

# SLIEDRECHT

## Woonboulevard



**RUIMTELIJK-ECONOMISCH  
ONDERZOEK**



**Rho**

—  
**ADVISEURS  
VOOR  
LEEFRUIMTE**



# SLIEDRECHT

## WOONBOULEVARD

### RUIMTELIJK-ECONOMISCH ONDERZOEK

#### identificatie

projectnummer:  
061000.18181.00

opdrachtleider:  
drs. G. Welten

#### planstatus

datum:  
Maart 2014

opdrachtgever  
Gemeente Sliedrecht



# Inhoud

<b>1. Inleiding</b>	<b>3</b>
<b>2. Economische analyse</b>	<b>5</b>
2.1. Marktbereik woonboulevard	5
2.2. Uitgangspunten economisch onderzoek	8
2.3. Economische analyse marktomstandigheden woonbranche	9
2.4. Economische analyse marktomstandigheden overig winkelaanbod	12
2.5. Economische analyse mogelijkheden nevenassortiment	14
<b>3. Samenvatting en conclusies</b>	<b>17</b>



## Aanleiding

In de toekomstvisie van de gemeente Sliedrecht is de ambitie opgenomen om de woonboulevard te versterken en de ruimtelijke structuur te verbeteren. Hiertoe wil de gemeente aan de zuidwestkant van het bedrijventerrein Nijverwaard extra ruimte bieden voor detailhandel passend bij het concept woonboulevard.

Momenteel wordt het bestemmingsplan voor bedrijventerrein Nijverwaard geactualiseerd. Dit bestemmingsplan wordt gezien als een belangrijk sturingselement voor de uitvoering van deze ambitie en doorontwikkeling van het woonboulevardconcept. De gemeente wil niet 'economisch ordenen' – binnen de kaders ten aanzien van branchering en minimale winkelomvang bepaalt de markt immers de passende omvang van de woonboulevard. Toch stellen het rijk – ladder voor duurzame verstedelijking – en de provincie – ruimtelijke verordening – eisen aan de onderbouwing van de omvang die in een bestemmingsplan worden geboden voor detailhandelsontwikkeling. Om te bepalen welke mogelijkheden het bestemmingsplan kan bieden, is inzicht wenselijk in de behoefte aan een dergelijke ontwikkeling. Hiertoe wordt een ruimtelijk-economisch (distributieplanologisch) onderzoek uitgevoerd.

## Onderzoek

In het onderzoek zijn de volgende twee aspecten aan de orde:

1. Ten behoeve van een stedelijke ontwikkeling, zoals detailhandel, moet de ladder voor duurzame verstedelijking worden doorlopen. Dit om te borgen dat tot een zorgvuldige ruimtelijke afweging en inpassing van die nieuwe ontwikkeling wordt gekomen. De eerste stap van deze ladder bestaat uit het beantwoorden van de vraag of er behoefte is aan de beoogde ruimte voor detailhandel die het bestemmingsplan beidt. Hiertoe moet een afweging worden gemaakt waarin de regio en het effect op de leegstand worden meegenomen. Aan stap twee van de ladder wordt overigens voldaan, omdat de ontwikkeling plaatsvindt door intensivering en transformatie binnen bestaand stedelijk gebied op een daarvoor geschikte locatie. De provincie heeft immers in de verordening de woonboulevard van Sliedrecht aangemerkt als de regionale locatie voor perifere detailhandel. Dit maakt het doorlopen van stap 3 – zoeken naar een geschikte nieuwe locatie – niet nodig.
2. Het provinciaal beleid stelt verder dat een detailhandelsontwikkeling niet mag leiden tot duurzame ontvricting van de detailhandelsstructuur. Uit jurisprudentie blijkt dat het ontstaan van overaanbod aan detailhandel daarin niet van doorslaggevend belang is, maar dat gewaarborgd moet zijn dat inwoners van de gemeente ook na de beoogde ontwikkeling op aanvaardbare afstand moeten kunnen blijven voorzien in hun dagelijkse en geregelde aankopen.

De benadering van beide aspecten in het onderzoek is verschillend. Bij de behoefte wordt uitgegaan van een representatieve invulling. Dit omdat de uitbreiding van de detailhandel moet plaatsvinden op bestaand bedrijventerrein, waardoor de mogelijkheden voor ontwikkeling afhankelijk zijn van het beschikbaar komen van panden/gronden. Het is daarom niet zeker dat binnen de bestemmingsplanperiode gebruik wordt gemaakt van alle mogelijkheden tot het vestigen van detailhandel. Wel wordt op deze wijze duidelijk dat er potentiële behoefte is aan de mogelijkheden tot uitbreiding van de detailhandel die worden geboden.

De duurzame ontvricting wordt getoetst aan de theoretische maximum ruimte die het bestemmingsplan biedt voor detailhandelsontwikkeling. Omdat een bestemmingsplan niet verplicht tot

ontwikkeling van detailhandel, is het onzeker dat het theoretisch maximum in werkelijk wordt gehaald binnen de bestemmingsplanperiode.



## 2. Economische analyse

### 2.1. Marktbereik woonboulevard

#### Koopstromenonderzoek onbruikbaar

Recent is een koopstromenonderzoek uitgevoerd (Koopstromenonderzoek Randstad, 2011), waarbij ook de woonboulevard van Sliedrecht als 'aankooplocatie' is meegenomen. De uitkomsten van dit onderzoek wijken zodanig sterk af van de 'verwachting' dat deze als grotendeels onbruikbaar worden bestempeld. Hieraan liggen de volgende overwegingen ten grondslag.

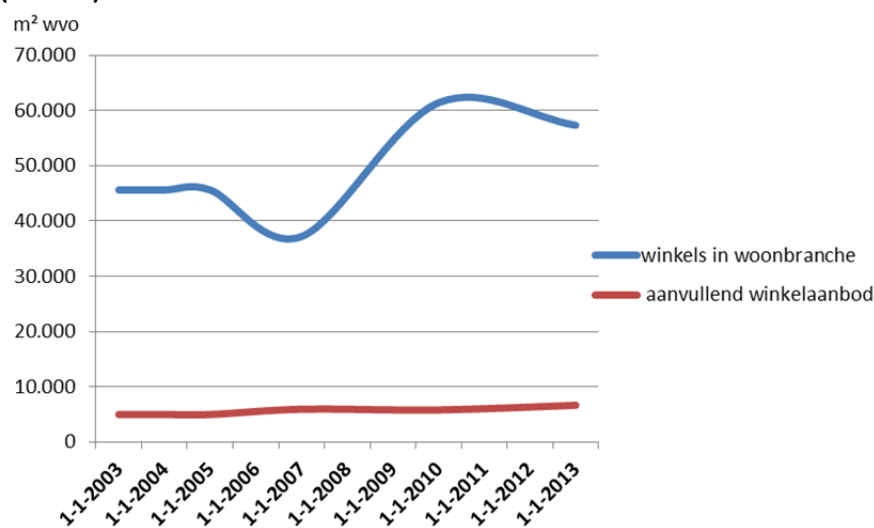
#### *Sterke groei aantal winkels vs sterke afname omzet*

Het koopstromenonderzoek stelt het volgende:

"In 2011 wordt in de 46 winkels op de Woonboulevard Nijverwaard € 24 miljoen besteed. In 2004 was dit € 64 miljoen. (...) Sinds 2004 is het aantal winkels toegenomen met 10 tot 46, met een totale winkelvloeroppervlak van 67.000 m<sup>2</sup> [wvo<sup>1</sup>]. De vloerproductiviteit bedraagt € 360 [per m<sup>2</sup> wvo]."

Er wordt dus gesteld dat het aantal winkels op de woonboulevard sterk is gegroeid (+28%) in de afgelopen periode, terwijl de omzet van de winkels fors is afgenomen (-63%) in diezelfde periode. Weliswaar is de sluiting van Ikea per 1 juli 2006 een verklaring voor de afname van de omzet. De omzet per m<sup>2</sup> wvo van een Ikea is namelijk ongeveer drie keer zo groot als van een regulier woonwarenhuis (bron: informatie Ikea; bewerking Rho). Echter, dit is niet voldoende om de afname van de omzet te verklaren.

**Figuur 2.1 Ontwikkeling omvang winkelaanbod (m<sup>2</sup> wvo) naar branche op woonboulevard Sliedrecht (Locatus)**



<sup>1)</sup> Wvo staat voor winkelvloeroppervlak: het voor consumenten toegankelijke/zichtbare deel van de winkel (exclusief magazijn, kantoor, sociale en technische ruimten). Het wvo is doorgaans circa 80% van het bruto vloeroppervlak.

De beschreven marktomstandigheden zouden betekenen dat tot 75% van de winkels op de woonboulevard sinds 2011 failliet zou moeten zijn gegaan. Dit is echter niet gebeurd. Er worden juist meer winkels gerealiseerd en in het bestaand vastgoed wordt geïnvesteerd. Ook is de leegstand er relatief laag – nog geen 8% van het winkelopervlak staat leeg.

Uit figuur 2.1 valt af te leiden dat de sterkste groei van de woonboulevard heeft plaatsgevonden tussen 2007 en 2010. Momenteel is beperkt sprake van een oplopende leegstand (tussen 2010 en 2013). Dit is echter een algemene trend in de detailhandel en dan met name in de woonbranche.

Geconcludeerd wordt dat de gemiddelde vloerproductiviteit op de woonboulevard zal zijn afgenomen na vertrek van de Ikea en door de huidige economische crisis, maar dat de afname niet de omvang heeft die uit het koopstromenonderzoek naar voren komt. Omdat de winkelbedrijven op de woonboulevard anders niet meer zouden investeren in de filialen op de woonboulevard, maar deze juist zouden sluiten, zoals op andere PDV-locaties wel is gebeurd.

#### *Opzet koopstromenonderzoek*

Een mogelijke verklaring voor de uitkomst van het Koopstromenonderzoek is de wijze waarop de gegevens zijn verzameld en de specifieke aankopen die op een woonboulevard worden gedaan. Woonproducten, zoals meubelen, keukens of badkamers, worden namelijk incidenteel gekocht door de consument – en door de crisis nog minder dan voorheen. Vervolgens is de kans dan klein dat er in de steekproef veel mensen voorkomen die (toevallig) onlangs meubelen, een keuken of iets dergelijks hebben gekocht – al dan niet in Sliedrecht, waardoor het lijkt dat niet veel consumenten de woonboulevard bezoeken. Kleinschalige woonproducten, zoals woonaccessoires en keukengerei, worden regelmatig gekocht. Daarvoor bezoeken relatief veel consumenten een filiaal van Ikea. Het gemiddelde bonbedrag bij Ikea is dan ook lager dan bij een gemiddelde meubelzaak, maar het aantal transacties bij Ikea ligt juist fors hoger. Het Koopstromenonderzoek heeft echter de gemiddelde bestedingen per consument in de woonbranche verdeelt naar de verkregen respons per winkelgebied. Hierdoor kan het in het koopstromenonderzoek lijken dat de Ikea's een groter marktaandeel hebben dan in werkelijkheid. En de marktaandelen van de overige meubelzaken worden vervolgens te klein geschat.

Een verdere verklaring ligt mogelijk in het gebied waar enquêtes zijn afgenomen. Relatief unieke winkels, zoals Loods 5, trekken veel consumenten aan uit het noorden van Noord-Brabant: de regio's Oosterhout en Waalwijk (inclusief buurgemeenten). Die regio is niet meegenomen in de enquêtes voor het Koopstromenonderzoek, waardoor de omzet miljoenen Euro's lager lijkt te zijn dan in werkelijkheid.

#### **Analyse marktgebied Woonboulevard**

Vanuit de kennis en ervaring met het marktgebied van regiogerichte grootschalige detailhandel / concentraties met grootschalige detailhandel kan een analyse worden gemaakt van het marktgebied van de woonboulevard in Sliedrecht.

#### *Primair marktgebied*

Voor het regelmatige bezoek aan een grootschalige woonboulevard of woonwarenhuis (zoals Ikea) zullen consumenten doorgaans zoeken binnen het gebied dat binnen circa 15 minuten vanaf hun woonplaats bereikbaar is. In figuur 2.1 is met geel het gebied gearceerd van waaruit de woonboulevard in Sliedrecht binnen 15 minuten bereikt kan worden. Dit gebied kan opgevat worden als het primair marktgebied van de woonboulevard.

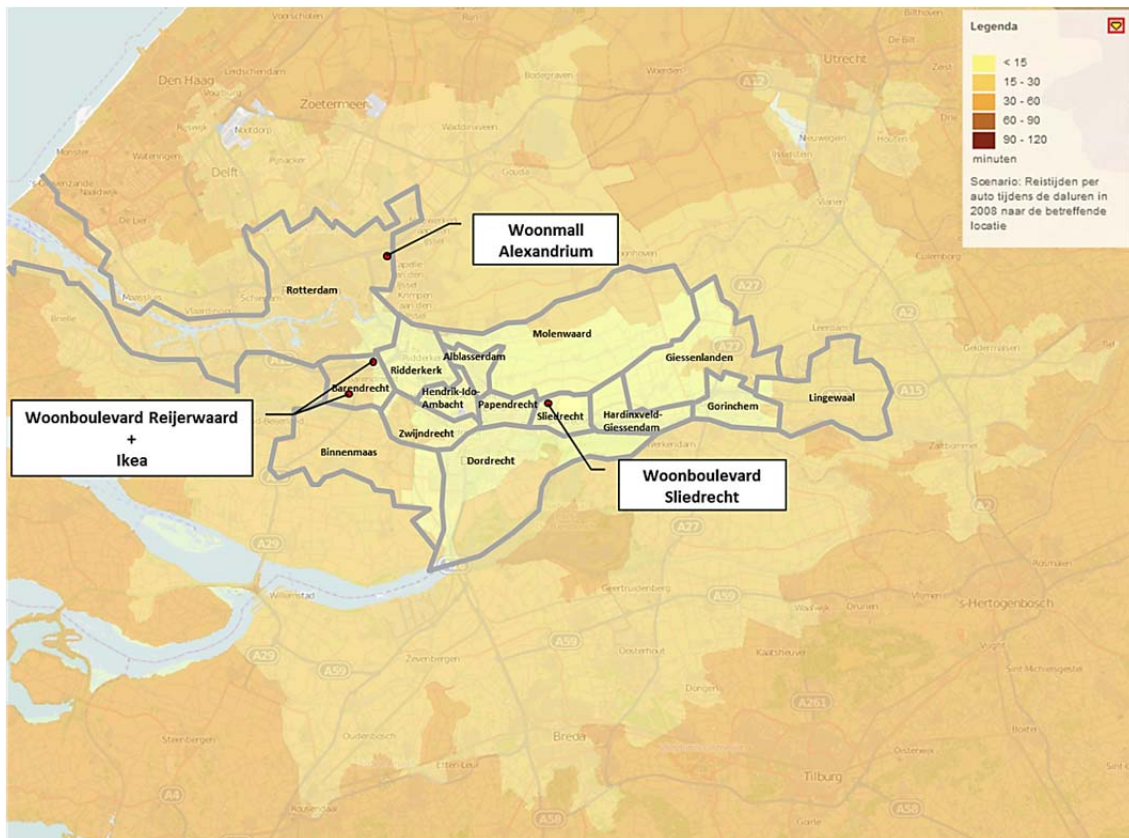
Binnen of aan de rand van het primaire gebied bevinden zich nog twee woonboulevards van vergelijkbare opzet en/of omvang als woonboulevard Sliedrecht: Woonmall Alexandrium in Rotterdam en het woonwinkelaanbod met Ikea en de woonboulevard in Barendrecht. Naast deze grote winkelconcentraties liggen verspreid over het gebied nog kleinere concentraties (Dordrecht en Gorinchem) en solitaire vestigingen van woonwinkels. Deze spreiding van het winkelaanbod leidt ertoe dat het haalbaar marktaandeel in het primair marktgebied (het '15-autominutengebied') voor de woonboulevard in Sliedrecht indicatief kan worden bepaald op 25%. Binnen dit gebied zal ook circa 25% van de bezoeken naar de Woonmall gaan en circa 25% naar de woonboulevard en/of de Ikea in

Sliedrecht. De overige 25% van de bestedingen komt dan terecht bij de kleinere concentraties (Dordrecht en Gorinchem), het lokale winkelaanbod en bij winkels buiten het 15-autominutengebied.

### Secundair marktgebied

Incidenteel zijn consumenten bereid verder te reizen voor min of meer uniek en/of zeer aantrekkelijk woonwinkelaanbod. Ikea en ook Loods 5 op de woonboulevard in Sliedrecht zijn als relatief uniek op te vatten. Dit maakt dat de woonboulevard in Sliedrecht ook vanuit een grotere regio wordt bezocht. Door de verdere verdichting van het woonwinkelaanbod zoeken consumenten binnen een half uur reizen vanaf hun woonplaats naar de bijzondere woonwinkels. In figuur 2.1 is het gebied weergegeven van waaruit de woonboulevard in Sliedrecht tussen 15 en 30 minuten reizen te bereiken is.

Er wordt verwacht dat één op de twintig consumenten uit het gebied tussen 15 en 30 autominuten met enige regelmaat de woonboulevard van Sliedrecht bezoekt, waarbij Loods 5 als grote trekker fungeert en het overige winkelaanbod combinatie met die winkel wordt bezocht. Dit geeft een indicatief marktaandeel van 5% in het secundair marktgebied. Ter vergelijking: de verschillende Ikea-vestigingen in het gebied zullen naar verwachting een marktaandeel hebben van meer dan 15%; oftewel één op de zes consumenten.



Figuur 2.1 Autobereikbaarheid woonboulevard Sliedrecht met begrenzing gemeenten in 15-autominutengebied en regio-gerichte woonboulevards (bron: Nationale Bereikbaarheidskaart<sup>2)</sup>)

<sup>2)</sup> De Bereikbaarheidskaart: om de reistijden te voorspellen is door samensteller GoudappelCoffeng gebruik gemaakt van een nationaal verkeersprognosemodel in OmniTRANS, waarbij een zogenaamde dynamische toedelingstechniek (MaDAM) is gebruikt. Daardoor is ook rekening gehouden met files die vertraging veroorzaken. Het verplaatsingspatroon is berekend tussen 4000 zones (postcodegebieden). De rekenresultaten zijn gekalibreerd op waargenomen verkeersintensiteiten en waargenomen reistijden.

## 2.2. Uitgangspunten economisch onderzoek

De analyse van de huidige economische (distributieplanologische) omstandigheden op de woonboulevard van Sliedrecht is gebaseerd op de volgende uitgangspunten.

### Branches: plant & dier, doe-het-zelf en wonen

De volgende winkelvormen / verkoop van producten zijn toegestaan op de woonboulevard:

- tuincentra;
- bouwmarkten;
- meubelbedrijven (inclusief in ondergeschikte mate woninginrichting en stoffering) en detailhandel in keukens, badkamers, vloerbedekking, parket, zonwering en jacuzzi's;
- detailhandel in scooters, zwembaden, buitenspeelapparatuur, fitnessapparatuur, piano's surfplanken, tenten, grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen en brand- en explosiegevaarlijke goederen;

Economisch (distributieplanologisch) onderzoek vindt plaats op basis van winkelbranches zoals die door Locatus worden gehanteerd. Als bovenstaande winkelvormen worden vertaald naar de branche-indeling van Locatus, dan zijn de volgende branches onderwerp van het onderzoek: plant & dier, doe-het-zelf en wonen.

De producten in de laatste van de bovenstaande bullits behoren ofwel binnen bovenstaande branches, of zijn zo specifiek dat er incidenteel winkels van voorkomen, waardoor deze niet relevant zijn voor het economisch onderzoek.

Voor de opzet van het onderzoek is het nog van belang dat er momenteel winkels gevestigd zijn op de woonboulevard die niet tot de branches plant & dier, doe-het-zelf en wonen behoren. Bestaande rechten van deze winkels worden gerespecteerd, maar uitbreiding in deze branches wordt in het bestemmingsplan niet direct mogelijk gemaakt. Deze zijn daarom geen onderdeel van deze economische (distributieplanologische) analyse.

Het bestemmingsplan maakt ook de verkoop van een nevenassortiment in de winkels mogelijk dat past bij het hoofdassortiment en niet meer dan 20% van het winkelvloeroppervlak in beslag neemt. Deze mogelijkheid voor de invulling van de winkels wordt op hoofdlijnen meegenomen in een analyse van de gehele sector niet-dagelijks goederen (verkoop van dagelijkse goederen zal niet "passen bij de hoofdassortimenten" van winkels op de woonboulevard).

### Inwonertal

Het inwonertal van het marktgebied is weergegeven in tabel 2.1. Omdat een bestemmingsplan voor een periode van 19 jaar geldt, zijn ook de geprognosticeerde inwonertallen weergegeven voor 2018 en 2023. Deze afkomstig van de prognose die het CBS in samenwerking met Planbureau voor de Leefomgeving jaarlijks opstelt.

**Tabel 2.1 Huidig inwonertal en prognose (CBS/PBL, 2013)**

	2013	2018	2023
primair marktgebied (< 15 automin.)	402.000	411.000	417.000
secundair marktgebied (15-30 automin.)	2.244.000	2.314.000	2.367.000

### Bestedingen

Ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek actualiseert het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) continu de gegevens aangaande bestedingen in de verschillende detailhandelsbranches. In de meest actuele cijfers (juli 2012) is het effect van zowel de economische conjunctuur als de internetverkoop op de bestedingen in de winkels meegenomen. De detailhandelsbestedingen in de relevante branches per jaar zijn als volgt:

- plant & dier : € 120,-
- doe-het-zelf : € 220,-
- wonen : € 360,-

De bestedingen aan dagelijkse goederen kennen een maximum inkomenselasticiteit van 0,5 (HBD, 2012). In het primair marktgebied is het gemiddeld inkomen per inwoner 2% hoger dan het landelijk gemiddelde (CBS, juli 2013). Omdat dit verschil kleiner is dan 5%, wordt het niet als significant gezien en wordt er geen correctie op de bestedingen toegepast.

#### **Omvang winkelaanbod**

De omvang van het winkelaanbod op de woonboulevard in de relevante branches is als volgt (Locatus, 2013):

- plant & dier : 886 m<sup>2</sup> wvo
- doe-het-zelf : 1.704 m<sup>2</sup> wvo
- wonen : 57.331 m<sup>2</sup> wvo

#### **Gemiddelde vloerproductiviteit**

Het HBD heeft de vloerproductiviteit voor de verschillende detailhandelsbranches geïkt ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek (HBD, juli 2012). Hierin is het effect van zowel de economische conjunctuur als de internetverkoop op de vloerproductiviteit van de winkels meegenomen. De vloerproductiviteit van de relevante branches is als volgt.

- plant & dier : € 520,-
- doe-het-zelf : € 1.390,-
- wonen : € 1.170,-

#### *Mogelijk lagere gemiddelde vloerproductiviteit door leeftijd woonboulevard en versnipperd eigendom*

De woonboulevard bestaat al sinds de jaren '70 en is in de afgelopen decennia min of meer organisch gegroeid. Vanwege de leeftijd van het winkelgebied zijn veel investeringen in winkelvastgoed al ruimschoots afgeschreven, wat lagere huurniveaus tot gevolg kan hebben. Ook voor de recent ontwikkelde delen van de woonboulevard geldt dat moet worden aangesloten bij de huren elders in het gebied gelden om de verhuurbaarheid van het vastgoed te bevorderen.

Ook is er sprake van versnipperd eigendom op de woonboulevard, omdat er in de loop der jaren door verschillende initiatiefnemers winkels zijn ontwikkeld. Enerzijds betekent dit onderlinge concurrentie om de winkelruimtes gevuld te krijgen, hetgeen prijsdrukkend werkt. Anderzijds zijn veel recente, planmatig ontwikkelde woonboulevards eigendom van één investeerder. Deze kan voor de eigen locatie gemakkelijk de huurniveaus bepalen, wat doorgaans leidt tot hogere huren.

Het HBD geeft aan dat gemiddeld 10% van de omzet van woonwinkels bestemt is voor de huisvestingslasten. Dit beperkte aandeel maakt dat een eventueel lager huurniveau beperkt invloed heeft op de benodigde omzet voor economisch-duurzaam functioneren. Er is daarom geen correctie toegepast op de gemiddelde vloerproductiviteit die de winkels op de woonboulevard van Sliedrecht moeten halen voor een gezonde bedrijfsvoering.

### **2.3. Economische analyse marktomstandigheden woonbranche**

In deze paragraaf wordt een analyse gemaakt van de woonbranche. 90% van het oppervlak aan detailhandel op de woonboulevard bestaat uit woonwinkels, hetgeen uiteraard aansluit bij het karakter van het gebied als woonboulevard.

#### **Representatieve invulling volgens de huidige marktomstandigheden**

De economische analyse van de woonbranche is gebaseerd op de haalbare marktaandelen in het marktgebied van de woonboulevard (zie ook paragraaf 2.1). Hierbij worden de volgende marktgebieden onderscheiden:

- primair marktgebied: tot 15 autominuten: marktaandeel 25%;
- secundair marktgebied: 15 tot 30 autominuten: marktaandeel 5%.

Deze marktaandelen per marktgebied worden als passend en representatief gezien binnen de huidige marktomstandigheden. Bij een verdere opwaardering van de structuur en de uitstraling van de

woonboulevard moet het mogelijk zijn deze marktaandelen ook in de toekomst te behouden voor de woonboulevard.

In tabel 2.2 is een analyse gemaakt van de economische mogelijkheden voor de woonbranche op de woonboulevard. Daarin wordt geconcludeerd dat in deze branche de economische ruimte voor ontwikkeling groeit van 8.000 m<sup>2</sup> wvo in 2013 naar 12.000 m<sup>2</sup> wvo in 2023. In de huidige economische conjunctuur zal dit oppervlak wellicht niet direct gerealiseerd worden. Een bestemmingsplan is echter gericht op een periode van 10 jaar. Binnen die periode moet het mogelijk zijn te komen tot een kwantitatieve en kwalitatieve versterking van de woonboulevard. De verwachte bevolkingsgroei en de huishoudensverkleining draagt sterk bij aan de toekomstige behoefte aan woonwinkels; er moeten hierdoor immers meer woningen ingericht worden.

**Tabel 2.2 Marktomstandigheden woonbranche**

branche wonen		2013	2018	2023
<b>primair marktgebied</b>	inwoners	402.000	411.000	417.000
	bestedingen per persoon	€ 360	€ 360	€ 360
	bestedingspotentieel	€ 145.000.000	€ 148.000.000	€ 150.000.000
	marktaandeel	25%	25%	25%
	omzet uit primair marktgebied	€ 36.300.000	€ 37.000.000	€ 37.500.000
<b>secundair marktgebied</b>	inwoners	2.244.000	2.314.000	2.367.000
	bestedingen per persoon	€ 360	€ 360	€ 360
	bestedingspotentieel	€ 808.000.000	€ 833.000.000	€ 852.000.000
	marktaandeel	5%	5%	5%
	omzet uit secundair marktgebied	€ 40.000.000	€ 42.000.000	€ 43.000.000
<b>omzet detailhandel in de woonbranche</b>		<b>€ 76.300.000</b>	<b>€ 79.000.000</b>	<b>€ 80.500.000</b>
omvang winkelaanbod in de woonbranche		57.331	57.331	57.331
gemiddelde vloerproductiviteit		€ 1.330	€ 1.380	€ 1.400
Nederlands gemiddelde voor de woonbranche		€ 1.170	€ 1.170	€ 1.170
<b>haalbare omvang van woonboulevard (afgerond)</b>		<b>65.000</b>	<b>68.000</b>	<b>69.000</b>
<b>verschil met huidige omvang (afgerond)</b>		<b>8.000</b>	<b>11.000</b>	<b>12.000</b>

### Maximale invulling

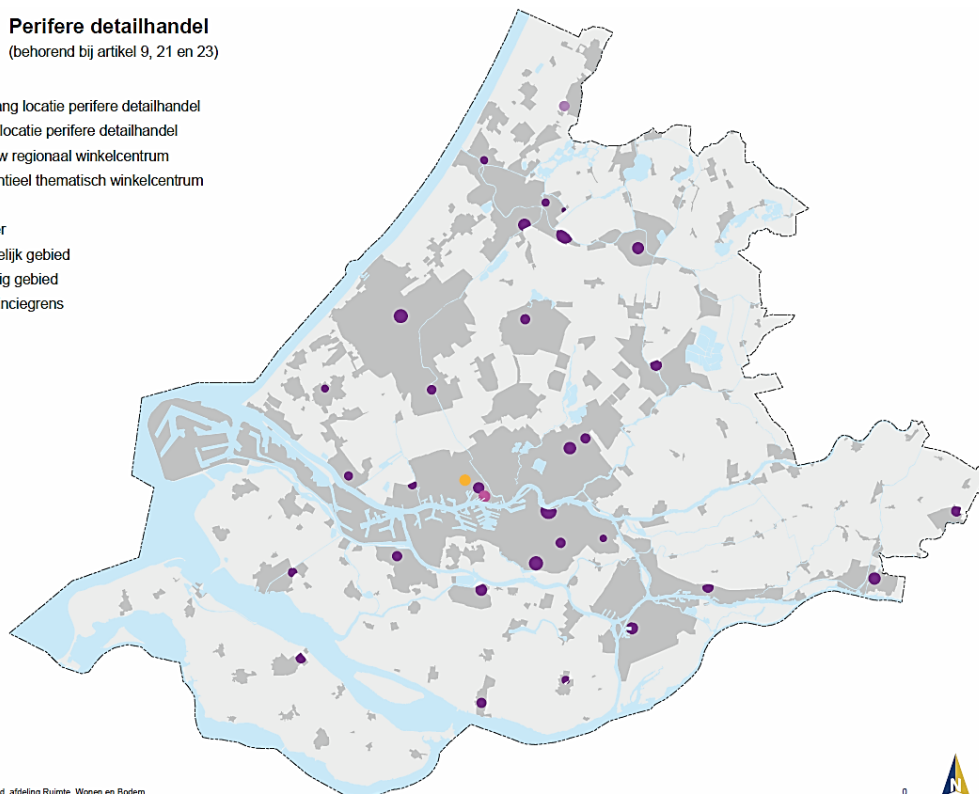
Voor de theoretisch maximale invulling wordt ervan uitgegaan dat het provinciaal beleid van concentratie van het grootschalig winkelaanbod op slechts enkele locaties zich steeds nadrukkelijker manifesteerd. Naast de potentiële groei van de woonboulevard met 12.000 m<sup>2</sup> wvo tot 2023 die in het voorgaande is geschetst, is de verwachting dat een deel van het huidig woonwinkelaanbod in de regio zal verplaatsen naar de woonboulevard in Sliedrecht en naar de overige opvanglocaties aangegeven op kaart 7 bij de provinciale ruimtelijke verordening (figuur 2.2). Verdere versterking van deze concentratielocaties voor perifere detailhandel kan ook een 'koude sanering' onder het verspreid liggend winkelaanbod in de relevante branches tot gevolg hebben. Ook dit is een gevolg van het beleid van de provincie.

In tabel 2.3 is per gemeente in het primaire marktgebied van woonboulevard Sliedrecht het verspreid gelegen winkelaanbod in de branche wonen weergegeven. Hierbij zijn alleen die gemeentes geselecteerd die niet beschikken over een 'eigen' locatie voor perifere detailhandel (figuur 2.2). Het winkelaanbod dat in de stads-, dorps- of wijkcentra van de kernen ligt is voor de analyse niet relevant, omdat deze winkels daar naar verwachting kunnen blijven functioneren en investeren, waardoor de behoefte aan vestiging op een woonboulevard ontbreekt.

**Kaart 7 Perifere detailhandel**  
(behorend bij artikel 9, 21 en 23)

**Legenda**

- Opvang locatie perifere detailhandel
  - Zoeklocatie perifere detailhandel
  - Nieuw regionaal winkelcentrum
  - Potentieel thematisch winkelcentrum
- Overig
- Water
  - Stedelijk gebied
  - Overig gebied
  - Provinciegrens



© provincie Zuid-Holland, afdeling Ruimte, Wonen en Bodem  
30 januari 2013 PVR kaart 7



Figuur 2.2 Kaart 7 van Verordening Ruimte (2012) provincie Zuid-Holland

**Tabel 2.3 Omvang verspreid gelegen winkelaanbod in branche wonen in gemeenten zonder locatie voor perifere detailhandel, zoals bedoeld in de provinciale ruimtelijke verordening, in het primaire marktgebied van woonboulevard Sliedrecht (Locatus, 2013)**

gemeente	omvang verspreid gelegen woonwinkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo)
Alblasserdam	3.420
Binnenmaas	5.790
Giessenlanden	860
Hardinxveld-Giessendam	90
Hendrik-Ido-Ambacht	3.060
Molenwaard	2.880
Papendrecht	4.810
Zwijndrecht	3.270
<b>totaal</b>	<b>24.180</b>

Mogelijk kan de circa 24.000 m<sup>2</sup> wvo aan woonwinkels die nu niet op de concentratielocaties ligt verplaatsen naar de concentratielocaties, als gevolg van het provinciale beleid. Afhankelijk van het succes van de woonboulevard in Sliedrecht betekent dat wellicht een achtste tot wellicht een derde deel van het verspreide woonwinkelaanbod naar de woonboulevard wil verhuizen voor de verdere ontwikkeling van het bedrijf en/of om te profiteren van de aantrekkingskracht van de andere winkels in het concentratiegebied. Dit geeft een extra behoefte aan winkeloppervlak in de branche wonen van 3.000 tot 8.000 m<sup>2</sup> wvo. Hiermee komt de totale omvang van de behoefte aan woonwinkels uit op 72.000 m<sup>2</sup> wvo tot 77.000 m<sup>2</sup> wvo in 2023 – een groei van 15.000 tot 20.000 m<sup>2</sup> wvo ten opzichte van de huidige omvang van het woonwinkelaanbod.

Er is bij bovenstaand scenario geen sprake van duurzame ontvricting van de detailhandelsstructuur. De inwoners van de regio kunnen namelijk voor het grootschalig woonwinkelaanbod terecht op de

concentratie locaties voor perifere detailhandel (figuur 2.2). Terwijl het lokale woonwinkelaanbod gevestigd blijft in de stads-, dorps- of wijkcentra van de kernen. Inwoners van het gebied kunnen daarom op aanvaardbare afstand blijven voorzien in hun geregelde aankopen van woonproducten.

## 2.4. Economische analyse marktomstandigheden overig winkelaanbod

10% van het winkelloppervlak op de woonboulevard bestaat uit winkels buiten de woonbranche. Deze winkels worden als een welkome aanvulling op het woonwinkelaanbod gezien. Verdere ruimte voor ontwikkeling wordt geboden in de branche doe-het-zelf en plant & dier. In deze paragraaf wordt een beknopte analyse gemaakt van de haalbare omvang van beide branches op de woonboulevard.

### Doe-het-zelf

#### Behoefte

Binnen het primaire marktgebied van de woonboulevard (het 15-autominutengebied) bevinden zich circa 20 bouwmarkten en veelheid aan kleinschalig doe-het-zelfaanbod (Locatus, 2013). Deze omvang en de spreiding van het doe-het-zelfaanbod maakt dat de marktpositie in de doe-het-zelfsector van de woonboulevard beperkt zal blijven. Naar verwachting is een marktaandeel van 5% haalbaar in het primaire marktgebied. Vanuit het secundaire marktgebied zullen consumenten niet direct de woonboulevard bezoeken voor doe-het-zelfaankopen.

Bij een marktaandeel van 5% in het primaire marktgebied bedraagt de behoefte aan oppervlak in de doe-het-zelfsector 1.800 m<sup>2</sup> wvo in 2013. Tot 2023 groeit de behoefte tot 2.000 m<sup>2</sup> wvo.

**Tabel 2.4 Haalbare marktomstandigheden doe-het-zelfbranche woonboulevard Sliedrecht**

		2013	2018	2023
<b>primair marktgebied</b>	inwoners	402.000	411.000	417.000
	bestedingen	€ 220	€ 220	€ 220
	bestedingspotentieel	€ 88.000.000	€ 90.000.000	€ 92.000.000
	marktaandeel	5%	5%	5%
	omzet uit primair marktgebied	€ 4.800.000	€ 4.900.000	€ 5.100.000
<b>omzet detailhandel in de doe-het-zelfbranche</b>		<b>€ 4.800.000</b>	<b>€ 4.900.000</b>	<b>€ 5.100.000</b>
omvang winkelaanbod in de doe-het-zelfbranche		1.704	1.704	1.704
gemiddelde vloerproductiviteit		€ 2.820	€ 2.880	€ 2.990
Nederlands gemiddelde voor de doe-het-zelfbranche		€ 1.390	€ 1.390	€ 1.390
<b>haalbare omvang van doe-het-zelfbranche</b>		<b>3.500</b>	<b>3.500</b>	<b>3.700</b>
<b>verschil (afgerond)</b>		<b>1.800</b>	<b>1.800</b>	<b>2.000</b>

#### Planologisch maximum

Voor dit deel van de analyse wordt uitgegaan van de theoretische situatie waarbij het verspreid gelegen winkelaanbod in de doe-het-zelfbranche in Sliedrecht verhuisd naar de woonboulevard. Dit betekent dat bovenop de behoefte van 2.000 m<sup>2</sup> wvo in 2023 die in het voorgaande is geconstateerd, ook de huidige circa 3.100 m<sup>2</sup> wvo die op een solitaire locatie in Sliedrecht ligt wordt verplaatst naar de woonboulevard (Locatus, 2013). Dit betreft overigens het oppervlak van de huidige Praxis-vestiging.

De totale omvang van het winkelaanbod in de branche doe-het-zelf op de woonboulevard komt daarmee op 6.800 m<sup>2</sup> wvo (3.700 + 2.000 + 3.100). In deze situatie is een groot deel van het winkelaanbod in de doe-het-zelfbranche geconcentreerd op de woonboulevard. Dit betekent dat consumenten uit Sliedrecht en omgeving voor veel doe-het-zelfproducten aangewezen zijn op deze centraal gelegen en goed bereikbare locatie. Er is na deze ontwikkeling dan ook geen sprake van



duurzame ontwrichting van de detailhandelsstructuur, omdat de inwoners van het verzorgingsgebied op aanvaardbare afstand kunnen blijven voorzien in hun doe-het-zelfaankopen.

### Plant & dier

#### Behoeft

In het primaire marktgebied van de woonboulevard (het 15-autominutengebied) bevinden zich circa 10 grootschalige tuincentra en veel kleinere winkels in de branche plant & dier (van dierenwinkel tot bloemist). Op de woonboulevard is plaats voor de grotere winkels in deze branche. Naast tuincentra, zijn dat bijvoorbeeld winkels in tuinmeubelen of in niet-levende tuinartikelen (bestrating, tuinhout). Ook in de branche plant & dier is de verwachting dat het marktaandeel in het primaire marktgebied circa 5% kan zijn.

Bij de geschetste marktomstandigheden bedraagt de behoefte aan winkeloppervlak in de branche plant & dier in 2013 2.000 m<sup>2</sup> wvo. Dit groeit tot 2.200 m<sup>2</sup> wvo in 2023.

**Tabel 2.5 Haalbare marktomstandigheden branche plant & dier woonboulevard Sliedrecht**

		2013	2018	2023
<b>primair marktgebied</b>	inwoners	402.000	411.000	417.000
	bestedingen	€ 70	€ 70	€ 70
	bestedingspotentieel	€ 28.000.000	€ 29.000.000	€ 29.000.000
	marktaandeel	5%	5%	5%
	omzet uit primair marktgebied	€ 1.500.000	€ 1.600.000	€ 1.600.000
<b>omzet detailhandel in de branche plant &amp; dier</b>		<b>€ 1.500.000</b>	<b>€ 1.600.000</b>	<b>€ 1.600.000</b>
omvang winkelaanbod in de branche plant & dier		886	886	886
gemiddelde vloerproductiviteit		€ 1.690	€ 1.810	€ 1.810
Nederlands gemiddelde voor de branche plant & dier		€ 520	€ 520	€ 520
<b>haalbare omvang van branche plant &amp; dier</b>		<b>2.900</b>	<b>3.100</b>	<b>3.100</b>
<b>verschil (afgerond)</b>		<b>2.000</b>	<b>2.200</b>	<b>2.200</b>

#### Planologisch maximum

Voor dit deel van de analyse wordt uitgegaan van de theoretische situatie waarbij het verspreid gelegen winkelaanbod in de branche plant & dier in Sliedrecht verhuisd naar de woonboulevard. Dit betekent dat bovenop de behoefte van 2.200 m<sup>2</sup> wvo in 2023 die in het voorgaande is geconstateerd, ook de huidige circa 10.500 m<sup>2</sup> wvo die op solitaire locaties in Sliedrecht ligt wordt verplaatst naar de woonboulevard (Locatus, 2013). Het grootste deel van dit oppervlak wordt ingenomen door de vestiging van Intratuin van circa 10.200 m<sup>2</sup> wvo.

De totale omvang van het winkelaanbod in branche plant & dier kan uitkomen op 13.600 m<sup>2</sup> wvo (3.100 + 2.200 + 10.500). In deze situatie is het grootschalige winkelaanbod in de branche plant & dier geconcentreerd op de woonboulevard. Dit betekent dat consumenten uit Sliedrecht en omgeving voor deel van de aankopen in de branche plant & dier terecht kunnen op de woonboulevard. Voor het kleinschalig winkelaanbod in deze branche blijven zij terechtkunnen in het centrumgebied en de buurtcentra.

Er is na de verdere ontwikkeling en concentratie van het winkelaanbod op de woonboulevard geen sprake van duurzame ontwrichting van de detailhandelsstructuur, omdat de inwoners van het verzorgingsgebied op aanvaardbare afstand kunnen blijven voorzien in producten uit de branche plant & dier.

## 2.5. Economische analyse mogelijkheden nevenassortiment

Uit de paragrafen 2.3 en 2.4 komt de behoefte aan winkelloppervlak op de woonboulevard naar voren die is weergegeven in tabel 2.6.

**Tabel 2.6 Potentiele omvang (in m<sup>2</sup> wvo) van relevante branches woonboulevard in 2023**

	representatie invulling (bij haalbare marktaandeelen)	planologisch maximum (bij verdere concentratie winkelaanbod)
wonen	69.000	77.000
doe-het-zelf	3.700	6.800
plant & dier	2.200	13.600
<b>totaal</b>	<b>74.900</b>	<b>97.400</b>
<i>waarvan in te vullen met nevenassortiment</i>	<i>15.000</i>	<i>19.500</i>

Van het winkelaanbod op de woonboulevard mag maximaal 20% van het oppervlak ingevuld worden met assortiment dat past bij het hoofdassortiment. Hiermee biedt deze regeling ruimte voor bedrijven om te ondernemen (acties, verkoop partijgoederen, seizoensverkoop e.d.). De mogelijkheden om het nevenassortiment in te vullen zijn breed – naar verwachting zullen alleen dagelijkse goederen er niet onder vallen.

Van de toekomstige woonboulevard kan 15.000 tot 19.500 m<sup>2</sup> wvo ingevuld worden met nevenassortiment. Voor de analyse is ervan uitgegaan dat in potentie alle niet-dagelijkse goederen als nevenassortiment bij het hoofdassortiment van de winkels in de branches wonen, doe-het-zelf en plant & dier.

Het eventuele economische effect van de invulling zal zich voordoen binnen het primaire marktgebied (15-autominutengebied), omdat hiervan de bezoekers het meest regelmatig de woonboulevard bezoeken. De omvang van het winkelaanbod in de gemeente die onderdeel uitmaken van dit gebied is weergegeven in tabel 2.7. De gemeente Rotterdam is hierin niet meegenomen, omdat de winkels in die gemeente voornamelijk buiten het 15-autominutengebied liggen.

**Tabel 2.6 Totale omvang winkelaanbod in niet-dagelijkse goederen in gemeenten binnen het primaire marktgebied (15-autominutengebied) van woonboulevard Sliedrecht (Locatus, 2013)**

gemeente	m <sup>2</sup> wvo
Alblasserdam	24.546
Barendrecht	117.357
Binnenmaas	28.043
Dordrecht	121.186
Giessenlanden	12.468
Gorinchem	69.415
Hardinxveld-Giessendam	7.832
Hendrik-Ido-Ambacht	28.390
Molenwaard*	10.784
Papendrecht	33.359
Sliedrecht	93.954
Zwijndrecht	27.277
<b>totaal (afgerond)</b>	<b>575.000</b>

\* alleen de kern 's-Gravendeel (zie figuur 2.1)

Het totale oppervlak aan niet-dagelijkse goederen binnen het primaire marktgebied van de woonboulevard is circa 575.000 m<sup>2</sup> wvo. De winkels op de woonboulevard kunnen met het nevenassortiment in potentie concurreren met al de winkels die dit oppervlak uitmaken. Echter, in de theoretische situatie dat volledig gebruik wordt gemaakt van de mogelijkheden, betekent dit dat de invloed nog slechts 2,6% (bij de representatieve invulling) tot 3,4% (bij het planologisch maximum) is. Van een dergelijk beperkt oppervlak zal nauwelijks economisch effect zijn. Van een duurzame ontvruchting van de detailhandelsstructuur is hoe dan ook geen sprake. Daarbij is het de verwachting dat de maximumruimte die voor nevenassortimenten geboden wordt nooit geheel ingezet zal worden.



### 3. Samenvatting en conclusies

In hoofdstuk 2 is een analyse gemaakt van de behoefte aan oppervlak van de winkelbranches die toegestaan zijn op de woonboulevard in Sliedrecht. Dit betreft de branches wonen, doe-het-zelf en plant & dier. Daarnaast is de theoretisch maximale invulling meegenomen, welke kan ontstaan als gevolg van het provinciaal. De belangrijkste conclusies van deze analyse zijn hierna aan de orde.

#### Passende omvang woonbranche

##### *Uitgangspunten*

90% van het oppervlak van de woonboulevard bestaat uit winkels uit de woonbranche, hetgeen aansluit bij het karakter van het gebied. Als uitgangspunt van de analyse is het marktgebied van de woonwinkels gebruikt. Enerzijds door zijn omvang en anderzijds door de aanwezigheid van bijvoorbeeld Loods 5 beschikt de woonboulevard over een behoorlijk marktgebied. Binnen de regio zullen alleen de Woonmall Alexandrium in Rotterdam en het woonwinkelaanbod met Ikea en de woonboulevard in Barendrecht eenzelfde marktgebied hebben.

Er zijn twee marktgebieden onderscheiden. Het primaire marktgebied – de consumenten die binnen 15 autominuten de woonboulevard kunnen bereiken – en het secundaire marktgebied – de consumenten die tussen 15 en 30 minuten moeten reizen om de woonboulevard te bereiken. Voor deze gebieden worden de volgende marktaandelen representatief en haalbaar geacht:

branche wonen	marktaandeel	inwonertal		
		2013	2018	2023
primair marktgebied (< 15 automin.)	25%	402.000	411.000	417.000
secundair marktgebied (15-30 automin.)	5%	2.244.000	2.314.000	2.367.000

Er is een analyse uitgevoerd over een periode van 10 jaar, omdat de geldigheidsduur van een bestemmingsplan ook 10 jaar is. Er is niet gewerkt met het Koopstromenonderzoek Randstad, omdat de resultaten daarvan geen representatief beeld geven van het huidige functioneren en het huidige marktgebied van de woonboulevard.

##### *Behoeft aan ontwikkeling*

De economische (distributieplanologische) analyse geeft de volgende haalbare omvang (in m<sup>2</sup> wvo<sup>3)</sup>) van de woonwinkels op de woonboulevard voor de jaren '13, '18 en '23:

	2013	2018	2023
<b>haalbare omvang van woonbranche</b>	65.000	68.000	69.000
<b>verschil met huidige omvang woonbranche</b>	8.000	11.000	12.000

Na aftrek van de huidige omvang van de woonwinkels op de woonboulevard bestaat er binnen de huidige marktomstandigheden – dus vanuit de consument gezien – behoefte aan een kwantitatieve versterking van 8.000 m<sup>2</sup> wvo in 2013, welke groeit tot 12.000 m<sup>2</sup> wvo in 2023. In de huidige economische conjunctuur zal dit oppervlak wellicht niet direct gerealiseerd worden. Een bestemmingsplan is echter gericht op een periode van 10 jaar. Binnen die periode moet het mogelijk zijn

<sup>3)</sup> Wvo staat voor winkelvloeroppervlak: het voor consumenten toegankelijke/zichtbare deel van de winkel (exclusief magazijn, kantoor, sociale en technische ruimten). Het wvo is doorgaans circa 80% van het bruto vloeroppervlak.

te komen tot een kwantitatieve en kwalitatieve versterking van de woonboulevard. De verwachte bevolkingsgroei en de huishoudensverkleining draagt sterk bij aan de toekomstige behoefte aan woonwinkels; er moeten hierdoor immers meer woningen ingericht worden.

#### *Maximale planologische ruimte*

Het provinciaal beleid zet in op concentratie van het grootschalig winkelaanbod op slechts enkele locaties die zijn aangegeven op kaart 7 bij de provinciale ruimtelijke verordening (zie ook figuur 2.2). Naast de potentiële groei van de woonboulevard met 12.000 m<sup>2</sup> wvo tot 2023, is daarom de verwachting dat ook een deel van het huidig woonwinkelaanbod in de regio zal verplaatsen naar de woonboulevard in Sliedrecht en naar de overige opvanglocaties. Verdere versterking van deze concentratielocaties voor perifere detailhandel kan ook een 'koude sanering' onder het verspreid liggend winkelaanbod in de relevante branches tot gevolg hebben. Ook dit is een gevolg van het beleid van de provincie.

Voor Sliedrecht bestaat de verwachting dat er tot circa 8.000 m<sup>2</sup> wvo aan verspreid gelegen woonwinkels uit de regio verhuizen naar de woonboulevard, omdat deze winkels op hun huidige plek niet meer kunnen groeien en/of om te profiteren van de winkelconcentratie op de woonboulevard. Het betreft hierbij uitsluitend woonwinkels die buiten de stads-, dorps- en wijkcentra liggen. Ook is alleen winkelaanbod meegenomen in gemeenten die niet beschikken over door de provincie toegewezen concentratielocatie.

Bovenop het oppervlak van het huidig winkelaanbod komt de totale maximale planologische ruimte voor de branche wonen op de woonboulevard op 20.000 m<sup>2</sup> wvo tot 2023. Dit is 1) de behoefte aan groei van 12.000 m<sup>2</sup> wvo en 2) de ruimte voor verplaatsers uit de regio van 8.000 m<sup>2</sup> wvo (als uitwerking van het provinciaal beleid).

#### **Passende omvang branches doe-het-zelf en plant & dier**

##### *Uitgangspunten*

10% van het winkeloppervlak op de woonboulevard bestaat uit winkels buiten de woonbranche. Deze winkels worden als een welkome aanvulling op het woonwinkelaanbod gezien. Verdere ruimte voor ontwikkeling wordt geboden in de branche doe-het-zelf en plant & dier.

Het marktgebied van de winkels in doe-het-zelf en plant & dier is fors beperkter dan van de woonwinkels. De spreiding van dit winkelaanbod over de regio is namelijk sterker, waardoor consumenten minder ver hoeven te reizen voor bezoek aan winkels uit deze branches. Voor de analyse is uitgegaan van het volgende representatieve en haalbare marktaandeel:

branches doe-het-zelf en plant & dier	marktaandeel	inwonertal		
		2013	2018	2023
primair marktgebied (< 15 automin.)	5%	402.000	411.000	417.000
secundair marktgebied (15-30 automin.)	0%	2.244.000	2.314.000	2.367.000

##### *Behoefte aan ontwikkeling*

De economische (distributieplanologische) analyse geeft de volgende haalbare omvang (in m<sup>2</sup> wvo) van de branches doe-het-zelf en plant & dier op de woonboulevard voor de jaren '13, '18 en '23:

	2013	2018	2023
haalbare omvang van doe-het-zelfbranche	3.500	3.500	3.700
verschil met huidige omvang doe-het-zelfbranche	1.800	1.800	2.000
haalbare omvang van branche plant & dier	2.900	3.100	3.100
verschil met huidige omvang branche plant & dier	2.000	2.200	2.200

#### *Maximale planologische ruimte*

Het provinciaal beleid zet in op concentratie van het grootschalig winkelaanbod. Ook de gemeente Sliedrecht wenst het grootschalig winkelaanbod in de branches wonen, doe-het-zelf en plant & dier te concentreren op de woonboulevard. Voor de analyse is ervan uitgegaan dat de huidige winkels binnen

de gemeente Sliedrecht die niet in centrumgebied of het wijkcentrum liggen moeten kunnen verplaatsen naar de woonboulevard, zoals de bouwmarkt of het tuincentrum. Voor de doe-het-zelfbranche betekent dit dat er ruimte moet zijn om 3.100 m<sup>2</sup> wvo in te passen. Voor de branche plant & dier moet er 10.500 m<sup>2</sup> wvo beschikbaar zijn.

Bovenop het oppervlak van het huidig winkelaanbod komt de totale maximale planologische ruimte voor de branches doe-het-zelf en plant & dier op de woonboulevard op 18.000 m<sup>2</sup> wvo tot 2023. Dit is 1) de behoefte aan groei van 4.400 m<sup>2</sup> wvo en 2) de ruimte voor verplaatsers uit de gemeente van 13.600 m<sup>2</sup> wvo (als uitwerking van het provinciaal en gemeentelijk beleid).

#### Nevenassortiment

Van het winkelaanbod in de branches wonen, doe-het-zelf en plant & dier op de woonboulevard mag maximaal 20% van het oppervlak per winkel ingevuld worden met een assortiment dat past bij het hoofdassortiment. Deze regeling voor nevenassortimenten biedt ruimte voor bedrijven om te ondernemen (acties, verkoop partijgoederen, seizoensverkoop e.d.).

Van de toekomstige woonboulevard kan maximaal 15.000 tot 19.500 m<sup>2</sup> wvo ingevuld worden met nevenassortiment. In de theoretische situatie dat volledig gebruik wordt gemaakt van de mogelijkheden, betekent dit dat van het totale winkelaanbod in het primaire marktgebied voor 2,6% (bij de representatieve invulling) tot 3,4% (bij het planologisch maximum) zal bestaan uit nevenassortimenten op de woonboulevard. Van een dergelijk beperkt oppervlak zal nauwelijks economisch effect zijn binnen het primaire marktgebied. Van een duurzame ontwrichting van de detailhandelsstructuur is hoe dan ook geen sprake. Daarbij is het de verwachting dat de maximumruimte die voor nevenassortimenten geboden wordt nooit geheel ingezet zal worden.

#### Potentiele omvang van de woonboulevard in 2023

De economische analyse leidt tot de volgende planologische omvang van de woonboulevard in 2023:

	representatieve invulling (bij haalbare marktaandeelen)		planologisch maximum (bij verdere concentratie winkelaanbod)	
	m <sup>2</sup> wvo	m <sup>2</sup> bvo	m <sup>2</sup> wvo	m <sup>2</sup> bvo
<b>wonen</b>	69.000	86.000	77.000	96.000
<b>doe-het-zelf</b>	3.700	5.000	6.800	9.000
<b>plant &amp; dier</b>	2.200	3.000	13.600	17.000
<b>overig winkelaanbod</b>	4.100	5.000	4.100	5.000
<b>totaal</b>	<b>79.000</b>	<b>99.000</b>	<b>101.500</b>	<b>127.000</b>

Ten behoeve van het bestemmingsplan zijn in deze tabel de huidige oppervlaktes van de winkels die niet tot de branches wonen, doe-het-zelf en plant & dier behoren nog opgenomen.