



Heerhugowaard  
Stad van kansen

# Strategie De Boulevard

dynamische ruggengraat van de stad





# Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b>	<b>1</b>	<b>Bijlage A: Procesverloop</b>	<b>35</b>
<b>Leeswijzer</b>	<b>2</b>	<b>Bijlage B: Trends, ontwikkelingen en concepten</b>	<b>36</b>
<b>1 Inleiding</b>	<b>4</b>		
1.1 Onderdeel van verschillende netwerken .....	4		
1.2 Onze uitdaging: inspelen op netwerken en trends .....	6		
1.3 Hoe zien we dit nu al in Heerhugowaard terugkomen? .....	8		
<b>2 Strategie</b>	<b>10</b>		
2.1 Leidende principes .....	10		
2.2 De Boulevard: dynamische ruggengraat van de stad .....	13		
2.3 Beveland: fysiek grootschalig en in het zicht .....	15		
2.4 Stationsgebied: kloppend hart van de Boulevard .....	20		
2.5 De Frans: ruimte om te pionieren.....	25		
<b>3 Onze gereedschapskist</b>	<b>30</b>		
<b>Aan de slag!</b>	<b>33</b>		



# Voorwoord



*'Wat heeft het voor zin te rennen als je niet op de goede weg bent?' Een scherpe vraag die te weinig gesteld wordt bij gebiedsontwikkeling. Als we namelijk versnellen in een verkeerde ontwikkeling, dan creëren we grote vraagstukken voor de toekomst. Kijk bijvoorbeeld naar de enorme hoeveelheid kantoorgebouwen die we met elkaar gerealiseerd hebben, en de leegstand die er nu is. Deze uitdagingen vragen niet om panklare antwoorden van de overheid, maar om een overheid die samenlevingsgericht partijen in positie brengt door scherpe vragen te stellen.*

*Bij de totstandkoming van de voorliggende strategie over de Boulevard zijn we er naar mijn mening goed in geslaagd partijen in die positie te brengen. Er zijn scherpe vragen gesteld, inspirerende vergezichten geboden en interactief ontwikkelingen in kaart gebracht. Het resultaat is goed inzicht in de kansen en mogelijkheden, teneinde onze gezamenlijke doelstelling te realiseren: 'een toekomstbestendige economisch vitale stadsrand'. Maar de voorliggende strategie benötigt onderhoud. En dat vraagt van ons als overheid dat we ons dynamisch moeten blijven opstellen. Want hoe mooi ook de strategie, we doen het om concrete resultaten te bereiken, en dan zien we dat de toekomst net zo veel invloed heeft op het heden als het verleden.*

*Tot slot. Wij blijven open staan voor ontwikkelingen, blijven het gesprek met elkaar aangaan en durven keuzes te maken. Of in andere woorden: denken, durven en doen!*

*Gido Oude Kotte  
Wethouder Gemeente Heerhugowaard*

# Leeswijzer

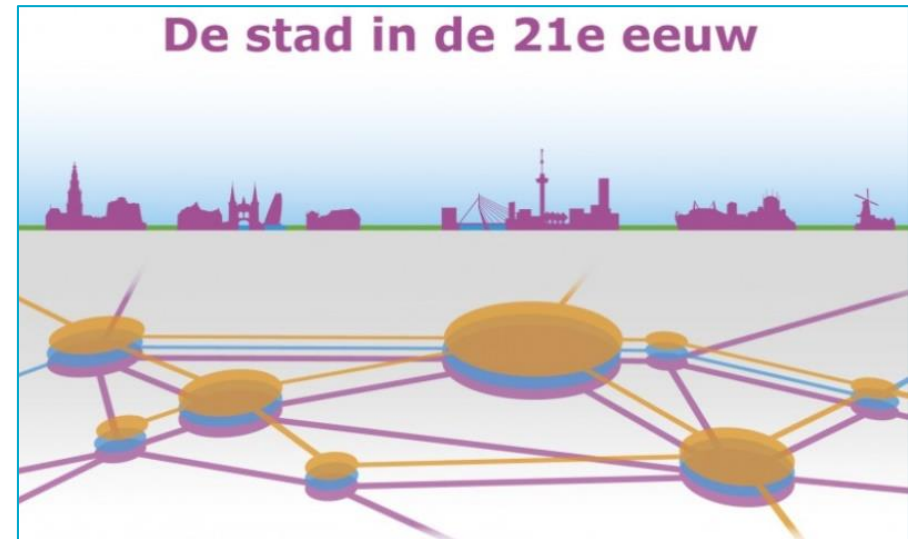
In hoofdstuk 1 gaan we in op de positie die de Boulevard inneemt in netwerken van verschillende schaalgroottes en op de kracht daarvan. We schetsen tevens kort hoe dat al van invloed is geweest op de Boulevard.

In hoofdstuk 2 zetten we onze strategie voor de Boulevard uiteen. We beschrijven onze algemeen leidende principes en geven per deelgebied en voor de gehele Boulevard aan wat onze ambitie is en welke concrete stappen we gaan zetten om deze ambitie te verwezenlijken.

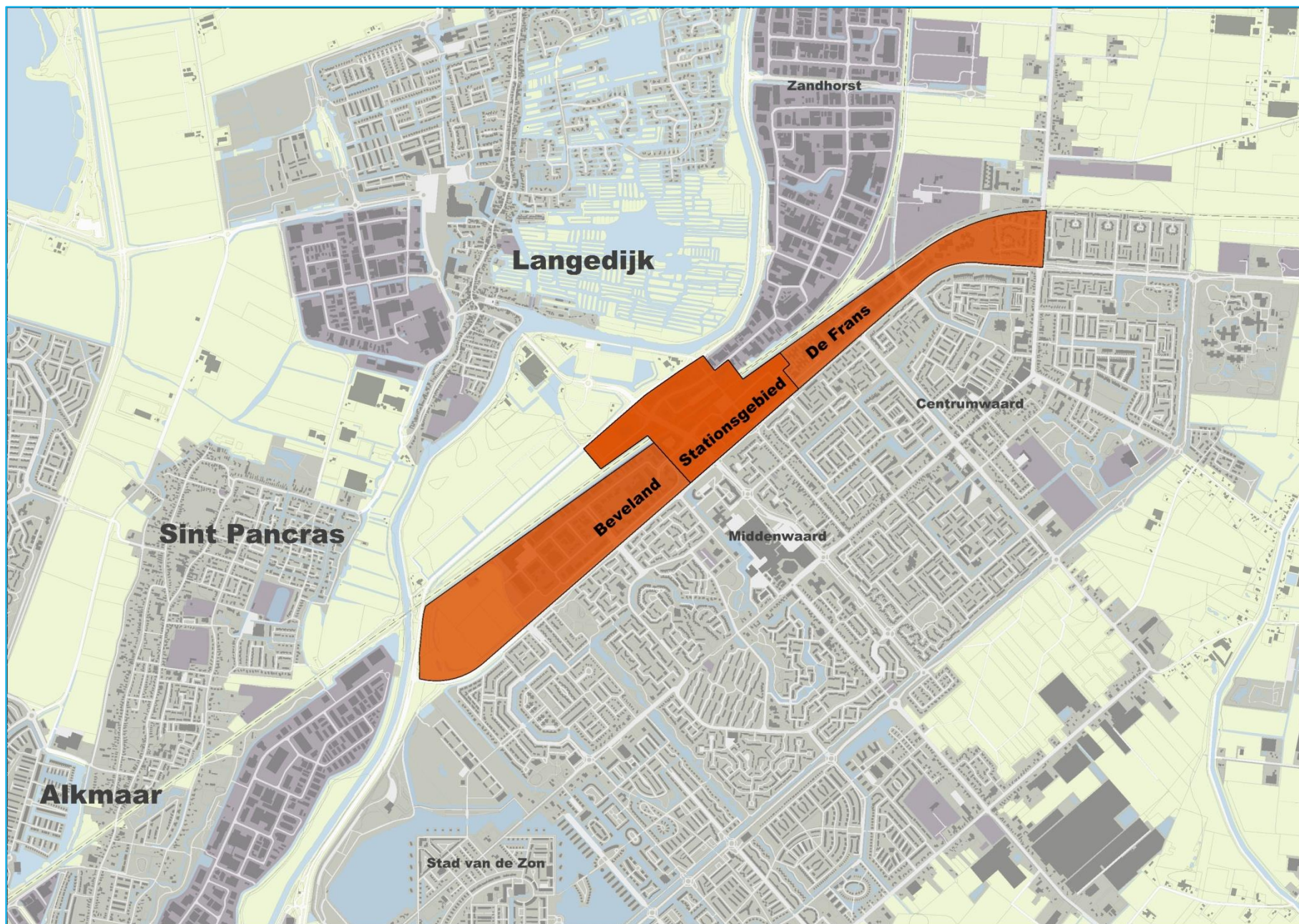
Hoofdstuk 3 geeft een overzicht van onze gereedschapskist om de komende jaren een goede partner te zijn in gebiedsontwikkeling voor initiatieven. We lichten kort een aantal 'tools' toe, waarmee we als gemeente de komende jaren onze rol als aanjager en verbinder in de ontwikkeling van de Boulevard optimaal vorm kunnen geven.

In het laatste hoofdstuk vatten we de strategie kort samen in de belangrijkste punten en geven we een blik in de in de nabije toekomst op de Boulevard.

De kaartbeelden in deze strategie zijn indicatief.



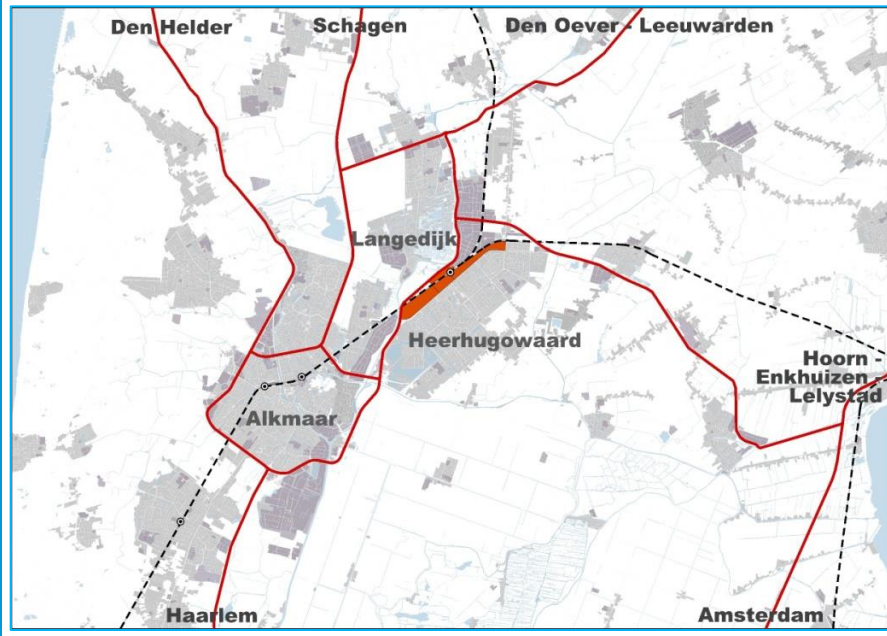
*Afbeelding 1: De moderne stad als onderdeel van meerdere netwerken (bron: 'De toekomst van de stad' - Raad voor de leefomgeving en infrastructuur, 2014)*



Afbeelding 2: De Boulevard met de deelgebieden Beveland, Stationsgebied en De Frans

# 1 Inleiding

Centraal in deze strategie, mede tot stand gekomen met financiële steun van de provincie Noord-Holland, staat de 'Boulevard van Heerhugowaard'. Het gebied ligt midden in de gemeentelijke driehoek Heerhugowaard, Alkmaar en Langedijk, tussen de kern Heerhugowaard en de nieuwe woonwijk Broekhorn. De Boulevard vormt de dynamische ruggengraat van de stad en bestaat uit drie deelgebieden: Beveland, Stationsgebied en De Frans.



Afbeelding 3: De Boulevard in de regio (bron: gemeente Heerhugowaard)

## 1.1 Onderdeel van verschillende netwerken

De Boulevard, Heerhugowaard en de regio maken onderdeel uit van verschillende netwerken. De aanleiding voor deze strategie vinden we voor een groot deel terug in deze netwerken, wat ze voor Heerhugowaard betekenen en het effect dat de trends en ontwikkelingen rondom deze netwerken hebben op Heerhugowaard en specifiek de Boulevard. We lichten deze context eerst toe.

### De kracht van netwerken op bovenregionaal schaalniveau

In Nederland hebben we geen metropolen in dezelfde orde van grootte als Londen of Parijs. Op Europese schaal is de Metropoolregio Amsterdam (hierna: MRA) dan ook een relatief kleine speler. Dat betekent dat we innovatief moeten zijn om op internationaal schaalniveau mee te kunnen doen. De Nederlandse ruimtelijke ordening omarmt daarom al jaren een principe waarbij 'lenen van de bureu' en 'netwerkkracht' centraal staan. Het idee achter dit principe is dat door uitstekende verbindingen tussen steden aan internationale concurrentiekracht gewonnen kan worden. Stedelijke netwerken moeten betekenis voor elkaar hebben en steden in die stedelijke netwerken moeten elkaar versterken. Dat is ook de reden dat we in Nederland veel 'medium-sized' steden hebben: middelgrote steden waarvan de individuele kwaliteiten op bovenregionaal en nationaal niveau samen optellen tot een sterk geheel.

Dat principe van 'lenen van de bureu' en 'netwerkkracht' zien we ook terug in de provincie Noord-Holland en in het provinciaal beleid. Zo gaat de provincie in het knooppuntenbeleid uit van hetzelfde principe. De goede verbinding tussen steden wordt hierin geborgd door de Zaancorridor (de as Amsterdam-Heerhugowaard) als één van de hoofdaders van het spoor- en OV-netwerk in Noord-Holland. Een frequente en snelle treinverbinding op deze hoofdader vergroot de mobiliteit van de Heerhugowaarder: het gebied of areaal waarin individuen zich in dezelfde tijd kunnen verplaatsen wordt groter.



De Zaancorridor betekent daarmee veel voor de bereikbaarheid en toegankelijkheid van Heerhugowaard. Dat heeft ook betekenis voor de positie van Heerhugowaard in Noord-Holland-Noord en de aansluiting op de MRA. Men kan vanuit Heerhugowaard snel richting de MRA en andersom. Daarmee wordt ook de operationele reikwijdte van bedrijven vergroot: werknemers kunnen gemakkelijker op en neer reizen, (woon)locaties worden aantrekkelijk voor de reizende werker en men kan Heerhugowaard gemakkelijker bezoeken.



*Afbeelding 4: De regio als spil tussen de MRA en de Kop van Noord-Holland / West-Friesland (bron: gemeente Heerhugowaard, Strategie De Vaandel)*

Het betekent ook dat we goed moeten blijven kijken naar onze positie op bovenregionaal niveau. De regio Alkmaar heeft bijvoorbeeld een landschappelijke waarde en woonmilieus die binnen MRA niet gemakkelijk te realiseren of bereiken zijn. Omgekeerd heeft Amsterdam juist meer grootstedelijke voorzieningen, waar de inwoners uit onze regio ook gebruik van kunnen maken. Onze regio ligt centraal in de provincie en functioneert daarmee als spil tussen MRA en de meer agrarische gebieden in de Kop van Noord-Holland en West-Friesland (zie figuur 3). Vanwege toenemende bereikbaarheid speelt de regio bovendien een steeds grotere rol in de ontwikkelingen van de MRA. Dat past ook in de missie van de Zaancorridor: bijdragen aan een duurzaam en gezond leefklimaat en het versterken van het internationale vestigingsklimaat van Noord-Holland.

In dat kader moeten we ook economische betekenis en slagkracht houden op bovenregionaal schaalniveau. Daarvoor is het onder andere belangrijk dat de beroepsbevolking in het gebied op peil blijft. De kansen daarvoor zijn er, mede door de steeds betere bereikbaarheid, bijvoorbeeld op het gebied van woningbouw. Doordat in de MRA de woningprijzen fors stijgen en er op sommige plaatsen simpelweg geen ruimte meer is voor de bouw van extra woningen, wordt onze regio steeds interessanter.

#### **De positie op regionaal en stedelijk schaalniveau**

Heerhugowaard is samen met Alkmaar en in mindere mate Langedijk, als gevolg van het groeikernenbeleid en de VINEX, sterk gegroeid als uitloper van de metropool Amsterdam. Heerhugowaard heeft dan ook de typische uitstraling van een echte groeikern, veel huizen met voor- en achtertuin, aanvankelijk vaak voor mensen die in Heerhugowaard woonden en elders werkten. Er is echter een flinke inhaalslag geweest in het voorzieningenniveau en de werkgelegenheid met een (boven)regionale reikwijdte.

Sinds enkele jaren kampt de regio met een binnenlands vertrekoverschot: er vertrekken meer mensen uit de regio dan dat er zich mensen van buitenaf vestigen. Dat vertrek is voor meer dan de helft gericht op Amsterdam en bestaat grotendeels uit jongeren, vaak hoog opgeleid. Het hoort bij de trek

naar de stad: de populariteit van historische steden als Amsterdam en Haarlem is al jaren hoog. Veelal hoogopgeleide jongeren verhuizen naar de stad omdat daar de mogelijkheden voor ontplooiing en ontwikkeling het grootst zijn. Momenteel zien we ook een kentering ontstaan in die trek naar de stad; wonen wordt er voor een deel van de woningzoekenden onbetaalbaar.

Binnen de regio zijn er wel gemeentelijke verschillen in migratie. In Heerhugowaard is er, in tegenstelling tot de andere kernen, nog een relatief sterke groei van de bevolking en het aantal huishoudens. Heerhugowaard is de snelst groeiende gemeente in de regio Alkmaar. Bovendien is er in onze gemeente nog sprake van een afgeleide groei van jonge gezinnen. Van échte ontgroening is in Heerhugowaard dan ook op dit moment geen sprake.

De kwaliteitswensen veranderen wel. Beleving en nabijheid van voorzieningen worden belangrijker: er ontstaat een toenemende vraag naar vormen van stedelijke dichtheid en functies. Voor een deel kan de regio hieraan voldoen door te voorzien in gewenste woonmilieus en voorzieningen passend bij die veranderende kwalitatieve vraag. Voor een ander deel is het van belang om de grote stad snel te kunnen bereiken. De nieuwe wensen houden de regio en de stad in beweging. Dat zorgt bovendien voor dynamiek in Heerhugowaard en in het bijzonder op de Boulevard. Als stad van kansen past het Heerhugowaard om hierop in te spelen.

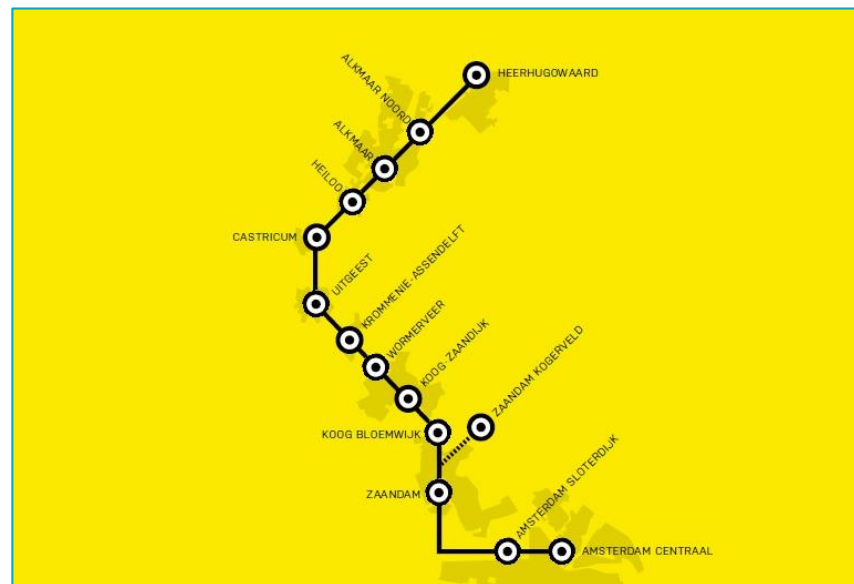
#### HEERHUGOWAARD: STAD VAN KANSEN

Heerhugowaard is een jonge, dynamische en innovatieve gemeente. In de laatste 40 à 50 jaar is de stad sterk gegroeid van een dorp in de polder tot een stad met ruim 53.000 inwoners met daarbij behorend voorzieningenniveau. Het tekent de pioniersmentaliteit van Heerhugowaard en de manier waarop we altijd adaptief zijn geweest aan trends en ontwikkelingen. Onze gemeentelijke slogan is niet voor niets 'stad van kansen'.

## 1.2 Onze uitdaging: inspelen op netwerken en trends

### De potentie van de Boulevard: een gunstige positie en ligging

De potentie van de Boulevard zit dus voor een belangrijk deel in de netwerken waarvan het gebied onderdeel uitmaakt en waar zij onderdeel van uit kan en/of gaat maken. De ligging en de bereikbaarheid van de Boulevard zijn daarbij gunstig. Belangrijk zijn met name de aanwezigheid van het NS-station en de positie hiervan op de Zaancorridor. De positie van Heerhugowaard in het groter perspectief biedt potentieel voor de verdere ontwikkeling van het gebied.



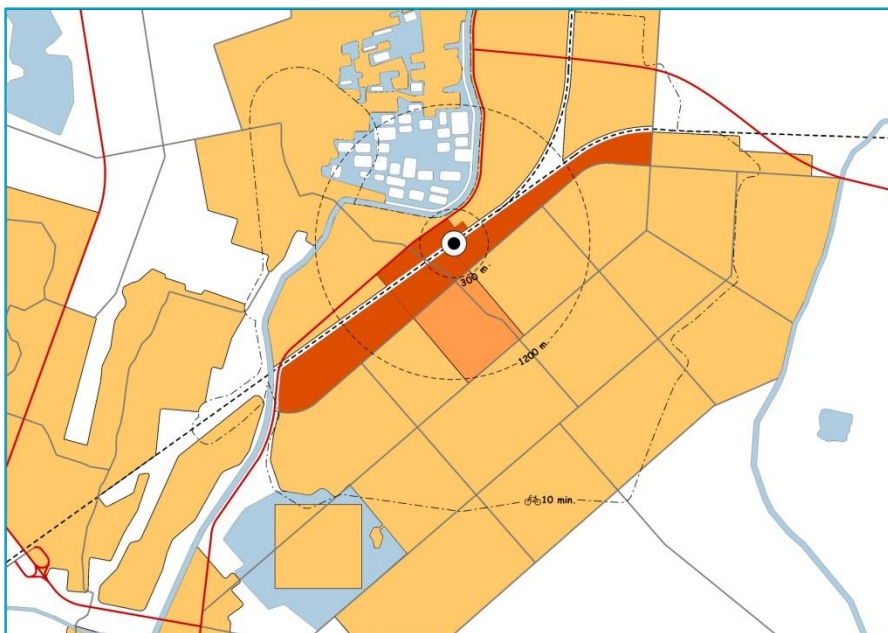
Afbeelding 5: Heerhugowaard als uiteinde van de Zaancorridor (bron: 'Onder Weg!' – BNA Onderzoek, 2014, bewerking gemeente Heerhugowaard)

Onze uitdaging is om het potentieel van de verschillende netwerken waar Heerhugowaard onderdeel van uitmaakt optimaal te benutten. We willen dat de boulevard een grotere rol van betekenis gaat spelen, ook in een wereld waar de markt- en maatschappelijke ontwikkelingen elkaar vlot opvolgen. Dit met inachtneming van de kwaliteiten van het gebied. Om aan die ambitie te voldoen, is blijvende aandacht en inzet op alle schaalniveaus nodig.

### Knooppuntontwikkeling als motor voor de Boulevard

Voor de gebieden in de invloedssfeer van het station profiteren van de (boven)regionale netwerken. Deze invloedssfeer wordt door de provincie in haar knooppuntenbeleid uitgedrukt in een zone van 1.200 meter rondom het station. In figuur 5 is te zien dat dit gebied een groot deel van de Boulevard omvat, maar ook bijvoorbeeld het Stadshart valt hieronder.

We zien zelf een groter gebied dat profiteert van het station en drukken dat uit in een 10-minuten-fiets-zone.



*Afbeelding 6: De Boulevard en de invloedssfeer van het NS-station*

Stations door het hele land veranderen in toenemende mate van een efficiënte plek voor vertrek en aankomst naar een plek die ook als bestemming fungeert, bijvoorbeeld als aantrekkelijke locaties voor ontmoeting. Op stations kunnen met het verbeteren van de zogenaamde knoop- en plaatswaarde grote maatschappelijke voordelen worden behaald. Dat geldt ook voor de Boulevard.

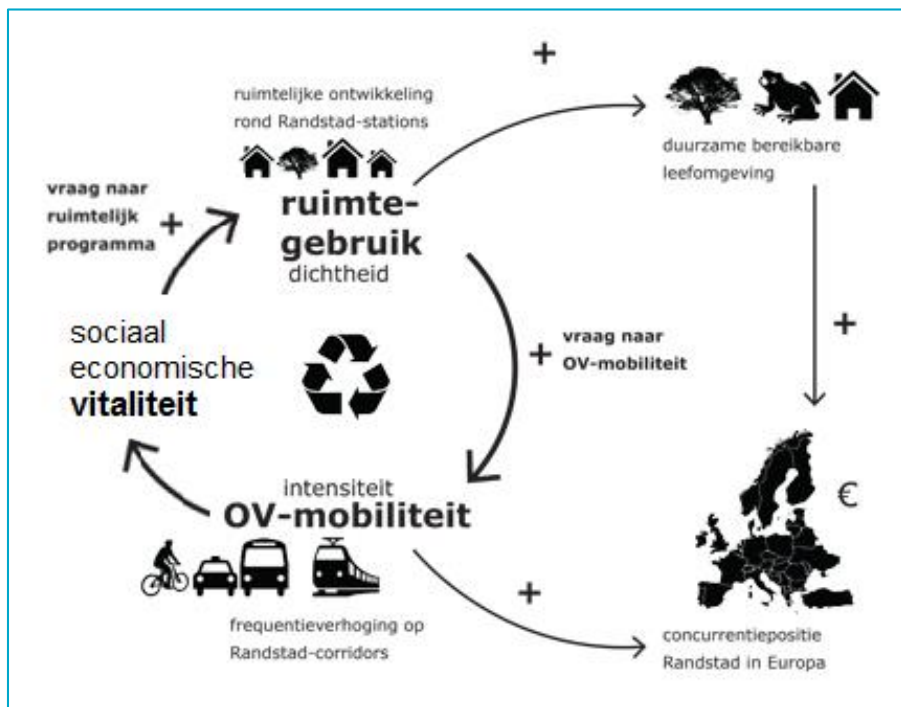
Bij knoopwaarde gaat het om de bereikbaarheid van de locatie: van microbereikbaarheid (lopen, fietsen) tot bereikbaarheid op stedelijke, regionale en ook hogere schaalniveaus. Bij plaatswaarde gaat het om functies, activiteiten en verblijfskwaliteit, mede bepaald door stedenbouw, architectuur en inrichting van het gebied.

In dit kader zijn de huidige ontwikkelingen in het Stationsgebied en het Stadshart ook goed te verklaren. Het zijn de plekken waar onze groeiende gemeente aanhaakt op het stedelijk netwerk en waar ook een voor Heerhugowaard nieuwe vorm van stedelijkheid is ontstaan. Knoop- en plaatswaarde versterken elkaar: functiemenging in een openbaar vervoersknoop, relatief hoogstedelijke woonvormen en een bruisend Stadshart komen hier bij elkaar.

#### STRUCTUURVISIE STATIONSGBIED

In de structuurvisie van het stationsgebied in Heerhugowaard wordt sterk op de aspecten knoop- en plaatswaarde ingespeeld door het programma en de ruimtelijke kwaliteit van het gebied en door verbetering van de bereikbaarheid, zowel op lokaal als bovenregionaal schaalniveau. Bedrijven, horeca en andere functies ontdekken knooppunten als Heerhugowaard als interessante en herkenbare vestigingslocaties. De combinatie van goede voorzieningen en vervoersmogelijkheden maken Heerhugowaard tot een interessante plek om 'nieuwe' stedelijkheid te ontplooiën.

De strategie richt zich dan ook op het optimaal benutten van knooppuntontwikkeling: een ontwikkeling waarbij de combinatie van gebiedsontwikkeling en infrastructuur centraal staan. Dit met inachtneming van kernwaarden als leefbaarheid, duurzame ontwikkeling (People, Planet, Purpose) en bereikbaarheid. Een modern Stationsgebied hoort bijvoorbeeld niet alleen de trein te faciliteren, maar moet een naadloze overgang geven naar bus, (OV-)fiets, auto en andere modaliteiten. De verschillende kwaliteiten van elke modaliteit vullen elkaar op die manier goed aan.



Afbeelding 7: Mix tussen infrastructuur en gebiedsontwikkeling (bron: SprintStad Deltametropool, bewerking Stec Groep)

### 1.3 Hoe zien we dit nu al in Heerhugowaard terugkomen?

We zien dat de Boulevard steeds multifunctioneler wordt. In de loop van de tijd hebben zich steeds meer andere functies in de verschillende deelgebieden gevestigd. Denk daarbij bijvoorbeeld aan grootschalige detailhandel op Beveland, maar ook verschillende zorgverleners en vrijetijdsfuncties die zich verspreid over het gehele gebied hebben gevestigd.

We krijgen als gemeente ook steeds vaker aanvragen voor functies die eigenlijk niet in het bestemmingsplan of ander vigerend beleid passen. Dit terwijl ze misschien erg kansrijk zijn en een aanwinst kunnen zijn. Niet alleen voor de Boulevard, maar voor heel Heerhugowaard. Het gaat dan bijvoorbeeld

om diverse vormen van detailhandel, zoals webshops en pick-up points, maar ook horecafuncties, woningen, belevingsconcepten en tijdelijke (pop-up) initiatieven. We constateren dat de markt en de stedelijke en regionale dynamiek zich steeds meer ontwikkelen richting dit soort 'nieuwe' consumentgerichte initiatieven. Dat vraagt ons om, net als veel andere Nederlandse gemeenten, na te denken over de juiste manier om hier zorgvuldig, maar toch innovatief mee om te gaan.

We vinden het van belang om weloverwogen en vraaggericht ruimte te bieden aan stedelijke ontwikkelingen, vanuit een adaptieve houding. De afweging die we daarbij maken is tweeledig.

Eenzijds kan toenemende multifunctionaliteit een impuls betekenen voor de Boulevard, de ontwikkeling van Heerhugowaard als geheel en de positie van Heerhugowaard in de regio. Multifunctionaliteit kan ervoor zorgen dat het gebied meer gaat leven, dat mensen en bedrijven de door hun gewenste faciliteiten en activiteiten nabij hebben en het kan een opwaarts effect hebben op de ruimtelijke kwaliteit van en vastgoedwaarden in het gebied, bijvoorbeeld doordat leegstand wordt ingevuld en verloedering wordt tegengegaan.

Anderzijds is het wel belangrijk om het juiste initiatief op de juiste plaats te vestigen, zodat het toekomstperspectief van andere gewenste functies niet onder druk komt te staan of bestaande functies ongewenst in hun activiteiten worden bekneld. We vinden het van belang om niet alleen korte termijn-succes te behalen, maar ook op lange termijn een robuuste strategie te hebben voor een dynamische Boulevard.

We doen dit door vernieuwende initiatieven in de basis te stimuleren, mits dat bijdraagt aan de economische waarde, sociaaleconomische vitaliteit en ruimtelijke kwaliteit van de Boulevard. Daarom hebben we gekozen voor het opstellen van deze strategie, waarin handvaten worden geboden voor een succesvolle doorontwikkeling van de Boulevard in de komende jaren. Met deze strategie dragen we onze ambitie uit en bieden we helderheid aan ondernemers, grond- en vastgoedeigenaren, al onze andere partners in en rondom de Boulevard en onszelf, zodat we de komende jaren gezamenlijk succesvol kunnen investeren in een vitaal Heerhugowaard.

## WE GEVEN DE KANSRIJKHEID PER FUNCTIE AAN

Voor elk deelgebied geven we in hoofdstuk 2 voor acht verschillende functies in een schema aan hoe wij de kansrijkheid van deze functies taxeren. We baseren ons hierbij op de analyse van de huidige situatie in combinatie met de ambitie die we voor elk deelgebied hebben. We doen dit om houvast te bieden, zowel voor ondernemers als voor onszelf. Het uitgangspunt hierbij is dat elke functie mogelijk is (we zeggen nergens op voorhand 'nee' tegen), maar dat bestaande randvoorwaarden en initiatieven soms goed en soms minder goed samen gaan op de specifieke locatie. We zullen in geval van 'minder kansrijk' samen met de ondernemer op zoek gaan naar een geschiktere locatie, of we gaan samen onderzoeken hoe we het initiatief op deze locatie kansrijker kunnen maken. De mate van kansrijkheid bepaalt ook waar we actief op inzetten en op welke onderdelen we meer reactief zullen zijn.

## GEBIEDSONTWIKKELING NIEUWE STIJL

De concrete uitwerking van de strategie hangt samen met 'gebiedsontwikkeling nieuwe stijl', waar we ons als gemeente ook op richten in Strategie De Vaandel. De manier waarop in Nederland gebieden worden ontwikkeld is de laatste jaren namelijk fundamenteel veranderd. Dat gebeurde als gevolg van zowel maatschappelijke als economische ontwikkelingen: de manier waar op gebiedsontwikkeling in Nederland werd georganiseerd en gefinancierd bleek namelijk niet duurzaam. Van een 'oude' gebiedsontwikkeling – een op aanbod gestuurd systeem – gaan we steeds meer naar 'nieuwe' gebiedsontwikkeling, waarbij vraaggericht en flexibel werken centraal staan. Waar oude gebiedsontwikkeling zich voornamelijk kenmerkte door grootschalige plannen met een gefixeerd eindbeeld, een blauwdruk, wordt nieuwe gebiedsontwikkeling juist gekenmerkt door stapsgewijs, kleinschalig ontwikkelen op basis van een globaal eindbeeld, met een lange tijdshorizon en waarbij rekening wordt gehouden met onzekerheden in het proces. Dat past beter bij de huidige tijdsgeschiedenis. De nieuwe manier vraagt ook actie van ons als gemeente. Te beginnen met het formuleren van een heldere visie en ambitie.

Kenmerkend voor deze stijl van gebiedsontwikkeling zijn<sup>1</sup>:

- Een behoefte aan een vraaggerichte 'bottom-up' aanpak, waarbij de eindgebruiker centraal staat;
- Een behoefte aan samenwerking met andere dan de traditionele partijen in stedelijke gebiedsontwikkeling
- Een concrete nieuwe invulling van de rol van de gemeente: vaak faciliterend en indien noodzakelijk actief participierend
- Nieuwe samenwerkingsarrangementen en verdienmodellen
- Nieuwe instrumenten en wetgeving, zoals de nieuwe Omgevingswet
- Een grote behoefte aan creativiteit

<sup>1</sup>Gebaseerd op 'Gebiedsontwikkeling in een andere praktijk, wat nu te doen?' (De Zeeuw, 2011)

# 2 Strategie

## 2.1 Leidende principes

We stellen de strategie voor de Boulevard pragmatisch op, zodat het alle betrokkenen bij de ontwikkeling van de Boulevard houvast biedt. Voordat we onze uitgangspunten voor de Boulevard als geheel en per deelgebied formuleren, noemen we een aantal leidende principes. Deze principes vormen het fundament van de strategie. We lichten ze hieronder toe.

### LEIDENDE PRINCIPES

- Aandacht en inzet op verschillende schaalniveaus
- Samenlevingsgerichte aanpak: private inzet waar dat kan
- Van 'blauwdrukplanologie' naar ruimte voor het initiatief
- De juiste mix van functies maakt succes
- De Boulevard als aanvulling op het Stadshart en De Vaandel
- Integrale benadering: ook richting de Omgevingswet
- Duurzame ontwikkeling: People, Planet, Purpose

### Aandacht en inzet op verschillende schaalniveaus

We bekijken de strategie niet alleen vanuit de netwerken waarin we ons bevinden, maar kijken ook naar lokale dynamiek: energie vanuit ondernemers, initiatiefnemers en andere betrokkenen. Elk schaalniveau kent een eigen ambitie en dynamiek en vraagt daarmee om een specifieke benadering, rol en inzet vanuit de gemeente. Vanuit de netwerken waarin we opereren is regionale samenwerking van groot belang voor een succesvolle doorontwikkeling van de Boulevard. Ons 'laten zien' betekent dat we kunnen meepraten, ons van onze beste kant kunnen laten zien. We werken met de blik op een verdere tijdshorizon, waardoor resultaat op korte termijn niet altijd zichtbaar is. Voor het faciliteren van 'bottom-up'-dynamiek moeten we als gemeente enerzijds sturen en beïnvloeden, zodat we onze kansen optimaal

kunnen benutten en we verschillende belangen juist kunnen afwegen. Anderzijds moeten we durven loslaten en beleidsmatig meebewegen met datgene wat de markt en maatschappij ons aanreikt. De strategie moet zoveel mogelijk beantwoorden aan de vraagstukken die op ieder schaalniveau spelen.



*Afbeelding 8: Participatie in gebiedsontwikkeling, stakeholdersbijeenkomst ondernemers 19 november 2015 Boulevard*

### Samenlevingsgerichte aanpak: private inzet waar dat kan

Om optimaal te groeien als regio zijn samenwerking en partnerschap steeds belangrijker. Centraal hierin staat de zogenoemde Multi Helix-gedachte: samenwerkingsverbanden tussen bedrijfsleven, kennisinstellingen, overheden en de burger, kortom: de samenleving.

We kiezen daarom in de strategie voor een samenlevingsgerichte aanpak, waarmee we proberen alle partijen zoveel mogelijk positie te geven om te initiëren en te ondernemen.

Deze aanpak is tweeledig. Als overheid willen we meer als partner optreden in plaats van regelgever. We willen niet die ouderwetse overheid zijn die boven de partijen hangt. Veel liever zijn we de lijm tussen de verschillende partijen, die onmisbaar is om sterke initiatieven te ontplooiën. We zorgen ervoor dat ondernemers en initiatiefnemers de gemeente makkelijker kunnen vinden, maar ook dat ondernemers elkaar goed kunnen vinden. We functioneren als aanjager en verbinder en ondersteunen waar dat kan en waar dat gewenst is.

Dit betekent ook dat de samenleving meer eigen verantwoordelijkheid draagt en initiatief kan – misschien wel moet – nemen. Onze partners in de Boulevard, maar ook daarbuiten moeten ons als gesprekspartner zien. We gaan altijd het gesprek aan om te kijken hoe we iets voor elkaar kunnen betekenen. Voor ons als gemeente betekent dit zichtbaar en benaderbaar zijn. Openheid en een ‘warm welkom’ zijn belangrijk, maar ook organisatorisch vermogen. We zien het als onze taak om de groei van nieuwe initiatieven optimaal te faciliteren en er alles aan doen ze te behouden voor Heerhugowaard en de regio.

#### EEN EERSTE STAP NAAR VERDERE SAMENWERKING

Ondernemers, organisaties en andere stakeholders zijn in toenemende mate bereid mee te denken over hun directe omgeving. Dat lieten zij al zien in het proces dat leidde tot deze strategie. We merken dat er veel energie en ideeën zitten bij de betrokken partijen. Een goede start!

#### Van ‘blauwdrukplanologie’ naar ruimte voor het initiatief

Natuurlijk heeft de gemeente expertise in gebiedsontwikkeling, maar daarin zijn we niet exclusief. We willen daarom meer ruimte bieden aan het initiatief. We werken in deze strategie vanuit een toekomstbeeld en ambitie op basis van kansen en ‘versnellingsmomenten’ die zich aandienen in het gebied (zie verderop in paragraaf 2.2). Onze ruimtelijke plannen moeten hierop worden toegespitst.

We bieden de ruimte echter wel binnen kaders: elk deelgebied is uniek en we moeten keuzes maken om de kernkwaliteiten van elk gebied optimaal benutten. Op die manier wegen we ieders belang zoveel als mogelijk zorgvuldig af en zo zorgen we voor echt kansrijke plekken. Keuzes maken in het gebied vinden we in ieders belang. We kijken vooral naar de mogelijkheden en denken niet vanuit de belemmeringen.

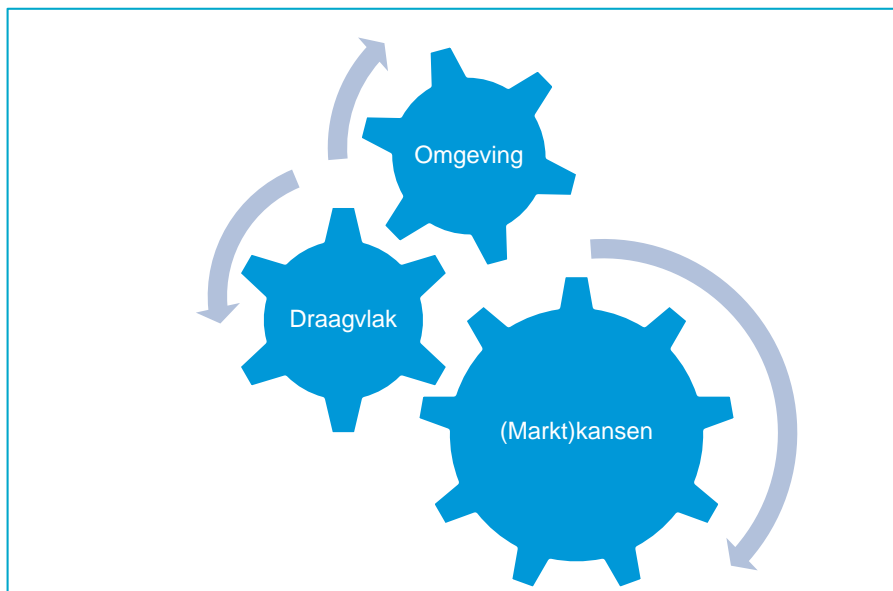
#### INTEGRALE GEBIEDSTEAMS

In het gemeentehuis werken we met integrale gebiedsteams, samengesteld vanuit verschillende vakdisciplines. Deze teams behandelen de initiatieven van ondernemers die niet binnen bestaand beleid passen. We geven een gezamenlijk integraal advies over de kansen voor het initiatief op de betreffende locatie, denken actief mee met de initiatiefnemer en proberen deze snel en adequaat antwoord te geven.

Voor het stationsgebied gaan we verder en richten we een ontwikkel- en transformatieteam in dat de komende jaren met stakeholders de gebiedsontwikkeling ter hand neemt.

#### De juiste mix van functies maakt succes

De strategie draait om dynamiek, activiteiten en kansen. Dat totaalplaatje moet kloppen. Het doel is dat functies bij elkaar komen die elkaar versterken, levendigheid genereren in het gebied en bovenal niet remmend werken ten opzichte van elkaar. In andere woorden, de juiste mix van functies maakt succes.



Afbeelding 9: De juiste mix maakt succes (bron: Stec Groep)

### De Boulevard als aanvulling op het Stadshart

De Boulevard is niet het enige gebied in Heerhugowaard dat belangrijk is voor de stad. Ook het Stadshart is bijvoorbeeld van grote waarde. We vinden het niet wenselijk om beide gebieden met elkaar te laten concurreren. Met het Stationsgebied is de Boulevard in principe de entree van Heerhugowaard, maar we hebben natuurlijk nog veel meer te bieden. De Boulevard moet wat betreft functies en kansen dan ook een aanvulling zijn op het Stadshart en andersom. Maar we hebben nog veel meer te bieden. Op De Vaandel hebben we ruimte voor grootschalige ontwikkelingen.

### WE ZIJN AL OP WEG!

We beginnen niet op 'nul' bij deze afweging. Er wordt al ingespeeld op meer beleving, activiteit en verblijf en we staan al nieuwe ontwikkelingen toe op de Boulevard. We hebben in 2015 in het gebied bijvoorbeeld ondergeschikte horeca-activiteiten onder voorwaarden mogelijk gemaakt. Het betreft ondergeschikte horeca-activiteiten in de vorm van daghoreca, zoals een koffiecorner en lunchroom. Per plangebied worden in het huidige beleid in een periode van twee jaar, maximaal vijf ondergeschikte horeca-activiteiten toegelaten. Initiatiefnemers worden uitgenodigd en uitgedaagd om een concept te ontwikkelen dat complementair is aan bestaande horeca en kan bijdragen aan versterking van de bestaande stad.

### Integrale benadering: adapteren aan de Omgevingswet

We gaan meer uit van maatschappelijk initiatief en ondernemerschap. We laten dat zien via participatie, co-creatie en meer regelvrijheid. Dit noemen we ook wel de 'doe-democratie'. Dit zijn ook de wettelijk-ruimtelijke kaders waar we over enkele jaren mee werken in het kader van de Omgevingswet. De huidige maatschappelijke onderdelen in het sociale domein kunnen naar onze mening namelijk alleen effectief vorm krijgen, wanneer organisaties, instellingen en vrijwilligers met elkaar samen kunnen werken. Vanuit een integrale benadering bundelen we de krachten van de verschillende beleidsvelden en zoeken we samen oplossingen dichtbij. Dat maakt ook dat ruimtelijke afwegingen uiteindelijk completer worden. Anticiperen op de Omgevingswet gaat daarom als vanzelf ook over een verandering in onze eigen organisatie. Daar zijn we als gemeente al druk mee bezig, parallel aan deze strategie.

### Duurzame ontwikkeling: People, Planet, Purpose

We staan voor een duurzame ontwikkeling gericht op het bevorderen van een evenwichtige groei (het in balans zijn) van de veerkracht en kwaliteit van de natuur (Planet, het ecologisch kapitaal), van het lichamelijke en geestelijke welzijn van mensen (People, het sociaal-cultureel kapitaal) en van de



houdbaarheid van de economische productie en consumptie (Purpose, het economisch kapitaal). Duurzame ontwikkeling en onze visie hierop, verwoord in de 'Strategie Duurzame Ontwikkeling', is dan ook één van de leidende principes in deze strategie.

## **2.2 De Boulevard: dynamische ruggengraat van de stad**

### **De Boulevard als geheel: rode draad door de deelgebieden**

De drie verschillende deelgebieden Beveland, Stationsgebied en De Frans staan met elkaar in verbinding: ze interacteren met elkaar en versterken elkaar. De Boulevard is meer dan een optelsom van de drie en is daarmee van toegevoegde waarde in de regio en in het netwerk. De deelgebieden hebben ieder hun eigen specifieke kenmerken, kansen en ontwikkelpotentie. Ze hebben daarom voor de verschillende functies elk een eigen strategie. De Boulevard moet meer onderdeel van de stad gaan worden. Met de ambitie en de keuzes voor elk deelgebied denken we de kernkwaliteiten van elk gebied optimaal te kunnen benutten.

Het kloppend hart is het Stationsgebied. Het gebied vormt een belangrijke entree van Heerhugowaard, waar mensen op- en afstappen, werken, wonen en verblijven. Het moet de komende jaren transformeren tot een hoogwaardig, modern stationspark met een mix van functies. Die ontwikkeling zal een aantal jaren duren, maar een gemeentelijke keuze om versnelling in deze transformatie te realiseren ligt mede door de samenwerking op de Zaancorridor de komende jaren voor de hand. Toch hebben er al veel ontwikkelingen plaatsgevonden en zijn er nieuwe initiatieven in voorbereiding. Deze vitaliteit en activiteit in het Stationsgebied straalt ook uit naar de omliggende gebieden. Niet alleen naar Beveland en De Frans, maar ook daarbuiten. In het vorige hoofdstuk drukten we deze invloedssfeer al uit in een zone van 1.200 meter rondom het station én een 10-minuten fietszone.

Beveland en De Frans hebben daarnaast ieder een geheel eigen profiel en een autonome ontwikkelpotentie. Ze vullen het Stationsgebied en elkaar aan. Beveland is ten opzichte van de andere gebieden bijzonder geschikt voor het uitdragen van grootschaligheid: het gebied huisvest functies met een

grootschaliger uitstraling en ligt nabij en deels in het zicht van de Westerweg/N242. Er zijn nu vooral bedrijven gevestigd. Het aanwezige cluster met grootschalige detailhandel en ook andere functies brengen een mensenstroom naar het gebied, waardoor Beveland meer levendigheid heeft gekregen. Vernieuwende initiatieven bieden kansen voor verdichting, verstedelijking en functiemenging, passend bij het schaalniveau en de kwaliteiten van het gebied. We gaan nog meer werken aan de zichtbaarheid van Beveland om dit soort vernieuwende initiatieven uit te nutten.

Aan de andere kant van de Boulevard ligt het kleinschalige, op sommige plekken wat verouderde De Frans. Het gebied is als ingesloten, relatief goedkope locatie voor het midden- en kleinbedrijf bij uitstek geschikt om kleinschalige initiatieven met nieuw elan te faciliteren. Deze initiatieven zijn vaak concepten of bedrijven die lastig aan een plek komen, maar waar veel potentie in zit. Initiatieven die vaak qua uitstraling en dynamiek aanstekelijk zijn en navolging krijgen. Op de gehele Boulevard is tot op zekere hoogte ruimte voor experimenteren en pionieren, maar De Frans biedt hiervoor de meest laagdrempelige plek. Investeerders en initiatiefnemers zijn er welkom met hun creatieve ideeën.

### **Welke concrete stappen zetten we?**

We hebben een drietal algemene actiepunten geformuleerd die voor de gehele Boulevard van toepassing zijn. Deze worden hieronder besproken.

#### **1. *Inspelen op versnellingsmomenten***

Een aantal ruimtelijke ontwikkelingen is vooral lokaal georiënteerd, maar sommige ruimtelijke ontwikkelingen stralen af op een groter gebied en spelen een rol in een groter netwerk. Dat zijn de aanjagers van gebiedsontwikkeling. Deze ontwikkelingen stralen af op de directe omgeving en creëren kansen, bijvoorbeeld door toeloop, naamsbekendheid, kruisbestuiving of simpelweg stijging van vastgoedwaarde in de directe omgeving. Dit soort aanjagers leiden tot versnellingsmomenten in de gebiedsontwikkeling. Het zijn ontwikkelingen die afstralen op de directe omgeving en kansen creëren rondom samenwerking en tot spin-off kunnen leiden. Deze versnellingsmomenten zijn

kansen waar we als gemeente zelf niet altijd vanaf de start grip op hebben. Soms komen ze gewoon 'aanwaaien', bijvoorbeeld als een grote naam zich in Heerhugowaard wil vestigen.

Een voorbeeld van het benutten van een versnellingsmoment is de ontwikkeling van het Stationsgebied als gevolg van de ontwikkelingen rondom de Zaancorridor en het provinciale knooppuntenbeleid. Die kans doet zich nu voor en wij benutten dat versnellingsmoment door onszelf een actieve rol in het Stationsgebied toe te delen. Als dat vervolgens resulteert in investeringen van marktpartijen, dan wordt er met elkaar waarde gecreëerd. We kijken zo te allen tijde naar een passende gebiedsontwikkeling wanneer een kans zich voordoet. Heerhugowaard gaat als stad optimaal profiteren van de kansen die zich aandienen.

## 2. *Synergie en samenwerking stimuleren*

Initiatieven hebben alleen kans van slagen als partijen elkaar vinden en urgentie voelen om samen de schouders eronder te zetten. We merken dat ondernemers er behoefte aan hebben om elkaar te leren kennen en op een georganiseerde manier samen te werken. Dergelijke 'zelforganisatie' maakt dat ondernemers meer slagkracht krijgen en verantwoordelijkheid kunnen nemen in het gebied op basis van gedeelde ontwikkelingsstrategieën. Daar staan wij als gemeente volledig achter: samen bereik je namelijk meer.

We hebben als gemeente een rol in het vormen van deze coalities. Soms kunnen wij deze actief trekken, soms volgen we op uitnodiging van initiatiefnemers. Een coalitie kan een juridisch karakter hebben, zoals een Bedrijven Investerings Zone (zie in het hoofdstuk 3 'Gereedchapskist'), maar vaker zal het gaan om een gerichte samenwerking met een gemeenschappelijk doel. We zijn er in ieder geval altijd bij.

## 3. *Verbeteren van de openbare ruimte*

We willen investeren in het verbeteren van de vindbaarheid, het uitdragen van de identiteit van de gebieden en het oppakken van gezamenlijke kansen. De openbare ruimte moet aansluiten bij de verstedelijking en verdichting van het

gebied. We kijken graag samen met betrokken partijen en initiatiefnemers hoe we een openbare ruimte kunnen creëren die past bij de gewenste functie van het gebied. Dat betekent dat zij samen met ons het ontwerpproces vormgeven. Wanneer ontwikkelingen daarom vragen, kijken we naar de mogelijkheden om hier samen in te investeren. We hebben daarbij een constante blik op slim combineren van budgetten en constructies rondom cofinanciering (zie ook in het hoofdstuk 'Gereedchapskist'), ook bij de inzet van regulier beheer en onderhoud.

### VERSNELLINGSMOMENT: KNOOPPUNTEN

Op de Boulevard als geheel is het belangrijkste versnellingsmoment het provinciale knooppuntenbeleid, dat verstedelijking en ontwikkeling beoogt rondom de belangrijke OV-knooppunten. De positie van het NS-station in dit beleid en de daaruit voortkomende potentie benutten we de komende jaren optimaal op de Boulevard.

## 2.3 Beveland: fysiek grootschalig en in het zicht



Afbeelding 10: Ligging Beveland

## Waar bouwen we op?

### Beveland samengevat...

- Beveland is een gebied met een brede, gemengde bestemming. Dat is terug te zien aan de in het gebied gevestigde functies. Op Beveland zijn detailhandelsvestigingen, zorgfaciliteiten, een horecavoorziening, vrijetijdsfuncties en reguliere bedrijfs- en kantoorruimten gevestigd.
- Beveland huisvest B2B-bedrijven (bedrijven die voornamelijk dienstverlenend van aard zijn en werken met en voor andere bedrijven), maar in toenemende mate ook B2C-bedrijven. Dat zijn bedrijven waarbij direct zaken wordt gedaan met de consument, afkomstig uit Heerhugowaard, de regio of zelfs verder weg. Deze mensen bezoeken de locatie ook en dat levert reuring op.
- Beveland is helder en ruim van opzet, met voornamelijk grootschalig vastgoed, brede wegen en veelal parkeerruimte op eigen terrein.
- Beveland heeft een regionale oriëntatie en dat zien we terug in de hier gevestigde functies. Een kenmerk van het gebied is bijvoorbeeld het gevestigde, streekverzorgende PDV-cluster, bestaande uit enkele bouwmarkten, aanbieders van tuin- en woninginrichting en bruin- en witgoedwinkels.

Het gebied functioneert in haar huidige functie als bedrijventerrein nog relatief goed. Het vastgoed en de omgeving voldoen in belangrijke mate voor de nu gevestigde functies, de infrastructuur past bij de kenmerken van het gebied en hoewel er leegstaande panden zijn, is het gebied (nog) niet dusdanig aan het verouderen dat versnelde, grootschalige investeringen noodzakelijk of strategisch zijn.

Tegelijkertijd dienen zich in het gebied grote verstedelijkingskansen aan. Het gebied ligt bijna volledig binnen de invloedssfeer van het station. Dat wordt versterkt door de grootschalige uitstraling ten opzichte van de andere gebieden, de ruimte en de beperkte veroudering. Deze potentie kunnen we optimaal benutten.

### **Wat zijn onze ambities voor het gebied?**

We willen functiemenging en verstedelijking verder doorzetten en meer stedelijke beleving creëren in het gebied. Versterken, verbreden en toevoegen van functies draagt bij aan meer dynamiek en daarmee ook aan de identiteit, zichtbaarheid en vindbaarheid van het gebied. Daarbij hoort ook het fysiek sterker verbinden van het gebied met de stad door betere routes voor langzaam verkeer. Nu is het sterk ingericht op autoverkeer terwijl er veel wordt gefietst en gelopen. Hiermee krijgt het gebied ook een ander ritme. Daarmee profiteren ook de rest van de Boulevard en Heerhugowaard. Bovendien past verstedelijking en functiemenging ook helemaal bij onze plannen voor ontwikkeling en verstedelijking rondom het knooppuntenbeleid.

We zetten erop in om Beveland verder te versterken als B2C-gebied en ruimte te bieden voor nieuwe functies en activiteiten: vernieuwende concepten, bijvoorbeeld die bestaan uit een mengvorm van functies en inspelen op de beleving van de hedendaagse consument. Onze ambitie is om voornamelijk stappen te zetten op de beleving van het gebied. We moeten bovendien laten zien dat het gebied er is, wat er in het gebied aan dynamiek plaatsvindt en wat men er kan vinden.

We kijken in onze ambitie naar datgene wat strategisch is, ook in de tijd: het gebied functioneert op dit moment nog relatief goed en ook de bestaande ondernemers verdienen maximale ruimte en steun om hun activiteiten te ontplooiën. Hoe kunnen we hen het beste helpen om succesvol te zijn?

### **Welke concrete stappen gaan we hiervoor zetten?**

#### *1. Verbeteren van de vindbaarheid van het gebied*

We willen Beveland beter zichtbaar maken voor de buitenwereld. Die wens horen we ook van ondernemers en daar helpen we hen graag bij. Het gebied en de daar gevestigde functies hebben een regionale oriëntatie, maar het gebied staat op dit moment nog niet optimaal in de etalage. We moeten Beveland zichtbaar maken voor potentiële klanten, initiatiefnemers en mensen die langs het gebied over de Westerweg (N242) rijden. We willen daarvoor

onder andere de bezoekersstroom van en naar het gebied beter zichtbaar maken: mensen moeten het ritme van Beveland voelen.

We willen daarom op korte termijn met onze partners in het gebied bekijken op welke manier zij het beste geholpen zijn in het verbeteren van de vindbaarheid. We ontwikkelen graag samen een concreet plan hiervoor en staan ervoor open om samen hierin te investeren. We denken bijvoorbeeld aan een landmark, zodat de aandacht naar het gebied kan worden getrokken en een betere bewegwijzering. In ieder geval een manier waarmee mensen attent worden gemaakt op datgene wat er op Beveland te vinden is.

#### *2. Identiteit van het gebied sterker uitdragen*





Beveland moet zich sterker gaan 'branden'. Ook mensen van buiten Heerhugowaard moeten weten wat er op Beveland gevestigd is. Daar zijn legio mogelijkheden voor. Het is een B2C-gebied, met veel ontwikkelpotentie vanuit de gevestigde functies en de nabijheid van het station. Daarnaast ligt de locatie in het zicht en is er ruimte beschikbaar. De mogelijkheden tot verstedelijking en verdichting moeten bekend zijn bij potentiële investeerders en initiatiefnemers, mede via deze strategie. Bovendien heeft het gebied nu al veel te bieden. Niet voor niets is het PDV-cluster in de regionale detailhandelsvisie aangemerkt als verzorgend voor de gehele regio.

We willen hiervoor samen met de betrokkenen bij het gebied bekijken op welke manier we de identiteit van het gebied - stedelijke beleving met een mix van functies - verder kunnen uitdragen. Zo kunnen we bijvoorbeeld ook 'social media' inzetten om het gebied beter in de markt te zetten.

## LANDMARK VOOR MEER REURING EN DYNAMIEK

Een landmark aan de zuidzijde van Beveland kan de identiteit en de oriëntatie van het gebied en/of de stad markeren. Dat draagt bij aan de vindbaarheid en herkenning. Dat kan bijvoorbeeld in de vorm van een bijzondere sculptuur als zelfstandig object, maar ook als een sculpturaal vormgegeven gebouw. In Amsterdam zien we een herkenbaar landmark met het slogan **I amsterdam**.



Functie	Passend bij het gebied	Toelichting
<b>Wonen</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wonen vinden we alleen onder voorwaarden passen op Beveland. Het gebied heeft een grootschalig karakter en wonen gaat niet zonder meer samen met de uitstraling van het gebied en de daar gevestigde functies. Beveland faciliteert op dit moment niet de omgeving waarin een woonmilieu past en heeft van de drie deelgebieden de minste marktpotentie.</li> <li>• Indien Beveland op termijn organisch haar huidige bedrijfs- en detailhandelsfunctie verliest, kan wonen een welkome functie zijn. We monitoren de ontwikkelingen in het gebied.</li> <li>• Indien wonen in de toekomst wenselijk is op Beveland, zijn we voorstander van ontwikkelingen in 'stepping stones': clustering in plaats van verspreid over het gebied. Dat betekent slim ontwikkelen op plekken die ook in de toekomst kansrijk zijn als woonfunctie. Daarbij richten we ons op transformatie van bestaande bedrijfs- en kantoorruimten. We beogen wonen verstandig en duurzaam te realiseren, niet slechts te gaan voor snelle winst op plekken die zich aandienen.</li> <li>• Indien wonen in de toekomst wenselijk is op Beveland, dan zal het te allen tijde gaan om gestapelde woonvormen, bij voorkeur gericht op combinaties van doelgroepen en inkomensklassen. Dat maakt de uitdaging groter om het wonen daar ook echt van de grond te krijgen. Maar als dat is gelukt, dan is de kans op een duurzaam toekomstbestendig woonmilieu groter dan wanneer de focus alleen wordt gericht op de doelgroepen die weinig keuzemogelijkheden hebben en daardoor minder kritisch zijn. Daarbij vinden we dat Beveland in dat geval (gedeeltelijk) moet ontwikkelen tot échte leefomgeving, met meer groen en een passende (fiets)infrastructuur. Dat past binnen de 'stepping stone'-strategie.</li> </ul>
<b>Bedrijf</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Op dit moment huisvest Beveland al bedrijven. We vinden dit passen bij de uitstraling en het huidig functioneren van het gebied.</li> <li>• Beveland ontwikkelt zich als een B2C-terrein, waarmee het een eigen dynamiek heeft. Mensen bezoeken de locatie, vanwege de hier gevestigde bedrijven. We vinden het dan ook niet passen om zware bedrijvigheid te vestigen op Beveland.</li> </ul>
<b>Kantoor</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Op dit moment biedt Beveland al ruimte aan kantoren. We vinden dat ook redelijk passen bij het gebied. Het Stationsgebied vinden we voor nieuwvestigers kansrijker.</li> </ul>
<b>Detailhandel</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Op dit moment huisvest Beveland al een streekverzorgend PDV-cluster. Dit cluster zorgt voor een belangrijk deel voor de uitstraling en het huidig functioneren van Beveland.</li> <li>• We willen ruimte houden voor de al gevestigde grootschalige detailhandel, het PDV-cluster.</li> </ul>

		<p>Nieuwe detailhandelsfuncties zijn alleen welkom, mits zij een verrijking/toevoeging zijn voor het gebied, bijdragen aan het aspect 'beleving' en niet ontwrichtend werken voor de bestaande detailhandel in met name het Stadshart.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• We vinden het niet wenselijk om functies te realiseren die ook in het Stadshart kunnen vestigen, zoals kleinschalige (niet-dagelijkse) detailhandel en dagelijkse voorzieningen, zoals een supermarkt en een bakker. Beveland is voornamelijk geschikt voor detailhandel in volumineuze artikelen, zoals de detailhandel die er nu reeds gevestigd is.</li> </ul>
<b>Horeca</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• We vinden op zichzelf staande horeca in principe niet passen op Beveland. Andere plekken in de stad vinden wij daarvoor meer geschikt.</li> <li>• Horeca kan in enkele gevallen wel een gewenste toevoeging zijn als ondersteuning van de bestaande functies in het gebied. We vinden horeca ook passend op Beveland wanneer het geen solitaire vestiging betreft, maar onderdeel is van een andere functie in het gebied. Denk bijvoorbeeld aan een eetruimte in een bedrijfsverzamelgebouw, detailhandelsvestiging of vrijetijdsfunctie.</li> </ul>
<b>Onderwijs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• We vinden onderwijsfuncties beter op andere plekken in de stad passen dan op Beveland, hoewel het grootschalige karakter van onderwijsinstellingen wel goed past op Beveland.</li> </ul>
<b>Vrije tijd</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Op dit moment huisvest Beveland al vrijetijdsfuncties. We vinden dit passen bij de uitstraling en het huidig functioneren van Beveland.</li> <li>• Ook dragen vrije tijdsfuncties bij aan onze ambitie om meer 'beleving' aan het gebied toe te voegen.</li> <li>• Beveland heeft een grootschalig karakter, waarmee het zich qua uitstraling onderscheidt van de andere deelgebieden. Nieuwe vrijetijdsfuncties kunnen zich in het gebied vestigen en kunnen diezelfde grootschaligheid krijgen maar kunnen zich ook huisvesten binnen grotere panden waarbij ze onderdeel worden van een bedrijfsverzamelgebouw gericht op vrije tijdsfunctie.</li> </ul>
<b>Zorgverlening</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Op dit moment zijn er al zorgvoorzieningen gevestigd op Beveland. We vinden dit type functies passend bij het gebied. Dergelijke functies brengen een bezoekersstroom op gang en vragen vaak om het type vastgoed dat reeds goed vertegenwoordigd is op Beveland. Beveland is daarmee een geschikte plek om je te vestigen als zorginstelling: dicht bij de stad, dicht bij station en er is ruimte.</li> </ul>

## 2.4 Stationsgebied: kloppend hart van de Boulevard



Afbeelding 11: Ligging Stationsgebied

### Waar bouwen we op?

#### Stationsgebied samengevat...

- Het Stationsgebied oogt op dit moment nog teveel als 'op- en uitstapplaats', in plaats van een aangenaam gastvrij verblijfsgebied en dynamisch geheel.
- Vanaf de Stationsweg aan de zijde van de stad bevindt zich een zone met onderwijs, sport en zorg, afgewisseld met bedrijven en kantoren. Bovendien wordt er in hoge dichtheid gewoond in appartementencomplexen.
- De openbare ruimte is momenteel onsamenhangend en meer het

resultaat van de bebouwing dan dat het een écht verblijfsgebied is. Ook de verbinding met het Stadshart is qua beleving (nog) niet duidelijk aanwezig, de Zuidtangent is een gevaarlijke barrière voor het langzaamverkeer en het gewenste groene karakter ontbreekt.

- Het gebied is volop in ontwikkeling, maar dit is nog niet onder één noemer en strategie zichtbaar voor de buitenwereld. In de provinciale 'Structuurvisie Noord-Holland 2040' en het provinciale knooppuntenbeleid wordt het stationsgebied aangewezen als een belangrijke OV-knooppunt, intensiveringslocatie en vestigingslocatie voor bereikbaarheid, wonen, onderwijs en zorg.
- Enkele bouwinitiatieven zijn al ingezet, met de realisatie van de fietsbrug 'De Krul' en de opwaardering van de Stationsweg als meest recente voorbeelden. Ook zijn de voorbereidingen voor een ongelijkvloerse kruising van de Zuidtangent met het spoor gestart. Naast ProRail hebben we daarvoor ook het ministerie van I&M, NS en de provincie aan tafel.
- Het Stationsgebied kent een tweedeling, waarbij het spoor feitelijk een barrière is. Het station heeft op dit moment nog teveel een voor- en achterkant.
- De initiatieven vanuit de markt zijn zichtbaar de laatste jaren. Grote werkgevers hebben zich in het Stationsgebied gevestigd, er is nieuwbouw gepleegd rondom het station en plekken zijn getransformeerd naar kantoor- en zorgfuncties.

Het Stationsgebied heeft een grote ontwikkelpotentie, maar voldoet in de huidige vorm niet aan de lokale ambitie, noch aan wat we beogen als betekenisvolle plek op de Zaancorridor. Niet voor niets is transformatie van het gebied al actief ingezet aan de hand van provinciale en gemeentelijke beleidsstukken. Die potentie moeten we optimaal benutten.

### Wat zijn onze ambities voor het gebied?

Met de voortgaande regionalisering en de bouw van woonwijk Broekhorn vormt het Stationsgebied steeds meer de stedelijke schakel tussen de gemeenten Heerhugowaard en Langedijk. Het Stationsgebied heeft



aanknopingspunten om tot een kwaliteitsimpuls en eigen identiteit te komen. De kracht zit in de locatie. Het water en landschap van Broek op Langedijk en de stedelijkheid van Heerhugowaard komen bijeen bij het spoor. Bovendien is er zowel ruimte als technisch en economisch grotendeels afgeschreven vastgoed, zodat nieuwe ontwikkelingen snel kunnen worden gestart. We willen het gebied sterk verstedelijken, passend in de ambitie van de Zaancorridor en het knooppuntenbeleid van de provincie en met een groen, innovatief Heerhugowaards karakter.

De ontwikkelpotentie van het Stationsgebied willen we optimaal benutten. Het gebied moet vooral evolueren tot verblijfplaats in plaats van op- en uitstapplaats. Dat vraagt niet alleen om kwaliteit van de openbare ruimte met snelle verbindingen tussen vervoersmodaliteiten (bijvoorbeeld trein, bus, auto en fiets) en een heldere routing: 'wayfinding', maar ook om (hoogwaardige) functiemenging. Twee kernbegrippen staan daarbij centraal: knoop en plaats. Het Stationsgebied moet meer waarde krijgen als knooppunt, met frequente verbindingen naar Amsterdam, Schiphol, Haarlem, Hoorn, Den Helder en verder het land in (knoopwaarde). Daarnaast moet het Stationsgebied een vitale verblijfplaats worden waar mensen wonen, werken, naar school gaan en elkaar ontmoeten in een kwalitatief hoogwaardig gebied (plaatswaarde). De zuidkant van het station moet zich gaan ontwikkelen tot het hart van de Boulevard en de verbinding met het Stadshart. En hoewel de noordkant van het station nog rommelig oogt, is het een multimodaal bereikbaar gebied met veel potentie.

De eerste ontwikkelingen zijn al gestart: werken aan de juiste ruimtelijke inpassing van de spooronderdoorgang, een concrete start maken met een betere openbare ruimte en het organiseren van een gezamenlijk project met spoorpartijen en provincie vormen de uitdaging van de komende jaren. Het Stationsgebied moet dé entree en het visitekaartje van de stad worden en is daarmee één van de belangrijke ontwikkelingslocaties met (boven)regionale allure.



*Afbeelding 12: Huidige spoorwegovergang bij de Zuidtangent*

#### VERSNELLINGSMOMENT IN GEBIEDSONTWIKKELING

Het stationsgebied heeft een autonome ontwikkelpotentie, mede vanwege de positie op (boven)regionaal niveau. Daarmee is het Stationsgebied een gebied met kansen, maar vooral ook vanuit zichzelf een versnellingsmoment van gebiedsontwikkeling voor de gehele Boulevard. Hoe meer het Stationsgebied knoop- en plaatswaarde ontwikkelt, des te aantrekkelijker worden de gebieden rondom het Stationsgebied, ook voor andere stedelijke functies.

## Welke concrete stappen gaan we hiervoor zetten?

### 1. *Het Stadshart en Stationsgebied als één dynamisch geheel neerzetten*

Het Stationsgebied moet een vanzelfsprekend verlengstuk worden van het Stadshart. In het Stadshart heeft de transformatie van het stadspark en de bouw van het gemeentehuis geleid tot activering en duurzame samenwerking in het gebied en investeringen van derden. Dit is precies wat nu in het Stationsgebied ook nodig is. De reconstructie van de Zuidtangent is gepaard gegaan met meer groen en ook de looproutes van Stationsgebied naar Stadsplein en Coolplein zijn de afgelopen jaren groen ingericht. Die inspiratie moet kunnen leiden tot investeringen in de openbare ruimte en infrastructuur om er één (functioneel en stedenbouwkundig) samenhangend centrumgebied van te maken.

### 2. *Samen werken aan 'wayfinding' en aantrekkelijkheid*



De varianten van de spooronderdoorgang zijn nagenoeg gereed, een samenwerkingsconvenant met spoorpartijen en de provincie is in voorbereiding en de belangrijke randvoorwaarden om de openbare ruimte op korte termijn op te waarderen zijn daarmee nu bekend. Investeren in 'wayfinding' door onder andere landmarks, heldere oriëntatiepunten en een hoogwaardige openbare ruimte doen we samen met de ondernemers in het gebied. De effecten zijn indirect: het gebied wordt aantrekkelijker en interessanter voor nieuwe investeringen.

### 3. *Identiteit van het Stationsgebied sterk uitdragen*

Nu het Stationsgebied wordt getransformeerd, is het belangrijk om in Heerhugowaard, de regio en Noord-Holland te laten zien wat we voor ogen hebben met het gebied. We dragen uit dat het gebied kansen heeft en – heel belangrijk – we laten zien wat we al bereikt hebben. Daarvoor zijn we al druk doende met een gezamenlijke 'branding' voor de stations aan de Zaancorridor. Het Stationsgebied moet een groene, duurzame en een hoogwaardige verblijfplaats worden.

We gaan, naast onze eigen activiteiten, graag samen met ondernemers en initiatiefnemers in gesprek hoe we hier gezamenlijk aan kunnen werken, zodanig dat we ook hen optimaal faciliteren. Het is daarom belangrijk voor de gemeente, voor onze ondernemers, bewoners en bezoekers om alle activiteiten in het Stationsgebied te plaatsen onder één strategie. Die moet bestendigd worden in de gemeenteraad, zodat we voor langere tijd focus houden op de ontwikkeling van het Stationsgebied.

Functie	Kansrijk	Toelichting
<b>Wonen</b>	★★★★★	<ul style="list-style-type: none"> <li>Het Stationsgebied biedt van de drie deelgebieden de beste condities voor wonen. Daar bevinden zich de meeste commerciële en publieksgerichte functies. De afstand tot het Stadshart is klein waardoor het de meeste potentie heeft om als centrum-stedelijk woonmilieu te groeien, passend binnen de in de structuurvisie beoogde uitstraling van een 'hoogwaardig stationspark'. Dat betekent in ieder geval bouwen in een hoge dichtheid. We hebben geen specifieke doelgroep voor ogen, diversiteit is zelfs welkom.</li> <li>Bovendien past wonen binnen het provinciale knooppuntenbeleid, waarin woningontwikkeling beoogd wordt in een straal van 1.200 meter rondom stationsgebieden.</li> </ul>
<b>Bedrijf</b>	★★★☆☆	<ul style="list-style-type: none"> <li>We vinden bedrijfsruimte passen in het Stationsgebied, mits het past binnen de in de structuurvisie beoogde uitstraling van een 'hoogwaardig stationspark'. Dat betekent in ieder geval dat het vastgoed een hoogwaardige, toegankelijke uitstraling moet hebben.</li> <li>We vinden het niet passen om zware bedrijvigheid te vestigen in het Stationsgebied, vanwege de geluids-, stank- of andersoortige overlast die dergelijke bedrijvigheid met zich meebrengt. Dat past niet bij de ambitie van het Stationsgebied als verblijfplaats.</li> </ul>
<b>Kantoor</b>	★★★★★	<ul style="list-style-type: none"> <li>Het Stationsgebied is kwalitatief de beste plek voor kantoren die we in de stad te bieden hebben. De locatie is makkelijk bereikbaar, in het zicht en alle voorzieningen zijn er nabij.</li> </ul>
<b>Kleinschalige detailhandel</b>	★★★★☆	<ul style="list-style-type: none"> <li>We vinden het niet wenselijk om functies te realiseren die concurreren met het Stadshart, zoals niet-dagelijkse detailhandelsvestigingen. Denk daarbij aan modewinkels, optiekzaken of dierenspecialzaken. Zeer kleinschalige, specialistische en incidentele detailhandel is welkom, mits er geen nieuw centrum ontstaat. Denk daarbij aan gebruikelijke kleinschalige detailhandel rondom een stationsontwikkeling.</li> <li>We vinden detailhandel passen in het Stationsgebied, mits het past binnen de in de structuurvisie beoogde uitstraling van een 'hoogwaardig stationspark'.</li> <li>Grootschalige detailhandel vinden we beter passen op andere plekken.</li> </ul>
<b>Horeca</b>	★★★★☆	<ul style="list-style-type: none"> <li>Op dit moment zijn er al op zichzelf staande horecavoorzieningen gevestigd in het Stationsgebied en frisse nieuwe initiatieven dienen zich aan.</li> <li>We vinden horeca passen bij het ontwikkelen van het Stationsgebied als verblijfplaats, maar het mag geen concurrent worden van het Stadshart. We denken dan aan lunchrooms en hotels, niet zozeer aan cafés en discotheken.</li> </ul>
<b>Onderwijs</b>	★★★★★	<ul style="list-style-type: none"> <li>Op dit moment huisvest het Stationsgebied al onderwijsvoorzieningen. We vinden dit passen bij de functie van het Stationsgebied, vanwege de goede bereikbaarheid. Veel leerlingen komen bijvoorbeeld met de trein naar Heerhugowaard.</li> </ul>

<b>Vrije tijd</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• De gemeente vindt vrijetijdsfuncties passen in het Stationsgebied, mits het past binnen de in de structuurvisie beoogde uitstraling van een 'hoogwaardig stationspark'.</li> <li>• Nieuwe vrijetijdsfuncties dienen daarnaast kleinschalig van aard te zijn, denk bijvoorbeeld aan een dansschool of een kleinschalige wellness. Grootschalige vrijetijdsfuncties vinden we beter passen op andere plekken.</li> </ul>
<b>Zorgverlening</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zorgvoorzieningen vinden we redelijk passen in het Stationsgebied. Er zijn ook al diverse zorgvoorzieningen gevestigd. We vinden het Stationsgebied voornamelijk kansrijk voor zorgfuncties gebonden aan andere functies, bijvoorbeeld wonen. Voor dienstverlenende zorg is bijvoorbeeld Beveland meer geschikt.</li> </ul>

## 2.5 De Frans: ruimte om te pionieren



Afbeelding 13: Ligging De Frans

### Waar bouwen we op?

#### De Frans samengevat...

- De Frans is een typisch functioneel-gemengd gebied. Het vastgoed is niet van bovengemiddelde kwaliteit en het terrein biedt (nog) geen bijzondere pluspunten op het gebied van bereikbaarheid en vestigingsklimaat. Het gebied biedt geen aantrekkelijke omgeving en men trekt snel weg uit het gebied. Wel ligt het gebied midden in de stad en is het per fiets heel goed te bereiken. Dat biedt lokale kansen.
- Het gebied is kleinschalig van opzet, heeft een gesloten karakter

tussen spoor en stad in en is slecht vindbaar. Verzorgingstehuis Magenta Zorg deelt het gebied in tweeën. Er is geen doorgaande (auto)verkeersstructuur binnen De Frans en tussen De Frans en het Stationsgebied.

- Zorg en onderwijs zijn belangrijke functies in het gebied (verzorgingstehuis Zuyder Waert en de onderwijsinstellingen Trinitas College en het Clusius College). Dit zijn belangrijke sociale dragers, waartussen ook wordt samengewerkt.
- De bedrijven die gevestigd zijn op De Frans zijn vooral het lokale midden- en kleinbedrijf. Daarbij zijn er ook andere functies gevestigd, zoals een kinderdagverblijf en een dansschool.
- De penitentiaire inrichting is een asielzoekerscentrum geworden. Dat brengt nieuwe reuring in het gebied. Bovendien verandert het gebied hiermee van karakter: het krijgt een andere ritmiek en gebruik.
- Het vastgoed en de openbare ruimte voldoen vaak niet meer aan de locatie-eisen van de hedendaagse ondernemer.

Een derde van de oppervlakte van De Frans huisvest op dit moment het lokaal midden- en kleinbedrijf. Het gebied als geheel oogt verouderd en is niet optimaal bereikbaar. Er ontstaat steeds meer leegstand en verloedering ligt op de loer. In de huidige vorm voldoet het gebied niet meer volledig aan de locatie-eisen van zowel de gevestigde partijen als nieuwe ondernemers en initiatiefnemers. Dat terwijl het gebied verborgen potentie heeft. Voor kleinschalige bedrijvigheid in de dienstverlenende sfeer voldoet het nog wel aan de wensen. Tegelijkertijd dienen zich in het gebied grote verstedelijkingskansen aan. Het gebied ligt binnen de invloedssfeer van het station. Dat geeft het gebied identiteit en wellicht ook kansen: kunnen we clustervoordelen halen uit combinaties van wonen, werken, onderwijs en zorg en kunnen we het gebied integreren met de stad zelf?

### Wat zijn onze ambities voor het gebied?

De Frans is een gebied dat geschikt is voor het lokale midden- en kleinbedrijf dat op zoek is naar relatief goedkope huisvesting. Bovendien kunnen kleinere,

vaak beginnende bedrijven op zoek naar goedkope huisvesting er goed terecht. Het vastgoed raakt echter verouderd en het gebied verliest haar aantrekkelijkheid voor potentiële vestigers. We willen het gebied niet laten verloederen.

De huidige staat van De Frans biedt kansen voor het gebied. De kracht en uniciteit zit in de kleinschaligheid. We zien De Frans als dé plek om te pionieren, waarbij het lokale initiatief centraal staat voor en waar vernieuwende initiatieven of bedrijven relatief goedkoop kunnen starten en experimenteren om eventueel later door te groeien naar een andere plek op de Boulevard of elders in Heerhugowaard. Het is onze ambitie om kleinschalige initiatieven uit allerlei segmenten de ruimte te geven op De Frans. We willen tevens de samenwerking tussen functies onderling én tussen gebied en stad stimuleren, bijvoorbeeld door een 'campus'-concept waarin zorg en onderwijs centraal staat, maar ook andere combinatie zijn welkom. Denk bijvoorbeeld aan woon-werk-, woon-zorg- of woon-onderwijscombinaties, een ontmoetingsplaats voor zzp'ers of een kookstudio, misschien wel in combinatie met het AZC.

Onze ambitie is om De Frans meer onderdeel te laten worden van de stad. We willen meer interactie creëren tussen De Frans en de rest van de gemeente. Dat kan door bijvoorbeeld fysieke aanpassingen, maar ook de aanwezige zorg- en onderwijsinstellingen kunnen zorgen voor deze verbinding. Door in het gebied aantrekkelijke stedelijke functies te realiseren, trekken meer mensen naar het gebied toe en ontstaat er vitaliteit. Daarmee wordt er op De Frans ingezet op nieuw elan: initiatieven die reuring en leven geven aan het gebied.

## VERSNELLINGSMOMENT IN GEBIEDSONTWIKKELING

Wanneer initiatieven samenkomen, kan een cluster ontstaan. Dat gebeurt niet door een stempel op het gebied te plakken, maar organisch als gevolg van bedrijven of functies die met elkaar werken. Dat kan de identiteit van het gebied maken en andere functies naar het gebied trekken. Cruciaal hiervoor is dat we helpen bij het faciliteren van samenwerking en ontmoeting.

Een samenwerkingsconcept dat kan ontstaan is bijvoorbeeld synergie tussen wonen, zorg en onderwijs. Ook dienen zich wellicht initiatieven aan van ondernemende studenten vanuit het Horizon College. Welk initiatief zich ook aandient: we zoeken te allen tijde naar een passende gebiedsontwikkeling. De strategie is flexibel, zodat we optimaal kunnen profiteren van de kansen die zich aandienen.

### Welke concrete stappen gaan we hiervoor zetten?

#### 1. *Een nieuwe 'branding' van De Frans*

We zien De Frans als dé plek om te pionieren. Een gebied waar kleinschalige initiatieven uit allerlei segmenten de ruimte hebben, zich relatief goedkoop kunnen vestigen en eventueel later doorgroeien naar een andere plek op de Boulevard of elders in Heerhugowaard. We dragen die ambitie en potentie uit, zodat initiatiefnemers de plek weten te vinden. We nodigen iedereen uit om hieraan bij te dragen. Ook woon-, zorg, werk- en onderwijscombinaties dragen bij aan een nieuwe branding van De Frans, wanneer dergelijke initiatieven zich ontplooien. We kunnen daar flexibel in acteren.

## 2. *Verbeteren van de toegankelijkheid van het gebied*

We vinden het belangrijk om de toegankelijkheid te verbeteren met bijvoorbeeld een groene openbare ruimte, zoals een park, in combinatie met een goede routing. Hierdoor ontstaat meer leefbaarheid in het gebied en wordt het meer geschikt voor wonen. We willen het gebied hechter maken en door een verbeterde langzaamverkeersroute sterker met de omgeving verbinden. Daarmee versterken we bovendien de sociale dragers in het gebied. Wij denken dat dit uitnodigt tot initiatieven rondom groen en de praktijkopleiding, of initiatieven waarmee ouderen in het verzorgingstehuis meer naar buiten kunnen en hier eventueel actief hun dagbesteding kunnen doen.

De verschillende aanwezige functies bieden kansen om slimme creatieve verbindingen te leggen. We nodigen onze partners in het gebied uit om mee te denken aan deze verbeterprojecten en na te denken over hoe we, in gezamenlijkheid, de toegankelijkheid kunnen verbeteren. Dat doen we door partijen te koppelen en een platform te organiseren.

## 3. *Aanmoedigen van experimenten*




De Frans is bij uitstek een plek waar Heerhugowaard kan experimenteren en pionieren. Hoewel experimenteren en pionieren op de gehele Boulevard past, is dit een goede plek vanwege kleinschaligheid en functionele, goedkope huisvesting. We moedigen experimenten in het gebied aan. Dat past bij de 'branding' die we voor ogen hebben: ruimte om te pionieren. Denk bijvoorbeeld aan een ondernemersplatform voor jonge, startende ondernemers uit Heerhugowaard en regio, die door tekort aan startkapitaal nog niet in eigen huisvesting kunnen voorzien, maar wel graag naar buiten willen treden. We kunnen bijvoorbeeld samen met partijen in het gebied denken over een geschikte plek. Dit betekent niet dat we alle functies toestaan maar dat er wel meer ruimte is om te experimenteren en we minder randvoorwaarden stellen dan op andere plekken.

**KOM  
EXPERI  
MENTE  
REN!**



Functie	Passend bij het gebied	Toelichting
<b>Wonen</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• De Frans heeft zeker mogelijkheden om de al aanwezige woonfunctie te versterken, mits er ingezet wordt op het creëren van een aantrekkelijke leefomgeving, met meer groen en een passende (fiets)infrastructuur. Door het kleinschaliger karakter en de al aanwezige functies zien we in het bijzonder kansen voor de meer experimentele woonvormen, zoals combinaties van wonen en werken, wonen en zorg, wonen en opleiding, tijdelijke woonvormen etc. Maar ook andere kleine huishoudenstypen zijn welkom.</li> <li>• We zijn voorstander van ontwikkelingen in 'stepping stones': clustering in plaats van verspreid over het gebied. We beogen wonen verstandig en duurzaam te ontwikkelen, niet slechts te gaan voor snelle winst.</li> </ul>
<b>Bedrijf</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• De Frans huisvest op dit moment al bedrijven en kantoren in het MKB-segment. We zien vooral kansen voor vernieuwende kleinschalige initiatieven en vinden dit passen bij het huidige functioneren en de ambitie voor De Frans.</li> <li>• De Frans heeft een kleinschalig karakter en ligt niet zozeer in het zicht vanaf de doorgaande wegen. Daarmee onderscheidt het zich van de andere deelgebieden. We vinden nieuwe bedrijfs- en kantoorruimten passen, mits die dezelfde kleinschaligheid krijgen. Daarmee wordt de samenhang met andere functies geborgd.</li> <li>• We vinden het niet passen om zware bedrijvigheid te vestigen op De Frans, wanneer het gebied zich als leefomgeving ontwikkelt.</li> </ul>
<b>Kantoor</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• We vinden kantoren niet goed passen op De Frans. Andere locaties vinden we daarvoor beter geschikt. Er zijn wel diverse kantoorlocaties aanwezig op De Frans maar we zien er ook veel leegstand.</li> </ul>
<b>Detailhandel</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kleinschalige, incidentele detailhandel is welkom, mits dit onlosmakelijk onderdeel is van een initiatief en dit op zichzelf staand zich nergens anders kan vestigen.</li> <li>• We vinden op zichzelf staande detailhandel in principe niet passen op De Frans. Andere plekken in de stad vinden wij daarvoor meer geschikt.</li> <li>• We vinden het niet wenselijk om op de Frans functies te realiseren die concurreren met het Stadshart, zoals niet-dagelijkse detailhandel – denk daarbij aan modewinkels of opticiëns – en dagelijkse voorzieningen, zoals een supermarkt en een bakker.</li> </ul>
<b>Horeca</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• We vinden op zichzelf staande horeca in principe niet passen op De Frans. Andere plekken vinden we daarvoor meer geschikt.</li> <li>• Horeca kan in enkele gevallen wel een gewenste toevoeging zijn als onlosmakelijk onderdeel van een andere functie in het gebied. Denk bijvoorbeeld aan een eetruimte als onderdeel van een onderwijsinstelling of vrijetijdsfunctie.</li> </ul>



<b>Onderwijs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• De Frans huisvest op dit moment al onderwijsfuncties. We vinden onderwijsfuncties dan ook passen in het gebied, bij voorkeur geclusterd rondom de bestaande vestigingen.</li> </ul>
<b>Vrije tijd</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• We vinden vrijetijdsfuncties passen op De Frans, mits het binnen de kleinschaligheid van het gebied past. Dergelijke functies kunnen levendigheid in het gebied brengen. Denk bijvoorbeeld aan een dansschool of kleinschalige wellness.</li> </ul>
<b>Zorgverlening</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zorgvoorzieningen vinden we passen op De Frans. Er zijn al (grote) zorgvoorzieningen gevestigd in het gebied en tezamen kunnen zij de sociale dragende functie van het gebied versterken. Bovendien biedt dit kansen voor zorg-, woon, werk- en onderwijscombinaties.</li> </ul>

# 3 Onze gereedschapskist

Dit hoofdstuk geeft een kijkje in de gereedschapskist die ons helpt om de komende jaren een goede partner te zijn in gebiedsontwikkeling. We lichten kort een aantal hulpmiddelen toe, waarmee we als gemeente de komende jaren onze rol als aanjager en verbinder in de ontwikkeling van de Boulevard optimaal vorm kunnen geven.

## Transformeren

We zien relatief veel leegstand op de Boulevard, specifiek op Beveland en De Frans. De leegstaande panden hebben potentie tot herontwikkeling, waarin bestaand vastgoed duurzaam wordt hergebruikt, al dan niet voor andere functies. Bovendien kunnen we hiermee overaanbod, met name op de kantoormarkt, terugdringen. We zetten daarom in op transformatie en de mogelijkheden daarvoor onderzoeken we. We denken aan transformatie naar woningen, maar ook naar andere functies of combinaties van functies, indien gewenst en mogelijk. Zo zien we bijvoorbeeld dat oudere kantoorpanden vaak niet meer voldoen en dat de huidige vraag naar kantoorruimte vooral kwalitatief van aard is: het kantoor van de toekomst gaat een functie krijgen als ontmoetingsplek en beschikt over kantoorplekken met een wisselende bezetting.

## Faciliteren van tijdelijkheid

Het is belangrijk om vitaliteit te creëren op de Boulevard. We hebben ook oog voor tijdelijke initiatieven van onderop. We bieden daarom ook ruimte aan tijdelijkheid: functies die niet direct voor de lange termijn worden gerealiseerd. Tijdelijkheid heeft twee belangrijke functies: (1) het brengt reuring en dynamiek in een gebied, vanwege de bezoekers- en vervoersstromen en (2) het heeft de

potentie een gebied te veranderen in een concept waar vooraf geen economische zekerheid voor kan worden geboden. Zo is de Honigfabriek in Nijmegen uitgegroeid van een tijdelijk concept voor een leegstaande industriepand naar een toplocatie voor horeca en leisure en zijn de kleine creatieve startups op het Eindhovense Strijp-S uitgegroeid tot een creatief cluster waar jaarlijks de Dutch Design Week wordt georganiseerd. Tijdelijke functies kunnen ook worden gehuisvest in tijdelijke bebouwing.

## 'Negatief' bestemmen

Eén van de planologische instrumenten waarmee we vernieuwing kunnen stimuleren is het negatieve bestemmingsplan. Hierin worden alleen bestemmingen genoemd die niet toegestaan zijn. Daarmee wordt meer ruimte geboden aan verschillende initiatieven in een gebied en is er automatisch ruimte voor nieuwe initiatieven. Een negatief bestemmingsplan bevordert bovendien tijdelijkheid in het gebied.

## Slimme financiering

We verbreden onze blik op financiering van grond- en vastgoedontwikkeling. Gebiedsontwikkeling op grote schaal wordt steeds lastiger. Recente grondexploitaties zoals onder andere van De Vaandel hebben ons dat ook in Heerhugowaard geleerd. Gebiedsontwikkeling is niet meer voor langere tijd vooruit dicht te rekenen. Het is veel meer een stip aan de horizon met een flexibele, adaptieve ontwikkelingsstrategie, waarin investeringsbeslissingen stapsgewijs worden genomen: soms kleinschalige projecten, soms projecten met meer risico. Maar altijd doordacht.

We nodigen onze partners op de Boulevard graag uit om gezamenlijk te komen met initiatieven om er te investeren. Het bieden van slimme parkeeroplossingen bijvoorbeeld is een onderwerp waar 'de markt' en de gemeente elkaar zullen moeten vinden.

Een manier om dit in de praktijk te brengen is te acteren op het initiatief.

Een nieuwe stapsgewijze ontwikkelingsstrategie die niet op (snelle) verdienmodellen op grond en vastgoedontwikkeling is gebaseerd, betekent niet dat er geen verdienmodellen meer zijn. De gemeente heeft binnenstedelijk grond beschikbaar. Vanuit de Zaancorridor-samenwerking zijn daarom

ontwikkelkansen voor Heerhugowaard benoemd. Die luxe van beschikbare ruimte is uniek en betekent dat we soms kunnen versnellen en soms ook kunnen wachten op de juiste ontwikkeling op de beste plek.

#### BEDRIJVEN INVESTERINGS ZONE

Een vorm van slimme financiering is de Bedrijven Investerings Zone (BIZ). De BIZ biedt ondernemers en vastgoedeigenaren een juridisch houvast om financiële middelen te verzamelen van hun collega's in het gebied, mits een ruime meerderheid zich hierin kan vinden. Deze middelen kunnen vervolgens rechtstreeks ten goede komen aan nieuwe initiatieven. Denk bijvoorbeeld aan initiatieven rondom schoonmaak, veiligheid en onderhoud, maar ook aan kleinschalige gebiedsontwikkelingsprojecten, zoals aanleg van een speeltuin of een park. De mogelijkheden zijn legio en de BIZ geeft ondernemers een unieke kans om samen hun omgeving te verbeteren.



# Aan de slag!

Met deze strategie slaan we samen met u een nieuwe weg in richting een levendige Boulevard. Om onze nieuwe aanpak succesvol tot uitvoering te brengen, vragen we veel van de stad, én van onszelf als gemeente. Van ondernemers, initiatiefnemers en andere stakeholders vragen we om actief mee te denken, samenwerking te initiëren en het gesprek aan te gaan met elkaar en met ons. Wij zitten daarbij als gemeente niet op onze handen. We proberen alle partijen zoveel mogelijk positie te geven om een goede invulling te geven aan deze rol. In het proces richting de totstandkoming van deze strategie organiseerden we bijvoorbeeld al een aantal netwerkbijeenkomsten met u. Daar heeft u al kans gehad om met elkaar bij te praten en wij u hebben kunnen informeren over de actualiteiten. We hebben tevens van elkaar kunnen horen waar de behoeftes liggen. De reacties hierop waren positief en we zien al dat partijen met elkaar in gesprek gaan. Dergelijke bijeenkomsten willen we daarom ook blijven organiseren. Ook binnen de gemeente gaan we actief aan de slag met het uitvoering geven aan de strategie. Mensen kunnen van ons verwachten dat we altijd in gesprek treden en zorgen voor voldoende capaciteit. We geven zo goed mogelijk invulling aan onze regisserende rol. Deze strategie krijgt uitwerking in een actieplan. Hierin zullen we onderzoeken hoe we uitwerking kunnen geven aan de stappen genoemd in deze strategie en geven we uitvoering aan onze rol als verbinder en aanjager!



*Afbeelding 14: Levendigheid op de Boulevard, Stationsplein*



# Bijlage A: Procesverloop

De strategie is opgesteld in een breed, integraal bottom-up proces, waarin zoveel mogelijk stakeholders – ondernemers, organisaties, raadsleden en anderen – die een binding hebben met de Boulevard doorlopend zijn betrokken. Het opstellen van de strategie is vanuit de gemeente begeleid door een projectgroep, waarin verschillende beleidsvelden vertegenwoordigd waren. In meerdere interne werksessies is de uiteindelijke strategie vormgegeven.

De interne werksessies zijn daarbij afgewisseld met momenten waarop stakeholders hun mening en visie op de doorontwikkeling van de Boulevard hebben kunnen geven. Zij hebben op die manier een belangrijke rol gehad in de koers van de uiteindelijke strategie. Daarmee is de strategie écht bottom-up gevormd.

Hieronder zetten we de belangrijkste bijeenkomsten en procesmomenten – in ieder geval de momenten met stakeholders en andere betrokkenen – chronologisch uiteen:

1. Als startpunt van het proces stelden we een discussie- en werkdocument op: een position paper. Hierin analyseerden we de trends en ontwikkelingen in de markt en zetten we de kwaliteiten en kansen voor de Boulevard en de afzonderlijke deelgebieden uiteen. Dit position paper is inhoudelijk de leidraad geweest voor de gesprekken over de Boulevard bij de verschillende de bijeenkomsten.
2. Op 10 september 2015 vond een relatieavond met ondernemers van de Boulevard plaats. Tijdens deze bijeenkomst is aangekondigd dat de Gemeente Heerhugowaard aan een strategie voor de doorontwikkeling

van de Boulevard werkt. Op deze avond is onder leiding van trendwatcher Ruud Veltenaar gesproken over (economische) kansen en bedreigingen, specifiek ook voor de Boulevard. Ook is er in een plenaire discussie van gedachten gewisseld en is de aanwezigen gevraagd met ideeën te komen voor de toekomst van het gebied en de versterking ervan.

3. Op 19 november 2015 vond een stakeholdersbijeenkomst plaats, specifiek gericht op de strategie voor de Boulevard. Tijdens deze bijeenkomst spraken gemeente, ondernemers, zorg- en onderwijsinstellingen en andere betrokkenen over de toekomst van de Boulevard. Hierbij waren ook 'dwarsdenkers' aanwezig: deskundigen en/of betrokken van buitenaf die met een frisse blik naar het gebied keken. De bijeenkomst eindigde met levendige presentaties van de ideeën voor elk deelgebied, gegeven door de stakeholders zelf.
4. Op 14 januari 2016 vond een raadsbijeenkomst plaats. Tijdens deze bijeenkomst informeerden we de gemeenteraad over de strategievorming van de Boulevard en gaven we hen een terugkoppeling op de stakeholdersbijeenkomst: wat is daar allemaal besproken. Daarbij waren ondernemers uit het gebied aanwezig om hun verhaal te vertellen. Op deze avond gaf de gemeenteraad bovendien haar eigen input mee voor de strategie.
5. Aan de hand van alle verzamelde input, van zowel de gemeentelijke projectgroep als stakeholders, is in de periode na de raadsbijeenkomst in meerdere fases de eerste conceptstrategie voor de Boulevard geschreven.
6. Op 22 maart 2016 vond daarop een themabijeenkomst plaats voor het college van burgemeester en wethouders. Hierin werd de conceptstrategie gepresenteerd en is een constructieve discussie gehouden over de gemaakte afwegingen. De strategie is op basis hiervan aangescherpt.
7. Op 11 april 2016 vond een netwerkbijeenkomst plaats voor ondernemers en zorg- en onderwijsinstellingen uit het gebied. Ook raadsleden waren hierbij aanwezig. De strategie van de Boulevard stond centraal tijdens deze bijeenkomst en eenieder kon zijn laatste ideeën en input geven. Na het verwerken van de laatste input is de strategie afgerond.

# Bijlage B: Trends, ontwikkelingen en concepten

## Het gevolg van verstedelijking en concurrerende metropolen: Transit Oriented Development

We zien dat openbaar vervoer steeds belangrijker wordt voor de werkende mens. Het autogebruik en -bezit nemen bij de leeftijdsgroep onder de 40 sterk af. Zij zijn anders gaan denken over mobiliteit en autobezit, zeker ook omdat deze leeftijdsgroep steeds meer naar de stad trekt. De voorkeur gaat steeds meer uit naar combinaties van fiets, OV en autodeelconcepten. De auto staat voor het gros van deze groep niet langer voor status, maar is vooral een handig vervoersmiddel voor bepaalde bestemmingen, die anders slecht of niet bereikbaar zijn. Bij autobezit komt de nadruk steeds meer te liggen op autogebruik. Vooral in drukke stedelijke gebieden zullen autodeelconcepten als Greenwheels en Car2Go een toenemende rol gaan spelen. Mensen hoeven niet langer een auto te bezitten om mobiel te zijn. Niet in de laatste plaats speelt hierom een trend van knooppuntontwikkeling: Transit Oriented Development. Een ontwikkeling waarbij de raakvlakken tussen gebiedsontwikkeling en infrastructuur goed merkbaar zijn. Transit Oriented Development beantwoordt aan hedendaagse kernwaarden als leefbaarheid, duurzaamheid en bereikbaarheid.

Bovendien wordt waarde gehecht aan een combinatie van modaliteiten. Het moderne stationsgebied faciliteert niet alleen de trein, maar geeft een naadloze overgang naar bus, (OV-)fiets, auto en andere modaliteiten. De verschillen in kwaliteiten van elke modaliteit worden ingezet voor transport dat steeds meer aanvullend op elkaar is, in plaats van concurrerend functioneert.

Van een efficiënte plek voor vertrek en aankomst veranderen stations tegelijkertijd steeds meer in een plek die – op stedelijk regionale schaal – zelf ook als bestemming fungeert, bijvoorbeeld als aantrekkelijke locaties voor ontmoeting. De kansen voor Transit Oriented Development doen zich daarbij vooral voor in stedelijke regio's en op de railcorridors met een hoge bezettingsgraad. En het zijn met name middelgrote stations, zoals Heerhugowaard, waar met het verbeteren van de zogenaamde 'plaats- en netwerkwaarde' grote maatschappelijke voordelen zijn te behalen. 'Plaatswaarde' heeft meerdere dimensies. Het gaat om zowel een programma (functies/activiteiten) als om verblijfskwaliteit. Het betreft dus niet alleen de programmaontwikkeling maar ook het stedenbouwkundig en architectonisch ontwerp van het gebied. Bij 'netwerkwaarde' gaat het eveneens om meer dimensies. De schaal waarop hier geoptimaliseerd kan worden, loopt van verbetering van microbereikbaarheid (lopen, fietsen) tot bereikbaarheid op stedelijke, regionale en ook hogere schaalniveaus.

In de structuurvisie van het stationsgebied in Heerhugowaard wordt op deze aspecten (plaats- en netwerkwaarde) sterk ingespeeld, door versterking van het programma, het ruimtelijk ontwerp van het gebied en verbetering van de bereikbaarheid, zowel micro als op hoger schaalniveau via o.a. de beoogde spoorwegonderdoorgang. Winkels en horeca hebben knooppunten als Heerhugowaard ontdekt als interessante en herkenbare vestigingslocaties. De combinatie van goede voorzieningen en vervoersmogelijkheden maakt een goed en multimodaal ontsloten OV-knooppunt als station Heerhugowaard tot een interessante locatie. Ook voor andersoortige bedrijven neemt de aantrekkelijkheid van OV-knooppunten als vestigingslocatie toe. Tot circa 10 jaar geleden was voor deze (brede) groep met name autobereikbaarheid doorslaggevend en was de snelweglocatie in trek. Inmiddels zien we dat OV-



bereikbaarheid voor veel bedrijven even belangrijk is. Daarmee wordt de positie van het station Heerhugowaard en het station in de Zaancorridor en de provinciale visie benadrukt.

### Multi-helix in relatie tot de ruimtelijke inrichting

Hedendaagse succesvolle economische groei stoelt vooral op de toename van de netwerksamenleving: samenwerking en partnerschap is steeds belangrijker om tot optimale regionale ontwikkeling en groei te komen. Centraal staat hierbij de multi-helix: samenwerkingsverbanden tussen bedrijfsleven, kennisinstellingen, overheden en samenleving.

In recent onderzoek wordt hierin een gelaagdheid binnen de ruimtelijke hiërarchie onderscheiden. In andere woorden, hoever reiken belang en invloed van actoren. Bovenin staan de partijen die belangen hebben die boven de regio uitstijgen: multinationals, universiteiten en de rijksoverheid. In het midden staan het MKB, het hbo en regionale samenwerkingsverbanden tussen overheden. Onderin staan de partijen die binnen een regio meer deelbelangen vertegenwoordigen, zoals het kleinbedrijf, het mbo en gemeenten. De rapportage concludeert dat middenpartijen het belang van de regio het beste lijken te vertegenwoordigen en te dienen, met een centrale rol voor het hbo in het regionaal economisch vestigingsklimaat. Een ruime meerderheid van deze studenten komt uit de regio en gaat daar ook werken. Ook voor een groot deel van het MKB is de regio haar afzetmarkt en arbeidsmarkt. De rapportage concludeert daarbij dat de regionale organisatie van het MKB vaak niet optimaal is. Het benadrukt de roep om samenwerking en partnerschap. In Heerhugowaard heeft de bouw nu al een innige relatie met het onderwijs; een goede ontwikkeling. Overheden en onderwijs kunnen een katalyserende rol hebben in het bij elkaar brengen van deze partijen. Een succesvolle multi helix is een netwerksamenleving tussen al deze partijen.

Dat brengt ook een ruimtelijk effect met zich mee; ook zonder door te schieten in een ruimtelijke maakbaarheidsgedachte. Nauwe samenwerking vraagt om goede ontsluiting per fiets en OV. Het benadrukt het belang van een modern stationsgebied in succesvolle ontwikkeling. Daarbij bevordert vestiging in de

nabijheid interactie. Dat geldt niet alleen voor interactie tussen de verschillende actoren in de multi helix, maar ook tussen bedrijven. Denk daarbij aan een faciliterende horecavoorziening als ontmoetingsplek op de moderne werklocatie. De rol van de overheid is meedenkend en faciliterend.

### Woningbehoeftes veranderen onder meer door wijzigingen in regelgeving

Veranderende wet- en regelgeving beperkt voor veel doelgroepen de kansen op de woningmarkt. Door verscherpte inkomenseisen voor sociale huurwoningen en het passend toewijzen van corporaties zijn er steeds minder huishoudens die in een sociale huurwoning terecht kunnen. Dit zijn bijvoorbeeld de veelbesproken middeninkomens. Daarnaast zien we dat steeds meer (jonge) huishoudens niet meer voor een koopwoning kiezen. Ze willen (en steeds vaker moeten) flexibel zijn en hechten steeds minder waarde aan bezit. Dit heeft onder meer te maken met de toenemende flexibilisering van de arbeidsmarkt (minder vaste contracten) en de afname van de samenhang tussen wonen en werken. Ook zien we de trend dat ouderen bij verhuizing vaker kleiner willen gaan wonen en niet opnieuw aan een koopwoning gebonden willen zijn. Deze trends zorgen ervoor dat de vraag naar huurwoningen de komende jaren naar verwachting groeien.

Wat ook meespeelt: banken beoordelen de financiering van een koopwoning strenger en de hypotheekrenteaftrek wordt afgebouwd. Extra relevant is dat de waardegroei op de koopmarkt niet langer vanzelfsprekend is en naar verwachting de komende jaren stabiliseert. Naast 'woonobject', fungeerden koopwoningen jarenlang ook als lucratief beleggingsobject. Sinds de economische crisis zijn woningen aanzienlijk in waarde gedaald en is het beleggingsargument komen te vervallen.

Vrijesectorhuurwoningen (met een maandhuur vanaf € 710,68) bieden een realistisch alternatief voor huishoudens die vanwege inkomen niet in een sociale huurwoning mogen en (nog) niet een koopwoning willen betrekken. Denk aan economisch aantrekkelijke doelgroepen zoals kenniswerkers en instromers die hoog zijn opgeleid. Met vrijesectorhuur kan ook goed

ingespeeld worden op de woningbehoefte van economisch aantrekkelijke doelgroepen, zoals bijvoorbeeld kenniswerkers. Dan is het ook belangrijk dat er woonmilieus in dit segment worden gecreëerd, maar ook dat de spoorverbinding naar de Metropoolregio Amsterdam hierop aanhaakt.

Er is een cultuuromslag van nieuwbouwplanologie naar planologie van de bestaande ruimte aan de gang. Hoe groot de opgave precies is, is nog niet duidelijk. Wel weten we dat er leegstand is op de Boulevard en dat er in kantoren en in sociaal-maatschappelijk vastgoed en zorgcomplexen een grote leegstand aan zit te komen. Belangrijk is voorafgaand aan realisatie van nieuwbouw daarom eerst naar transformatiemogelijkheden van leegstaande en vrijkomende objecten te kijken: detailhandel, kantoren en maatschappelijk vastgoed.

#### **Afvlakkende behoefte en slag in kwaliteit rondom PDV-locaties**

We zien dat perifere detailhandelslocaties relatief sterke concurrentie ondervinden van het internet. De klassieke perifere detailhandel – grote, goed bereikbare winkels met een uitgebreid assortiment – die enkele decennia geleden in opkomst kwam, had als belangrijkste ‘unique selling point’ een uitgebreid assortiment en gemak. Juist op deze USP’s worden zij in het hedendaagse ‘detailhandels-ecosysteem’ sterk beconcurrereerd door het internet. We zien dan ook een sterke opkomst van internetaankopen ten koste van grootschalige fysieke detailhandel: *clicks* in plaats van *bricks*.

Deze trend wordt onderschreven door de hedendaagse marktfocus van typische PDV-bedrijven als Mediamarkt, IKEA, Gamma en Praxis. Zij zien dat de PDV-markt verzadigd raakt en willen daarom steeds vaker vooral dicht bij de klant zitten. Zo richten zij zich op het openen van stadswinkels, vaak in combinatie met een online-afdeling. Daarmee beantwoorden zij in toenemende mate aan de hedendaagse consumentenbehoefte en springen in het gat wat door (zelfstandige) speciaalzaken is achtergelaten. Ook in het bouwmarktsegment wordt de komende jaren een stabilisatie in volume verwacht; er is geen groei, maar ook niet direct krimp.

Dat betekent niet dat de PDV-markt helemaal verdwijnt; er is vooral weinig échte uitbreidingsvraag en een slag in kwaliteit. Voor de consument van échte fysieke PDV-winkels – denk aan tuincentra – wordt winkelen steeds meer een beleving. Het is meer dan alleen boodschappen doen; de hedendaagse consument wil producten zien in hun ‘natuurlijke’ setting en uitproberen voordat ze tot koop overgaan. Consumenten hechten hiermee een groter belang aan de uitstraling van de bebouwde omgeving, de aanwezigheid van horeca, culturele voorzieningen en themacentra. De USP’s van hedendaagse, moderne PDV zijn vooral servicegerichtheid en het bieden van beleving aan de consument.

#### **Opkomst van nieuwe concepten en branchevervaging**

Daaraan gerelateerd is branchevervaging. Nieuwe concepten komen op, waarbij meerdere ‘oude’ branches samen onder één noemer komen. Horeca, detailhandel en andere klassieke segmenten zijn niet altijd meer van elkaar te onderscheiden en smelten samen tot een modern concept. Ook ‘perifeervreemde’ ruimtevragers – ruimtevragers die van oudsher niet op een ‘bedrijfslocatie’ vestigen – zoeken steeds vaker een plekje op een bedrijventerrein. Dit doen ze vooral uit financieel-economische overwegingen – goedkopere vestiging dan binnenstedelijk – maar ook vanwege de goede autobereikbaarheid en beschikbaarheid van ruimte. Denk aan bioscopen, onderwijsinstellingen en fitnesscentra. We verwachten dat deze trend van ruimtevragers de komende jaren doorzet.

#### **Concurrentie met de binnenstad**

Het is bij perifere locatieontwikkeling doorgaans wenselijk om niet de concurrentie met de binnenstad – of in Heerhugowaard met het Stadshart – aan te gaan, maar de perifere locatie als aanvulling te zien van de binnenstad en vice versa. Om te bepalen wat perifeer gevestigd mag worden, wordt traditioneel branchebeperking als uitgangspunt gehanteerd; ook in de provinciale detailhandelsvisie. Op PDV-locaties mogen alleen volumineuze goederen verkocht worden. Daarnaast mogen op speciaal aangewezen locaties winkels met een oppervlak groter dan 1500 m<sup>2</sup> vestigen; daarin mag zich elke branche vestigen. Daarnaast wordt in de provinciale

detailhandelsvisie gesproken over thematische centra: detailhandelsconcentraties al dan niet in combinatie met leisure die rond een afgebakend themaconcept planmatig ontwikkeld zijn, zoals sport, kinderen, tuin of lifestyle. Ook zij zijn toegestaan op bedrijventerreinen.

De 'van-clicks-naar-bricks'-trend levert ook nieuwe ruimtevragers op, zoals solitaire afhaalpunten, waarin geen goederen worden getoond, maar online aankopen kunnen worden opgehaald en geretourneerd. Het is provinciaal beleid om deze vragers bij voorkeur te vestigen in bestaande winkelgebieden, maar een verbod op vestiging op een perifere locatie is er niet. Wanneer goederen worden getoond, is detailhandel op deze locaties niet toegestaan, met uitzondering van PDV.

#### **Beperkte behoefte aan 'vlees-noch-vis'-aanbod in de bedrijvenmarkt: vooral lokale uitbreidingsvraag**

Het onderscheid tussen grootschalig en kleinschalig op de bedrijvenmarkt wordt steeds groter. Aan de ene kant zien we schaalvergroting van (voornamelijk) bovenregionale spelers. Aan de andere kant is juist een groei zichtbaar van kleine bedrijven door groei van zzp'ers, en afslanking en doorstart van failliete bedrijven. De vraag vanuit het middelgrote segment holt uit; de markt wordt tweekoppiger.

Onderscheid tussen markttechnisch kansrijke en kansarme locaties neemt toe. Er is sprake van een vragersmarkt; bedrijven hebben het voor het zeggen. Er is immers veel keuze qua aanbod, zowel wat betreft uitgifbare gronden als bestaande panden. Door deze situatie wordt het onderscheid tussen markttechnisch aantrekkelijke en minder goede locaties duidelijk zichtbaar en groter. De klassieke functioneel gemengde of modern gemengde terreinen bieden vooral ruimte aan lokaal gebonden bedrijven, maar de (boven)regionale instroom is nihil. Het faciliteren van bestaande bedrijvigheid op de klassieke bedrijfslocaties wordt daarmee prioriteit. Het belang van marktconforme kwaliteit van bedrijfsruimten en bedrijventerreinen neemt daarbij toe. Hoewel kosten en flexibiliteit in de locatieafweging van bedrijven een nog grotere rol zijn gaan spelen, blijft kwaliteit een belangrijk locatiekeuzeaspect. Pand en

locatie moeten verzorgd zijn en voldoen aan de primaire vereisten van bedrijven, zoals een goede bereikbaarheid. Kwaliteit en kwaliteitseisen moeten echter wel marktconform zijn. Kon in de krappere marktsituatie van voor de crisis veel van de ondernemers worden gevraagd, kostenverhogende beeldkwaliteitseisen zonder duidelijke toegevoegde waarde zijn nu een grote drempel bij de uitgifte van veel terreinen. Het is daarmee belangrijk om de bedrijfsomgeving in nauwe samenwerking met de lokale markt te ontwikkelen, in het geval het wenselijk is om de locatie als zodanig te behouden.

#### **Beperkte vraag naar klassieke kantoorruimte**

Rondom de kantorenmarkt observeren we een minder sterke verdienstelijking van de economie. Begin en midden jaren '00 was de verwachting dat de verdienstelijking van de economie sterk zou doorzetten, waardoor vooral behoefte zou zijn aan kantoren en hoogwaardige werklandschappen. De praktijk blijkt weerbarstiger en laat toch vooral vraag zien naar reguliere bedrijventerreinen voor met name handel, logistiek en regionale speerpuntsectoren als agribusiness of life sciences. In de regio dienen zich kansen aan rondom Greenport Noord-Holland-Noord. Onze verwachting is dat dit komende jaren versterkt doorzet.

Dat werkt door op de kantorenmarkt. Vrijwel zonder uitzondering zien wij in geheel Nederland een overaanbod aan kantoorruimte. Hoewel regionale overprogrammering van voor de economische recessie hierbij de grootste 'boosdoener' is, zien we dat deze trend versterkt wordt door ontwikkelingen als Het Nieuwe Werken en bezuinigingen in overheidsland. De kantorenmarkt is vooral veel flexibeler geworden, waarin vrijwel enkel moderne 'werktuin'-alternatieven als Tribes en Seats2Meet nog aantrekkelijk worden gevonden. Dergelijke initiatieven concentreren zich met name op goed bereikbare locaties in grote steden, maar zijn in verkleinde vorm ook kansrijk in middelgrote steden.



**Heerhugowaard**  
Stad van kansen

Parelhof 1 | Postbus 390 | 1700 AJ Heerhugowaard  
Telefoon: 14072 | Internet: [www.heerhugowaard.nl](http://www.heerhugowaard.nl)