sup>2</sup>. In het plan wordt uitgegaan van maximaal 1.750 m<sup>2</sup> bvo supermarkt. Daarnaast wordt de functie 'gemengd' toegekend aan gronden in het plangebied waarop momenteel hoofdzakelijk nog de bestemming 'agrarisch' rust. Het plan voorziet daarmee in een functiewijziging van zodanige aard en omvang dat sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Ofwel: het nieuwe bestemmingsplan is ladderplichting. Dit betekent dat een beschrijving van de behoefte in ieder geval nodig is.

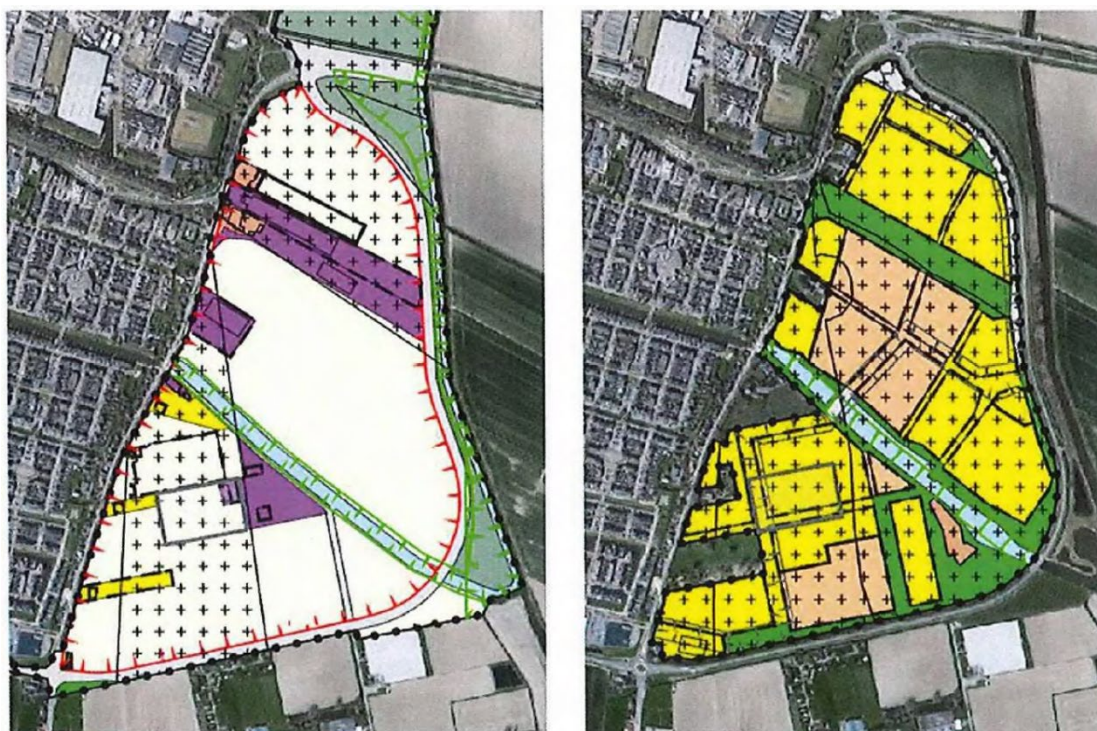
## 2.3 Bestemmingsplan is ontwikkeling buiten bestaand stedelijk gebied

Voor ontwikkelingen buiten bestaand stedelijk gebied (BSG) is vanuit de Ladder extra motivering vereist. Daarom checken we hier of de verplaatsing en uitbreiding van de Lidl een ontwikkeling binnen BSG betreft. In artikel 1.1.1 Bro geeft als definitie:

'Bestaand stedenbouwkundig samenstel van bebouwing ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca, alsmede de daarbij behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur'.

Naast de hiervoor genoemde definitie van bestaand stedelijk gebied, blijkt uit jurisprudentie dat ook de geldende bestemming van een plangebied relevant kan zijn. Geldt er bijvoorbeeld een agrarische bestemming die de ontwikkeling ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca niet mogelijk maakt, dan is veelal géén sprake van BSG. Doordat in dit geval de bestemming van de planlocatie (hoofdzakelijk) agrarisch is, ligt de beoogde ontwikkeling buiten BSG. Dit betekent dat een extra motivering vanuit de Ladder nodig is.

### Figuur 1: ligging planlocatie buiten bestaand stedelijk gebied



Afbbeelding 1 (links): uitsnede planverbeelding bestemmingsplan 'Buitengebied Oud-Beijerland'  
Afbbeelding 2 (rechts): uitsnede planverbeelding ontwerpplan 'Stougjeswijk'

## 2.4 Bestaande mogelijkheden binnen BSG niet geschikt

De beoogde ontwikkeling gaat uit van een ruimtebeslag van maximaal 2.500 m<sup>2</sup> bvo. Om te inventariseren of en welke mogelijkheden hiervoor binnen het bestaand stedelijk gebied bestaan is gekeken naar leegstaande panden en braakliggende kavels. Binnen het bestaand stedelijk gebied van het verzorgingsgebied van de beoogde commerciële ruimtes is er één (combinatie)pand beschikbaar die groter is dan 2.500 m<sup>2</sup> bvo. Voor de volledigheid merken we ook op dat er één pand beschikbaar is van + 2.000 m<sup>2</sup> nabij het projectgebied.

**Tabel 1: Overzicht beschikbare locaties binnen BSG in verzorgingsgebied**

| Locatie          | Omvang (in m <sup>2</sup> bvo)                        | Functie     | Ligging                        |
|------------------|-------------------------------------------------------|-------------|--------------------------------|
| Pascalstraat 12  | 2.000 m <sup>2</sup>                                  | Bedrijfshal | Bedrijventerrein De Bosschen   |
| De Vriesstraat 6 | 3.724 m <sup>2</sup> verdeeld over twee kantoorpanden | Kantoorpand | Kantorenstrip Beneden Oostdijk |

Bron: Funda in Business, September 2025 (meet moment 30 September 2025).

Kwalitatief gezien zijn de panden niet geschikt. In onderstaande tabel zijn bovenstaande locaties beoordeeld op passendheid voor het beoogde initiatief. Dit is gedaan op basis van zes criteria:

- Planologische mogelijkheden. Is het planologisch mogelijk om op de bestaande locatie commerciële ruimte (waaronder een supermarkt) te realiseren? En hoe wenselijk is dit vanuit gemeentelijke beleid?)
- Indeling pand
- Parkeermogelijkheden
- Bereikbaarheid
- Mogelijkheden voor bevoorrading
- Economisch draagvlak (voldoende bezoekers in directe omgeving)

**Tabel 2: Mogelijke locaties binnen bestaand stedelijk gebied**

| Locatie          | Planologische mogelijkheden | Indeling pand | Parkeren | Bereikbaarheid | Bevoorrading | Economisch draagvlak |
|------------------|-----------------------------|---------------|----------|----------------|--------------|----------------------|
| Pascalstraat 12  | ✗                           | ✗             | ✓        | ✓              | ✓            | ✗                    |
| De Vriesstraat 6 | ✗                           | ✗             | ✓        | ✓              | ✓            | ✓                    |

Bron: Stec Groep, 2025.

De locaties vormen geen geschikt alternatief voor de beoogde ontwikkeling. Ze missen de juiste omvang en indeling, en de vestiging van een supermarkt is er niet toegestaan. De bestaande panden met meerdere verdiepingen of losse units zijn ongeschikt voor een supermarkt, terwijl de ligging op bedrijventerrein De Bosschen bovendien weinig bezoekers uit de directe omgeving trekt. Voor de locatie nabij de Beneden Oostdijk geldt wel dat er economisch draagvlak is door de nabijheid van Poortwijk en de nieuwe Stougjeswijk, maar ook hier maakt de indeling (verschillende panden en units) de plek ongeschikt. Daarnaast zijn de locaties in strijd met het gemeentelijke detailhandelsbeleid. Er is dus geen geschikte alternatieve locatie binnen het bestaand stedelijk gebied van het verzorgingsgebied.

# 3. Marktruimte en effecten supermarkt

In dit hoofdstuk toetsen we de maximale planologische mogelijkheden van de beoogde supermarkt (1.750 m<sup>2</sup> bvo/1.300 m<sup>2</sup> wvo) aan de Ladder voor duurzame verstedelijking. Hiervoor beschrijven we eerst de bestaande supermarktstructuur en het verzorgingsgebied. Daarna zoomen we in op de belangrijkste trends en ontwikkelingen voor supermarkten. Het consumentengedrag verandert namelijk, en daarmee ook het marktperspectief voor fysieke winkels. We berekenen daarom de toekomstige marktruimte voor supermarkten. Vervolgens gaan we in op de (mogelijke) effecten van de beoogde ontwikkeling.

## 3.1 Bestaande structuur

**Oud-Beijerland beschikt over circa 7.485 m<sup>2</sup> wvo supermarkt, verdeeld over vijf vestigingen**

In Oud-Beijerland zijn vijf supermarkten gevestigd. Het gaat om vestigingen van Albert Heijn, Aldi, Dirk van den Broek, Jumbo en Lidl. Het totale supermarktaanbod heeft een omvang van ongeveer 7.485 m<sup>2</sup> wvo. Hiermee beschikken inwoners van Oud-Beijerland over ongeveer 300 m<sup>2</sup> wvo supermarktaanbod per 1.000 inwoners. Dit is meer dan het gemiddelde in Nederland (275 m<sup>2</sup> per 1.000 inwoners).

**Figuur 2: Spreiding supermarktaanbod in Oud-Beijerland**



Bron: Stec Groep (2025)

### Oud-Beijerland beschikt over compleet aanbod met zowel fullservice als discount supermarkten

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 discountsupermarkt biedt lagere prijzen aan, maar heeft een minder uitgebreid assortiment en een eenvoudiger presentatie van de producten. Het supermarktaanbod in de Oud-Beijerland bestaat uit twee fullservice supermarkten (Albert Heijn en Jumbo), twee discounters (Aldi, Lidl) en één merkendiscouter (Dirk van den Broek).

**Tabel 3: Supermarktaanbod Oud-Beijerland, naar type, functie en omvang**

| Formule               | Type supermarkt   | Functie              | Omvang                   |
|-----------------------|-------------------|----------------------|--------------------------|
| 1 <b>Albert Heijn</b> | Fullservice       | Buurtcentrum         | 1.710 m <sup>2</sup> wvo |
| 2 <b>Jumbo</b>        | Fullservice       | Supermarktcentrum    | 1.705 m <sup>2</sup> wvo |
| 3 <b>Dirk</b>         | Merken discounter | Centrumsupermarkt    | 1.500 m <sup>2</sup> wvo |
| 4 <b>Lidl</b>         | Hard discounter   | Solitaire supermarkt | 1.750m <sup>2</sup> wvo  |
| 5 <b>Aldi</b>         | Hard discounter   | Supermarktcentrum    | 820 m <sup>2</sup> wvo   |

Bron: Locatus, 2025.

### Positie supermarkten binnen detailhandelsstructuur Oud-Beijerland

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

- **Dirk:** deze supermarkt ligt in het centrum van Oud-Beijerland en heeft daardoor primair een functie als centrumsupermarkt. Deze wordt aangevuld met klanten uit de directe omgeving.
- **Albert Heijn:** deze supermarkt is de belangrijkste drager van buurtcentrum het Beijerse Hof. Dit buurtcentrum ligt aan de zuidkant van de kern Oud-Beijerland. Naast de Albert Heijn zijn hier onder andere een bakker, slager, slijterij en boekhandel gevestigd.
- **Aldi en Jumbo:** de Aldi (westkant Oud-Beijerland) en Jumbo (oostkant Oud-Beijerland) zijn beiden onderdeel van een klein supermarktcentrum. Dit betekent dat er rondom de supermarkten nog een beperkt aantal andere detailhandelsvestigingen, horecagelegenheden en/of dienstverleners aanwezig zijn.
- **Lidl:** deze supermarkt is gevestigd op een solitaire locatie in het zuidoosten van Oud-Beijerland. De locatie van Lidl ligt relatief dicht bij de beoogde supermarktlocatie in de nieuwe Stougjeswijk, maar ook relatief ver weg van de andere supermarkten.

### Nagenoeg alle bestaande supermarkten hebben (ruime) marktconforme maat

De supermarkten in Oud-Beijerland hebben nagenoeg allemaal een (ruime) marktconforme maat. Vier van de vijf supermarkten hebben een oppervlak groter dan 1.500 m<sup>2</sup> wvo. Voor fullservice supermarkten is doorgaans 1.200 tot 1.500 m<sup>2</sup> wvo een modern en marktconforme maat. Binnen deze maat kunnen zij het nieuwste concept kwijt en daarmee hun klanten optimaal bedienen. Een moderne discounter heeft doorgaans een oppervlak van circa 1.000 tot 1.200 m<sup>2</sup> wvo. Dit betekent dat de Aldi met 820 m<sup>2</sup> wvo relatief klein is. Deze winkel kan daardoor slechts beperkt inspelen op de veranderde behoefte van de consument. Denk bijvoorbeeld aan brede gangpaden, meer ruimte voor vers, specifieke productgroepen (duurzaam, vegetarisch, et cetera) en nieuwe technologieën. Deze beperkte maatvoering is bovendien opvallend omdat deze supermarkt in 2018 verplaatst en vernieuwd is.

## 3.2 Verzorgingsgebied

### Inwoners Oud-Beijerland doen dagelijkse boodschappen vooral lokaal

Inwoners van de gemeente Hoeksche Waard (waar Oud-Beijerland onderdeel van uit maakt) doen hun dagelijkse aankopen vooral lokaal. In de gemeente Hoeksche Waard bedraagt de koopkrachtbinding voor de dagelijkse sector 95%. Dit betekent dat inwoners 95% van hun dagelijkse bestedingen in de eigen gemeente doen. In het centrum van Oud-Beijerland komt zelfs alle omzet in de dagelijkse sector vanuit inwoners uit de eigen gemeente. Ook in de recreatieve (92% binding) en doelgerichte (85% binding) branche is Oud-Beijerland sterk afhankelijk van eigen inwoners. De toevloeiing in de detailhandel is op gemeenteniveau zeer beperkt. Binnen de gemeente zelf zijn er wel lokaal verzorgende centra die toevloeiing vanuit de lokale gemeenschappen aantrekken. Zo doen inwoners van diverse kleine omliggende plaatsen boodschappen in Oud-Beijerland bij gebrek aan een supermarktoorziening in de eigen kern.

Specifiek voor supermarktaankopen geldt eveneens dat inwoners deze vaak lokaal doen. Helemaal in Oud-Beijerland. De kern heeft een ruim en divers aanbod aan supermarkten en door haar geografische ligging is het niet logisch om ergens anders boodschappen te doen. Het supermarktaanbod, het andere detailhandelsaanbod en het centrum van Oud-Beijerland hebben daarmee een sterk lokale functie.

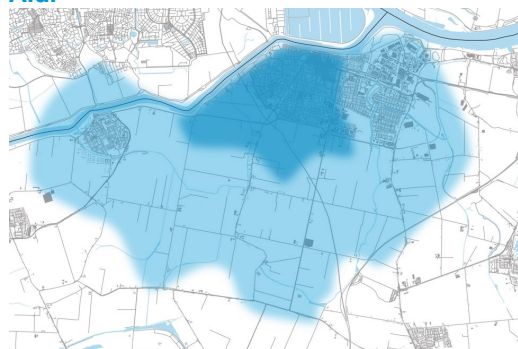
### Gemiddelde afstand tot een supermarkt bedraagt 2,1 kilometer

Uit consumentenonderzoek van Deloitte (2023) blijkt dat de gemiddelde reisafstand tot een supermarkt 2,1 kilometer bedraagt. We hanteren deze afstand als uitgangspunt voor een indicatie van de verzorgingsgebieden van de supermarkten in Oud-Beijerland. Dit uitgangspunt verrijken we met de factoren die van invloed zijn op de omvang van het verzorgingsgebied. Denk bijvoorbeeld aan de geografische ligging en aantrekkingskracht van de kern Oud-Beijerland binnen de gemeente Hoeksche Waard. Dit zorgt ervoor dat het zwaartepunt van verzorgingsgebieden kan verschuiven.

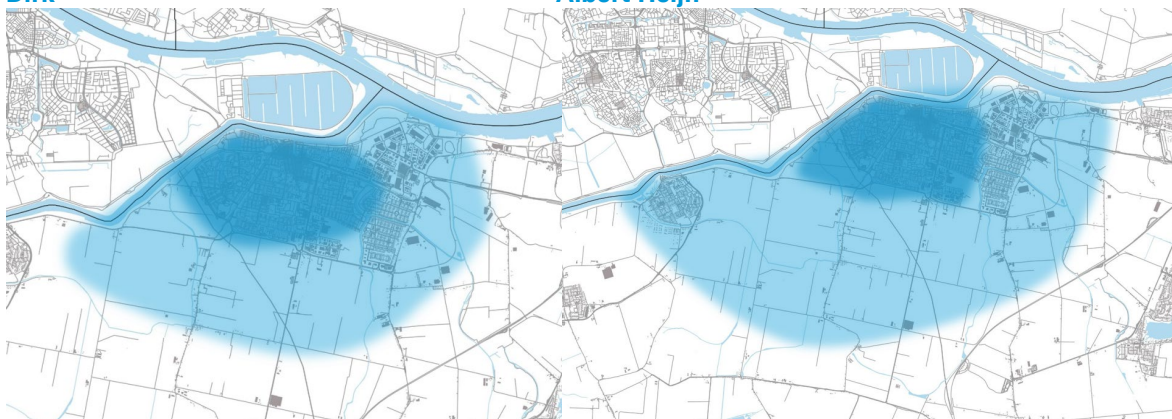
In onderstaande figuur is het verzorgingsgebied van de verschillende bestaande supermarkten weergegeven. De figuren zijn nadrukkelijk een indicatie: per specifieke supermarkt verschilt de precieze gemiddelde reisbereidheid. Daarbij speelt ook mee dat consumenten boodschappen doen bij meerdere supermarkten. Wel geldt dat, naarmate de afstand toeneemt, de binding afneemt.

**Figuur 3: Indicatieve primaire reikwijdtes supermarkten Oud-Beijerland**

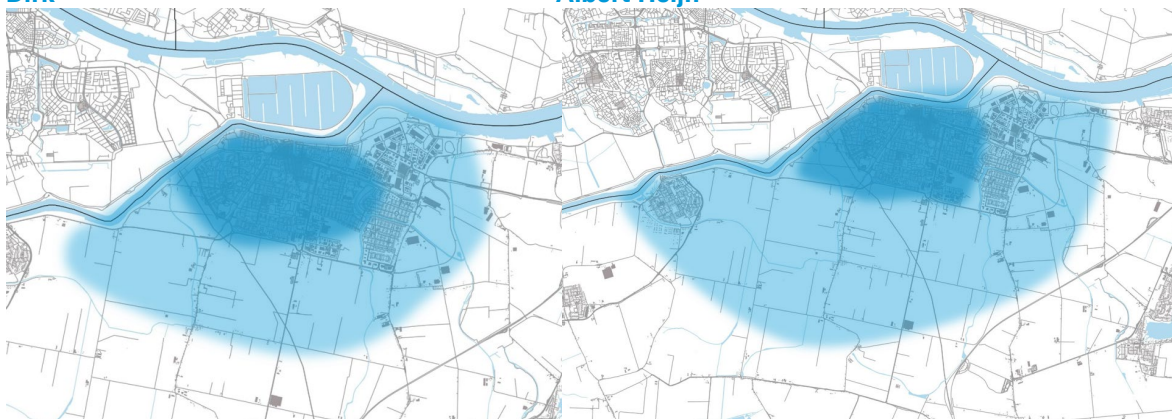
**Aldi**



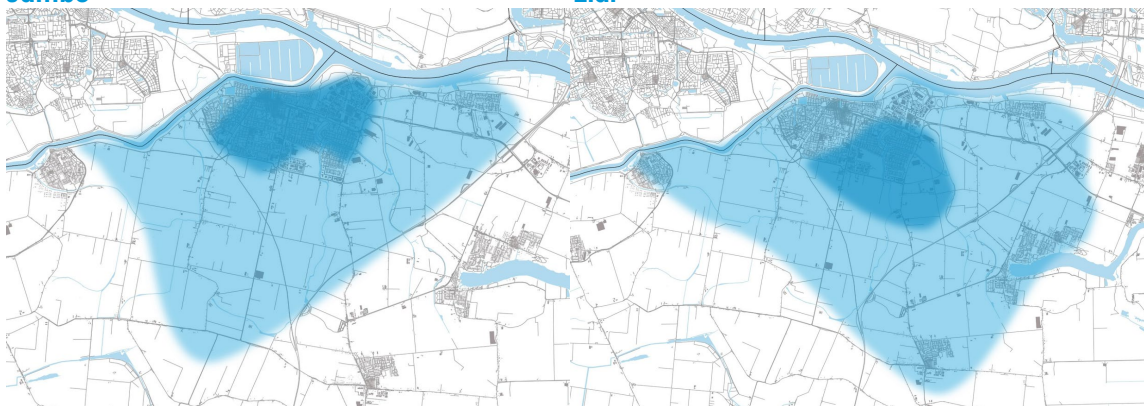
**Dirk**



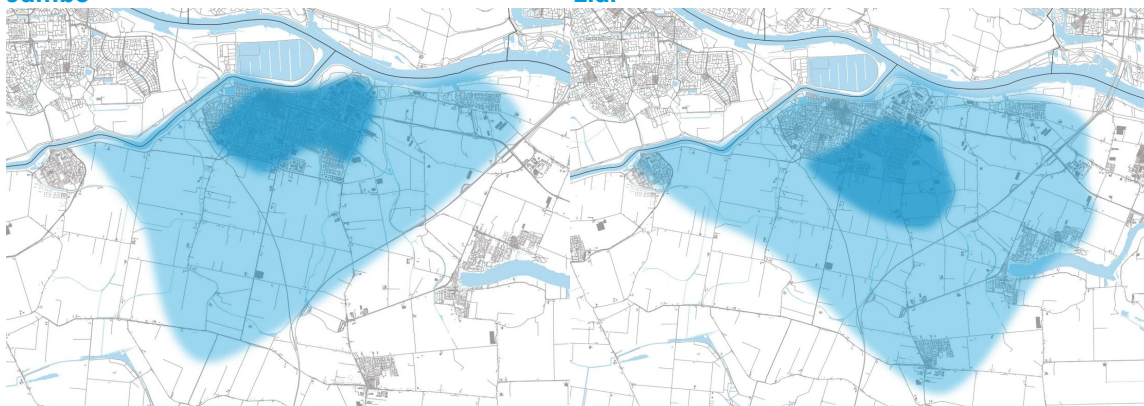
**Albert Heijn**



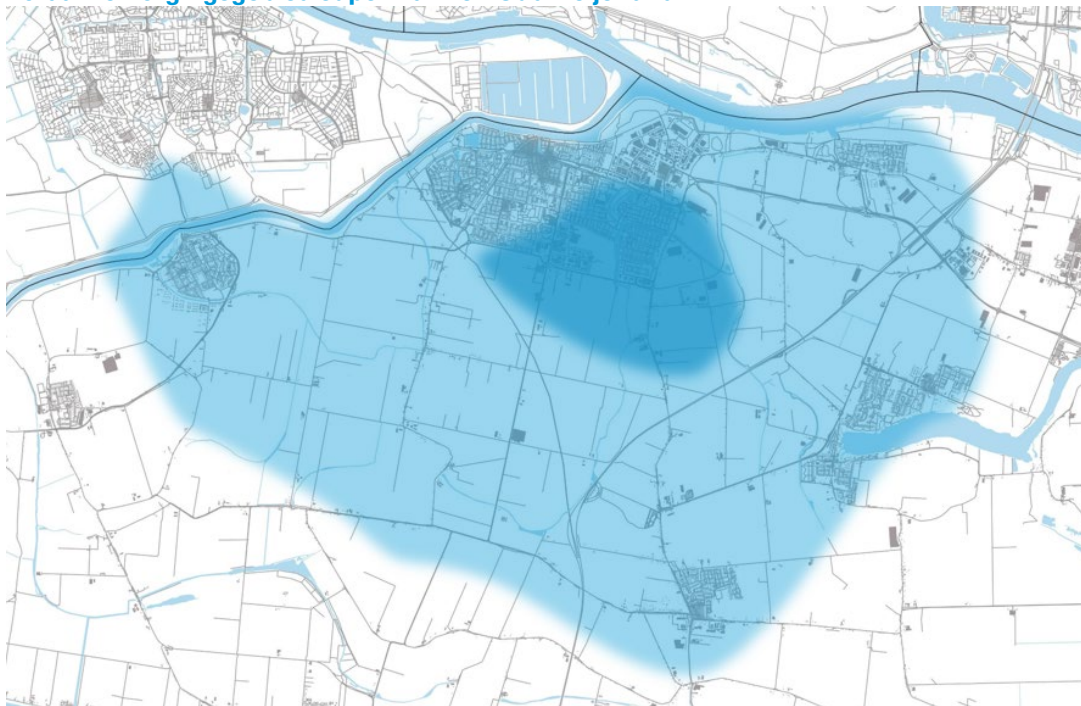
**Jumbo**



**Lidl**



**Totaal verzorgingsgebied supermarkten Oud-Beijerland**



**Verzorgingsgebied beoogde supermarkt relatief groot door aantrekkingskracht Oud-Beijerland**

Oud-Beijerland heeft een centrumfunctie binnen de gemeente Hoeksche Waard. Het supermarktaanbod is uitgebreid en (over het algemeen) modern en marktconform. Dit zorgt voor een sterke

lokale aantrekkingskracht. Hierdoor komen er ook veel inwoners vanuit omliggende dorpen naar Oud-Beijerland om boodschappen te doen. Dit komt ook doordat deze dorpen zelf een beperkt supermarkt aanbod hebben, vooral gericht op ouderen en de vergeten boodschappen. De Coop in Goudswaard is bijvoorbeeld slechts 430 m<sup>2</sup> wvo groot en de Spar in Westmaas is maar 315 m<sup>2</sup> wvo groot. Andere omliggende kernen hebben een iets groter aanbod, maar dit aanbod bestaat vaak maar uit één supermarkt. Zo is in Nieuw Beijerland alleen een Plus gevestigd (790 m<sup>2</sup> wvo) en in Zuid-Beijerland alleen een Albert Heijn (925 m<sup>2</sup> wvo). Oud-Beijerland is de enige kern in de gemeente met vijf, elkaar aanvullende en marktconforme supermarkten. Hierdoor is de trekkracht op omliggende dorpen groot. Daarnaast zijn er verschillende natuurlijke barrières (zoals de Spui en A29) die van invloed zijn op de kooporiëntatie van de consument. We verwachten daarom dat het verzorgingsgebied van de beoogde supermarkt bestaat uit de westelijke wijken van de gemeente: Goudswaard, Piershil, Zuid-Beijerland, Nieuw-Beijerland, Klaaswaal, Westmaas, Mijnsheerenland, Heinenoord en Oud-Beijerland. Inwoners die aan de oostkant van de gemeente wonen (Puttershoek, Strijen, et cetera) beschikken zelf (of in de buurt) over een goed supermarkt-aanbod en zijn bovendien eerder geneigd om (voor aanvullende boodschappen) naar 's-Gravendeel te rijden dan naar Oud-Beijerland. Dit deel van de gemeente nemen we daarom niet op in het verzorgingsgebied.

## Oud-Beijerland heeft centrumfunctie binnen gemeente

In 2021 heeft de gemeente Hoeksche Waard een nieuwe detailhandelsvisie opgesteld. In de visie is de speciale centrumfunctie die Oud-Beijerland heeft benadrukt:

- Ondanks een afname in het aantal (recreatieve) winkels blijft het centrum van Oud-Beijerland een belangrijke plek voor zowel boodschappen als recreatief winkelen, met een goede mix van supermarkten en horecavoorzieningen;
- De ambitie is om het centrum van Oud-Beijerland tot het leidende winkelgebied van de regio te maken, zowel economisch, cultureel en sociaal en met een grote aantrekkingskracht op de omgeving

Om dit te verwezenlijken zijn de volgende (voor deze ontwikkeling relevante) ontwikkelkansen en acties geformuleerd:

- Versterking van de ruimtelijke-functionele structuur met als doel een compacter centrum;
- Behoud van belangrijke publiekstrekken;
- Er wordt terughoudend omgegaan met het faciliteren van nieuwe detailhandelsmeten t.b.v. behoud van vitale centra;
- In principe zijn ontwikkelingen buiten de hoofdstructuur niet toegestaan, tenzij wordt aangetoond dat een dergelijk initiatief van meerwaarde is voor de detailhandelsstructuur, de consumentenverzorging en de leefbaarheid.

### 3.3 Trends en ontwikkelingen

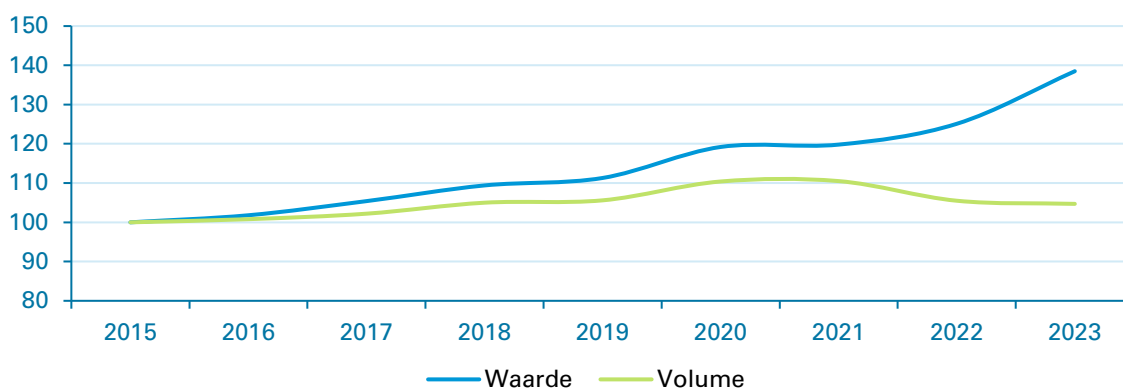
Tabel 4: Trends en ontwikkelingen (I)

| Trend                                                                                                                                                                    | Wat betekent deze trend?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Supermarkt-<br/>bestedingen groeien</b><br><br>                                      | <p>De bestedingen in supermarkten groeien al meerdere jaren op rij (figuur 4). 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.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Supermarkten<br/>zetten in op<br/>schaalvergroting en<br/>modernisering</b><br><br> | <p>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 5). Schaalvergroting leidt echter niet 1-op-1 tot meer omzet per m<sup>2</sup> wvo. De omzet per m<sup>2</sup> wvo is de afgelopen jaren afgenomen (figuur 6). Als gevolg van de dalende omzet per m<sup>2</sup> wvo zijn meer supermarktmeters nodig om de omzet op peil te houden.</p> |
| <b>Online<br/>boodschappen doen</b><br><br>                                           | <p>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 groei-percentages 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.</p>                                                                                 |

#### Figuren ondersteunend aan supermarkttrends

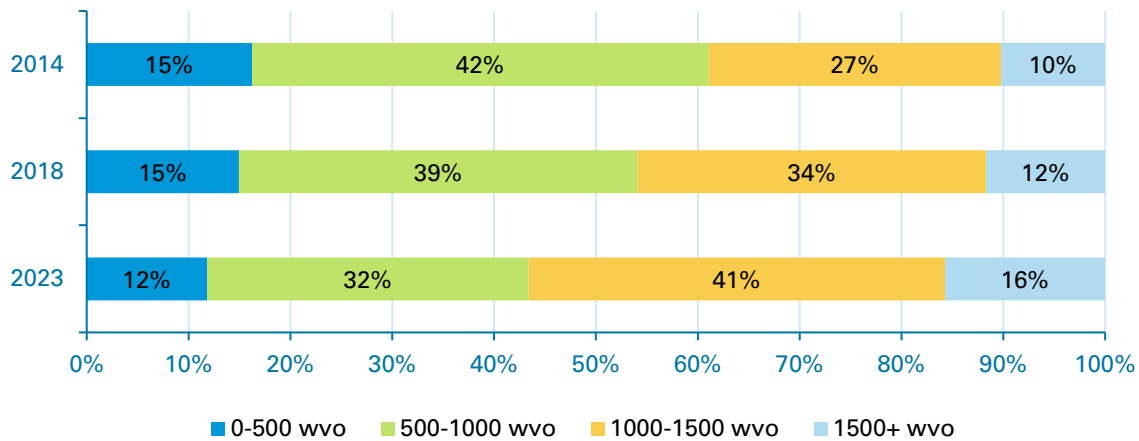
Bovenstaande tabel bespreekt een aantal relevante supermarkttrends. Hieronder staan figuren die deze trends ondersteunen.

Figuur 4: Omzet fysieke supermarkten – koopdaggecorrigeerd



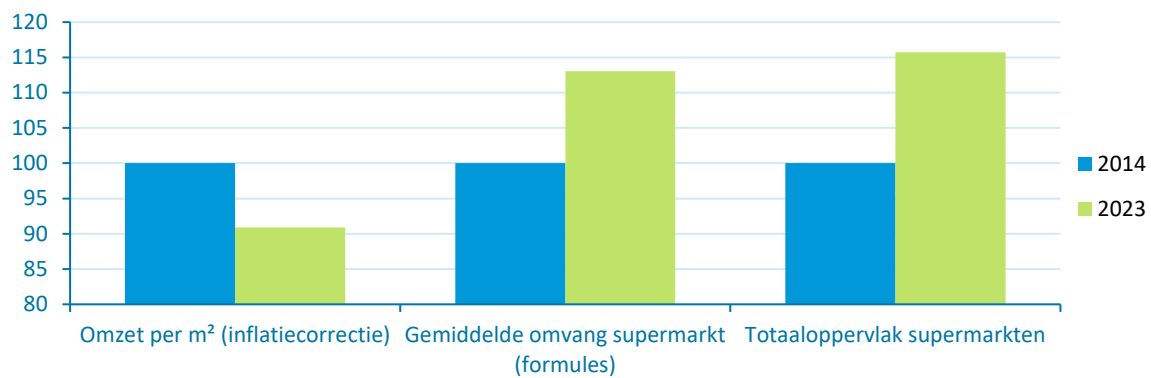
Bron: Locatus, 2023. Bewerking: Stec Groep, 2025. Index: 2015 = 100.

**Figuur 5: Ontwikkeling maatvoering supermarkten**



Bron: Locatus, 2023. Bewerking: Stec Groep, 2025. Maatvoering in m² wvo.

**Figuur 6: Ontwikkeling omzet per m², gemiddelde omvang en totaal oppervlak**



Bron: Locatus, 2023. Bewerking: Stec Groep, 2025. Index: 2014 = 100.

Tabel 5: Trends en ontwikkelingen (II)

| Trend                                                                                                                                     | Wat betekent deze trend?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nieuwe concepten spelen in op consumentbehoeften</b>  | <p>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.</p> |
| <b>Grotere supermarkten verstevigen positie</b>          | <p>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).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |



## 3.4 Marktruimte

### Huidige markt voor supermarkten in balans, komende tien jaar ruimte voor extra uitbreiding

De markt voor supermarkten in Oud-Beijerland is op dit moment nagenoeg in balans. Er is sprake van een heel klein overaanbod. Het aantal supermarktmeters past daarmee op dit moment bij het aantal inwoners en bezoekers. De supermarkten in Oud-Beijerland hebben over het algemeen ook een juiste en toekomstbestendige maatvoering. De winkels kunnen daardoor goed inspelen op de veranderde behoefte van de consument. Bovendien is er een goede balans tussen discount- en fullservice supermarkten. De komende tien jaar ontstaat er extra marktruimte door de groei van het aantal inwoners in het verzorgingsgebied. Het overgrote deel van deze groei is toe te rekenen aan woningbouw rondom de planlocatie. In de Stougjeswijk worden ruim 2.485 woningen toegevoegd. We verwachten op basis van onderstaande berekening de komende tien jaar een autonome uitbreidingsbehoefte van zo'n 455 m<sup>2</sup> wvo. Voor de situatie in 2040 constateren we een autonome uitbreidingsbehoefte van 680 m<sup>2</sup> wvo, voor 2050 is dit 1.115 m<sup>2</sup> wvo.

## Distributieve ruimte in perspectief

De komende tien jaar stijgt het aantal inwoners volgens de bevolkingsprognose van Primos met ongeveer 2.400 in het verzorgingsgebied. Op basis van de woningbouwplannen in de Stougjeswijk en de bestaande huishoudensgrootte in Hoeksche Waard lijkt dit een voorzichtige voorspelling. Omdat niet alle woningbouwplannen binnen tien jaar worden gerealiseerd, zal een deel van de woningen pas op langere termijn worden gebouwd. Om die reden biedt dit distributieve planologisch onderzoek ook een vooruitblik naar 2040 en 2050. Daaruit blijkt dat de marktruimte voor een supermarktvoorziening op de lange termijn verder zal toenemen (zie tabel 6).

**Tabel 6: Distributieplanologisch onderzoek branche supermarkten**

|                                                         | 2025          | 2035          | 2040          | 2050          |
|---------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>Inwoners</b>                                         | 51.585        | 53.980        | 54.835        | 56.490        |
| <b>Bestedingen</b>                                      | € 2.329       | € 2.329       | € 2.329       | € 2.329       |
| <b>Fysieke bestedingen</b>                              | € 120.141.465 | € 125.719.420 | € 127.710.715 | € 131.565.210 |
| <b>Koopkrachtbinding</b>                                | 95%           | 95%           | 95%           | 95%           |
| <b>Gebonden omzet</b>                                   | € 114.134.392 | € 119.433.449 | € 121.325.179 | € 124.986.950 |
| <b>Toevloeiing</b>                                      | 5%            | 5%            | 5%            | 5%            |
| <b>Totale omzet</b>                                     | € 120.141.465 | € 125.719.420 | € 127.710.715 | € 131.565.210 |
| <b>Gemiddelde omzet in NL per m<sup>2</sup></b>         | € 8.864       | € 8.864       | € 8.864       | € 8.864       |
| <b>Haalbaar aanbod in m<sup>2</sup> wvo</b>             | 13.555        | 14.185        | 14.410        | 14.845        |
| <b>Gevestigd aanbod in marktregio m<sup>2</sup> wvo</b> | 13.730        | 13.730        | 13.730        | 13.730        |
| <b>Marktruimte in m<sup>2</sup> wvo</b>                 | -175          | +455          | +680          | +1.115        |

Bron: CBS, 2024; Panteia, 2024; Primos 2024; KSO, 2021; Bewerking: Stec Groep, 2025.

## 3.5 Effectenanalyse

### Locatie beoogde supermarkt ligt in nieuwe woonwijk Stougjeswijk

De locatie van de supermarkt ligt in de Stougjeswijk. Hier worden de komende jaren zo'n 2.485 woningen gebouwd. Hiermee zal het aantal inwoners in de directe omgeving van de beoogde supermarkt groot zijn. Hierdoor ontstaat automatisch een aanvullende en concrete behoefte aan supermarktmeters dicht bij huis.

### Realisatie beoogde ontwikkeling leidt tot relatief beperkt overaanbod van 845 m<sup>2</sup> wvo

Op basis van het distributie planologisch onderzoek blijkt er in het verzorgingsgebied de komende tien jaar (minimaal) behoefte te zijn aan 455 m<sup>2</sup> wvo extra supermarktmeters. Het beoogde initiatief in de Stougjeswijk heeft een omvang van zo'n 1.300 m<sup>2</sup> wvo. De realisatie van deze supermarkt zal dus zorgen voor een overaanbod van zo'n 845 m<sup>2</sup> wvo in het verzorgingsgebied. Dit is een relatief beperkt overaanbod. Concreet betekent dit dat alle supermarkten samen circa 6% onder de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit gaan functioneren. Dit valt binnen de 10% die de markt theoretisch gezien kan dragen. Belangrijker nog: op de iets langere termijn, wanneer meer woningen in de Stougjeswijk worden gerealiseerd neemt dit overaanbod af. Daardoor zal de ondergemiddelde vloerproductiviteit op termijn afnemen en zich geleidelijk richting het gemiddelde ontwikkelen.

### Omzeteffect verspreid zich over meerdere bestaande aanbieders

Mogelijk zijn er als gevolg hiervan beperkte negatieve omzeteffecten te verwachten bij supermarkten in het verzorgingsgebied. De omzetafname zal vooral terechtkomen bij de vijf bestaande supermarkten in Oud-Beijerland. De lokale (buurt)supermarkten in de omliggende kleinere kernen zullen hun functie blijven behouden. We verwachten echter niet dat deze omzeteffecten voor onaanvaardbare ruimtelijke effecten (lees: leegstand) leiden. Het omzeteffect is namelijk beperkt en deze wordt verspreid over meerdere supermarkten. Hierdoor is het omzeteffect per supermarkt beperkt. We verwachten dat het omzeteffect het grootst zal zijn bij de Lidl. Hieronder lichten we dit kort toe door in te gaan op de te verwachten effecten per supermarkt:

- **Albert Heijn:** De Albert Heijn is een marktconforme supermarkt (1.710 m<sup>2</sup> wvo) en ligt in een buurtcentrum met aanvullende voorzieningen, zoals speciaalzaken (bakkerij, slager, slijterij). De Albert Heijn heeft daarnaast een sterk fullservice concept dat door klanten wordt gewaardeerd. Hiermee heeft de Albert Heijn een sterke aantrekkingskracht en uitgangspositie. Daarnaast ligt de Albert Heijn op circa 2,5 km afstand van het plangebied. Doordat de gemiddelde reisafstand naar een supermarkt minder is dan dat verwachten we niet dat de Albert Heijn veel klanten zal verliezen aan de beoogde supermarkt. Hierdoor is het omzeteffect bij de Albert Heijn beperkt.
- **Jumbo:** Vanwege de ligging in het oostelijke deel van Oud-Beijerland is het aannemelijk dat de Jumbo enige omzeteffecten zal merken bij de realisatie van een nieuwe supermarktvestiging in de Stougjeswijk. De Jumbo (1.705 m<sup>2</sup> wvo) is een marktconforme supermarkt met het nieuwste winkelconcept. Ook is de winkel goed bereikbaar en is er voldoende parkeergelegenheid aanwezig. De positie van de Jumbo binnen de supermarktstructuur van Oud-Beijerland is hiermee sterk. We verwachten daardoor dat de omzeteffecten bij de Jumbo licht aanwezig zullen zijn, maar de positie van de supermarkt is sterk genoeg om enige concurrentie op te vangen.
- **Dirk:** De Dirk ligt aan de rand van het centrum van Oud-Beijerland op een goed bereikbare locatie met voldoende parkeergelegenheid. Dit maakt de Dirk, in combinatie met haar omvang van 1.500 m<sup>2</sup> wvo, een aantrekkelijke supermarkt om te bezoeken. De Dirk heeft hiermee een belangrijke trekkersfunctie voor het centrum. Gemiddeld genomen trekt een marktconforme supermarkt zo'n 10.000 bezoekers per week. Tegelijkertijd profiteert de supermarkt ook van bezoekers die met een andere bezoeksreden naar het centrum komen en nog even wat boodschappen meenemen. Deze stroom zal, ook met de komst van een extra supermarkt

buiten het centrum, blijven bestaan. We verwachten dan ook dat de omzeteffecten bij de Dirk beperkt zullen zijn.

- **Aldi:** De Aldi is de enige supermarkt in Oud-Beijerland die geen marktconforme omvang heeft (820 m<sup>2</sup> wvo). Dit maakt deze supermarkt kwetsbaar voor de mogelijke negatieve effecten als gevolg van het overaanbod. De Aldi is daarentegen geen solitaire supermarkt, maar onderdeel van een supermarktcentrum met een bakker, apotheek, kapper en wat horeca. Daarnaast ligt de Aldi op circa 3 km afstand van het plangebied. Doordat de gemiddelde reisafstand naar een supermarkt minder is dan dat verwachten we niet dat de Aldi veel klanten zal verliezen aan de beoogde supermarkt in het oostelijk deel van Oud-Beijerland.
- **Lidl:** De Lidl is de supermarkt die het dichtstbij het plangebied ligt. Hierdoor is deze supermarkt het meest gevoelig voor de effecten van het overaanbod en de nieuwvestiging van een extra supermarkt. Dit doordat inwoners uit het zuidoosten van Oud-Beijerland hiermee gaan beschikken over een ander alternatief op korte afstand van hun woning. Tegelijkertijd is de Lidl ook de supermarkt die het meest kan profiteren van de toename van de extra inwoners, door de nabije ligging tot de Stougjeswijk. De groei van het aantal inwoners is daarentegen niet groot genoeg om beide supermarkten op te laten draaien. Doordat de Lidl een solitair supermarkt is met ruime parkeergelegenheid aan de doorgaande weg, dit maakt de positie van de Lidl sterk. De verwachting is dat dit de supermarkt is waar het grootste deel van de omzeteffecten terecht komen.

## Supermarktontwikkeling zorgt niet voor ruimtelijk onaanvaardbare effecten

We verwachten echter niet dat de beperkte omzeteffecten bij de verschillende supermarkten zorgen voor onaanvaardbare ruimtelijke effecten (lees: leegstand). De omzeteffecten zijn immers niet zo groot dat supermarkten als gevolg hiervan hun deuren moeten sluiten. Zoals hierboven aangegeven is de Lidl de supermarkt die waarschijnlijk het meeste effect zal ondervinden. Maar ook in het uiterst onwaarschijnlijke geval dat deze supermarkt zijn deuren zou moeten sluiten, heeft dit geen onaanvaardbare ruimtelijke effecten. De Lidl ligt immers op een solitaire locatie en de sluiting van deze supermarkt heeft dus geen direct effect op omliggend aanbod.

## 4. Marktruimte en effecten dagelijks

In dit hoofdstuk toetsen we de maximale planologische mogelijkheden van de beoogde overige kleinschalige dagelijkse voorzieningen (500 m<sup>2</sup> bvo/355 m<sup>2</sup> wvo) aan de Ladder voor duurzame verstedelijking. Hiervoor beschrijven we eerst het verzorgingsgebied en het bestaande aanbod daarbinnen. Daarna zoomen we in op de belangrijkste trends en ontwikkelingen. Vervolgens berekenen we de toekomstige marktruimte en tot slot gaan we in op de (mogelijke) effecten van de ontwikkeling.

De categorie overige dagelijkse detailhandel bestaat uit levensmiddelen (slager, bakker, slijterij) en persoonlijke verzorging (drogist, parfumerie).

### 4.1 Verzorgingsgebied

#### Verzorgingsgebied overige dagelijkse detailhandel gelijk aan verzorgingsgebied supermarkten

Voor het verzorgingsgebied van de overige dagelijkse detailhandel hanteren we hetzelfde verzorgingsgebied als voor de supermarkt, zijnde de 9 westelijke wijken<sup>1</sup> van de gemeente Hoeksche Waard. Meestal worden dagelijkse detailhandelsvestigingen in combinatiebezoek bezocht met supermarkten. Zowel de supermarkt als overige dagelijkse detailhandel wordt bezocht op basis van een dagelijkse of wekelijkse routine. Ze voorzien gezamenlijk in de boodschappenbehoefte en vormen daardoor één functionele categorie in het koopgedrag.

### 4.2 Aanbod

#### Verzorgingsgebied beschikt momenteel over 4.475 m<sup>2</sup> wvo aan overige dagelijkse detailhandel

In het verzorgingsgebied bevinden zich momenteel 70 vestigingen in de overige dagelijkse detailhandel met een totale omvang van 4.475 m<sup>2</sup> wvo. Het gaat hier voornamelijk om voorzieningen zoals bakkerijen, groente- en fruitzaken, delicatessenwinkels, slijterijen, apotheken en drogistijen. Een groot gedeelte, ongeveer de helft van deze zaken bevindt zich in Oud-Beijerland. De overige kernen kennen een beperkter aanbod bestaande uit een bakker, slijter, drogist en een enkele speciaalzaak. Voor sommige kernen geldt dat het aanbod nog geringer is, bijvoorbeeld in Goudswaard, Piershil, Westmaas en Klaaswaal.

### 4.3 Trends en ontwikkelingen

| Trend                                                         | Wat betekent deze trend?                                                                                                                                                                                                                | Wat betekent dit voor de Stougjeswijk?                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Supermarkten steeds vaker drager van (kleinere) centra</b> | De bestedingen in supermarkten groeien al meerdere jaren op rij. Supermarktketens willen profiteren van deze groei en onderscheiden zich meer dan ooit in de markt. Veel supermarkten hebben plannen voor modernisering, uitbreiding of | Het belang van een sterk dagelijks winkelaanbod in een kleine centra was al evident. Als gevolg van de autonome trends, versterkt door corona, neemt het belang van een sterk dagelijks aanbod in winkelgebieden eveneens toe. Het |

<sup>1</sup> Goudswaard, Piershil, Zuid-Beijerland, Nieuw-Beijerland, Klaaswaal, Westmaas, Mijnsheerenland, Heinenoord en Oud-Beijerland



verplaatsing. 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: (a) kleine to-go winkels voor snelheid op drukke passantenroutes, (b) middelgrote supermarkten die dichtbij de woning zijn en via een breed assortiment inspelen op gemak, en (c) XXL supermarkten voor optimale beleving en foodconcepten. Door een krimpende recreatieve winkelfunctie worden supermarkten steeds vaker een drager van voorzieningenclusters. De groei bij supermarkten heeft ook een keerzijde. Speciaalzaken zoals de bakker, slager en groentezaak verliezen het steeds vaker van de supermarkt. Juist deze speciaalzaken maken dat een voorzieningenclusters bijdraagt aan de diversiteit een uniek profiel.

behoud en versterken van het supermarkt(aanbod) (trekkracht) is daarbij het meest relevant. Voornamelijk fullservice supermarkten vervullen deze functie op dit moment. De discounters (zoals Lidl en Aldi) vormen hierop een goede aanvulling. Gelet op het grote aantal investeringsplannen van supermarkten is het van belang supermarktinitiatieven zoveel mogelijk te laten landen binnen de bestaande winkelstructuur en de centra met toekomstperspectief. Bovendien hebben speciaalzaken de grootste overlevingskans en wanneer ze in nabijheid van een supermarkt gevestigd zijn en een duidelijke zichtrelatie hebben. Een juiste afstemming tussen de supermarkt en complementair aanbod in de overige dagelijkse detailhandel zorgt voor een sterk (wijk)verzorgend voorzieningenaanbod.

## 4.4 Marktruimte

### Tot 2035 circa 260 m<sup>2</sup> wvo marktruimte

De markt voor overige dagelijkse detailhandel in het verzorgingsgebied is momenteel vrijwel in evenwicht, met een beperkte marktruimte van circa 50 m<sup>2</sup> wvo. Het huidige aanbod sluit daarmee goed aan op de vraag van zowel inwoners als bezoekers. In de komende tien jaar zal er echter extra marktruimte ontstaan, voornamelijk als gevolg van bevolkingsgroei in het verzorgingsgebied. Deze groei is grotendeels toe te schrijven aan de geplande woningbouw rond de planlocatie. Op basis van onderstaande berekening resulteert dit in een autonome uitbreidingsbehoefte van circa 260 m<sup>2</sup> wvo in de komende tien jaar.

**Tabel 7: Distributieplanologisch onderzoek branche overige dagelijkse detailhandel**

|                                                         | 2025         | 2035         | 2040         | 2050         |
|---------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Inwoners</b>                                         | 51.585       | 53.980       | 54.835       | 56.490       |
| <b>Bestedingen</b>                                      | € 572        | € 572        | € 572        | € 572        |
| <b>Fysieke bestedingen</b>                              | € 29.506.620 | € 30.876.560 | € 31.365.620 | € 32.312.280 |
| <b>Koopkrachtbinding</b>                                | 95%          | 95%          | 95%          | 95%          |
| <b>Gebonden omzet</b>                                   | € 28.031.289 | € 29.332.732 | € 29.797.339 | € 30.696.666 |
| <b>Toevloeiing</b>                                      | 5%           | 5%           | 5%           | 5%           |
| <b>Totale omzet</b>                                     | € 29.506.620 | € 30.876.560 | 31.365.620   | 32.312.280   |
| <b>Gemiddelde omzet in NL per m<sup>2</sup></b>         | 6.523        | 6.523        | 6.523        | 6.523        |
| <b>Haalbaar aanbod in m<sup>2</sup> wvo</b>             | 4.525        | 4.735        | 4.810        | 4.955        |
| <b>Gevestigd aanbod in marktregio m<sup>2</sup> wvo</b> | 4.475        | 4.475        | 4.475        | 4.475        |
| <b>Marktruimte in m<sup>2</sup> wvo</b>                 | 50           | 260          | 335          | 480          |

Bron: CBS, 2024; Panteia, 2024; Primos 2024; KSO, 2021; Bewerking: Stec Groep, 2025.

## 4.5 Effectenanalyse

### Beperkte effecten bestaand dagelijkse aanbod

Op basis van het distributieplanologisch onderzoek is er in het verzorgingsgebied in de komende tien jaar behoefte aan circa 260 m<sup>2</sup> wvo extra meters dagelijkse detailhandel (exclusief supermarkten). De beoogde ontwikkeling van dagelijkse detailhandel in de Stougjeswijk heeft een omvang van circa 355 m<sup>2</sup> wvo. Dit leidt tot een tijdelijk overaanbod van circa 95 m<sup>2</sup> wvo. Dit overaanbod is relatief beperkt en resulteert in een vloerproductiviteit die circa 2% onder het landelijk gemiddelde ligt. Dit valt ruim binnen de marge tot -10% die de markt theoretisch kan dragen. Op de langere termijn, na verdere woningbouwrealisatie, zal dit overaanbod afnemen en ontstaat er positieve marktruimte wat theoretisch gezien leidt tot een boven gemiddelde vloerproductiviteit.

De verwachte (tijdelijke) omzeteffecten zullen zich verspreiden over meerdere bestaande aanbieders in de omgeving van Oud-Beijerland. Hierdoor blijft het effect per vestiging beperkt. Aangezien er geen dagelijks detailhandelsaanbod (exclusief supermarkten) in het projectgebied of de omliggende wijk Poortwijk ligt is er naar verwachting niet één aanbieder die een onevenredig aandeel van de negatieve omzeteffecten te verduren krijgt. Bovendien is er voldoende marktruimte aanwezig voor de beoogde ontwikkeling in het dagelijkse segment. **De verwachting is dan ook dat er geen onaanvaardbare ruimtelijke effecten zullen ontstaan door de realisatie van een dagelijkse detailhandel voorziening (exclusief supermarkten) van 500 m<sup>2</sup> bvo.**

# 5. Marktruimte en effecten horeca

In dit hoofdstuk toetsen we de maximale planologische mogelijkheden van de beoogde horeca (300 m<sup>2</sup> bvo, ongeveer 200 m<sup>2</sup> wvo) aan de Ladder voor duurzame verstedelijking. Hiervoor beschrijven we eerst het verzorgingsgebied en het huidige aanbod. Daarna zoomen we in op de belangrijkste trends en ontwikkelingen. Vervolgens bereken we de toekomstige marktruimte en tot slot gaan we in op de (mogelijke) effecten van de ontwikkeling.

## 5.1 Verzorgingsgebied

### Verzorgingsgebied voor een horecavestiging bestaat uit de Stougjeswijk en Poortwijk

Het verzorgingsgebied voor het potentiële horeca aanbod bestaat uit de Stougjeswijk en de Poortwijk (het zuidoostelijke deel van Oud-Beijerland). Vanwege de ligging en geografische afbakening door de Oud-Beijerlandse Kreek is het aannemelijk dat inwoners van Poortwijk ook naar een horecagelegenheid in de Stougjeswijk aangetrokken worden vanwege de relatief korte afstand. Voor de overige wijken van Oud-Beijerland is het aannemelijker dat deze georiënteerd zijn/blijven op het centrum of de horecagelegenheden in de wijk. Een sterk onderscheidend concept of zeer uniek restaurant heeft over het algemeen een breder verzorgingsgebied.

## 5.2 Aanbod



### Horecasector in vier branches

We gebruiken de volgende indeling van horecabranches (bron Locatus):

- 1 Dranken (Café, discotheek)
- 2 Eten (Restaurant, lunchroom, pannenkoeken)
- 3 Fastservice (bezorgen/halen, fastfood, grillroom/shoarma)
- 4 Koffie & desserts (koffietent, ijssalon, crêpes/wafels/donuts)

### Drie café/restaurants in nabije omgeving verzorgingsgebied

Het huidige horeca aanbod in het verzorgingsgebied beperkt zich tot slechts drie horecagelegenheden. Het gaat om Den Boer Hoeve, een café van 85 m<sup>2</sup> wvo. Het nieuwe Jagertje, een café/restaurant van 75 m<sup>2</sup> wvo en Senna's, een café/restaurant van 210 m<sup>2</sup> wvo. Het nieuwe Jagertje en Senna's vallen net buiten het plangebied maar rekenen we vanwege nabijheid mee met het verzorgingsgebied. Het horeca-aanbod in het verzorgingsgebied bedraagt slechts 50 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak per 1.000 inwoners, wat beduidend lager is dan in Oud-Beijerland (160 m<sup>2</sup>) en de gemeente Hoeksche Waard als geheel (90 m<sup>2</sup>). Dat Oud-Beijerland een hoger gemiddelde kent, is verklaarbaar vanwege de centrumfunctie van deze kern. Toch blijft het horeca-aanbod binnen het verzorgingsgebied op dit moment beperkt.

## 5.3 Trends en ontwikkelingen

| Trend                                                                                                                                    | Wat betekent deze trend?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Wat betekent dit voor de Stougjeswijk?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Het terras als uithangbord en smaakmaker</b><br><br> | <p>Het terras is uitgegroeid tot een belangrijke hotspot die een impuls geeft aan wijken en gebieden. Het terras is meer dan alleen een aanvulling: het is een levendige ontmoetingsplaats waar mensen samenkomen en genieten. Het terras fungeert als smaakmaker en horecaondernemers investeren dan ook steeds meer in goed ontworpen, comfortabele (en verwarmde) terrassen.</p>                                                                                                                                                                                  | <p>De behoefte aan ruimte voor terrassen in de openbare ruimte groeit. Met name op plekken waar horeca floreert, zoals aan pleinen maar ook in de wijken. Tegelijkertijd betekent dit meer overlast in de omgeving en verkleuring van gebieden. Het is zoeken naar een goede balans tussen rust en reuring. Ook is het zaak 'verrommeling' van het straatbeeld te voorkomen.</p>                                                                                                                                                            |
| <b>Het belang van belevingswaarde</b><br><br>          | <p>De consument zoekt beleving en reuring. Ze verlangen naar een levendige ervaring wanneer ze uit eten gaan of een café bezoeken. Het gaat om het creëren van een memorabele belevenis. Een avondje uit. Een unieke ambiance met creatieve inrichting draagt hier aan bij. Horecazaken spelen hier op in. Denk aan rooftopbars met een prachtig uitzicht, foodhallen met diverse eettentjes en smaakvolle gerechten. Ook sfeervolle locaties (aan het water, in een historisch gebouw, aan een plein) doen het goed.</p>                                            | <p>Het is primair aan horecaondernemers om concepten met grote belevingswaarde te introduceren. De gemeente speelt een rol in het creëren van een gezellige ambiance in de openbare ruimte (groen, water, sfeerverlichting), zeker in de buurt van de terrassen. Bovendien kan de gemeente meewerken aan het faciliteren (vergunningen) en (her)ontwikkelen van unieke en onderscheidende locaties, zoals bij het ontwerp van nieuwe gebiedsontwikkelingen zoals de Stougjeswijk.</p>                                                       |
| <b>Opkomst gemak- en bezorg concepten</b><br><br>     | <p>Consumenten kiezen steeds vaker voor snelle, gemakkelijke maaltijdopties; zoals kant-en-klare maaltijden, bezorg- en afhaaldiensten en selfserviceconcepten. Deze gemakconcepten sluiten aan bij het drukke leven van de consument. Er is behoefte aan gemak en comfort. Er zijn steeds meer horeca-bezorgdiensten; de mensen thuis hebben toegang tot veel culinaire opties. Daarnaast wordt de sector 'luxer'. Dit speelt in op de veranderende voorkeuren van de consument. Nog steeds snel en betaalbaar, maar dan wel gezond en kwalitatief hoogwaardig.</p> | <p>De fastservicesector steeg de laatste jaren het hardst binnen de horeca. Houd rekening met een blijvende toename van gemakconcepten en bezorgdiensten. Deze diensten hebben bepaalde behoeften (goed georganiseerde infrastructuur, voldoende parkeermogelijkheden) en zorgen mogelijk voor effecten (toename verkeer en geluid). Ruimtelijke situering (aan de rand van een centrum, uitvalswegen) is belangrijk. Bij de ontwikkeling van de Stougjeswijk zou een gemak concept (afhaal) passen binnen het wijkverzorgende profiel.</p> |

## 5.4 Marktruimte

### Komende tien jaar 335 m<sup>2</sup> wvo marktruimte voor horecagelegenheden in het verzorgingsgebied

Op dit moment is het horeca-aanbod in het verzorgingsgebied beperkt, zeker in vergelijking met de kengetallen voor horecavoorzieningen binnen de gemeente Hoeksche Waard. Op basis van deze huidige onderbediening, de verwachte bevolkingsgroei in de Stougjeswijk en gangbare normen voor horeca-aanbod op wijkniveau, voorzien wij een duidelijke aanvullende marktruimte voor nieuwe horecagelegenheden. Een richtwaarde van circa 140 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) per 1.000 inwoners wordt hierbij als realistisch beschouwd. Deze norm is gebaseerd op het gemiddelde horeca-aanbod binnen de gemeente Hoeksche Waard (Locatus, 2025).

Wanneer we uitgaan van een conservatieve bevolkingsgroei van circa 2.400 inwoners in de komende tien jaar (volgens de Primos-prognose), resulteert dit in een potentiële extra behoefte

van circa 335 m<sup>2</sup> wvo aan horecavoorzieningen. Daarmee is er voldoende marktruimte om het beoogde programma van 300 m<sup>2</sup> bvo (ca. 200 m<sup>2</sup> wvo) in te passen in de wijkontwikkeling. De huidige ondervertegenwoordiging in combinatie met de toekomstige vraagontwikkeling biedt daarmee concrete kansen voor het toevoegen van horeca op wijkniveau. Met name (wijkverzorgende) horecagelegenheden die momenteel ontbreken in het gebied hebben potentie, zoals een snackbar of afhaalrestaurant.

## **Uitbreidingsruimte is indicatief, de kwaliteit van het concept is doorslaggevend**

De kwantitatieve uitbreidingsruimte voor horeca moet nadrukkelijk als indicatief gezien worden. Het geeft een indicatie van het functioneren van de markt en de ruimte die ontstaat in de toekomst op basis van aannames in de (autonome) vraagontwikkeling. Leidend in de horeca is de kwaliteit van het concept en het bereiken van specifieke (nieuwe) doelgroepen. Voor innovatieve concepten die initiële aantrekkingskracht hebben op nieuwe doelgroepen is ruimte. Het fors overschrijden van de uitbreidingsruimte kan echter wel betekenen dat locaties met minder traffic de deuren moeten sluiten vanwege bedrijfseconomische redenen.

## **5.5 Effectenanalyse**

### **Geen onaanvaardbare ruimtelijke effecten**

De verwachte bevolkingstoename heeft hoogstwaarschijnlijk een positieve impact op de bestaande horecavoorzieningen, ook als er in de Stougjeswijk een extra 300 m<sup>2</sup> bvo horeca gerealiseerd wordt. Hoewel de komst van een nieuwe horecavoorziening mogelijk leidt tot enige omzetteffecten voor bestaande aanbieders zoals Den Boer Hoeve, Het Nieuwe Jagertje en Senna's, worden deze effecten als beperkt en aanvaardbaar ingeschat. Dankzij de verwachte toename van circa 2.400 inwoners in de eerste tien jaar, ontstaat er ruim voldoende aanvullend draagvlak binnen het verzorgingsgebied. Het aanvullende draagvlak is groter dan de beoogde omvang van een eventuele horecavoorziening. De nieuwe ontwikkeling in de Stougjeswijk, inclusief een passende horecavoorziening, kan daarmee een positieve impuls zijn voor de omliggende horecagelegenheden. Bovendien zijn de mogelijke negatieve effecten als gevolg van de ontwikkeling nihil. **Daarmee verwachten wij dat er geen onaanvaardbare ruimtelijke effecten zullen optreden als gevolg van de realisatie van een horecavoorziening van 300 m<sup>2</sup> bvo.**

# 6. Marktruimte en effecten diensten

In dit hoofdstuk toetsen we de maximale planologische mogelijkheden van de beoogde diensten (200 m<sup>2</sup> bvo, ongeveer 150 m<sup>2</sup> wvo) aan de Ladder voor duurzame verstedelijking. Hiervoor beschrijven we eerst het verzorgingsgebied en de bestaande structuur. Daarna zoomen we in op de belangrijkste trends en ontwikkelingen. Vervolgens bereken we de toekomstige marktruimte en tot slot gaan we in op de (mogelijke) effecten van de ontwikkeling.

## 6.1 Verzorgingsgebied

**Verzorgingsgebied voor diensten is opgebouwd uit de wijken Poortwijk 1, 2 en 3 en de Stougjeswijk**

Dienstverleners worden doorgaans op korte afstand van de woning bezocht. Daarom hanteren we evenals bij de horeca een verzorgingsgebied van de Stougjeswijk en de Poortwijk (het zuidoostelijke deel van Oud-Beijerland). Vanwege de ligging en geografische afbakening door de Oud-Beijerlandse Kreek is het aannemelijk dat inwoners van Poortwijk ook (deels) naar dienstverleners in de Stougjeswijk aangetrokken worden gezien de relatief korte afstand. Voor de overige wijken van Oud-Beijerland is het aannemelijker dat deze georiënteerd zijn/blijven op het centrum of de dienstverleners in de eigen wijken. Voor onderscheidende concepten is men bereid verder te reizen, waarbij de reikwijdte zich kan strekken tot stads- of gemeenteniveau.

## 6.2 Aanbod



### Commerciële dienstverlening in drie sectoren

Commerciële dienstverlening is een brede groep die bestaat uit verschillende sectoren. We hanteren de volgende sectorverdeling van Locatus:

- Ambachten: kapper, kleermaker, tattooshop, schoonheidssalon en fotograaf
- Financiële instellingen: bankkantoor, verzekeraar, postkantoor
- Particuliere dienstverleners: makelaars, uitzendbureau, stomerij en reisbureau

**Dienstenaanbod in het verzorgingsgebied gericht op persoonlijke verzorging en financiële dienstverlening**

Het verzorgingsgebied kent een bescheiden maar gevarieerd aanbod aan dienstverlenende functies. Verspreid door de wijk bevinden zich meerdere kleinschalige aanbieders, waaronder kapperszaken, schoonheidssalons, nagelstudio's, coaches en andere vormen van ambachten in de persoonlijke verzorging. Deze ondernemers opereren veelal vanuit woonwerklocaties of panden aan woonstraten, wat bijdraagt aan de wijkgebonden, laagdrempelige aard van het aanbod. Het gaat hier zeker om vijftien dienstverleners in de persoonlijke verzorging, al is het exacte aantal lastig te bepalen vanwege inschrijving op hoofdactiviteit (deze diensten worden door Locatus niet als zodanig benoemd omdat wonen de hoofdfunctie is op deze adressen).

In het noordelijke deel van de wijk, met name aan de Beneden Oostdijk, is sprake van een duidelijke concentratie van financiële instellingen en particuliere dienstverleners zoals makelaars, verzekeringskantoren en administratiebureaus. Deze zone fungeert als een kleinschalige kantorenlocatie, mede vanwege de zichtlocatie en bereikbaarheid vanaf de ontsluitingswegen.

Opvallend is dat het dienstenaanbod in Poortwijk voornamelijk gericht is op persoonlijke verzorging en zakelijke ondersteuning, terwijl ambachtelijke dienstverleners, zoals fietsenmakers of kleinschalige reparatiebedrijven, grotendeels ontbreken. Dit kan deels worden verklaard door de aard van de wijk als woongebied, maar het biedt ook ruimte voor aanvulling.

## 6.3 Trends en ontwikkelingen

| Trend                                                                                                                                                        | Wat betekent deze trend?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Wat betekent dit voor de Stougjeswijk?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Afname van 'baliefuncties'</b><br><br>                                   | <p>Het aantal dienstverleners met een traditionele baliefunctie, zoals een bank, postkantoor of reisbureau, neemt af. De belangrijkste drijfveer achter de afname van baliefuncties is de snelle opkomst van technologische innovatie en digitalisering. Digitale communicatiemiddelen zoals online bankieren hebben het makkelijker gemaakt voor consumenten om allerlei zaken online te regelen. Voor de consument betekent dit extra gemak en snelheid, maar ook voor bedrijven en organisaties is het vaak kostenefficiënter om zaken online aan te bieden.</p> | <p>Hoewel de landelijke afname van dienstverlening met baliefunctie speelt, blijft voor de consument persoonlijke interactie belangrijk. Er komen daarom servicepunten in aantrekkelijke omgevingen met een horecafaciliteit en informatiepunt. Diverse banken experimenteren hier bijvoorbeeld mee. Baliefuncties hebben bovendien vaak een beperkt oppervlakte.</p> |
| <b>Meer aandacht voor duurzame en lokale producten</b><br><br>            | <p>Er is de afgelopen jaren een duidelijke trend zichtbaar: consumenten tonen een groeiende waardering voor lokaal geproduceerde en duurzame producten. Deze verschuiving in voorkeur weerspiegelt een groter bewustzijn van de impact van consumptie op het milieu. De consument heeft graag inzicht in de oorsprong van hun product. Waar komt het vandaan en hoe is het gemaakt?</p>                                                                                                                                                                             | <p>Het ambacht, lokaal geproduceerde goederen en tweedehandswinkels zijn in opkomst. Ook het aantal repairshops stijgt, mede door de aandacht voor circulaire economie. Het verwelkomen van diverse ambachtelijke activiteiten in de gemeente, waarbij consumenten kunnen zien hoe iets wordt gemaakt, is van toegevoegde waarde en past bij de huidige trends..</p>  |
| <b>Snelle groei aantal nagel- en zonnebankstudio's en kappers</b><br><br> | <p>Landelijk is er sprake van een snelle groei van kappers, nagel- en zonnebankstudio's. Deze groei weerspiegelt de groeiende vraag naar persoonlijke verzorging en het belang dat mensen hechten aan hun uiterlijk en welzijn. Dit zien we onder andere terug in de opkomst van de barbershops (kappers voornamelijk voor mannen) en nagelstudio's.</p>                                                                                                                                                                                                            | <p>Kwalitatief goede zaken zijn een welkome aanvulling. Er moet echter gewaakt worden voor monocultuur. Ook hebben deze voorzieningen een verhoogd risico op ondermijning en criminele overnames. Dit speelt doorgaans vooral in de rafelranden van grotere centrumgebied. In de ontwikkeling van de Stougjeswijk zal dit gevaar relatief laag zijn.</p>              |

## 6.4 Marktruimte

### In de komende tien jaar extra behoefte aan 215 m² wvo dienstenaanbod in het verzorgingsgebied

Op basis van het huidige aanbod, kengetallen van het aanbod dienstverleners per 1.000 inwoners en beoogde inwonersgroei verwachten we een extra behoefte aan dienstverleners in de Stougjeswijk. Dit biedt kansen voor het toevoegen van dienstverleners in de wijk. We verwachten dat een norm van 90 m² wvo per 1.000 inwoners voor dienstverleners voor de Stougjeswijk

realistisch is, in lijn met het gemiddelde van de gemeente. Oud-Beijerland heeft een gemiddelde van 160 m<sup>2</sup> wvo dienstenaanbod per 1.000 inwoners, dit aantal ligt hoger vanwege de centrumfunctie van Oud-Beijerland. Binnen het verzorgingsgebied is een aandeel gelijk aan het gemeentelijke gemiddelde realistischer. Voor specialistischere dienstverlening zoals een opticien of tattooshop kunnen (toekomstige) bewoners van het verzorgingsgebied uitwijken naar het centrum van Oud-Beijerland. Voor meer alledaagse diensten (kappers, schoonheidssalons, repairshops) is het prettig dat deze zich ook op korte afstand van de woning bevinden. Wanneer we rekenen met een conservatieve inschatting van een toename van 2.400 inwoners (op basis van Primos) in de komende tien jaar levert dit 215 m<sup>2</sup> wvo extra behoefte aan dienstverleners op. Dit is ruim voldoende om de beoogde 200 m<sup>2</sup> bvo (of 150 m<sup>2</sup> wvo) te accommoderen. Als indicatie, een gemiddelde kapperszaak beslaat volgens Locatus (2025) circa 70 m<sup>2</sup> wvo (100 m<sup>2</sup> bvo). Een aanvulling van 200 m<sup>2</sup> bvo gaat dus over ongeveer twee gemiddelde dienstverleners.

## 6.5 Effectenanalyse

### Geen onaanvaardbare ruimtelijke effecten door realisatie van 200 m<sup>2</sup> bvo dienstenaanbod

De ontwikkeling van de Stougjeswijk in Oud-Beijerland leidt tot een substantiële toename van het inwoneraantal in het verzorgingsgebied. Deze demografische ontwikkeling brengt een duidelijke behoefte met zich mee aan aanvullende commerciële dienstverlening op wijkniveau. De komst van nieuwe dienstverleners in de Stougjeswijk zal naar verwachting geen negatieve effecten hebben op het bestaande aanbod in het centrum van Oud-Beijerland. Gezien de geografische afbakening en het lokale karakter van deze voorzieningen is het aannemelijk dat de nieuwe functies primair gericht zullen zijn op de directe wijkbewoners. Daarmee is er sprake van een toevoeging aan het bestaande voorzieningenniveau, zonder dat dit leidt tot leegstand elders. Ook de effecten op dienstverleners in de Poortwijk zullen beperkt blijven. Mogelijke omzetteffecten worden hier verdeeld over diverse aanbieders, deze aanbieders profiteren op hun beurt weer van de inwonerssprong. Bovendien gaat het hier om een marginale toevoeging van circa twee diensten ten opzichte van een aanzienlijk ruimer gevestigd dienstenaanbod in het verzorgingsgebied. **De realisatie van 200 m<sup>2</sup> bvo dienstenaanbod leidt dan ook niet tot onaanvaardbare ruimtelijke effecten.**

# Bijlage 1 DPO berekening supermarkt

Voor het bepalen van de (indicatieve) marktruimte en actuele behoefte voeren we distributieplanologisch onderzoek (DPO) uit. We beschouwen hierbij de marktsituatie in het verzorgingsgebied van Oud-Beijerland. De verwachting is namelijk dat het leeuwendeel van de koopkracht van bestaande en nieuwe supermarkten uit dit gebied afkomstig zal zijn. We kijken vooruit tot 2035; 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 (de eerder genoemde 9 wijken) momenteel op 51.585 (CBS, peildatum: 1 januari 2024). Voor het aantal inwoners in 2035, 2040 en 2050 gebruiken we de bevolkingsprognose van Primos (2024). De raming gaat uit van een stijging van circa 2.400 inwoners tot 2035. Het inwoneraantal in het verzorgingsgebied komt hiermee uit op circa 53.980. In deze prognose wordt, naast met woningbouwplannen, ook rekening gehouden met andere onderliggende trends zoals huishoudensverdunning, 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, 2024, 'Omzetkengetallen 2023'). Volgens de meest recente cijfers is de omzet per inwoner voor supermarkten € 2.279. Voor de overige dagelijkse detailhandel is de omzet per inwoner € 560. 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 € 32.500 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, 2024). Hierdoor komen we in Hoeksche Waard uit op een gemiddelde omzet per persoon van € 2.329 voor de supermarkten. Voor overige dagelijkse detailhandel komt de gemiddelde omzet per persoon met dezelfde inkomenselasticiteit uit op € 572. De bestedingen in supermarkten en dagelijkse detailhandel zijn de afgelopen jaren gestegen, voornamelijk als gevolg van inflatie. Ondanks dat houden we de bestedingen in de supermarkten en dagelijkse detailhandel richting 2035, 2040 en 2050 gelijk. Hiermee filteren we mogelijke conjunctuureffecten uit. De stijgende bestedingen zijn voornamelijk een gevolg van inflatie. De bestedingen zijn toegenomen maar de kosten ook. Het rekenen met gelijkblijvende bestedingen doelt op gelijkblijvende marges, die worden bevestigd door branchecijfers. Vanuit de aanname dat marges gelijk blijven en het aandeel online stabiliseert is gerekend met gelijkblijvende bestedingen.

- **Koopkrachtbinding:** Dit betreft de omzet die door inwoners van het verzorgingsgebied in het verzorgingsgebied gegenereerd wordt. We baseren ons op het Koopstromenonderzoek Randstand en Noord-Brabant (2022). De dagelijkse sector heeft een koopkrachtbinding van 95%. Ondanks dat de koopkrachtbinding voor supermarkten momenteel iets hoger ligt, houden wij deze 95% aan. Een hoger percentage is onrealistisch omdat inwoners altijd incidenteel bestedingen doen buiten het verzorgingsgebied. 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 2035 als gevolg van de modernisering en versterking van de huidige supermarktstructuur. Ook nu hebben inwoners namelijk nauwelijks aanleiding om elders hun boodschappen te doen.
- **Koopkrachttoevloeiing:** Dit betreft het aandeel van de bestedingen in Hoeksche Waard dat gedaan wordt door inwoners van buiten de gemeente (o.a. door toeristen). Om dit aandeel voor supermarkten te bepalen baseren we ons wederom op het meest recente koopstromenonderzoek (Randstand en Noord-Brabant, 2022). Hieruit blijkt voor de hele gemeente een toevloeiing van 5% in de dagelijkse sector. Voor supermarkten en overige dagelijkse detailhandel rekenen we daarom ook met een toevloeiing van 5%. We houden de toevloeiing richting 2035, 2040 en 2050 gelijk.
- **Vloerproductiviteit:** De vloerproductiviteit geeft aan wat de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo vloeroppervlak bedraagt. Conform Panteia (juli 2024) gaan we uit van de gemiddelde vloerproductiviteit van de afgelopen vijf jaar. Voor supermarkten ligt deze omzet op circa € 8.864, voor overige dagelijkse detailhandel is dit € 6.523.

# Bijlage 2 Aanbod

In het verzorgingsgebied is momenteel 13.730 m² wvo aan supermarktmeters gevestigd.  
Onderstaande tabel geeft een overzicht van de supermarktmeters binnen het verzorgingsgebied.

Tabel 8: Supermarktaanbod in verzorgingsgebied

| Kern             | Formule      | Wvo (m²)  |
|------------------|--------------|-----------|
| Oud-Beijerland   | Jumbo        | 1.705 m²  |
|                  | Dirk         | 1.500 m²  |
|                  | Lidl         | 1.750 m²  |
|                  | Aldi         | 820 m²    |
|                  | Albert Heijn | 1.710 m²  |
| Nieuw-Beijerland | Plus         | 790 m²    |
| Goudswaard       | Louwen       | 465 m²    |
| Zuid-Beijerland  | Albert Heijn | 925 m²    |
| Klaaswaal        | Plus         | 965 m²    |
| Westmaas         | Spar         | 315 m²    |
| Mijnsheerenland  | Plus         | 890 m²    |
| Heinenoord       | Nettorama    | 1.180 m²  |
|                  | Spar         | 360 m²    |
| Piershil         | Spar         | 355 m²    |
| Totaal           |              | 13.730 m² |

Bron: Locatus (2024), bewerking Stec Groep (2024)

## Colofon

**Datum:** 13 oktober 2025

**Projectnummer:** 24.077

**Opdrachtgever:** BJZ.nu

**Opdrachtnemer:** Stec Groep

**Adviseurs:** Gijs Giesen en Maartje Lucassen

### **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**