

# RETAILVISIE

## DIJK EN WAARD

### CONTEXT EN ANALYSE

29 JULI 2020





**RETAILVISIE**  
**DIJK EN WAARD**  
**CONTEXT EN ANALYSE**

29 JULI 2020

**Status:**

Eindrapport

**Datum:**

29 juli 2020

**Een product van:**

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

Team Winkelen  
Ellen Scholten MSc  
Drs. Femke Wokke

Voor meer informatie: Drs. Femke Wokke, fewo@stedplan.nl

**Review:**

Dr. Aart Jan van Duren

**In opdracht van:**

Gemeente Heerhugowaard en Gemeente Langedijk



Mede mogelijk gemaakt door:



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

Projectnummer: 2019.R.194

Referentie: 2019.R.194 Retailvisie Heerhugowaard en Langedijk\_Context



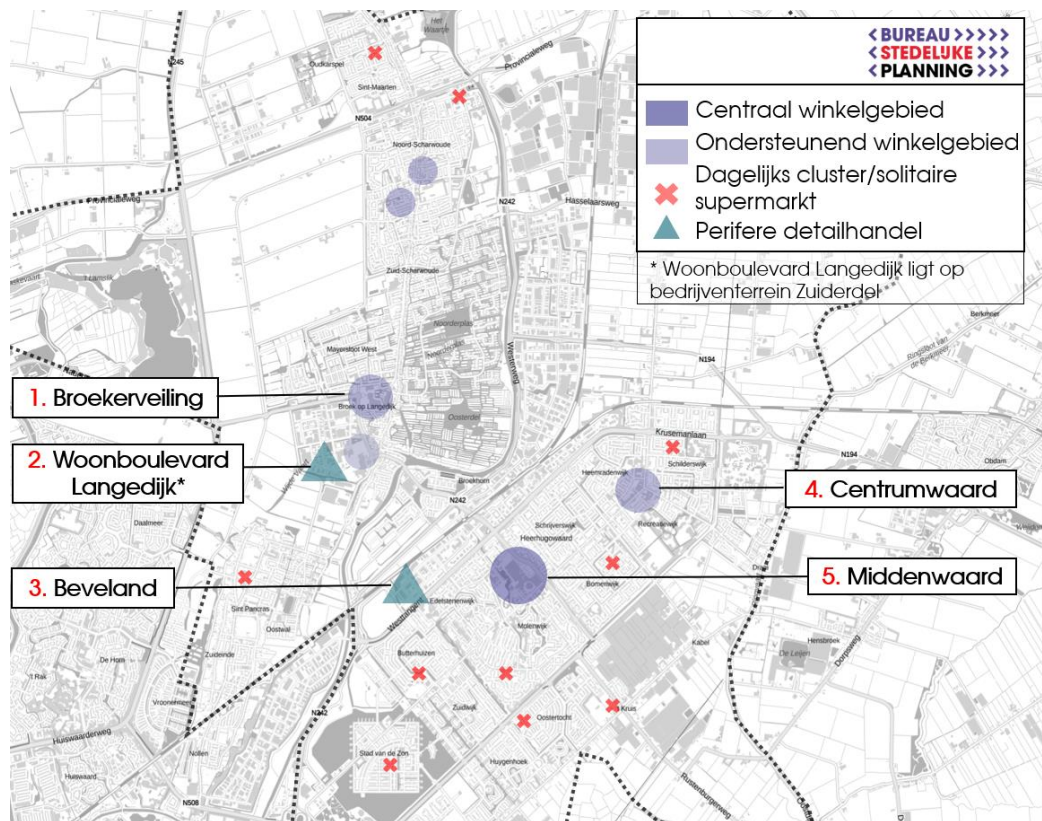
INLEIDING	7
CONTEXT EN ANALYSES	9
<b>1</b> CONTEXT: DE HUIDIGE RETAILSTRUCTUUR .....	<b>10</b>
1.1 DRAAGVLAK EN ONTWIKKELING VRAAG TOT 2030	
1.2 HUIDIGE RETAILSTRUCTUUR EN ONTWIKKELINGEN	
1.3 BELEIDSKADERS	
1.4 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN HET RETAILLANDSCHAP	
1.5 WAT VALT OP IN DIJK EN WAARD?	
<b>2</b> HUIDIG EN TOEKOMSTIG FUNCTIONEREN AANBOD .....	<b>32</b>
2.1 HUIDIG FUNCTIONEREN RETAILAANBOD	
2.2 TOEKOMSTIGE MARKTRUIMTE	
<b>FACTSHEETS EN BIJLAGEN</b>	<b>43</b>
BIJLAGE 1 FACTSHEETS PER WINKELGEBIED	
BIJLAGE 2 DEFINITIES	
BIJLAGE 3 KOOPORIËNTATIES PER GEMEENTE EN DISTRIBUTIEVE TOETS	
BIJLAGE 4 LOCATIES LEISURE EN DIENSTEN	



## INLEIDING

Langedijk en Heerhugowaard worden samen één gemeente en zullen per 1 januari 2022 bestuurlijk fuseren naar de gemeente Dijk en Waard. Heerhugowaard heeft geen lokaal detailhandels- of retailbeleid, en die van Langedijk is inmiddels (deels) verouderd. Wel is er detailhandelsbeleid voor de regio Alkmaar, opgesteld in 2017, dat nu als globaal handvat dient. Daarbij spelen er diverse ontwikkelingen in de nieuwe gemeente die vragen om afstemming en keuzes. Denk hierbij aan de (grootschalige) woningbouwontwikkelingen en de herontwikkeling van het Stationsgebied Heerhugowaard.

De fusiegemeente heeft behoefte aan een lokale uitwerking van de regionale visie, zowel voor detailhandel als voor aanvullende commerciële voorzieningen zoals horeca, overige leisure en diensten. Dijk en Waard hebben daarom aan Bureau Stedelijke Planning gevraagd een retailvisie op te stellen. Naast een visie tot 2025, met een doorkijk richting 2030, bevat de retailvisie ook een uitvoeringsprogramma voor de gewenste retailstructuur. Hierin is onder andere een concreet plan opgenomen die partijen aanzet tot actie.



FIGUUR 1 BELANGRIJKSTE WINKELGEBIEDEN GEMEENTE DIJK EN WAARD  
Bron: BRT Achtergrondkaart; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

Dit document omvat de 'context en de analyses' ter ondersteuning aan de retailvisie voor de gemeente Dijk en Waard.



# CONTEXT EN ANALYSES

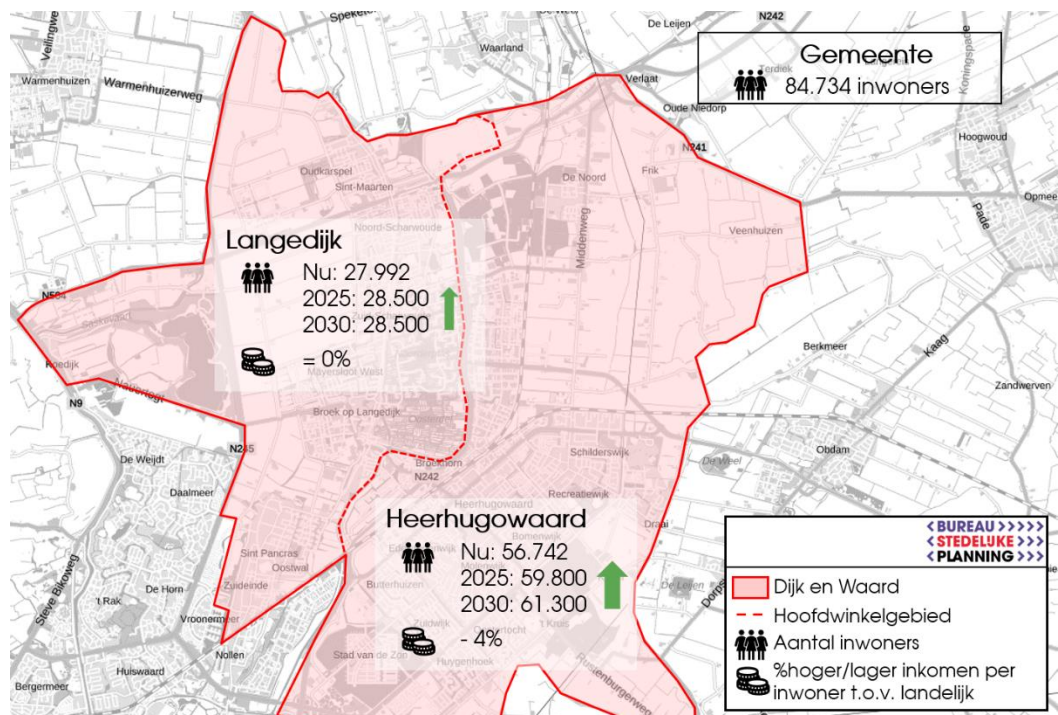
# 1 CONTEXT: DE HUIDIGE RETAILSTRUCTUUR

In dit hoofdstuk wordt inzicht gegeven in het huidige draagvlak en het aanbod van Dijk en Waard, maar ook de ontwikkelingen daarin. Daarnaast komen het bestaande beleidskader en de trends en ontwikkelingen aan de orde.

## 1.1 DRAAGVLAK EN ONTWIKKELING VRAAG TOT 2030

### HUIDIG DRAAGVLAK >>>

In de gemeente Dijk en Waard wonen in totaal een kleine 85.000<sup>1</sup> inwoners. Heerhugowaard is met bijna 57.000 inwoners de grootste kern. Binnen Langedijk zijn van noord naar zuid de kernen Oudkarspel, Noord-Scharwoude, Zuid-Scharwoude, Broek op Langedijk, Sint Pancras en Koedijk (deels) gesitueerd.



FIGUUR 2 GEMEENTE DIJK EN WAARD MET AANTAL INWONERS EN INKOMENSNIVEAU

Bron: BRT Achtergrondkaart; CBS Statline 2019 (inkomen 2018); Bewerking Bureau Stedelijke Planning

- De gemeente is in vergelijking met Nederland iets jonger, oftewel er zijn in verhouding iets meer kinderen en minder ouderen. Dit verschilt wel tussen Heerhugowaard en de rest van de gemeente. Over het algemeen telt

<sup>1</sup> Per 1 januari 2019 (meest recente cijfers)

Langedijk relatief meer ouderen dan landelijk. Het aantal 25 tot 45 jarigen is in deze gemeente lager dan het landelijke beeld. Heerhugowaard telt juist iets meer 25 tot 45 jarigen en kinderen tot 15 jaar. Hier wonen meer jonge gezinnen dan in Langedijk en landelijk.

- De gemeente kent ook een lager percentage inwoners met een migratieachtergrond ten opzichte van het landelijke beeld. Vooral Langedijk heeft met 5% ten opzichte van 13% landelijk, een laag aandeel niet-westerse allochtonen.
- Daarnaast kent Langedijk een hoger welvaartsniveau dan Heerhugowaard (gelijk aan landelijk). Heerhugowaard zit met -4% juist iets onder het landelijke welvaartsniveau. Voor de gehele gemeente is dit -3% ten opzichte van de gemiddelde Nederlander.

## BEVOLKINGSONTWIKKELING EN WONINGBOUW >>

Volgens de prognoses van de Provincie Noord-Holland zal het inwoneraantal van zowel Heerhugowaard als Langedijk de komende jaren stijgen. Het huidige inwonertal van ca. 84.700 zal in 2030 zijn gestegen tot ca. 89.900 inwoners. Dit is een groei van ca. 6% ten opzichte van 2019. Deze bevolkingstoename zal voor het grootste deel binnen Heerhugowaard plaatsvinden. In 2030 zal de bevolking hier toegenomen zijn tot ca. 61.300 inwoners, wat een toename betreft van 8% ten opzichte van 2019.

	2019	2025	2030	2040
Heerhugowaard	56.700	59.800	61.300	61.500
Langedijk	28.000	28.500	28.500	28.200
<b>Totaal</b>	<b>84.700</b>	<b>88.300</b>	<b>89.800</b>	<b>89.700</b>

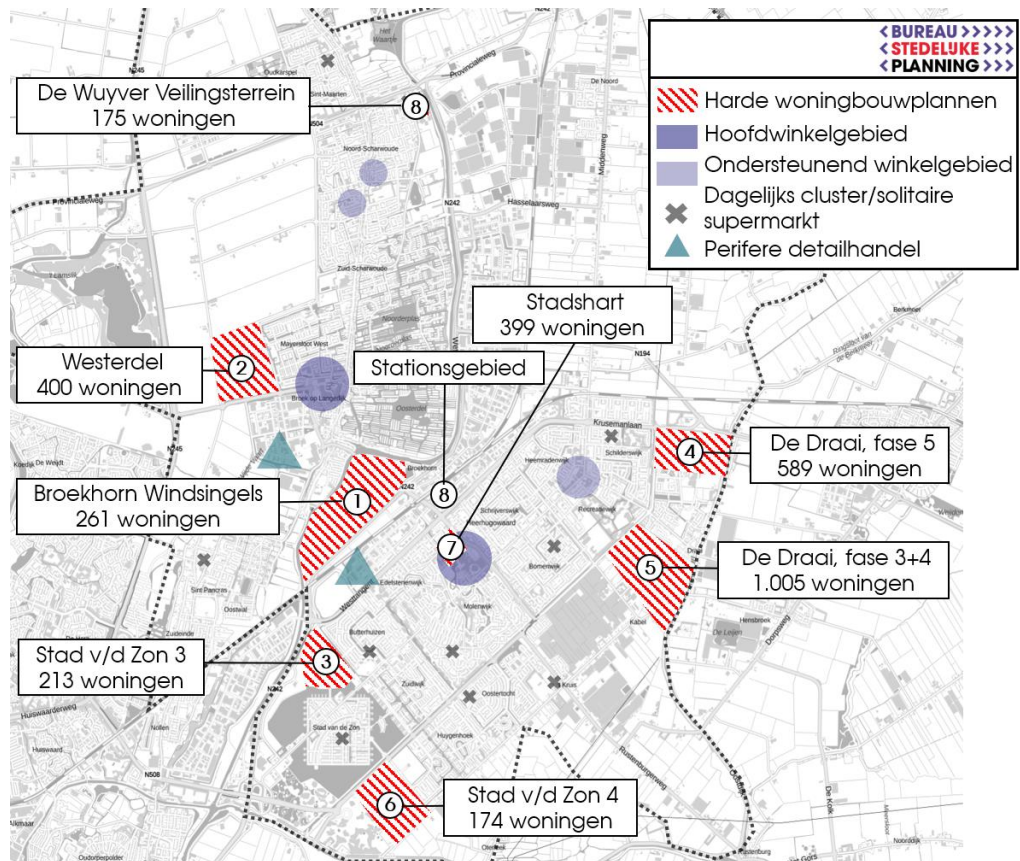
TABEL 1 BEVOLKINGSPROGNOS HEERHUGOWAARD EN LANGEDIJK 2019 - 2040  
Bron: Provincie Noord-Holland, 2019

De bevolkingstoename in de gemeente komt voornamelijk voort uit de woningbouw. In Heerhugowaard zijn tot 2030 ca. 3.900 woningen opgenomen als harde plannen. De woningbouw zal voornamelijk plaatsvinden aan de oostkant van Heerhugowaard in De Draai, waar bijna 1.600 woningen gebouwd worden. Daarnaast is aan de zuidkant van Heerhugowaard het nieuwbouwproject Stad van de Zon goed voor ruim 400 woningen. Hoewel de bevolking in Langedijk tot 2030 met slechts 2% zal groeien neemt het aantal woningen fors meer toe, met 8% tot 2030. Het grootste woningbouwproject vindt plaats aan de westkant van Langedijk in Westerdel.

De gemeente Dijk en Waard verwacht dan ook een grotere toename in inwoners. Met het oog op de woningbouw zijn de prognoses van de provincie Noord-Holland behoudend. Zo is de verwachting van de gemeente dat er in 2030 70.486 inwoners in Heerhugowaard wonen. In Langedijk zijn dit er naar verwachting 29.941. Dit is een verschil van respectievelijk +9.186 en +1.441 ten opzichte van de provinciale



prognoses. In 2025 ligt het inwonertal op basis van de gemeentelijke prognose op 95.498. Dit is ruim 8% hoger dan de provinciale verwachtingen. Met name voor Heerhugowaard groeit het aantal inwoners naar verwachting dus sterker. Dit komt voornamelijk de grote woningbouwplannen in het stationsgebied en het stadshart van Heerhugowaard. In de marktruimteberekeningen hanteren we zowel de provinciale (minimum) als gemeentelijke (maximum) prognoses.

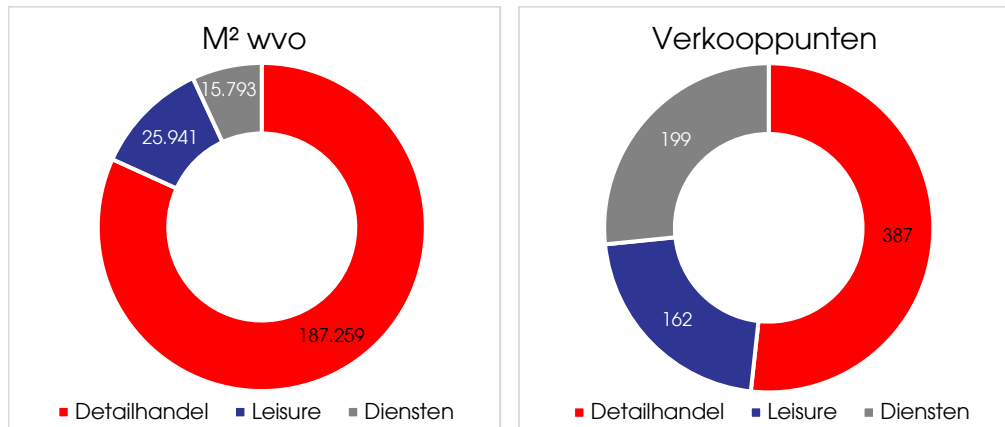


FIGUUR 3 GROTE WONINGBOUWONTWIKKELINGEN TOT 2030 IN DE GEMEENTE  
Bron: Gemeente Dijk en Waard

## 1.2 HUIDIGE RETAILSTRUCTUUR EN ONTWIKKELINGEN

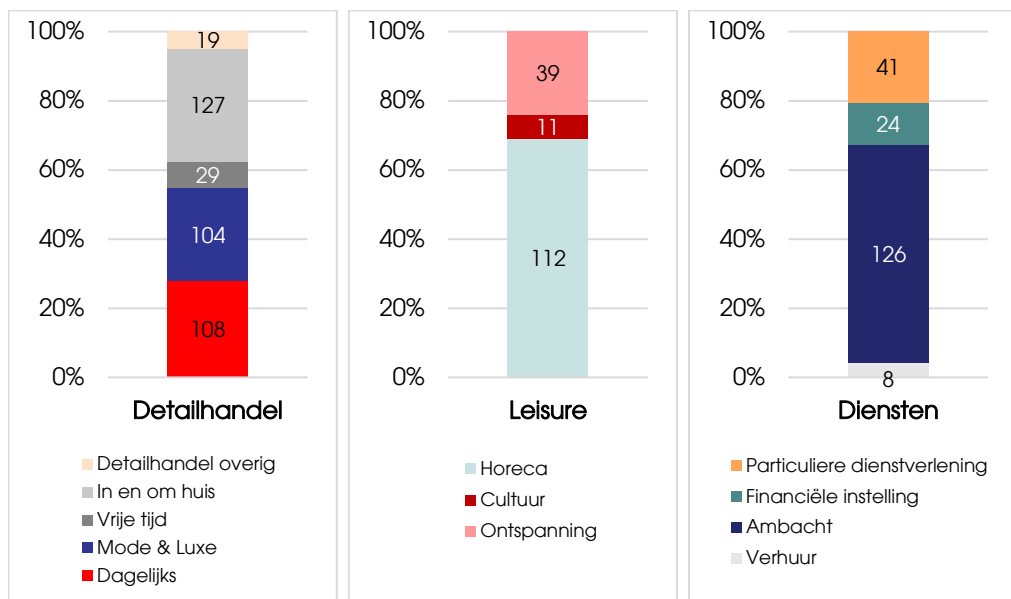
Het retailaanbod bestaat uit detailhandelsvestigingen, horeca en dienstverlening als de kapper en het reisbureau. In de gemeente Dijk en Waard is in totaal ca. 229.000 m<sup>2</sup> vwo aan retailmeters aanwezig. Dit is verspreid over 748 verkooppunten.





FIGUUR 4 AANTAL M² WVO EN VERKOOPPUNTEN PER GROEP IN DIJK EN WAARD  
Bron: Locatus oktober 2019

- Detailhandel.** Het gros van met name de meters maar ook de verkooppunten wordt ingevuld door detailhandel, namelijk ca. 187.000 m² wvo. Dit is 82% van het totaal van de ingevulde commerciële meters binnen Dijk en Waard. Voor de verkooppunten geldt dat detailhandel een aandeel van 52% kent. Dit betekent dat de verkooppunten in de detailhandel gemiddeld groter zijn dan die in de horeca en dienstverlening.



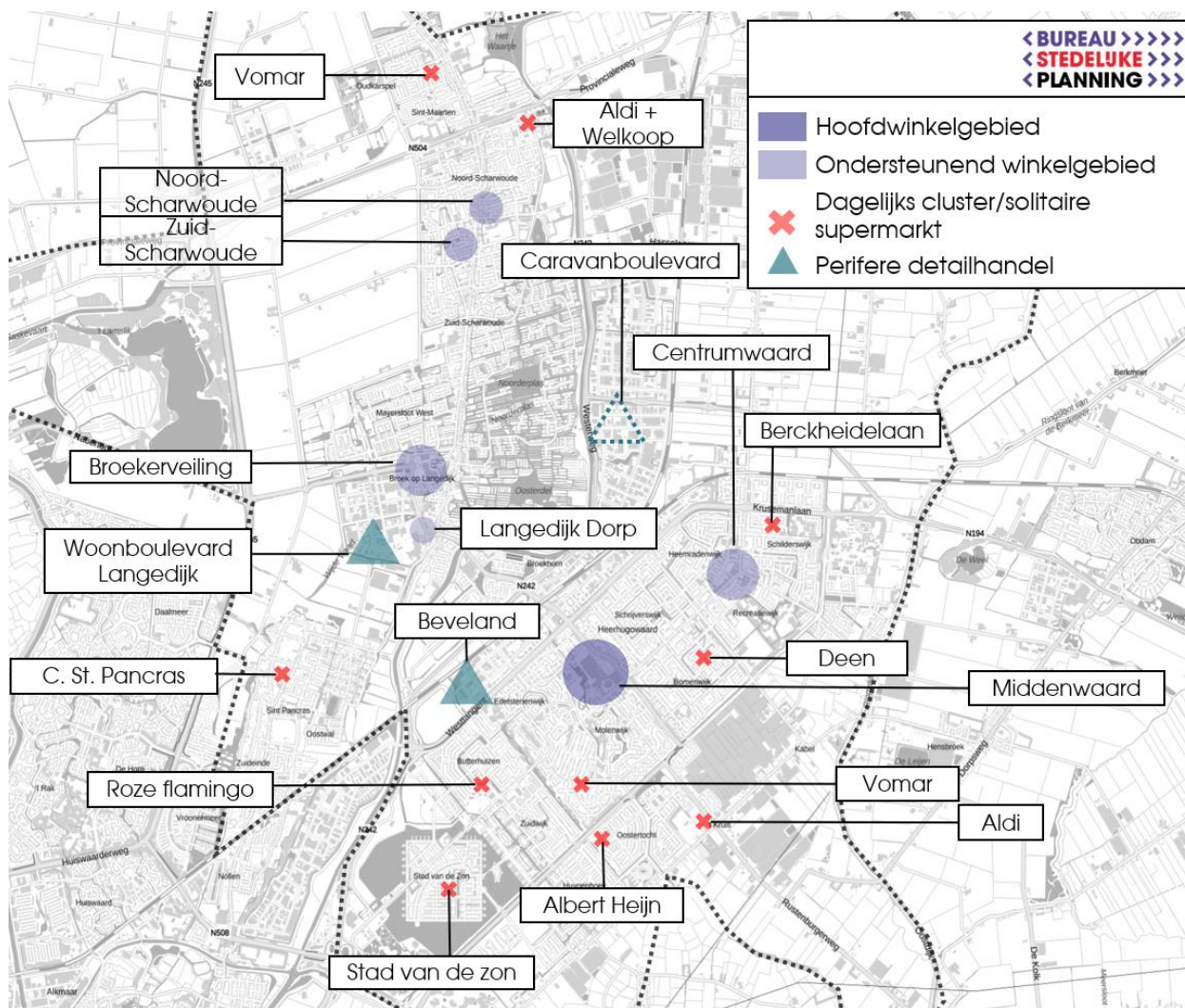
FIGUUR 5 VERHOUDING VERKOOPPUNTEN PER TYPE PER GROEP IN DIJK EN WAARD  
Bron: Locatus oktober 2019

- Leisure.** Leisure beslaat in totaal een kleine 26.000 m² wvo, verdeeld over 162 vestigingen. Daarmee is het aantal verkooppunten in leisure het kleinste ten opzichte van de andere groepen. Binnen leisure bestaan de meeste verkooppunten uit horecavestigingen. In de culturele sector zijn er slechts 11 vestigingen, waaronder twee keer bibliotheken.

- **Diensten.** In de dienstverlening is een kleine 16.000 m<sup>2</sup> wvo verdeeld over 199 verkooppunten in de gemeente aanwezig. Hiermee is deze groep qua meters de kleinste. Binnen de diensten worden de meeste vestigingen ingevuld met ambachten (126 vestigingen). Hierbinnen zijn de kappers en schoonheidssalons de meest voorkomende branches (91 vestigingen).

#### TYPERING (WINKEL)GEBIEDEN >>

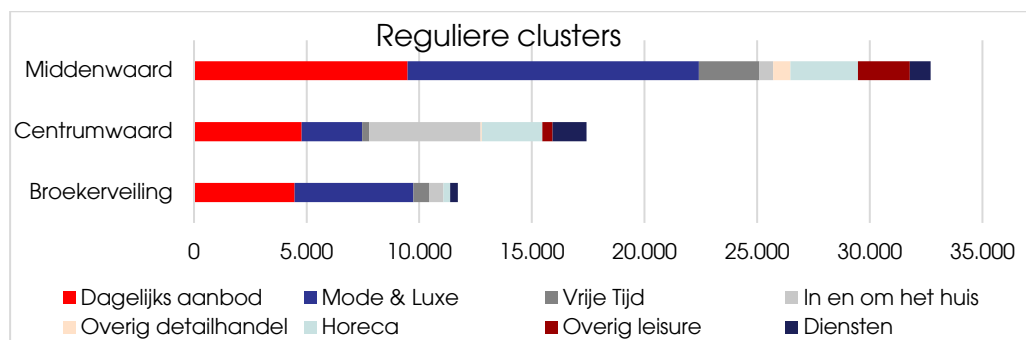
In de retailstructuur van Dijk en Waard zijn verschillende (typen) gebieden te onderscheiden. In onderstaande figuur is de winkelgebiedsindeling gehanteerd. De gemeente Heerhugowaard – Langedijk telt drie grotere maar in maat zeer verschillende reguliere winkelgebieden (Middenwaard, Broekerveiling en Centrumwaard), twee PDV-clusters (Beveland en Woonboulevard Langedijk) en nog verschillende dorpskernen. Daarnaast zijn er diverse dagelijkse clusters en solitaire supermarkten.



FIGUUR 6 DETAILHANDELSSTRUCTUUR DIJK EN WAARD (O.B.V. LOCATUS INDELING, FOCUS OP DETAILHANDEL)

Bron: BRT Achtergrondkaart, Locatus oktober 2019; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

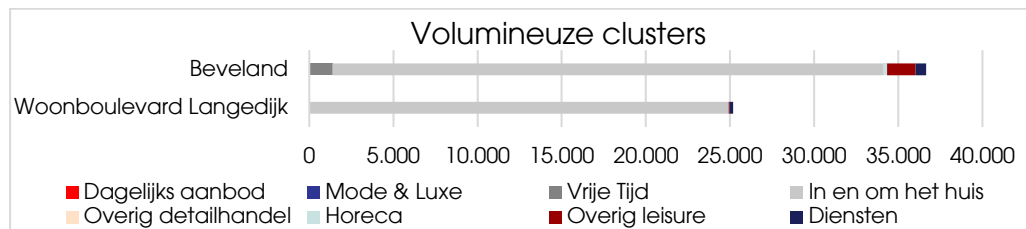
- **Middenwaard.** Dit betreft het overdekte winkelgebied van Heerhugowaard met in totaal ca. 32.700 m<sup>2</sup> wvo aan retailfuncties. Middenwaard heeft een gemeentebrede en een beperkte regionale functie (grootste toevloeiing van buiten de gemeente, zie ook factsheets in Bijlage 1) en bevat het grootste aanbod Dagelijks en Mode & Luxe in de gemeente. Naast het reguliere aanbod van supermarkten huisvest het enkele grotere (inter)nationale retailers, waaronder H&M, WE en C&A. Als middelgroot centrum onder de rook van Alkmaar ondervindt dit winkelgebied concurrentie van de binnenstad van Alkmaar, waar dergelijke (inter)nationale retailers ook gevestigd zijn. Door de combinatie met theater Cool, een horecaplein en het stadhuis met de bibliotheek heeft Middenwaard wel een meer diverse functie dan alleen winkelcentrum.
- **Broekerveiling.** Broekerveiling is het centrale winkelgebied van Langedijk en kent voornamelijk aanbod in de Dagelijkse en Mode & Luxe branche. Het is een overdekt winkelcentrum, dat deels is vernieuwd. Aan de buitenzijde zijn er nieuwe commerciële units gerealiseerd. Door het wat beperktere detailhandelsaanbod van een kleine 12.000 m<sup>2</sup> wvo, heeft dit winkelgebied vooral een functie voor de inwoners van Langedijk, en daarbinnen primair voor Broek op Langedijk (zie ook Bijlage 1).



FIGUUR 7 AANBOD PER GEBIED DIJK EN WAARD  
Bron: Locatus oktober 2019

- **Centrumwaard.** Naast Middenwaard heeft Heerhugowaard ook een ondersteunend winkelgebied in het centrum van de kern. De winkels en andere retailers zijn zowel gevestigd langs de doorgaande Middenweg en het Raadhuisplein. Centrumwaard is een verouderd en een wat versnipperd winkelgebied met veel dagelijks aanbod en verschillende zelfstandige ondernemers. In totaal is het winkelgebied met ruim 17.000 m<sup>2</sup> wvo qua maat het tweede reguliere winkelgebied binnen de gemeenten.
- **Woonboulevard Langedijk (of Zuiderdel).** Is een gemengd bedrijventerrein binnen Langedijk, gelegen op korte afstand van Broekerveiling. Met name aan de Middelmoot zijn diverse grootschalige winkels gesitueerd. Het aanbod bestaat voornamelijk uit een grote vestiging van Karwei als trekker, met Woonrijk en enkele andere woonwinkels rondom.
- **Beveland.** Is eveneens een gemengd bedrijventerrein met diverse retailers. Beveland ligt in Heerhugowaard tussen de N242 en Westtangent in. Er is

hier een ruim grootschalig PDV en GDV aanbod gevestigd, zoals de Media Markt, Gamma en Beter Bed. Naast detailhandel is er ook een ruim leisure aanbod op Beveland. Zo zijn er drie springattracties (Jumpsquare, Jumpcity en Freestyle motion), diverse sportscholen en een McDonalds. Het aanbod ligt versnipperd over het gebied waardoor directe combinatiebezoeken worden bemoeilijkt.



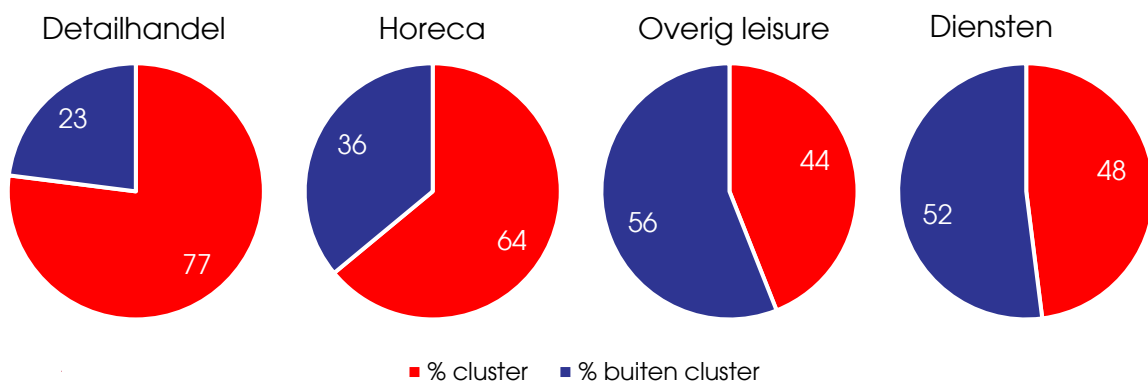
FIGUUR 8 AANBOD PERIFERE CLUSTERS BEVELAND EN WOONBOULEVARD LANGEDIJK  
Bron: Locatus oktober 2019

- **Caravanboulevard.** Naast Beveland en Woonboulevard Langedijk is er ook op de zogenaamde Caravanboulevard volumineus aanbod gevestigd. Dit bedrijventerrein Zandhorst huisvest een mix aan bedrijvigheid. Theo Stet Meubelen en Caravans en Pauw recreatie zijn hier voorbeelden van grote retailers. Om een daadwerkelijk cluster te kunnen vormen liggen de retailers te ver uit elkaar en vormt het gebied te weinig één geheel.
- **Noord- en Zuid-Scharwoude, en Sint Pancras.** De Dorpsstraat in Noord-Scharwoude vormt van oudsher het hart van de kern. Er zijn diverse retailers, waarvan supermarkt Deen de drager is. De winkelstraat ligt ingesloten, er is eenrichtingsverkeer en beperkt parkeren. Op korte afstand van de Dorpsstraat ligt de Deen in Zuid-Scharwoude. Deze winkel ligt relatief solitair ten opzichte van enkele andere retailers aan de Voorburggracht. Hier zijn o.a. een bloemist, een vestiging van Expert en een kapsalon gevestigd. Het aanbod is versnipperd en vormt geen geheel. In Sint Pancras is de Dekamarkt gevestigd met o.a. een groentezaak, kapsalon en cafetaria aan de Bovenweg.
- **Ondersteunende wijk-/buurtcentra en solitaire supermarkten.** Naast de clusters of dorpskernen zijn er met name in Heerhugowaard nog diverse kleinere ondersteunende centra en solitaire supermarkten. De supermarkten zijn hierin altijd de dragers en trekkers. Veelal worden ze ondersteund met enkele dagelijkse winkels (als een bakker), een cafetaria en een zorgpunt. Deze ondersteunende centra functioneren relatief goed.



FIGUUR 9 (SOLITAIRE) SUPERMARKTEN (MET KLOK MEE) OUDKARSPÉL, SINT PANCRAS EN NOORD SCHARWOUDE  
Bron: Bureau Stedelijke Planning

- Locaties horeca en overig leisure.** Anders dan winkels, waarvan het gros binnen een commercieel cluster ligt (slechts 23% van de verkooppunten behoort niet tot een cluster), zijn horeca- en leisure vestigingen in aanzienlijk grotere mate verspreid binnen de gemeenten gevestigd (42% van de verkooppunten, zie ook Bijlage 4). Zo is bijvoorbeeld voor horeca 40% van de meters en 36% van de verkooppunten gevestigd buiten clusters. Dit is aanzienlijk hoger dan het aandeel van de twee centrumgebieden Middenwaard en Broekerveiling samen (20% van de meters en 21% van de verkooppunten in horeca is hier gesitueerd). Beveland is een locatie waar veel ‘ontspanning’ aanwezig is. Overig leisure is daarnaast veel buiten clusters gevestigd.



TABEL 2 AANBOD VERKOOPPUNTEN ONDERDEEL RETAILCLUSTER  
Bron: Locatus 2019

- Locaties diensten.** Voor diensten geldt in nog grotere mate dat zij buiten de traditionele winkelstructuur gevestigd zijn. Maar liefst 60% van de meters en 52% van de verkooppunten is verspreid gevestigd. Dit geldt voor alle hoofdbranches onder diensten, dus zowel voor verhuur, ambacht, financiële en particuliere dienstverlening. Daarnaast valt het aantal



vestigingen in Centrumwaard op. Hier zijn 28 diensten gevestigd, waarvan twaalf kappers en vier schoonheidssalons.

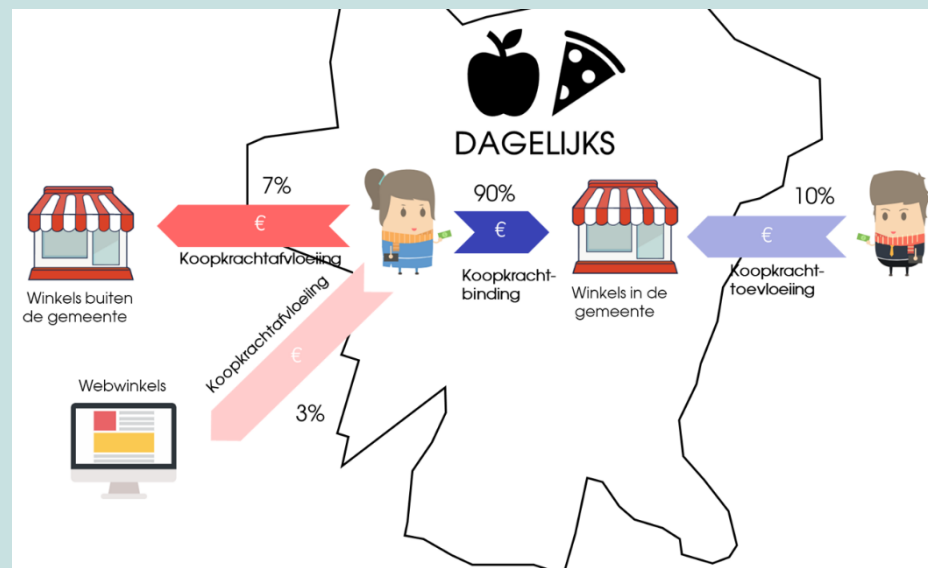
## KOOPORIËNTATIES DETAILHANDEL >>

De gemeente Dijk en Waard heeft drie reguliere winkelgebieden die in meer en mindere mate met elkaar concurreren. Er is echter ook aanbod buiten de gemeente dat aan de inwoners van de gemeente trekt. In 2018 is er een koopstromenonderzoek verricht voor detailhandel binnen de Randstad. Op basis van dit onderzoek is er inzicht in waar de bewoners van de gemeente hun aankopen doen.

### Kooporiëntaties uitgelegd

Koopkrachtbewegingen door binding, afvloeiing en toevloeiing van koopkracht, ofwel de bestedingen door inwoners binnen en buiten een afgebakend gebied:

- **Koopkrachtafvloeiing** = Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied of naar online kanalen.
- **Koopkrachtbinding** = Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.
- **Koopkrachttoevloeiing** = Aandeel van de omzet die van bewoners komt die buiten een bepaald gebied wonen.



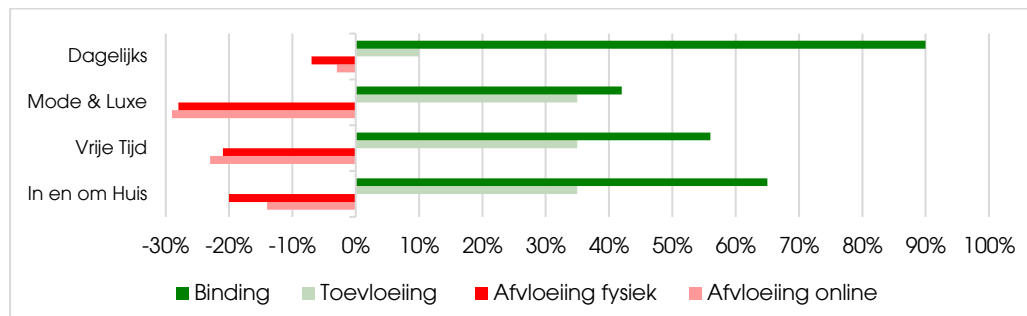
FIGUUR 10 KOOPORIËNTATIES DAGELIJKS DIJK EN WAARD

Bron: KSO 2018 (I&O Research); Bewerking Bureau Stedelijke Planning

- Voor de dagelijkse sector geldt veelal een hoge binding aan de eigen gemeente. Dit is ook het geval in Dijk en Waard. Voor deze gemeente ligt

dit op 90%. De koopkrachtbinding voor de dagelijkse sector in Heerhugowaard ligt met 92% hoger dan die van Langedijk (80%).

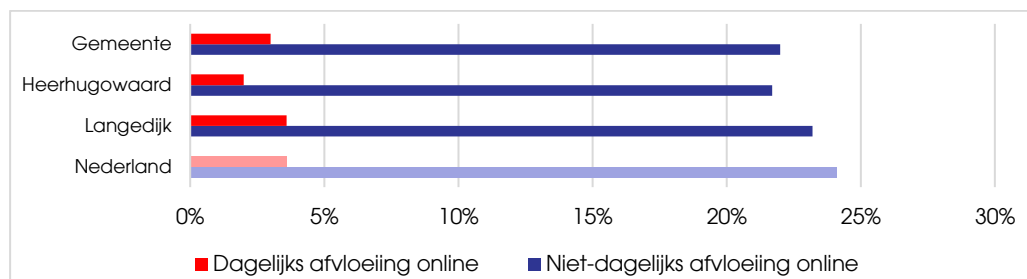
- Voor de andere detailhandelsgroepen in de niet-dagelijkse sector geldt dat de winkelgebieden in de gemeente moeten concurreren met binnensteden van een hogere orde. Denk hierbij met name aan Alkmaar, maar ook Haarlem vormt een concurrent (bijvoorbeeld: 11% van de bestedingen in de niet-dagelijkse sector door inwoners van Heerhugowaard gaat naar Alkmaar). Voor Langedijk geldt dat er in de niet-dagelijkse sector ook een relatief grote afvloeiing is richting Heerhugowaard (15% van de niet-dagelijkse bestedingen). De afvloeiing naar fysieke winkels buiten de gemeente is voor de inwoners van Langedijk, door het relatief beperkte niet-dagelijkse aanbod, fors groter dan de toevloeiing. Voor Heerhugowaard geldt dat de afvloeiing naar fysieke winkels buiten de gemeente ongeveer gelijk is aan de toevloeiing.



FIGUUR 11 BALANS KOOPORIËNTATIES GEMEENTE DIJK EN WAARD SAMEN

Bron: KSO 2018; verdieping I&O research

- **Online afvloeiing.** De online afvloeiing<sup>2</sup> voor de dagelijkse sector ligt in de Nederland gemiddeld op 3,6%. Voor Heerhugowaard is dit slechts 2,0% en voor Langedijk ligt deze gelijk aan landelijk. Voor de niet-dagelijkse sector geldt eveneens dat de online afvloeiing lager ligt dan landelijk. De gemiddelde afvloeiing van de totale gemeente is 22%, terwijl deze landelijk op 24,1% ligt. Gemiddeld ligt ook hier de online afvloeiing vanuit Langedijk hoger dan die in Heerhugowaard (respectievelijk 23,2% en 21,7%).



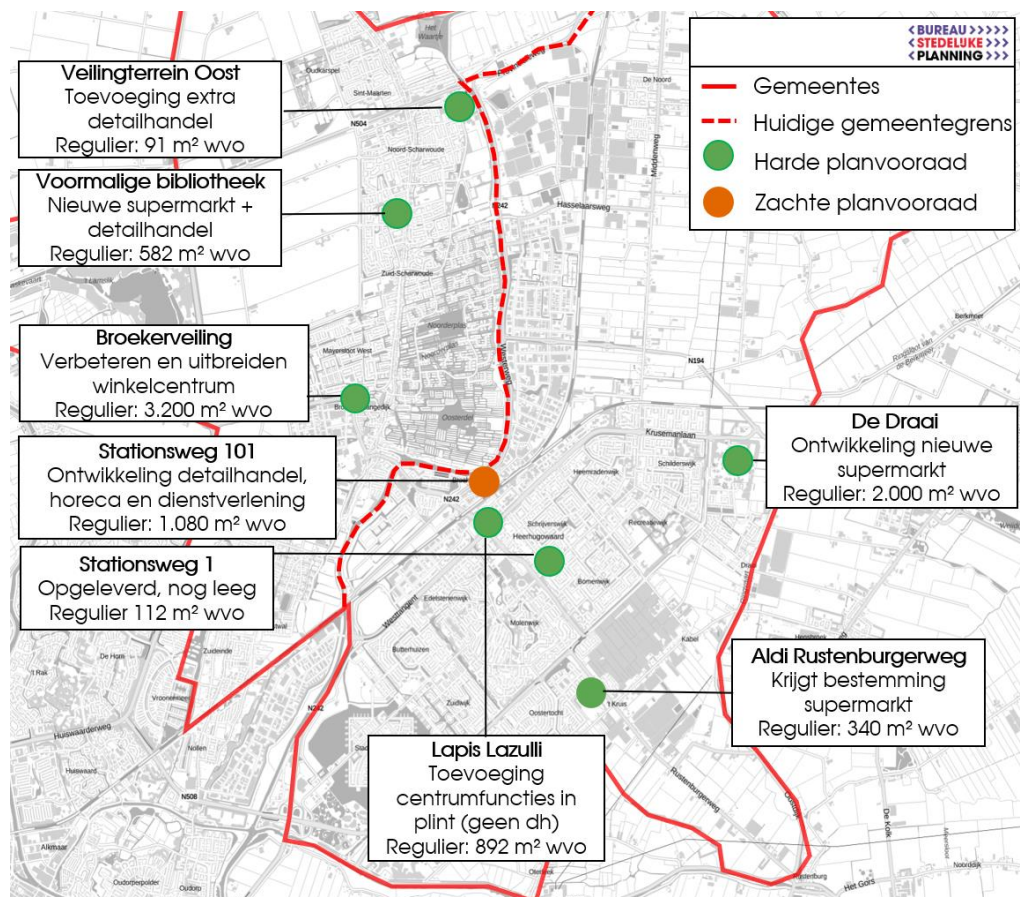
FIGUUR 12 AFVLOEIING ONLINE GEMEENTE EN PER DEELGEBIED (VOORMALIGE GEMEENTEN)

Bron: KSO 2018. Verdieping I&O

<sup>2</sup> Online afvloeiing = het percentage van de bestedingen die via online kanalen en niet in een fysieke winkel gedaan worden.

## ONTWIKKELING VAN HET AANBOD EN VERWACHTE ONTWIKKELINGEN &gt;&gt;

- **Ontwikkeling van het aanbod.** Sinds 2016 is het totale detailhandelsaanbod in de gemeente Dijk en Waard met ca. 3.600 m<sup>2</sup> wvo toegenomen<sup>3</sup>. De toename is voornamelijk in Langedijk geland, waar het totaal aantal detailhandelsmeters met 3.200 m<sup>2</sup> is gegroeid. Uit het Koopstromenonderzoek 2018 blijkt dat het aantal winkels in de dagelijkse sector in Dijk en Waard sinds 2016 licht is afgenomen. Ook het aantal winkels in de niet-dagelijkse sector is in Langedijk licht afgenomen, dit in tegenstelling tot Heerhugowaard waar dit gelijk is gebleven. Opvallend is dat in zowel Heerhugowaard als in Langedijk het aantal vierkante meters niet-dagelijkse detailhandel in 2018 is toegenomen ten opzichte van 2016.



FIGUUR 13 PLANVOORRAAD BINNEN DE GEMEENTE ( HARDE EN ZACHTE PLANNEN )

Bron: Gemeente Heerhugowaard en gemeente Langedijk

- **Planvoorraad.** In totaal is er in de gemeente Dijk en Waard ruim 14.000 m<sup>2</sup> wvo aan harde en zachte winkelplannen. Het grootste deel, bijna 13.000 m<sup>2</sup> wvo, bestaat uit harde plannen. Binnen Broekerveiling is de grootste uitbreiding mogelijk. Dit cluster zal worden vernieuwd en heeft nog een planvoorraad van ca. 3.200 m<sup>2</sup> wvo.

<sup>3</sup> KSO Randstad 2018: vergelijking met 2016.



- De planvoorraad De Draai betreft een dagelijks cluster aan de rand van de nieuwbouwwijk in Heerhugowaard. De ontwikkeling omvat een supermarkt van 2.000 m<sup>2</sup> wvo. De overige ontwikkelingen betreffen vooral uitbreiding van het bestaande aanbod. Zo wordt er met een herontwikkeling in het centrumgebied van Zuid-Scharwoude een supermarkt (1.290 m<sup>2</sup>) en detailhandel (340 m<sup>2</sup>, niet zijnde supermarkt) gebouwd, op een locatie waar een oude bibliotheek is gesloopt. Dit is een netto toevoeging van 583 m<sup>2</sup> wvo t.o.v. het huidige aanbod op deze plek.

## 1.3 BELEIDSKADERS

### RIJKSBELEID >>

- **Ladder voor duurzame verstedelijking.** Op grond van artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) dienen overheden nieuwe stedelijke ontwikkelingen standaard te motiveren. Per 1 juli 2017 zijn de drie treden van de Ladder losgelaten en geldt dat de toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, een beschrijving bevat van de behoefte aan die ontwikkeling. Indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied is een motivering vereist waarom niet binnen het stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien. Uit de jurisprudentie weten we dat een nieuwvestiging of uitbreiding groter dan 500 m<sup>2</sup> bvo aan de Ladder voor duurzame verstedelijking moet worden gemotiveerd.
- **Retailagenda.** De Retail agenda is in 2015 gestart op initiatief van het ministerie van Economische zaken en betrokken organisaties en marktpartijen die streven naar een gezonde en toekomstige retailsector. Aanleiding voor de Retailagenda zijn de grote structurele veranderingen in de retail die de afgelopen jaren sterk zichtbaar werden met vele faillissementen en leegstand als gevolg<sup>4</sup>. De belangrijkste thema's waar nu op gefocust wordt zijn:
  - Gemeentelijke afstemming
  - Lokale transformatie
  - Samen investeren
  - Human Capital Agenda
  - Kenniscreatie en innovatie

#### De Europese Dienstenrichtlijn

Vooral in de Buitenstad gelden allerlei beperkingen ten aanzien van branchering. Aantallen winkels, minimale en maximale maat van de winkels. Tot voor kort

<sup>4</sup> <https://retailand.nl/retailagenda/>

konden deze beperkingen worden opgelegd binnen de bestemming detailhandel met een verwijzing naar het beschermen van vitaliteit van binnensteden en centra.

De tussenuitspraak van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State d.d. 20 juni 2018 inzake branchebeperking voor het Woonplein in Appingedam werpt een ander licht op de zaak. De Afdeling stelt dat de Europese Dienstenrichtlijn van toepassing is. Brancheringsregels worden hierin niet onmogelijk gemaakt, maar het moet wel **noodzakelijk** zijn en op een **evenredige manier** gebeuren.

De casus Appingedam – het van toepassing zijn van de Dienstenrichtlijn – zal in ieder geval leiden tot een andere manier van a) detailhandelonderzoek en onderbouwingen, b) het maken van detailhandelsbeleid en c) het borgen hiervan in bestemmingsplannen.

Bureau Stedelijke Planning heeft in samenwerking met Rho adviseurs en Locatus de “Nadere motivering branchebeperking bestemmingsplan Stad Appingedam” (december 2018) verzorgd. In de uitspraak van 24 juli 2019 in deze zaak oordeelt de Afdeling Bestuursrechtspraak dat de gemeente met dat onderzoek aannemelijk heeft gemaakt dat de brancheringsregels effectief zijn voor de situatie in Appingedam, en niet verder gaan dan nodig is om te voorkomen dat het stadscentrum minder leefbaar wordt door toenemende leegstand.

In oktober 2019 is door de genoemde bureaus een leidraad opgesteld: “Omgaan met de Dienstenrichtlijn in ruimtelijk detailhandelsbeleid” (i.o.v. de Retailagenda en Detailhandel Nederland, met bijdrage van de Stichting Detailhandelsfonds). In deze leidraad wordt aangegeven wanneer een bestemmingsplan in strijd is met de Dienstenrichtlijn en hoe gemeenten kunnen omgaan met de geconstateerde risico's.

Bron: Bureau Stedelijke Planning, Rho adviseurs en Locatus.

## PROVINCIAAL BELEID NOORD-HOLLAND >>

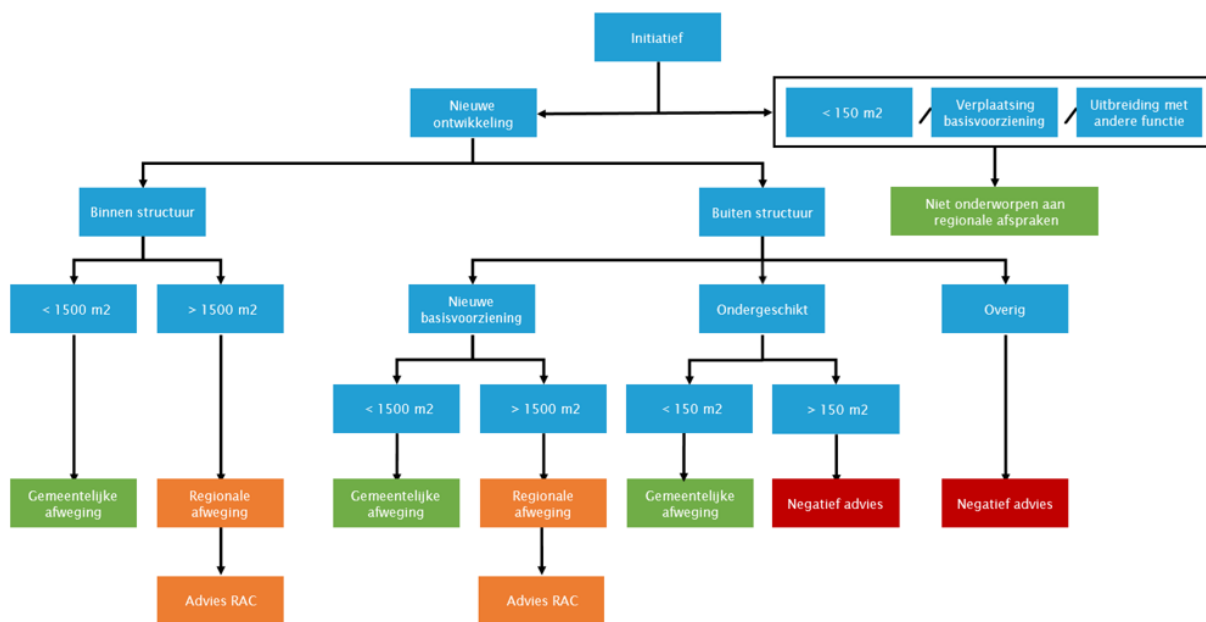
Het provinciale beleid van Noord-Holland is neergelegd in ‘Detailhandelsbeleid Noord-Holland 2015 – 2020’. De provincie heeft zich op het standpunt gesteld dat nieuwe detailhandelsontwikkelingen of -uitbreidingen niet mogen leiden tot ernstige verstoring en duurzame ontwrichting van de bestaande winkelstructuur in de gemeenten. De verdere ontwikkeling, en daarmee versterking, van de bestaande hoofdwinkelgebieden (de stadscentra, de grootschalige, perifere locaties, en bijzondere kleinere centra) heeft prioriteit. Ook is aangegeven dat detailhandel-ontwikkelingen groter dan 1.500 m<sup>2</sup> vloeroppervlak (buiten bestaande centra) en groter dan 5.000 m<sup>2</sup> vloeroppervlak (binnen bestaande centra) bovengemeentelijk afgestemd moeten worden.

Voor de kleinere centra en de voorzieningen in de wijk- en buurtcentra en de kleinere gemeenten wordt gestreefd naar een goed woon- en leefklimaat met een daarop afgestemd voorzieningenpakket. Daarnaast is er de wens om in te spelen op de dynamiek in de detailhandel. Het gaat hier bijvoorbeeld om ruimte te bieden aan innovatieve concepten. Nieuwe impulsen zijn nodig om te voorkomen dat een winkelgebied juist verpaupert omdat het te statisch is en de winkeliers daardoor onvoldoende in staat zijn in te spelen op veranderende wensen en gedrag van de consument.

#### REGIONALE DETAILHANDELSVISIE ALKMAAR 2025 >>

De gemeente Dijk en Waard vallen binnen de regio Alkmaar. In 2017 is er voor deze regio een detailhandelsvisie geschreven. Het hoofddoel van de regionale detailhandelsvisie is het versterken van de winkelgebieden binnen de structuur. Daarom streeft de regio ernaar dat winkels zoveel mogelijk deel uitmaken van winkelgebieden. Daar versterken ze elkaar en zijn aantrekkelijke gebieden te realiseren. Dit hoofddoel uit zich in de volgende belangrijke keuzes:

- Aangezien de marktruimte in de regio beperkt is, zullen nieuwe ontwikkelingen gericht worden ingezet om de winkelgebieden in de detailhandelsstructuur te versterken. In lijn met die gedachte wordt geen medewerking verleend aan nieuwe ontwikkelingen buiten de structuur. Om hier verder invulling aan te geven heeft de regio duidelijke keuzes en afspraken gemaakt.
- Boven de 1.500 m<sup>2</sup> bvo worden initiatieven in elk geval regionaal afgestemd, in eerste instantie in het portefeuillehoudersoverleg en daarna in de Adviescommissie Noord-Holland Noord. Onder 1.500 m<sup>2</sup> wordt de afweging bij de individuele gemeente gelegd, die wel wordt geacht de uitgangspunten van de detailhandelsvisie te volgen.
- Een uitzondering voor ontwikkelingen buiten de structuur wordt gemaakt als er sprake is van een basisvoorziening voor een kleine kern. Het gaat dan om winkels voor de dagelijkse boodschappen, die een belangrijke rol spelen in het behoud van de leefbaarheid in kleine kernen. Gemeenten werken hier in principe mee aan beperkte uitbreidingen.
- Geen brancheverruiming doelgerichte gebieden. Op de doelgerichte winkelgebieden (volumineuze clusters) blijven de bestaande branchebeperkingen van kracht.



FIGUUR 14 STROOMSCHEMA NIEUWE ONTWIKKELINGEN REGIONALE VISIE  
Bron: Regionale detailhandelsvisie Alkmaar 2025

## RETAILBELEID IN DE GEMEENTEN >>

Momenteel heeft de gemeente Dijk en Waard geen retailbeleid in de vorm van bijvoorbeeld een detailhandelsvisie of een recente horecavisie. In de (voormalige) gemeente Langedijk is wel in 2012 het horecabeleid opgesteld.

## 1.4 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN HET RETAILLANDSCHAP

Detailhandel is een branche die altijd aan ontwikkelingen onderhevig is, denk momenteel bijvoorbeeld aan de toename van online en de effecten op de fysieke winkelstructuur. Echter ook voor de horeca- en dienstensector geldt dat trends en ontwikkelingen komen en gaan. In deze paragraaf behandelen we belangrijkste trends en ontwikkelingen die van invloed zijn op het retaillandschap.

### STRUCTURELE ONTWIKKELINGEN >>

Momenteel zijn er diverse structurele ontwikkelingen die invloed (gaan) hebben op de retailstructuur. De structurele veranderingen hebben gevolgen voor alle typen retailgebieden, van de buurtcentra tot de grootste binnensteden, en van de grootschalige concentraties (woonboulevards) tot de stadsdeelcentra. Toch is het ene centrum kwetsbaarder voor de veranderingen dan het andere. Criteria die van invloed zijn op de mate van kwetsbaarheid zijn uiteenlopend van aard:

- **Demografisch.** Commerciële concentraties in stedelijke gebieden in de Randstad zijn minder kwetsbaar. Deze gebieden hebben over het algemeen

te maken met bevolkingsgroei en (relatieve) verjonging, die resulteert in een groeiend draagvlak voor de voorzieningen. Dit in tegenstelling tot de krimpgemeenten van Nederland, waar het draagvlak juist afneemt. Binnen de gemeente Dijk en Waard is er voor de eerste jaren sprake van een groei van de inwoners, hoewel de groei varieert per wijk en kern en de groei naar verwachting afvlakt na 2030.



FIGUUR 15 GENERIEKE ONTWIKKELINGEN DIE VAN INVLOED ZIJN OP DE RETAIL  
Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **Branchesamenstelling.** Gebieden die een groot aandeel internetgevoelige branches kennen (mode, bruin- en witgoed, sport en spel, reisbureaus, banken) zijn gevoeliger dan gebieden die vooral gedragen worden door supermarkten, andere dagelijkse winkels, horeca en ambachtelijke diensten.
- **Omvang en functie.** Grote, aantrekkelijke recreatieve retailgebieden (vaak binnensteden) met een groot verzorgingsgebied en met een grote keuze en variatie aan aanbod (ook buiten de detailhandel) en een hoge dichtheid bieden sfeer en beleving. Deze grote retailgebieden bieden meer sfeer en beleving dan de middelgrote centra en stadsdeelcentra, die zich noch functioneel, noch in termen van beleving kunnen onderscheiden, niet ten opzichte van het internet en niet ten opzichte van de grote binnensteden. Dorpscentra en boodschappenclusters doen het relatief goed, omdat deze centra klein zijn gebleven en de focus ligt op frequente boodschappen die men dichtbij huis wil doen.



FIGUUR 16 VERGRIJZING IS VAN INVLOED OP DETAILHANDEL  
Bron: Bureau Stedelijke Planning



## DE FOODSECTOR GROEIT EN WORDT DIVERSER &gt;&gt;

- **Food wint aan belang** in de winkelstraat en -centra. Waar de niet-dagelijkse detailhandel door generieke ontwikkelingen onder druk staat, drukt de foodsector juist een steeds grotere stempel op retailgebieden, ook (of juist) in de grote stad. De bevolking identificeert zich sterk met zijn eetgedrag ("Food is the new fashion") en met name jongeren leven sterk bij de dag. Ook de drang om buiten de deur te eten past hierbij.



FIGUUR 17 FOOD WINT AAN BELANG DOOR O.A. KOPPELING MET IDENTITEIT - VERSHOF IN BROEKERVEILING  
Bron: Bureau Stedelijke Planning

### Blurring in vorm en distributiekanaal – Jumbo-app en Picnic

Onder invloed van **omni-channel** breiden bestaande supermarktfomules hun bezorgdiensten steeds verder uit. Jumbo heeft een app ontwikkeld waar de klant de producten die zij wil bestellen kan scannen (bijvoorbeeld direct uit de koelkast) of aanklikken in de app, waarna deze thuisbezorgd worden. Daarnaast zijn er diensten als Picnic (100% internetdienst), waar klanten online hun producten bestellen, die vervolgens de volgende dag op het gewenste tijdstip met de typerende Picnic-busjes worden thuisbezorgd. Sinds 2019 is Picnic in Dijk en Waard actief.



FIGUUR 18 BUSHOKJE UTRECHT TER PROMOTIE VAN JUMBO-APP  
Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **Supermarkten maken inhaalslag.** Supermarkten profiteren van de inhaalslag die food in de winkelstraten maakt. Albert Heijn liep in de jaren negentig voorop door ook een grootstedelijke variant van de supermarkten in

steden: kleiner, goed bereikbaar voor fietser en voetganger, met een assortiment dat aansluit bij de behoeften in de stad (gemak, vers, kwaliteit). Inmiddels maken de andere formules met aangepaste concepten een inhaalslag en groeit de omzet in de fysieke supermarkt nog steeds.

- **Nieuwkomers van binnen de sector** komen op in de foodbranche. Aanbieders als Stach richten zich op een specifieke markt en op de consument die zich bewust is van zijn eetgewoonten en de identiteit. Daarnaast zijn er **nieuwkomers vanuit de horeca**. Restaurants bieden hun producten aan om thuis te consumeren (Deliveroo en Thuisbezorgd.nl).

#### MINDER BEHOEFTE FYSIEKE WINKELS IN DE NON-FOOD >>

- **Grote impact e-commerce.** Internetwinkelen neemt inmiddels al meer dan 24% van de non-food bestedingen in (KSO 2018). Een verdere groei zal niet uitblijven en winkels moeten inspelen op de veranderende wensen van de consument en ze bedienen met een goed functionerende en overzichtelijke webshop.

#### Sluitingen en faillissementen zetten centra onder druk

Het detailhandelslandschap verandert. Met name de niet-dagelijkse detailhandel staat onder druk. Verschillende formules sluiten (veel van hun) vestigingen, denk recent aan Zeeman en Steps. Anderen gaan failliet. De meeste klappen vallen in het middensegment. De afgelopen jaren gingen formules als Didi, Engelen schoenen, Coolcat, Intertoys, Kijkshop, Witteveen, Charles Vögele, MS Mode, Scapino, V&D en Miss Etam failliet.



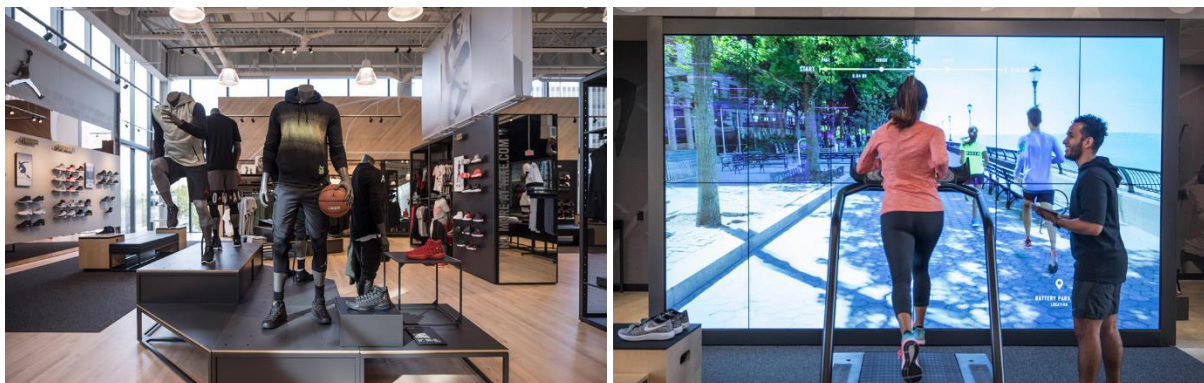
FIGUUR 19 GREEP UIT FAILLIETE WINKELKETENS VAN DE AFGELOPEN JAREN (DEELS OOK MET VESTIGINGEN IN HEERHUGOWAARD OF LANGEDIJK)

Bron: Bureau Stedelijke Planning (foto)

Veel retailers die wel overeind bleven konden uit de voeten met een aanzienlijk beperkter aantal vestigingen. En enkel in de grootste winkelgebieden. Dit betekent dat middelgrote centra, die te weinig onderscheidend zijn, het lastig hebben. Ze bieden te weinig (uniek) aanbod en zijn te weinig relevant voor de kritische consument. Daarbij zijn deze centra vaak te groot en te complex (parkeren) voor de makkelijke boodschap. Hierdoor worden de middelgrote centra het snelst overgeslagen. Met leegstand tot gevolg.

Bron: <https://www.businessinsider.nl/winkel-failliet-vd-coolcat/>, <https://locatus.com/blog/hoe-nu-verder-met-de-middelgrote-stad/>

- De non-foodsector trekt zich terug in de **grootste centra** (met voldoende kritische massa en mogelijkheden voor exposure): Momenteel maken veel ketens een pas op de plaats en investeren zij primair in centrumgebieden.
- **Traditionele verdienmodel staat op zijn kop:** tegenwoordig dienen fysieke winkels vaker als een showroom of als centrum van beleving dan als plek van transactie. Grote ketens willen aanwezig zijn in de winkelstraat om hun producten en concepten te tonen. Ze zijn zich ervan bewust dat klanten meer en meer gebruik maken van het internet als aankoopplaats.



FIGUUR 20 VOORBEELD WINKEL NIKE: GROTE EIGEN WINKELS MET FOCUS OP SERVICE EN BELEVING

Bron: <https://news.nike.com/news/nike-miami-first-look>

## BELANG VAN HORECA EN LEISURE NEEMT TOE >>

- **Horeca is groeisector:** Het aanbod en de diversiteit aan horeca is sterk groeiend. De consument besteedt zijn of haar tijd graag buiten de deur en heeft daar een andere perceptie van de prijs van eten en drinken. Ook in kleinere centra en ondersteunende gebieden is horeca niet alleen het verlengstuk van een bezoek aan een winkel, maar ook andersom.
- **Vernieuwing, blurring** (binnen en buiten de sector): Horeca maakt meer en meer een onderdeel uit van andere sectoren. Anderzijds is er ook binnen de sector van vervaging sprake. Horecagelegenheden mengen verschillende functies of veranderen hun concept naar tijdstip. Zo zijn er verschillende dag-horecagelegenheden die 's nachts de tafels aan de kant zetten voor een

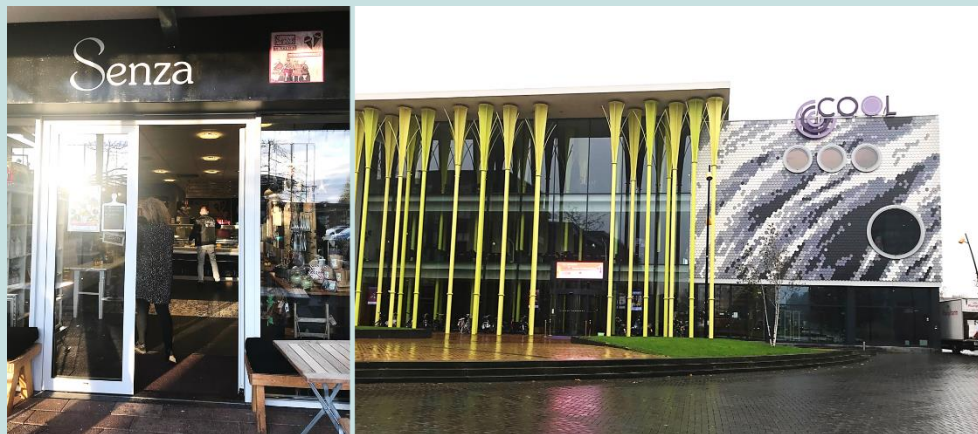


feestje en heeft Hostel King Kong in Rotterdam tevens een openbaar toegankelijke koffiebar.

### **Blurring: vervagende grenzen tussen food en retail**

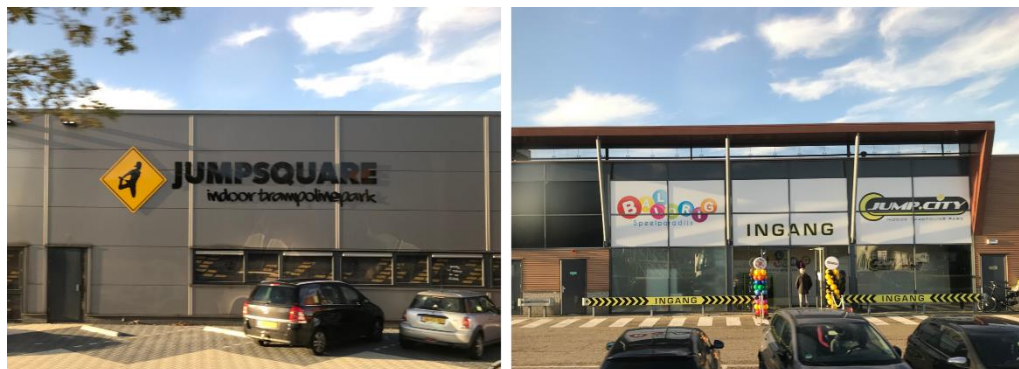
Blurring is een fenomeen dat zeker niet als een hype mag worden weggezet. Vervagende grenzen tussen sectoren en branches is iets van alle tijden. De bekendste vorm van blurring is die tussen foodretail (supermarkt en speciaalzaak) enerzijds en foodservices (horeca) anderzijds. Voorbeelden zijn: Jumbo Foodmarkt, Dekamarkt World of Food en Stach.

Ook is er blurring van buiten de foodsector. Dit gebeurt op zeer uiteenlopende manieren. Van de boekhandel die ook koffie en broodjes serveert tot de doe-het-zelf winkel waar men ook kan klussen. In de gemeente Heerhugowaard is o.a. Senza Leuk & Lekker in Centrumwaard een voorbeeld. Naast ijs en koffie is binnen de zaak ook een klein assortiment aan levensmiddelen en accessoires te koop. Ook COOL in de Middenwaard is met een combinatie van theater, restaurant en het bieden van cursussen een vorm van blurring.



FIGUUR 21 BLURRING: COMBINATIE VAN VERSCHILLENDE FUNCTIES - HIER SENZA EN COOL  
Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **Schaalvergroting en ketenvorming:** Deze ontwikkeling vindt op twee manieren plaats. Zo is er sprake van ketenvorming als succesvolle concepten verschillende vestigingen met hetzelfde concept openen (in horeca, maar ook leisure). De schaal hierin is divers, van internationaal (Starbucks) tot op een lager schaalniveau, met enkele vestigingen in het land (Loetje, Anne&Max). Daarnaast is er ook minder zichtbare ketenvorming. Succesvolle ondernemers starten vestigingen met verschillende namen en een iets afwijkende concepten.



FIGUUR 22 KETENVORMING LEISURE. VOORBEELDEN JUMPSQAURE EN BALLORIG, BEIDEN GEVESTIGD OP BEVELAND

Bron: Bureau Stedelijke Planning

### AMBACHTELIJKE DIENSTEN GROEIEN, REST ONDER DRUK >>

- De **commerciële dienstverlening staat onder druk**. Met name de sectoren die geen product leveren en/of vervaardigen en goed te vervangen zijn de online diensten hebben het moeilijk. Zo bieden banken, reisbureaus, uitzendbureaus allen in steeds grotere mate hun diensten aan via internet en **verdwijnen veel fysieke vestigingen**. Alleen de zeer specifieke bedrijven, die zich op een speciale markt richten, blijven overeind.
- Wel zijn er ook diensten die steeds belangrijker zijn voor winkelgebieden. Bijvoorbeeld de **ambachtelijke commerciële diensten** als de kapper en schoenmaker, en maatschappelijke diensten als de tandarts en het kinderdagverblijf zijn in de toekomst idealiter steeds vaker onderdeel van een cluster. Al deze voorzieningen samen trekken allemaal potentiële klanten naar een gebied. Ze zorgen ervoor dat het ontmoetingsplekken blijven en zullen elkaar versterken.



FIGUUR 23 RETAILSHIFT VAN BEZIT NAAR GEBRUIK - SITES ALS PEERBY HELPEN HIERBIJ

Bron: Peerby

- **Verhuur via andere kanalen** dan de van uit het verleden bekende plekken. Zo worden auto's niet per definitie verhuurd meer via de autoverhuurder maar bijvoorbeeld van de burens (via SnappCar) of door reiskosten te delen door mee te rijden (BlaBlaCar). Ook voor bijvoorbeeld het huren van gereedschap verandert dit. Via Peerby kan men kijken wat de burens willen uitlenen. Enerzijds heeft dit een effect op de verkoop van deze producten, anderzijds ook op het gebruik van de traditionele verhuurdiensten als Boels en Hertz.

## 1.5 WAT VALT OP IN DIJK EN WAARD?

Wat is bijzonder aan het retaillandschap van Dijk en Waard, en waarin onderscheiden deze gemeente zich van andere gemeenten in Nederland?

- **De aanwezigheid van Middenwaard, het Stadshart van Heerhugowaard.** Dit winkelgebied heeft zich in de afgelopen vijftien jaar positief ontwikkeld. Het overdekte winkelcentrum heeft vanaf 2017 een facelift gekregen en tegelijkertijd is het Coolplein toegevoegd met veel horeca en mogelijkheden voor evenementen. Het winkelaanbod is zeer compleet en door het toevoegen van niet-winkelfuncties wordt de functie als Stadshart bestendig. Met de korte afstand tot de historische binnenstad van Alkmaar en de toename van de online bestedingen is Middenwaard als middelgroot centrum wel een centrum dat bovengemiddeld kwetsbaar is.
- **Groot verschil in dagelijkse aanbodstructuur tussen Dijk en Waard.** De planmatige groei van Heerhugowaard is ook terug te zien in de wijk- en buurtstructuur. Afgezien van Middenwaard en Centrumwaard zijn er veel planmatig ontwikkelde buurtcentra waarbij de aanwezige supermarkt als drager fungeert en weinig aanvullend aanbod gevestigd is. Binnen Langedijk is de structuur meer historisch gegroeid en zijn de meeste voorzieningen gesitueerd langs of nabij de Dorpsstraat (lintbebouwing).
- **Twee relatief grote PDV / GDV -clusters, in zowel Langedijk als Heerhugowaard één.** Hierbij is Beveland (de Woonstrip) zowel in aantal verkooppunten als totaal metrage het grootst, terwijl het aanbod binnen Woonboulevard Langedijk fors minder verkooppunten kent, maar wel relatief zeer grote winkels. De branche In en om het Huis is in beide gebieden sterk vertegenwoordigd.
- **De relatief grote (harde) planvoorraad** om met name Broekerveiling uit te breiden en een nieuwe dagelijkse voorziening mogelijk te maken bij woningbouwlocatie De Draai aan de oostkant van Heerhugowaard.

## 2 HUIDIG EN TOEKOMSTIG FUNCTIONEREN AANBOD

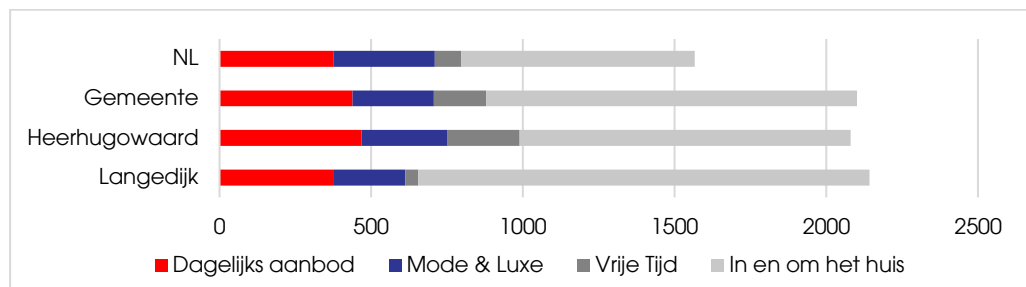
In dit hoofdstuk wordt het huidige en naar verwachting toekomstige functioneren van het detailhandelsaanbod in de gemeente geanalyseerd. Hierin komen Dijk en Waard als geheel, maar ook de verschillen tussen de centra aan de orde.

### 2.1 HUIDIG FUNCTIONEREN RETAILAANBOD

In deze paragraaf is het huidige functioneren van het aanbod in de gemeente Dijk en Waard opgenomen. De focus ligt hierin op de detailhandel (door middel van o.a. dichtheden en een distributieve toets), maar ook de andere retailfuncties komen, meer kwalitatief, aan de orde. Ook de status van leegstand en succesvolle en probleemlocaties komen aan bod.

#### DICHTHEDEN DETAILHANDEL TEN OPZICHTE VAN NEDERLAND HOOG >>

Een winkeldichtheid<sup>5</sup> geeft een indicatie van de hoeveelheid aanbod er is gevestigd in Dijk en Waard en in de gemeente als geheel, ten opzichte van het landelijk gemiddelde.



FIGUUR 24 DICHTHEID DETAILHANDELSBRANCHES IN M<sup>2</sup> WVO PER 1.000 INWONERS

Bron: Locatus oktober 2019 en CBS 2019

- Voor de gemeente als totaal, maar ook voor deelgebieden in Dijk en Waard afzonderlijk, geldt dat de totale winkeldichtheid hoger ligt dan gemiddeld in Nederland. Vooral de winkeldichtheid van de branche In en om het Huis ligt aanzienlijk hoger dan landelijk (1.222 m<sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners tegen 769 m<sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners).
- Alleen in de branche Mode & Luxe ligt de dichtheid voor de gemeente lager dan het landelijke niveau.

<sup>5</sup> Het aantal m<sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners – enkel voor detailhandel geanalyseerd i.v.m. dat er geen landelijke Locatus cijfers bekend zijn van Leisure en Diensten.

- In de dagelijkse sector ligt deze in Langedijk nagenoeg gelijk aan landelijk, in Heerhugowaard en de gemeente als totaal ligt deze dichtheid er ook duidelijk boven.



FIGUUR 25 EEN (TE) HOGE DICHTHEID KAN BETEKENEN DAT ER TE WEINIG BESTEDINGEN ZIJN OM HET AANBOD TE LATEN FLOREEREN  
Bron: Bureau Stedelijke Planning

Een hogere dichtheid dan landelijk kan verschillende dingen betekenen. Enerzijds kan het aangeven dat het aanbod in een gebied een bovenlokale functie heeft, want er is te veel aanbod voor alleen de bewoners. Anderzijds kan het ook betekenen dat er overaanbod is. Met het oog op de toename in online bestedingen en een ook op landelijk niveau al bestaand overaanbod in diverse branches kan de gemeente voor een (ruim) overaanbod komen te staan. Het is de vraag of de te verwachten bevolkingsgroei dit gat voldoende kan vullen.

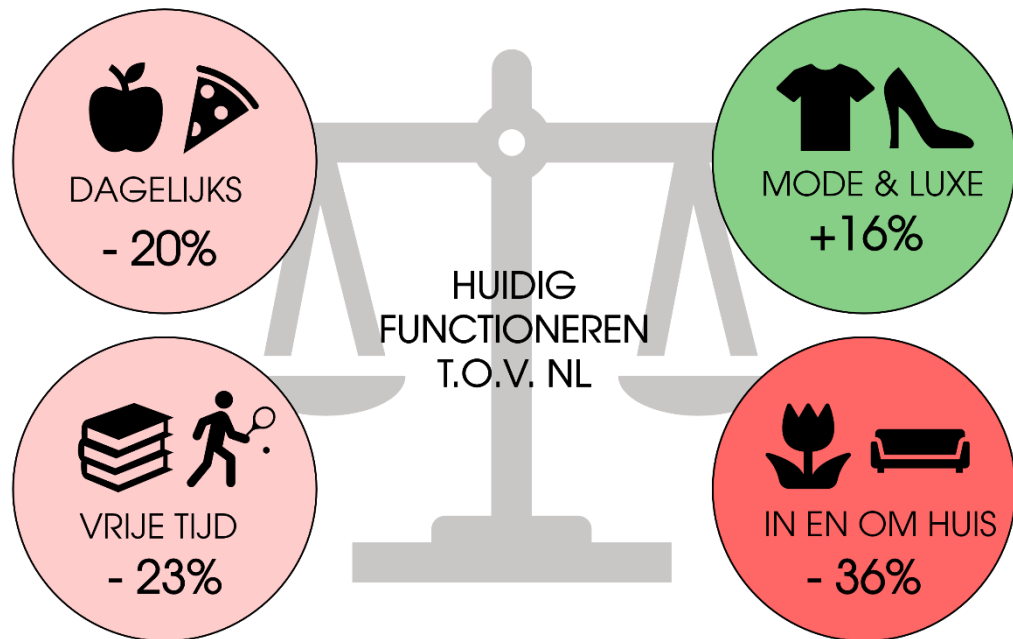
#### FUNCTIONEREN DETAILHANDELSAANBOD >>

Op indicatieve wijze kan het gemiddeld functioneren van het detailhandelsaanbod berekend worden middels een distributieve toets. Aan de hand van koopstromen en omzetkengetallen (gemiddelde bestedingen en vloerproductiviteit) ontstaat er een indicatie van het functioneren van het aanbod in vergelijking met het landelijk gemiddelde. Als de gemiddelde vloerproductiviteit hoger is dan landelijk, presteert het aanbod gemiddeld goed, en vice versa<sup>6</sup>.

- Het detailhandelsaanbod in de gemeente Dijk en Waard functioneert gemiddeld genomen relatief slecht. De vloerproductiviteit van drie van de vier branchegroepen ligt onder het landelijk gemiddelde. Vooral de vloerproductiviteit van de groep In en om het Huis ligt met -36% duidelijk lager dan het landelijk gemiddelde. Dit laatste kan mede verklaard worden door een relatief groot aanbod in de gemeente ten opzichte van een relatief laag inwoneraantal.

<sup>6</sup> Daarbij moet wel rekening gehouden worden met het feit dat er op sommige plekken o.a. een hogere huurlast is en dat een hogere vloerproductiviteit dan ook noodzakelijk is om tot een goede marge te komen. Dit geldt ook andersom.





FIGUUR 26 HUIDIG FUNCTIONEREN DETAILHANDELSAANBOD GEMEENTE T.O.V. LANDELIJK

Bron: KSO 2018, Locatus 2019, Omzetkengetallen 2018; Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

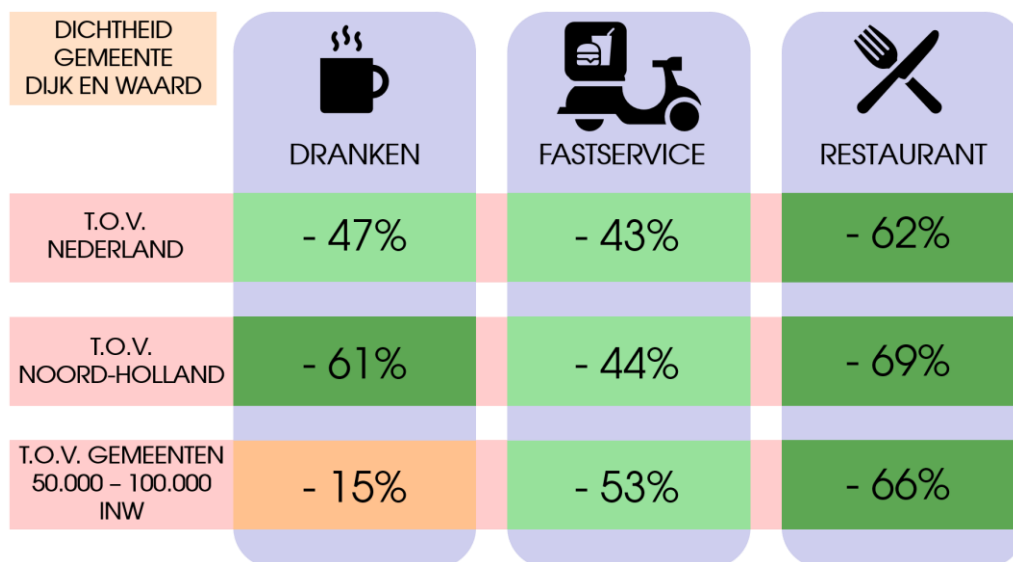
- De supermarktororganisaties (onderdeel van de branche dagelijks) geven aan gemiddeld goed te functioneren binnen de onderliggende wijk- en dorpsstructuur (boven gemiddeld). Binnen de centrumgebieden (o.a. Middenwaard, Broekerveiling en Centrumwaard) hebben zij het relatief lastiger. Hier behalen zij niet de gewenste omzetten. Dit valt deels te verklaren door de fijnmazige onderliggende structuur zonder barrières zoals betaald parkeren of de ligging in een groter (overdekt) winkelcentrum op enige afstand van parkeren.
- Voor Mode & Luxe geldt dat het aanbod gemiddeld iets beter functioneert dan landelijk. Hier ligt de vloerproductiviteit 14% boven het landelijk gemiddelde. Dit is ook de enige branchegroep waarin de detailhandelsdichtheid lager ligt dan landelijk.

#### FUNCTIONEREN HORECA, OVERIG LEISURE EN DIENSTEN AANBOD >>

Voor horeca, overig leisure en diensten is het functioneren moeilijker na te gaan dan voor detailhandel. Voor detailhandel zijn diverse kwantitatieve toetsen bruikbaar om het functioneren indicatief weer te geven. Voor de andere retailbranches zijn deze er veelal niet. Wel kunnen we aan de hand van horecadichtheden een inzicht krijgen in het functioneren van het horeca aanbod.

- **Dichtheid horeca.** De gemeente Dijk en Waard kent een zeer lage dichtheid voor horecavestigingen. Zowel ten opzichte van landelijk, de provincie Noord-Holland als gemeenten met 50.000 tot 100.000 inwoners zijn de dichtheden in deze gemeente duidelijk lager. Eruit springt de lage dichtheid voor de restaurantsector. Ten opzichte van alle andere schaalniveaus ligt de dichtheid in de restaurantsector meer dan 60% lager.

Dit kan betekenen dat het aanbod dat wel aanwezig is gemiddeld goed functioneert, maar kan ook betekenen dat de inwoners van Dijk en Waard veelal uitwijken naar restaurants (en andere horeca) buiten de gemeente. Met het toevoegen van kwalitatieve horeca aansluitend op de behoefte van de doelgroepen in de gemeente kan er zeker een gat worden opgevuld.



FIGUUR 27 DICHTHEID HORECABRANCHES IN DIJK EN WAARD TEN OPZICHT VAN ANDERE DICHTHEDEN  
Bron: Horeca DNA 2020<sup>7</sup>

- **Kwalitatieve impuls en een diverser horeca aanbod gewenst.** Het huidige horeca aanbod in de gemeente Dijk en Waard is kwantitatief onder niveau. Echter, ook kwalitatief is er een impuls gewenst. In Middenwaard bestaat het horeca aanbod met name uit ketens als Subway, La Place, Bagels & Beans en La Cubanita. Dit voldoet zeker aan een behoefte, maar een diverser aanbod met aantrekkelijke en lokale ondernemingen zou de aantrekkelijkheid vergroten. Daarbij is het belangrijk dat de horecaondernemingen zich ook richten op de jongeren in de gemeente. Door de nieuwbouw wordt deze doelgroep steeds groter, maar het ontbreekt grotendeels aan aanbod voor deze doelgroep.
- **Ook leisure-aanbod kan diverser en aantrekkelijker.** Ook het leisure-aanbod dat niet tot horeca behoort blijft momenteel kwalitatief achter. De VUE bioscoop aan het COOL plein is sterk verouderd en past niet meer bij de wensen van de huidige consument. Op Beveland zijn maar liefst drie spring centra gevestigd. Dit is een goede locatie voor dergelijke voorzieningen, maar kwalitatief biedt het te weinig diversiteit voor de inwoners.

<sup>7</sup> Gebruik makend van Horeca DNA aangezien Locatus geen Retailfacts voor horeca beschikbaar heeft op bijvoorbeeld landelijk en provinciaal niveau. We kunnen er van uitgaan dat de dichtheden uit Horeca DNA tot geldige conclusies leiden.



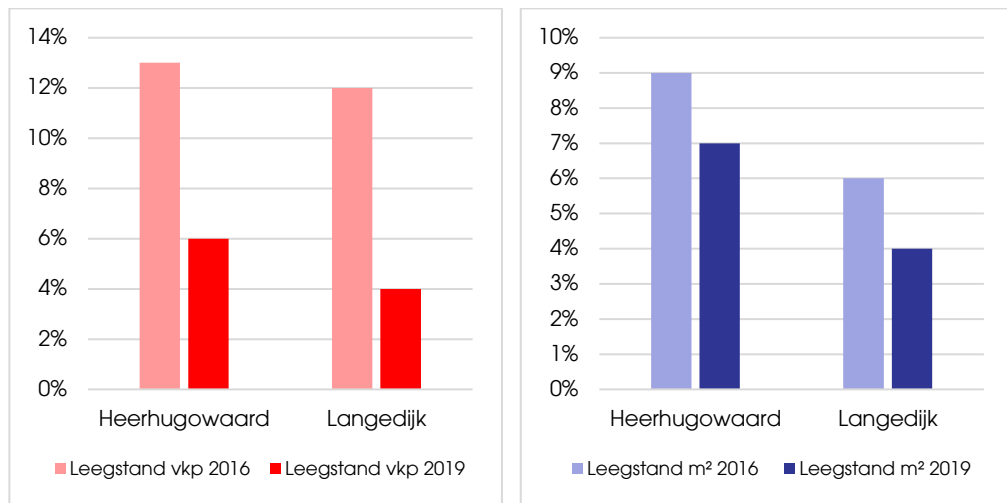
FIGUUR 28 HORECA AANBOD VOOR JONGEREN ONTBREEKT IN HEERHUGOWAARD  
Bron: Noord Hollands dagblad (versie Alkmaar), zaterdag 1 februari 2020

- **Voorzichtig zijn met toevoeging diensten.** De niet ambachtelijke diensten verdwijnen veelal uit alle retailclusters. Waar zich momenteel nog reisbureaus (zoals Zonvaart reizen in Broekerveiling) en banken (servicepunt SNS in Centrumwaard) bevinden, moeten we ons beseffen dat de kans klein is dat deze er over tien jaar nog zitten. Voor de ambachtelijke diensten blijft de vraag bestaan. Gezien de afnemende vraag naar een deel van de diensten zijn er naar verwachting voldoende meters beschikbaar indien de vraag naar ambachten door bevolkingsgroei groeit.

#### ANALYSE VAN DE LEEGSTAND EN LEEGSTANDSONTWIKKELING >>>

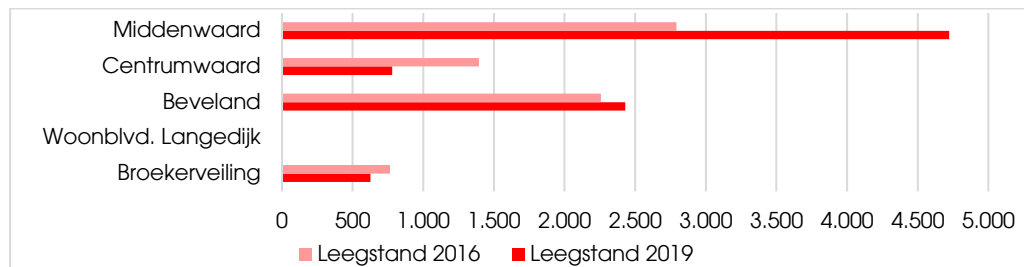
- **Leegstandspercentage Heerhugowaard iets hoger dan in Langedijk.** In de gemeente staat in totaal ca. 17.900 m<sup>2</sup> wvo verspreid over 44 winkels en andere verkooppunten leeg. Dit is 7% van het totaal aantal retailmeters en 6% van de verkooppunten. In Heerhugowaard staat 6% van de verkooppunten leeg en in Langedijk staat 5% van de verkooppunten leeg.
- **Leegstandsontwikkeling – de winkelleegstand nam tussen 2016 en 2018 af.** In zowel Heerhugowaard als Langedijk is de leegstand in de afgelopen twee jaar afgenomen. Hiermee volgt de gemeenten de dalende leegstandstrend tussen 2016 en 2018 van de Randstad<sup>8</sup>. Met name in Langedijk was de daling van de leegstand groot; waar in 2016 12% van de leegstaande winkelverkooppunten leegstond, stond in 2018 nog maar 4% van het aantal winkelverkooppunten leeg. Dit moet wel genuanceerd worden, aangezien leegstandspercentages altijd momentopnamen zijn. Momenteel is het waarschijnlijk dat als gevolg van de coronacrisis deze leegstand weer op loopt.

<sup>8</sup> KSO 2018. Winkelen in de Randstad – Randstad Koopstromenonderzoek hoofdrapport



FIGUUR 29 WINKELLEEGSTAND DIJK EN WAARD  
Bron: Locatus oktober 2019<sup>9</sup>, KSO Randstad 2018 (voor 2016)

- Middenwaard kent van de vijf winkelgebieden in de gemeente de grootste leegstand. Ruim 4.500 m<sup>2</sup> wvo, ofwel ca. 13% van de meters in dit winkelcentrum staat leeg (o.a. diverse grotere panden). De leegstand is in de overige vier winkelgebieden ongeveer gelijk gebleven ten opzichte van 2016. PDV-cluster Woonboulevard Langedijk kent als enig winkelgebied in de gemeente geen leegstand.

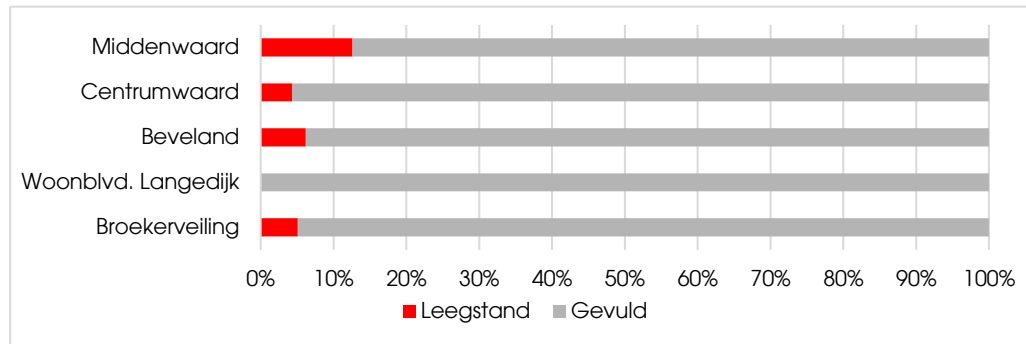


FIGUUR 30 LEEGSTAND WINKELGEBIEDEN 2019 EN 2016  
Bron: KSO 2016, Locatus oktober 2019; Bewerking: Bureau Stedelijke Planning



FIGUUR 31 LEEGSTAND: RELATIEF VEEL LEEGSTAND IN NIEUW DEEL BROEKERVEILING (LINKS) EN VOORMALIGE COOLCAT IN MIDDENWAARD (RECHTS)  
Bron: Bureau Stedelijke Planning

<sup>9</sup> Uitgaande van Locatus richtlijn: Aantal leegstaande panden: verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 1:1 - Oppervlakte leegstaande panden: verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 2:1



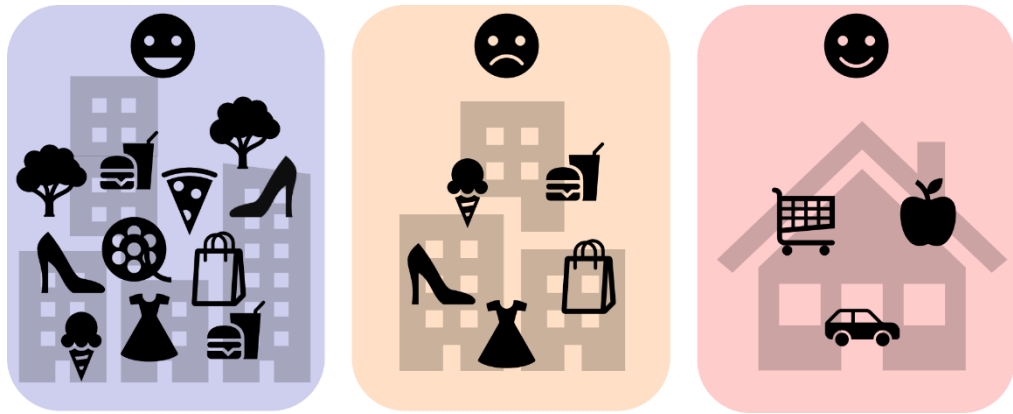
FIGUUR 32 LEEGSTANDSPERCENTAGE TOTAAL M<sup>2</sup> VVO VAN DE VIJF GROOTSTE WINKELGEBIEDEN  
Bron: Locatus oktober 2019

## SUCCES- EN PROBLEEMLOCATIES >>

Binnen de gemeente zijn er verschillen in functioneren tussen Dijk en Waard, per type winkelgebied, maar ook binnen winkelgebieden.

- **Middenwaard** heeft nagenoeg één eigenaar en dit is terug te zien in uniformiteit en onderhoud. Het winkelcentrum wordt goed onderhouden en blijft in ontwikkeling. Veel bekende formules, zowel in detailhandel als horeca, zijn er gevestigd. Daarnaast is er een divers aanbod in bijvoorbeeld cultuur, maatschappelijk en wonen. Wel is de leegstand relatief hoog. Deze is niet direct zichtbaar op de A1-locaties binnen het winkelgebied, maar bijvoorbeeld op de eerste verdieping en aan de randen staan verschillende (grotere) units leeg.
- **Centrumwaard en Broekerveiling** vallen onderling in dezelfde categorie. Beide centra trekken met name bewoners aan door het dagelijkse aanbod en enkele bijzondere retailers. Ze hebben beide twee supermarkten (in Centrumwaard wel op grote afstand van elkaar) en een aanvullend versspesiaalaanbod. Dit aanbod functioneert gemiddeld, maar biedt te weinig variatie en kwaliteit om het daadwerkelijk sterke dagelijkse clusters te laten zijn. Met de twee in rangorde grotere recreatieve winkelgebieden om de hoek (Middenwaard en Alkmaar) is het voor de niet-dagelijkse retailers of trekkers moeilijk om in deze winkelgebieden goed te functioneren. Daarbij zijn beide winkelgebieden qua uitstraling verouderd en zijn het langgerekte gebieden. Met name voor Centrumwaard geldt dat het aanbod aan enerzijds de Middenweg en anderzijds het Raadhuisplein ver van elkaar liggen. Voor de Broekerveiling geldt dat het een erg naar binnen gekeerd winkelcentrum is. De laatste uitbreiding rondom het marktplein heeft te maken gehad met langdurige leegstand, die slechts langzaam wordt ingevuld. Hierdoor en door de naar binnen gekeerde uitstraling van het oudere deel vindt het nieuwe commerciële aanbod aan het Broekerplein maar slecht aansluiting en staan hier diverse units leeg.





FIGUUR 33 MATE VAN WINKELPLEZIER IN GROTE BINNENSTEDEN, MIDDELGROTE CENTRA EN DORPSKERNEN  
Bron: Bureau Stedelijke Planning

- Voor de **overige ondersteunende clusters** geldt dat deze gemiddeld goed functioneren. Veelal bestaat het aanbod alleen uit een supermarkt. Soms is het aanbod aangevuld met enig ander dagelijks winkelaanbod, een snackbar en maatschappelijk aanbod. Deze supermarkten hebben gemiddeld een moderne maat en zijn met het (gratis) maaiveld parkeren aantrekkelijk voor het doen van boodschappen.

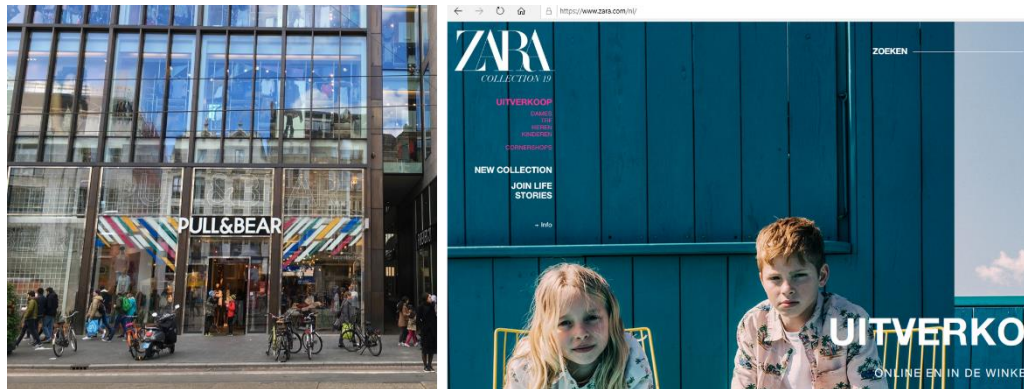
## 2.2 TOEKOMSTIGE MARKTRUIMTE

Door middel van een distributieve berekening (DPO) kan ook voor de toekomstige situatie een indicatieve uitspraak worden gedaan over de ontwikkelingsmogelijkheden van het detailhandelsaanbod in Dijk en Waard. Een positieve marktruimte kan veroorzaakt worden door een toenemend inwonertal, positieve ontwikkelingen van de kooporiëntaties (meer binding, minder afvloeiing, meer toevloeiing) of een (zeer) goed functionerend huidig aanbod. Ook kan er een negatieve marktruimte zijn door o.a. krimp, lagere binding, een matig functionerend aanbod of een afname van bestedingen in winkels (bijvoorbeeld door de toename van online).

In onderstaande paragrafen wordt het functioneren van het aanbod in de gemeente Dijk en Waard weergegeven voor de verschillende detailhandelsgroepen.

### VERWACHTE AFNAME BESTEDINGEN IN FYSIEKE WINKELS DOOR ONLINE >>

Online bestedingen nemen nog steeds toe. Met name in de niet-dagelijkse sector spelen de webshops een grote rol. Naar verwachting heeft de verdere groei van het online marktaandeel gevolgen voor de behoefte aan fysieke winkels en winkelmeters. Immers, naarmate consumenten minder besteden in winkels, daalt de omzet en komt het functioneren onder druk te staan. Daar is bij de marktruimteberekening voor 2025 rekening mee gehouden.



FIGUUR 34 OMNICHANNEL: WINKEL PULL & BEAR (LINKS) EN WEBSITE ZARA (RECHTS), BEIDE VAN INDITEX  
Bron: Bureau Stedelijke Planning, website Zara

De vraag is echter hoe groot die effecten gaan zijn. Momenteel gaat de groei van het online marktaandeel niet een-op-een ten koste van de behoefte aan fysieke winkelmeters. Online bestedingen kunnen immers bij hetzelfde (moeder)bedrijf terecht komen. En winkels dienen vaak als afhaalpunt voor online gekochte artikelen. Wel heeft de sterke groei van het online marktaandeel in bijvoorbeeld Mode en Luxe inmiddels geleid tot een aangescherpte expansiestrategie van grote modeketens; retailers als de Inditex group (o.a. Zara en Bershka) en H&M richten zich op naast verkoop via internet (nog steeds) op een gerichte uitbreiding van hun fysieke winkels.

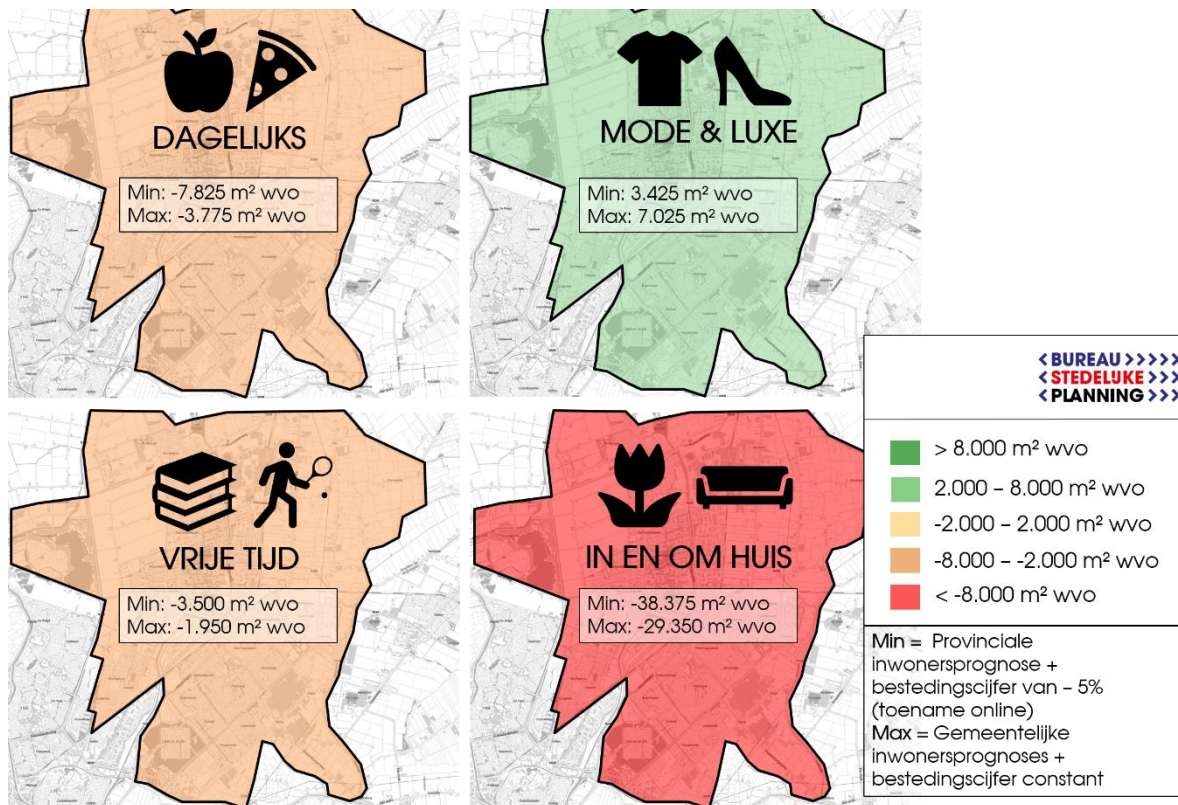
Om rekening te houden met bestedingsafname in 2025 door de groei van online aankopen is bij de berekening gebruik gemaakt van een bandbreedte. In deze analyses hanteren we als uitgangspunt dat de fysieke bestedingen met maximaal 5%-punt af zullen nemen tot 2025. We berekenen daarom met een bandbreedte van een afname tussen de 0 en 5%-punt. Deze bandbreedte bestaat daarmee uit 1) een minimum indicatieve marktruimte, waarbij rekening is gehouden met bestedingsafname in fysieke winkels door de groei van online aankopen (gecombineerd met de minimale bevolkingsprognose vanuit de provincie), en 2) een maximum indicatieve marktruimte waarbij geen rekening is gehouden met bestedingsafname in fysieke winkels door groei van online aankopen (gecombineerd met de maximale bevolkingsprognose vanuit de gemeente).

#### MARKTRUIMTE 2025 >>

Voor de berekening van de marktruimte in 2025 is gebruik gemaakt van distributieve berekeningen voor vier branches: 'Dagelijks', 'Mode & Luxe', 'Vrije Tijd' en 'In en om het Huis' (zie volledige berekeningen in Bijlage 3).

In de huidige situatie functioneert het winkelaanbod per branche verschillend. Voor de Dagelijkse sector, Vrije tijd en In en om het Huis betekent dat deze onder het landelijke gemiddelde presteren. In de toekomst kan dit door verschillende factoren zowel positief als negatief veranderen. Het aantal inwoners in de gemeente groeit tot 2025 met ca. 4% tot ca. 13% (respectievelijk provinciale en

gemeentelijke prognoses). Deze groei zal in beide prognoses vooral plaats vinden in Heerhugowaard. Ondanks deze groei is er voor de gemeente een totale indicatieve negatieve marktruimte in de regio in 2025, zowel in het minimum als maximum scenario. Vooral In en om het Huis laat een sterk negatieve marktruimte zien in 2025.



FIGUUR 35 INDICATIEVE MARKTRUIMTE GEMEENTE 2025, MET MINIMALE EN MAXIMALE MARKTRUIMTE (RESPECTIEVELIJK PROVINCIALE PROGNOSE EN GEMEENTELIJKE PROGNOSE - EN RESPECTIEVELIJK AFNAME FYSIEKE BESTEDINGEN 5% EN 0%)  
 Bron: I&O Research, Locatus 2019, Bureau Stedelijke Planning

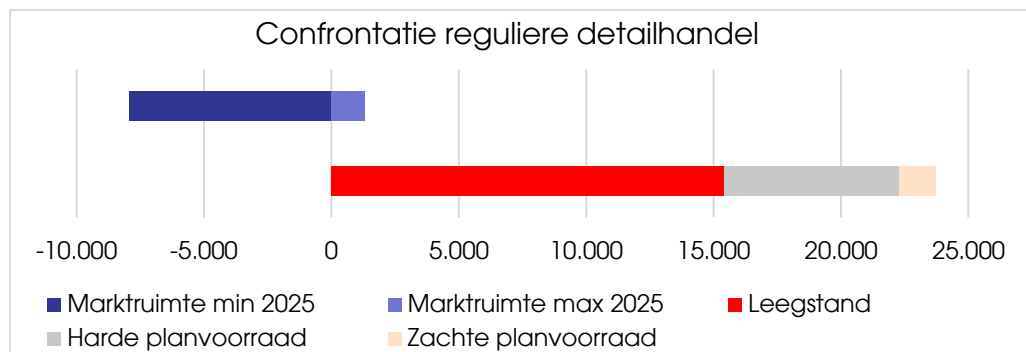
Tussen Dijk en Waard zijn verschillen in de marktruimte:

- Voor de **Dagelijkse** sector geldt dat er zowel in Heerhugowaard als Langedijk een negatieve marktruimte is. De negatieve marktruimte is voor Heerhugowaard met -6.100 tot -2.925 m² wvo groter dan voor Langedijk (in Langedijk -1.775 tot -850 m² wvo).
- **Mode & Luxe** laat voor Langedijk een negatieve marktruimte zien, maar voor Heerhugowaard juist een positieve marktruimte. In Middenwaard is nog voldoende winkelruimte beschikbaar om deze beschikbare marktruimte te faciliteren.
- Voor **In en om het Huis** hebben zowel Heerhugowaard als Langedijk een sterk negatieve marktruimte. Dit wordt voor Langedijk veroorzaakt door het relatief grote aanbod op Woonboulevard Langedijk ten opzichte van een laag inwoneraantal. Daarnaast heeft Heerhugowaard met Beveland ook relatief veel aanbod in en om het Huis. Bezien vanuit de totale gemeente is er met beide PDV-locaties een sterk overaanbod.

## DE SITUATIE IN DIJK EN WAARD &gt;&gt;

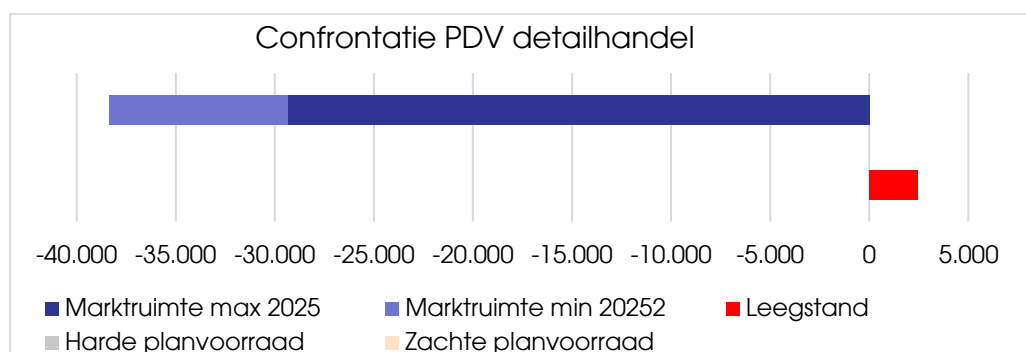
De uitkomsten van de analyses omtrent de marktruimte kunnen worden geconfronteerd worden met de planvoorraad en plancapaciteit. Hieruit blijkt:

- Er zijn veel meer plannen en plancapaciteit voor reguliere detailhandel (de branches Dagelijks, Mode & Luxe en Vrije Tijd), dan dat er behoefte is in 2025. Er zal daarom voorzichtig omgegaan moeten worden met het toevoegen van meters in de reguliere winkelgebieden. Daarnaast is het verstandig onwenselijke plancapaciteit (leegstaande panden waar geen detailhandel gewenst is) te transformeren naar andere functies.
- Voor de perifere detailhandel (PDV, uitgaande van de branche In en om het Huis) geldt dat er een zeer hoge negatieve marktruimte is. Hiervoor geldt dat het toevoegen van extra meters op vooral Woonboulevard Langedijk en Beveland niet gewenst is. Naast de sterk negatieve marktruimte is er geen directe planvoorraad bekend, maar is er nog wel enige leegstand.



FIGUUR 36 CONFRONTATIE TOEKOMSTIGE VRAAG (MINIMUM EN MAXIMUM 2025) REGULIERE DETAILHANDEL EN AANBOD<sup>10</sup>

Bron: Bureau Stedelijke Planning



FIGUUR 37 CONFRONTATIE TOEKOMSTIGE VRAAG (MINIMUM EN MAXIMUM 2025) PDV<sup>11</sup>

Bron: Bureau Stedelijke Planning

<sup>10</sup> Leegstand betreft leegstand binnen winkelgebieden en verspreid binnen de bebouwde kom

<sup>11</sup> Leegstand betreft leegstand op de grootschalige clusters en verspreid buiten de bebouwde kom.

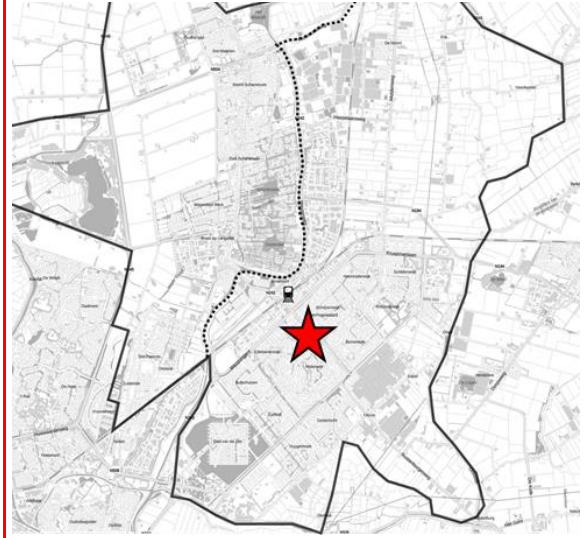


# FACTSHEETS EN BIJLAGEN



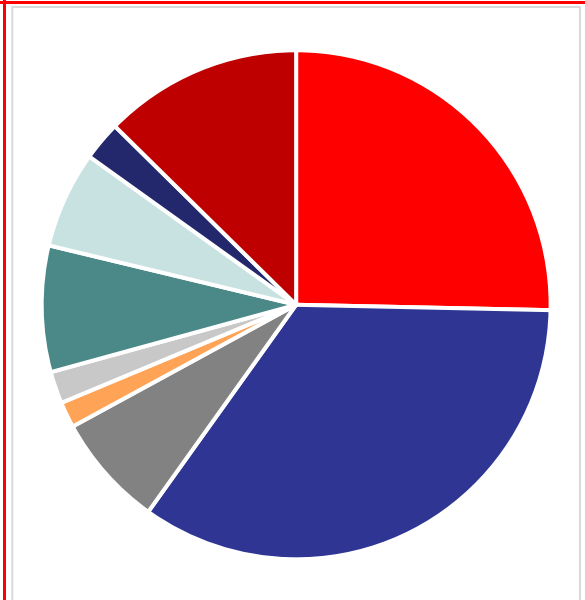
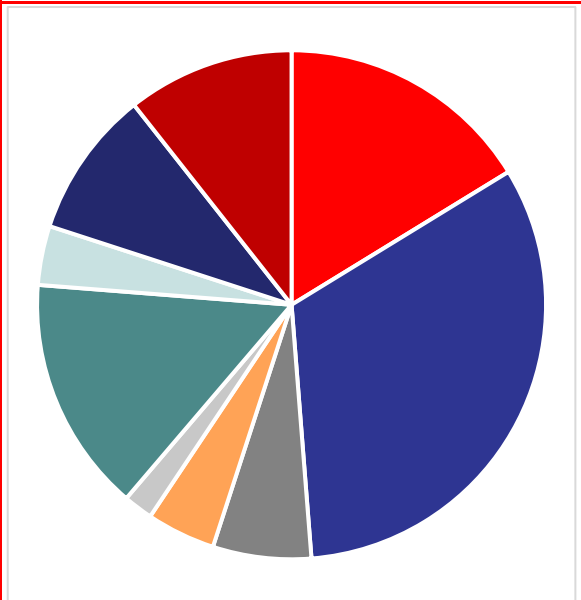
## **BIJLAGE 1 FACTSHEETS PER WINKELGEBIED**

## WINKELCENTRUM MIDDENWAARD



### ENKELE KENMERKEN

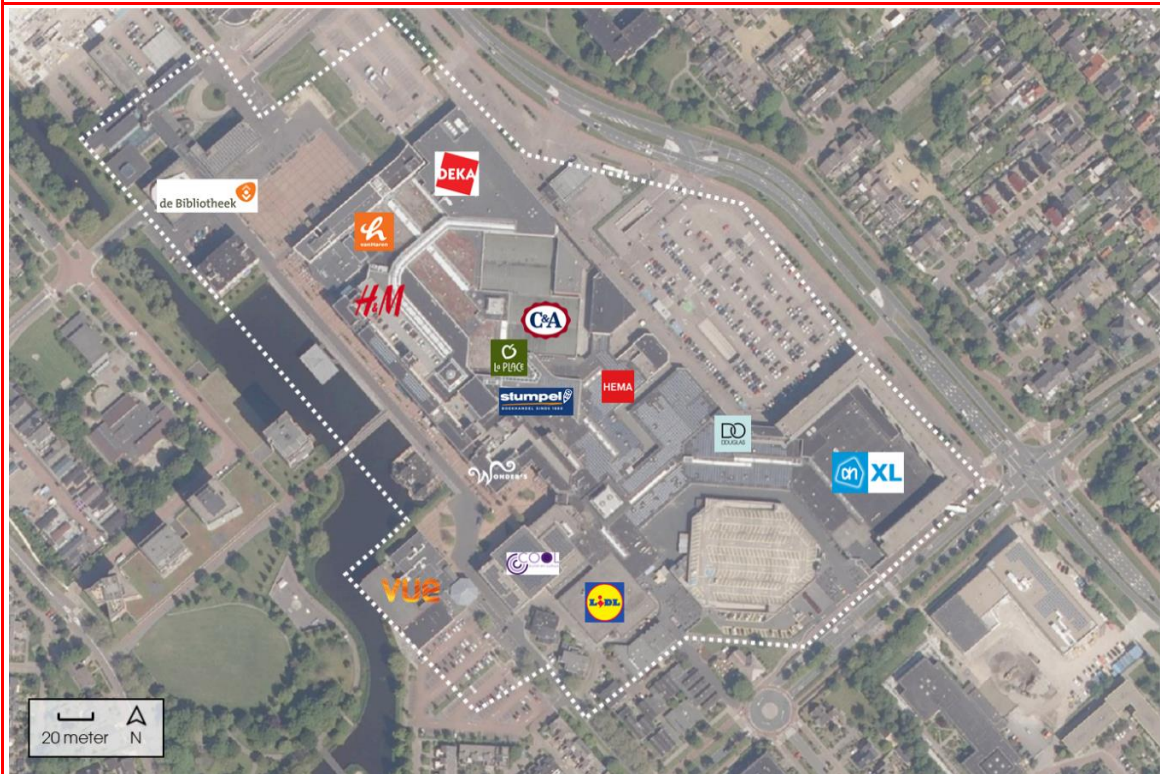
TOTAAL AANTAL VERKOOPPUNTEN	160
TOTAAL AANTAL M <sup>2</sup> WVO	37.424 M <sup>2</sup> WVO
AANDEEL DETAILHANDEL (/ TOTAAL M <sup>2</sup> WVO)	70,7%
LEEGSTAND (VKP / M <sup>2</sup> WVO)	17 / 4.722 M <sup>2</sup> WVO
VERDELING VERKOOPPUNTEN	VERDELING M <sup>2</sup> WVO



### Legenda

- Dagelijks
- Mode & Luxe
- Vrije Tijd
- In en om huis
- overig detailhandel
- Horeca
- Overig leisure
- Diensten
- Leegstand

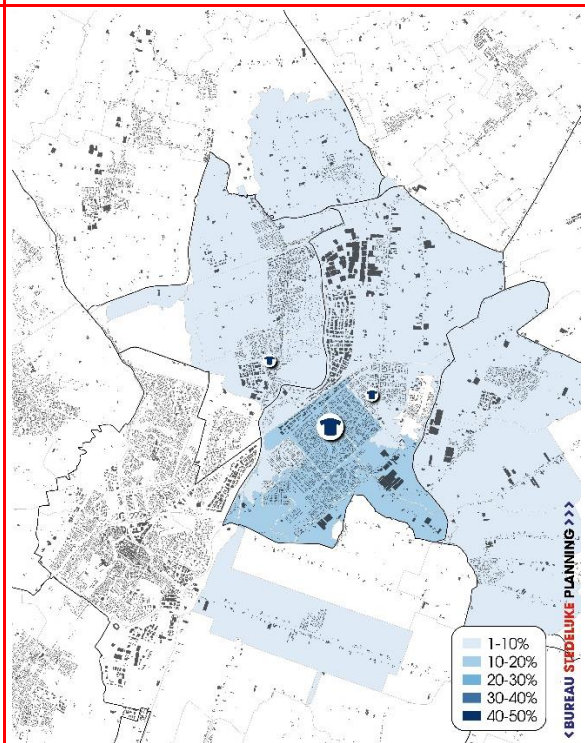
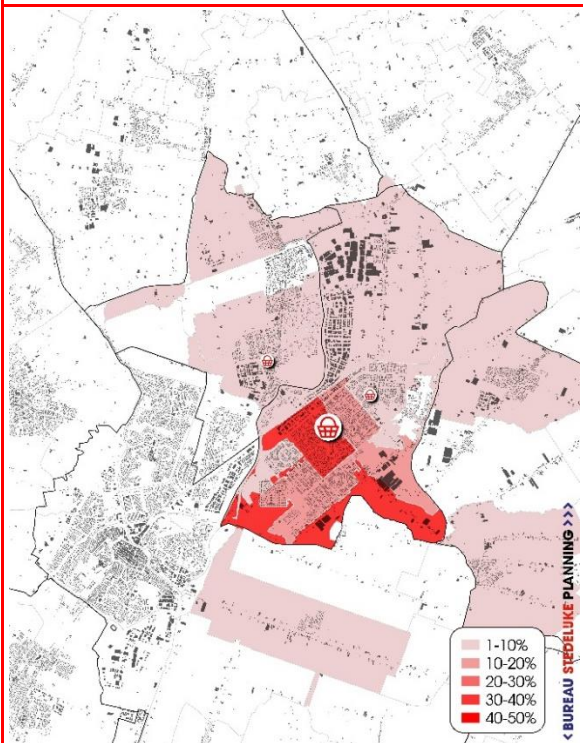
PLATTEGROND CLUSTER MET BELANGRIJKSTE RETAILERS

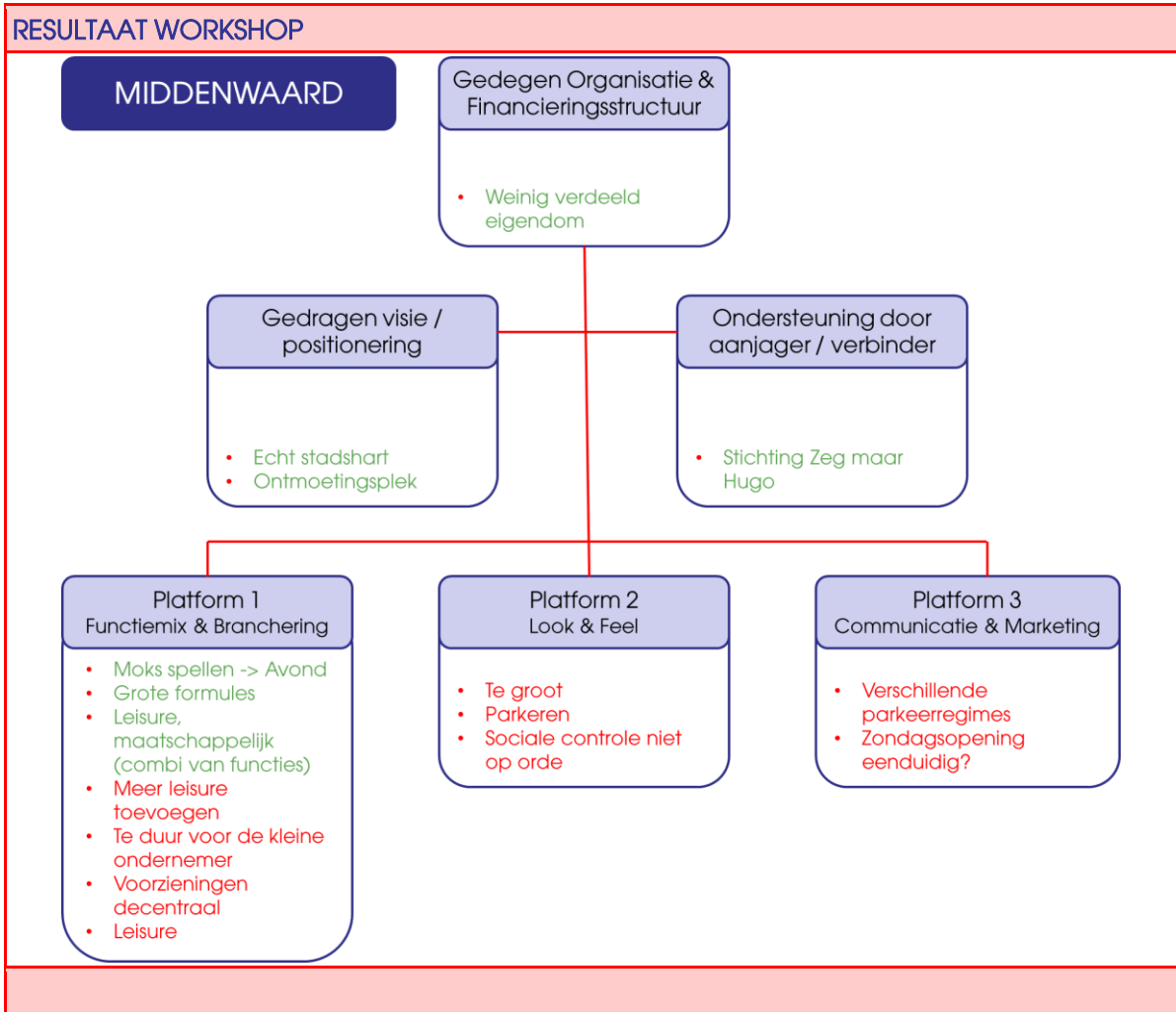


VERZORGINGSGBIEDEN (POSTCODENIVEAU KSO 2018)

DAGELIJKSE DETAILHANDEL

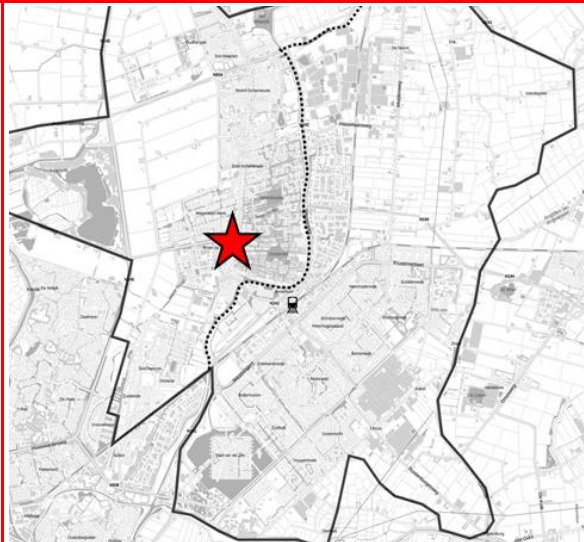
NIET-DAGELIJKSE DETAILHANDEL





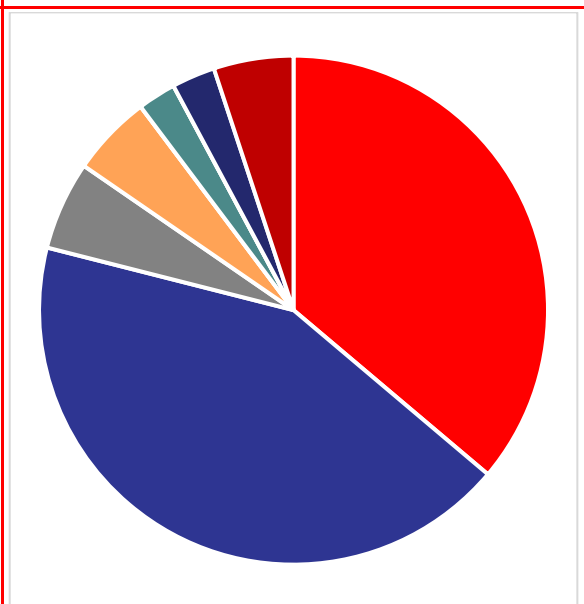
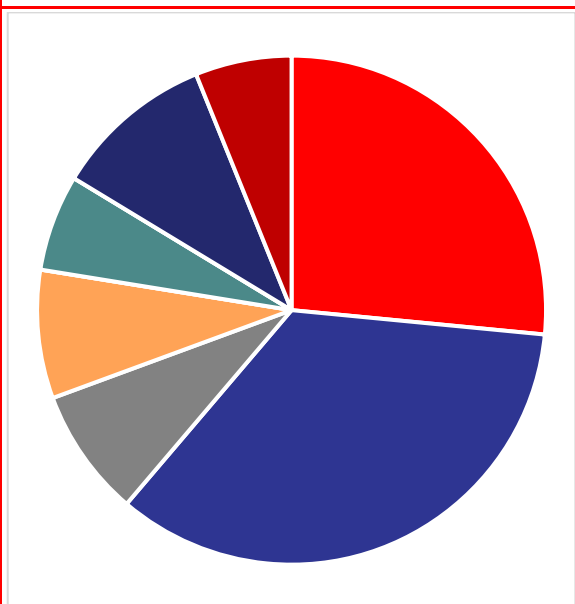


## WINKELCENTRUM BROEKERVEILING



### ENKELE KENMERKEN

TOTAAL AANTAL VERKOOPPUNTEN	49
TOTAAL AANTAL M <sup>2</sup> WVO	12.333 M <sup>2</sup> WVO
AANDEEL DETAILHANDEL (/ TOTAAL M <sup>2</sup> WVO)	89,7%
LEEGSTAND (VKP / M <sup>2</sup> WVO)	3 / 625 M <sup>2</sup> WVO
VERDELING VERKOOPPUNTEN	VERDELING M <sup>2</sup> WVO

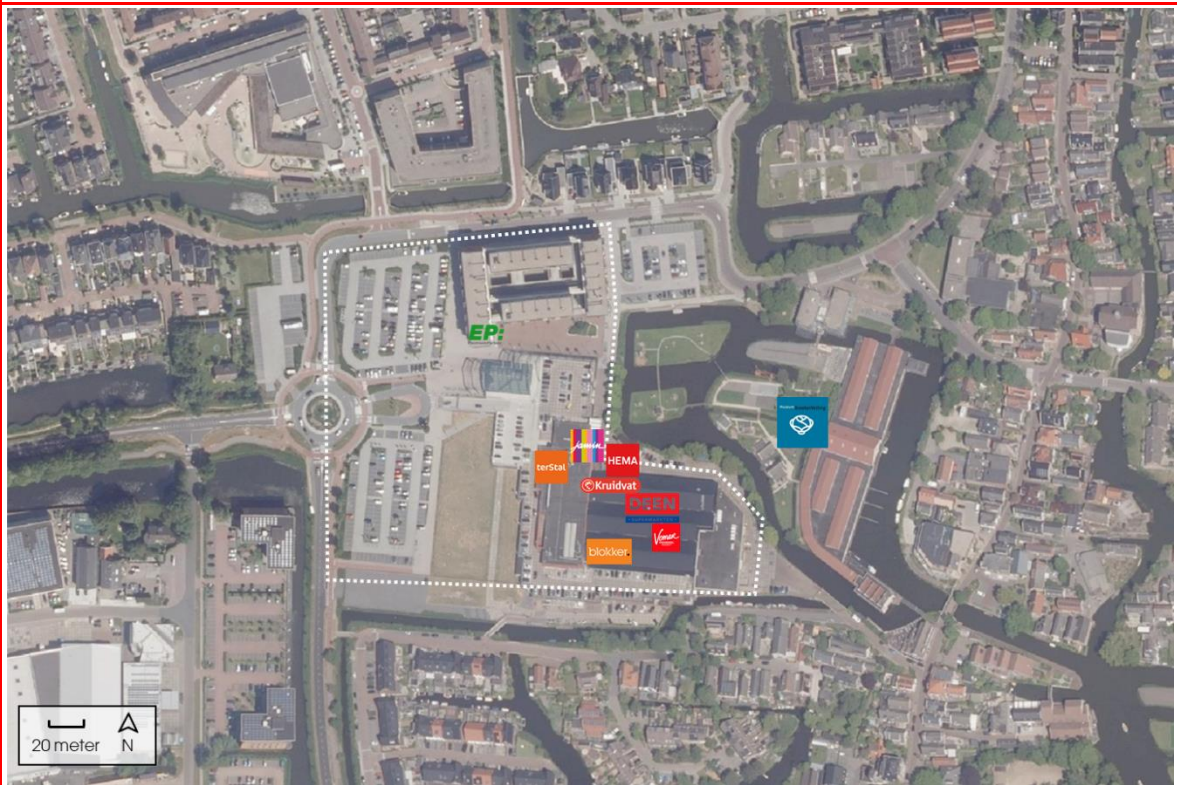


### Legenda

- Dagelijks
- Mode & Luxe
- Vrije Tijd
- In en om huis
- overig detailhandel
- Horeca
- Overig leisure
- Diensten
- Leegstand

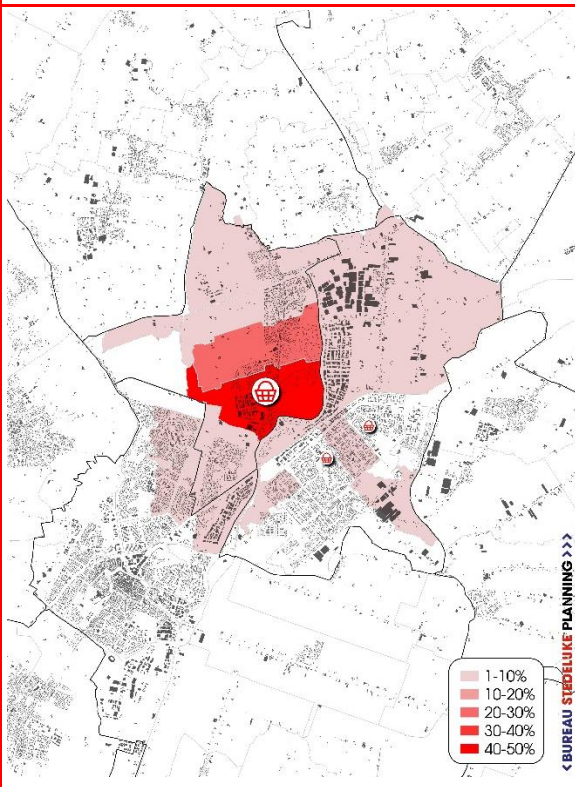


PLATTEGROND CLUSTER MET BELANGRIJKSTE RETAILERS

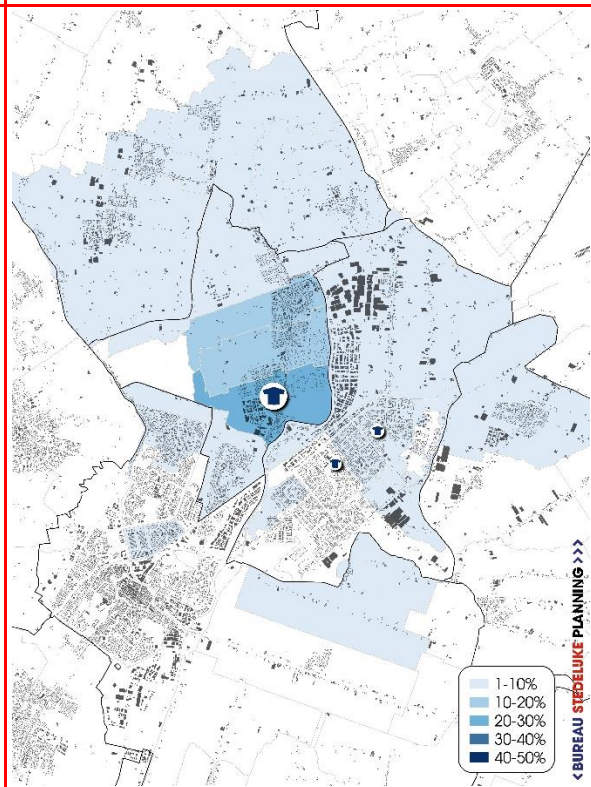


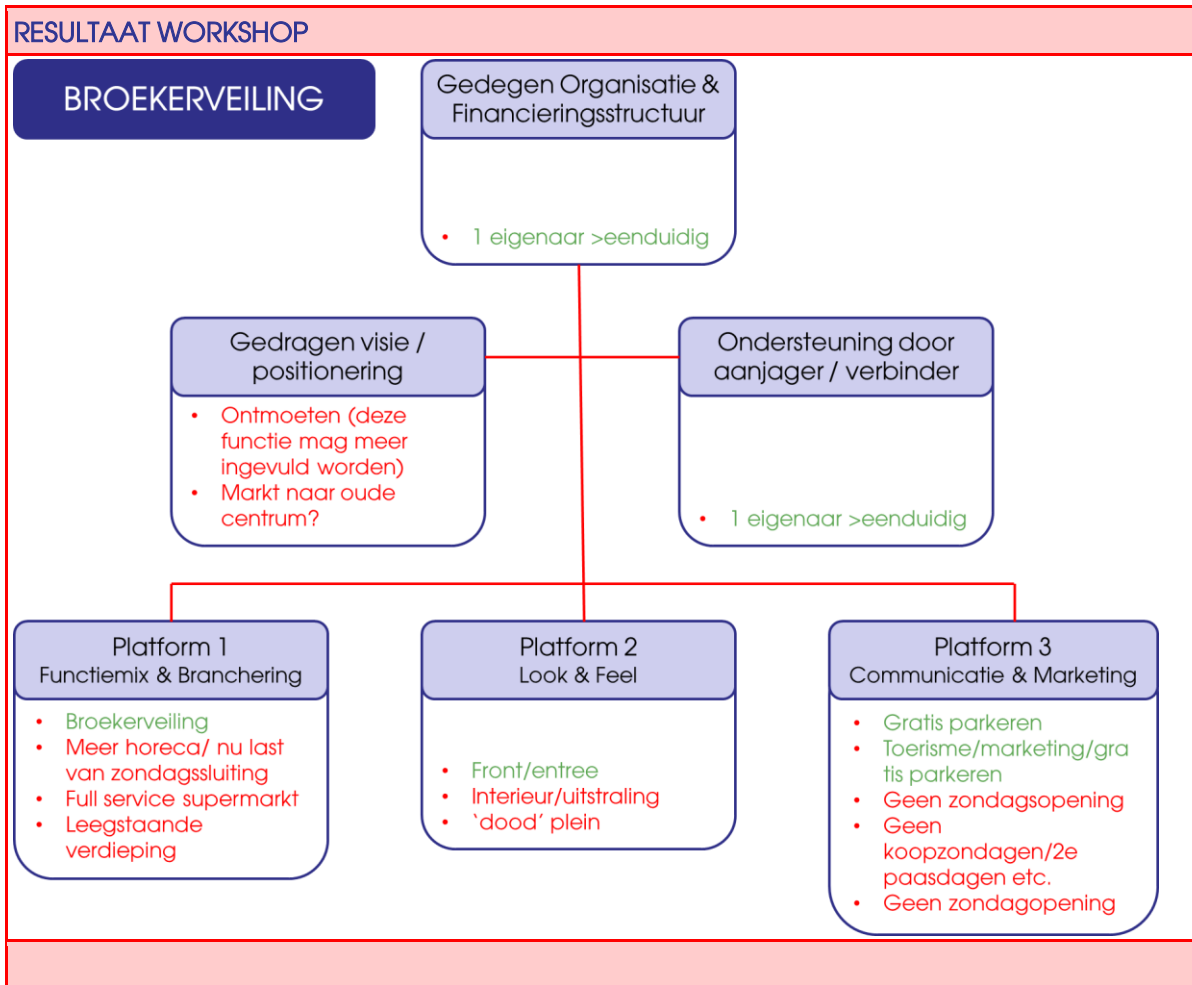
VERZORGINGSGBIEDEN (POSTCODENIVEAU KSO 2018)

DAGELIJKSE DETAILHANDEL

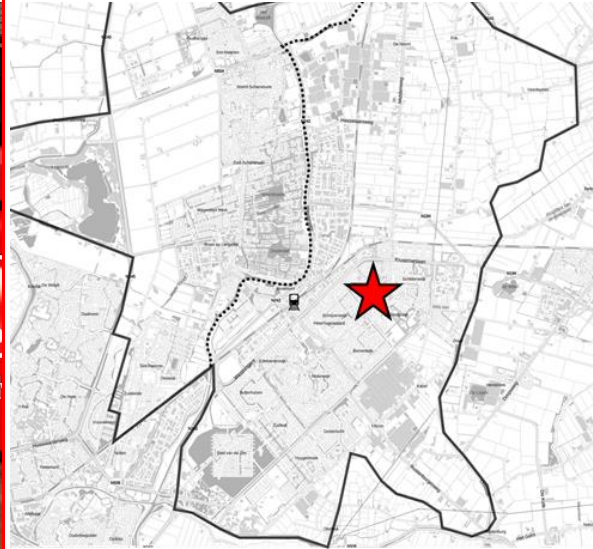


NIET-DAGELIJKSE DETAILHANDEL





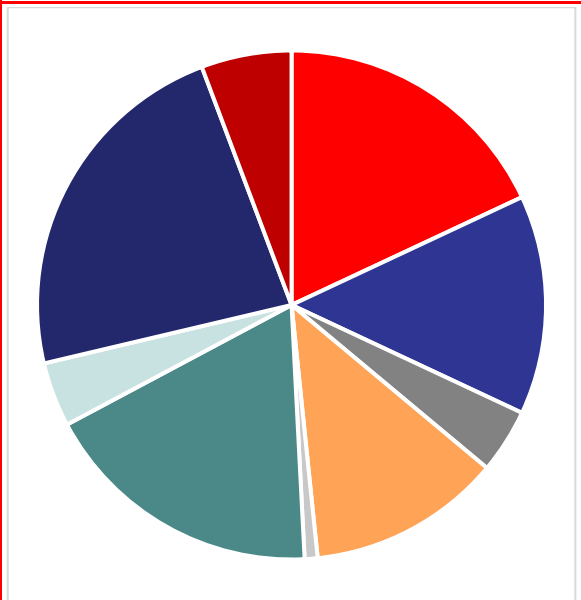
## WINKELCENTRUM CENTRUMWAARD



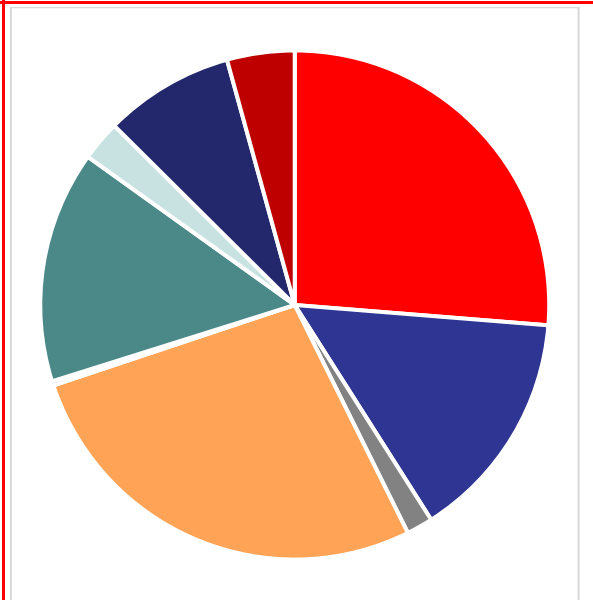
### ENKELE KENMERKEN

TOTAAL AANTAL VERKOOPPUNTEN	122
TOTAAL AANTAL M <sup>2</sup> WVO	18.212 M <sup>2</sup> WVO
AANDEEL DETAILHANDEL (/ TOTAAL M <sup>2</sup> WVO)	70,2%
LEEGSTAND (VKP / M <sup>2</sup> WVO)	7 / 781 M <sup>2</sup> WVO

### VERDELING VERKOOPPUNTEN



### VERDELING M<sup>2</sup> WVO

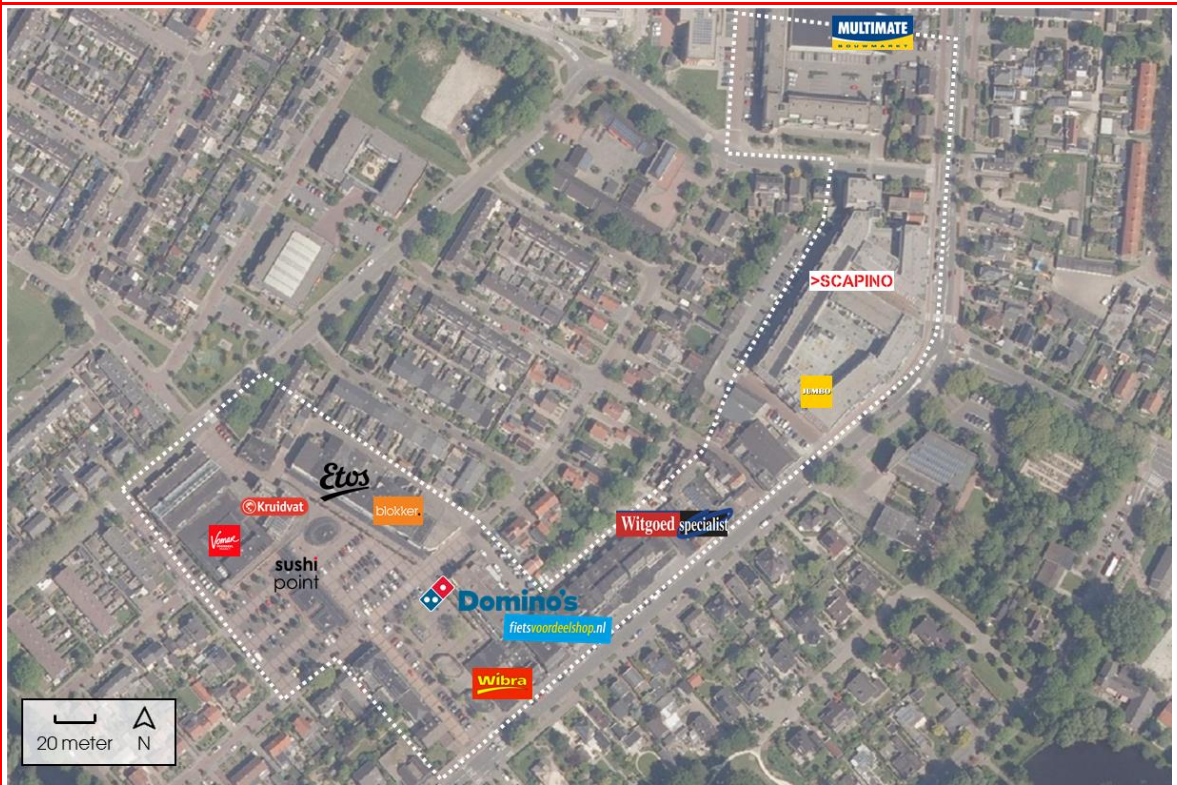


### Legenda

- Dagelijks
- Mode & Luxe
- Vrije Tijd
- In en om huis
- overig detailhandel
- Horeca
- Overig leisure
- Diensten
- Leegstand



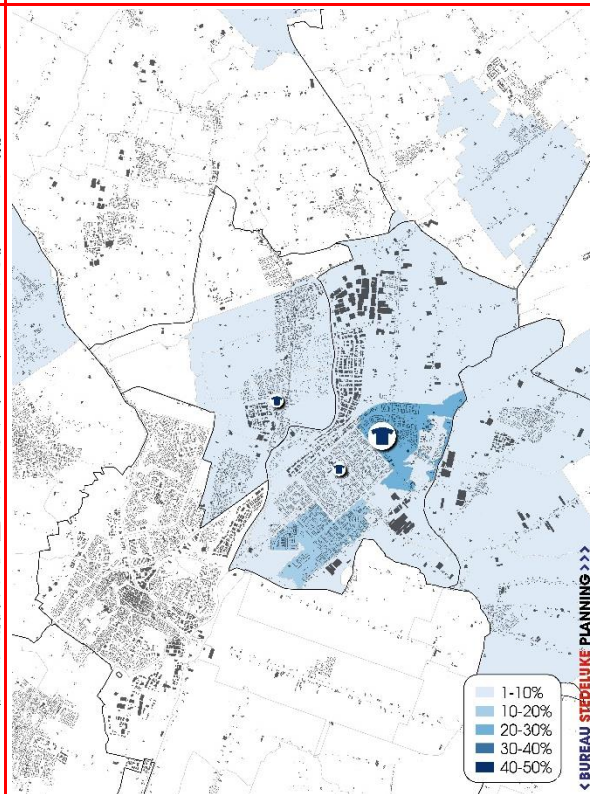
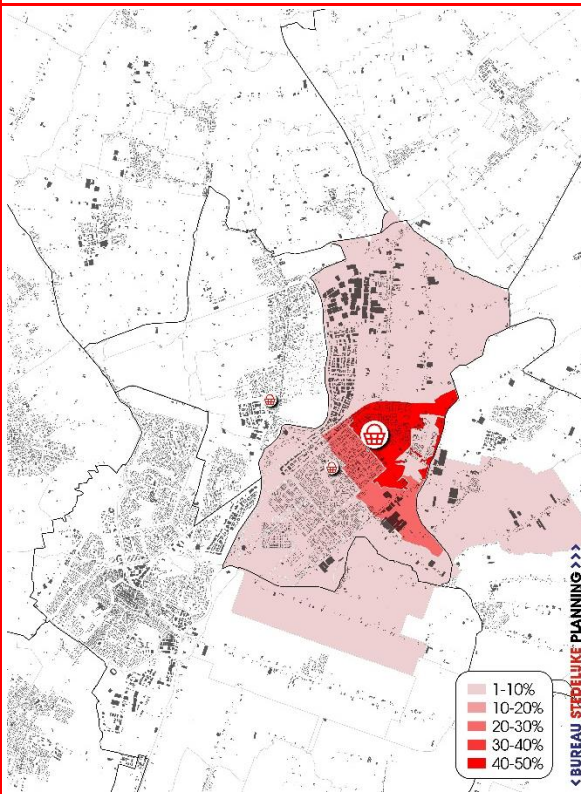
PLATTEGROND CLUSTER MET BELANGRIJKSTE RETAILERS

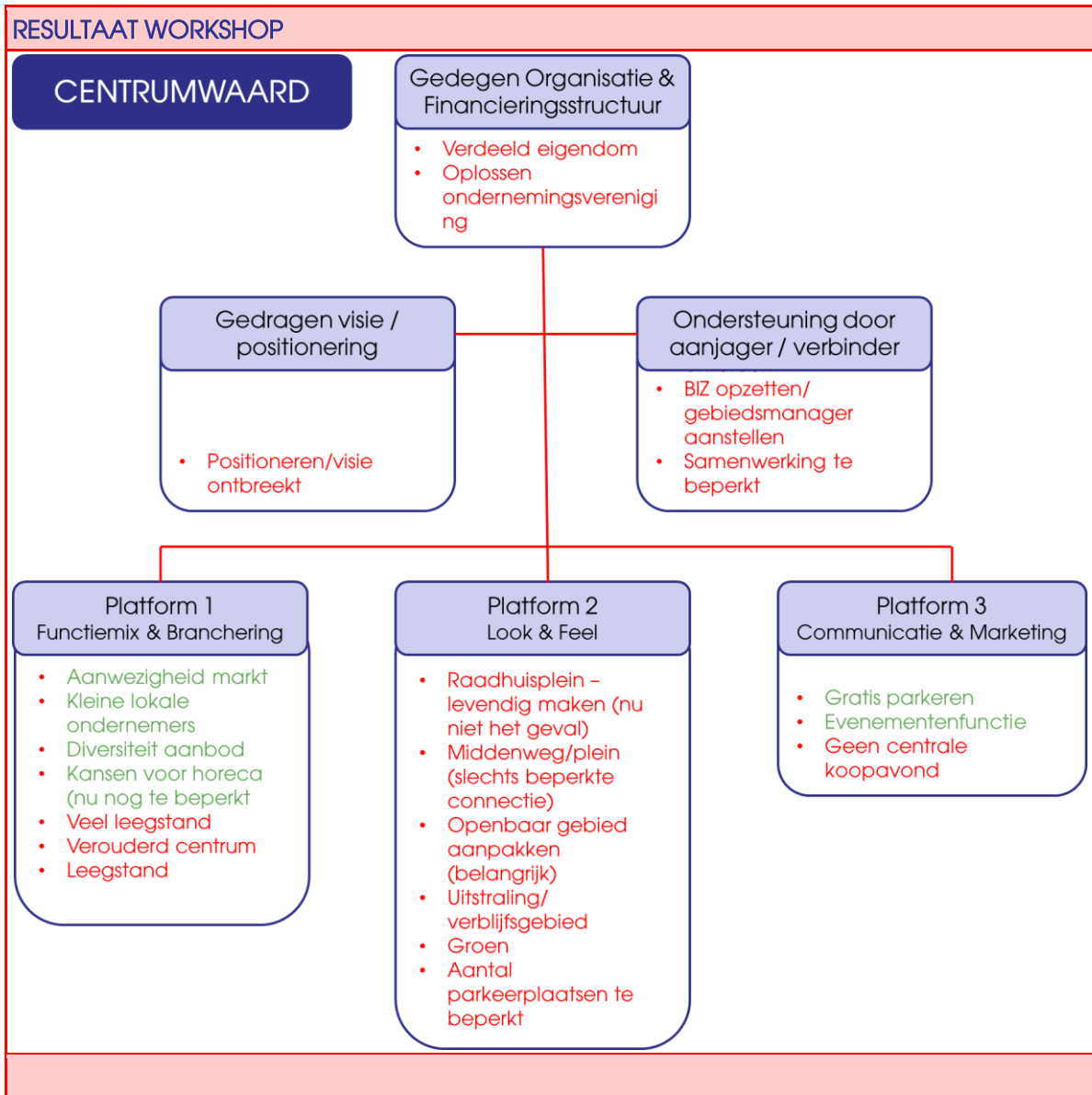


VERZORGINGSGBIEDEN (POSTCODENIVEAU KSO 2018)

DAGELIJKSE DETAILHANDEL

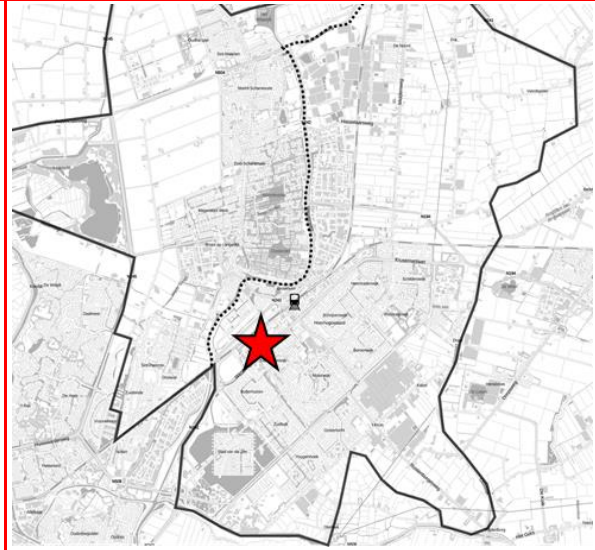
NIET-DAGELIJKSE DETAILHANDEL





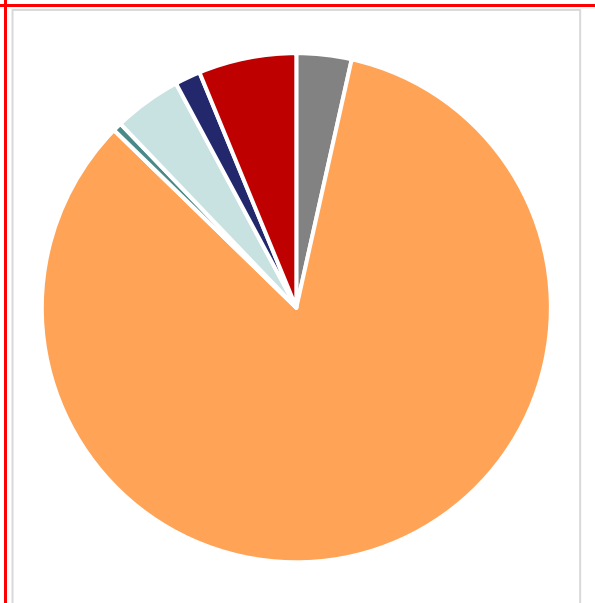
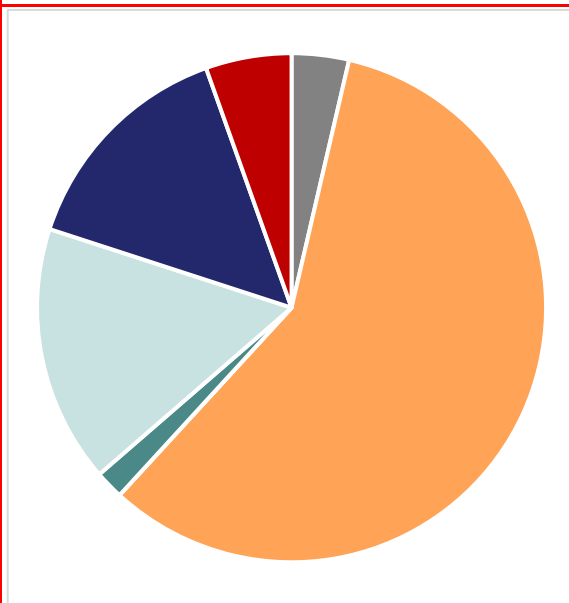


## WOONBOULEVARD BEVELAND



### ENKELE KENMERKEN

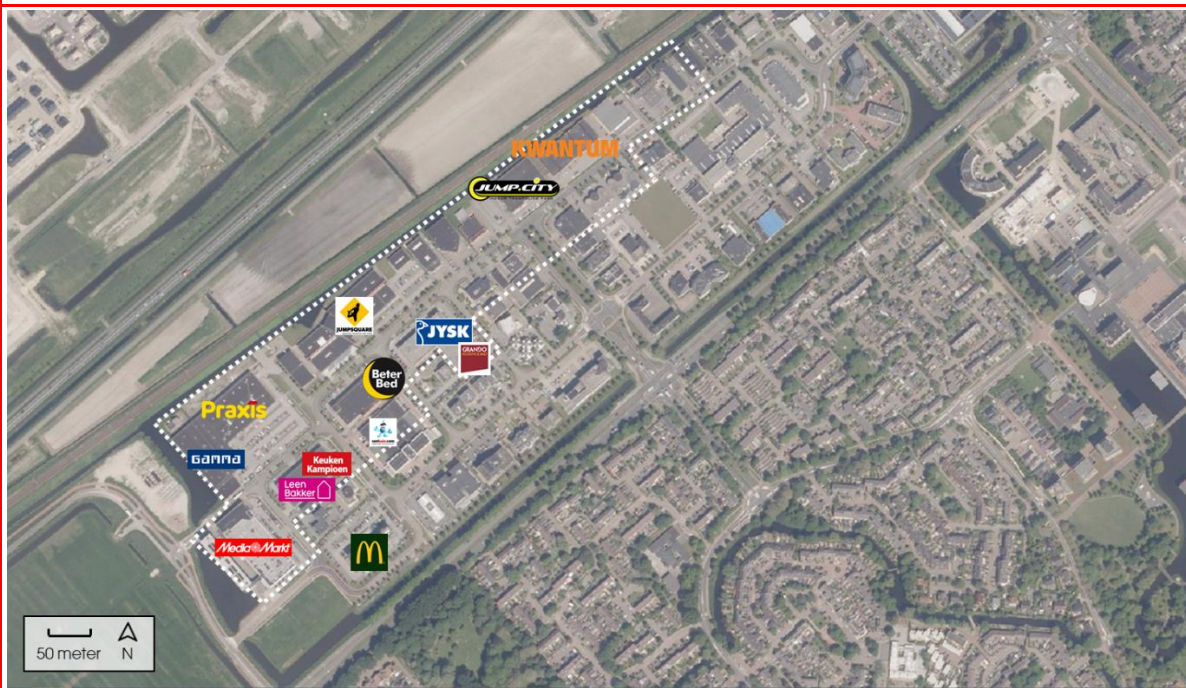
TOTAAL AANTAL VERKOOPPUNTEN	55
TOTAAL AANTAL M <sup>2</sup> WVO	39.090 M <sup>2</sup> WVO
AANDEEL DETAILHANDEL (/ TOTAAL M <sup>2</sup> WVO)	87,3%
LEEGSTAND (VKP / M <sup>2</sup> WVO)	3 / 2.430 M <sup>2</sup> WVO
VERDELING VERKOOPPUNTEN	VERDELING M <sup>2</sup> WVO



### Legenda

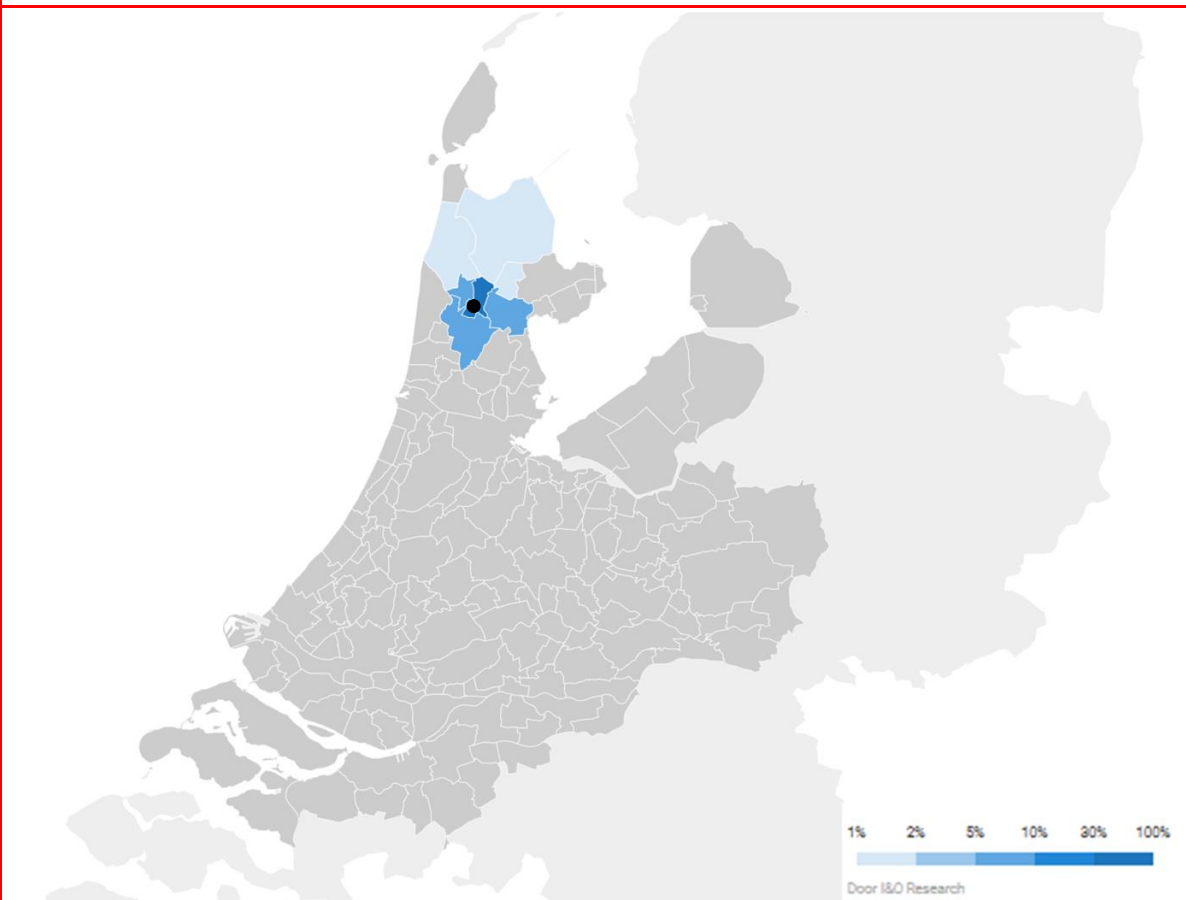
- Dagelijks
- Mode & Luxe
- Vrije Tijd
- In en om huis
- overig detailhandel
- Horeca
- Overig leisure
- Diensten
- Leegstand

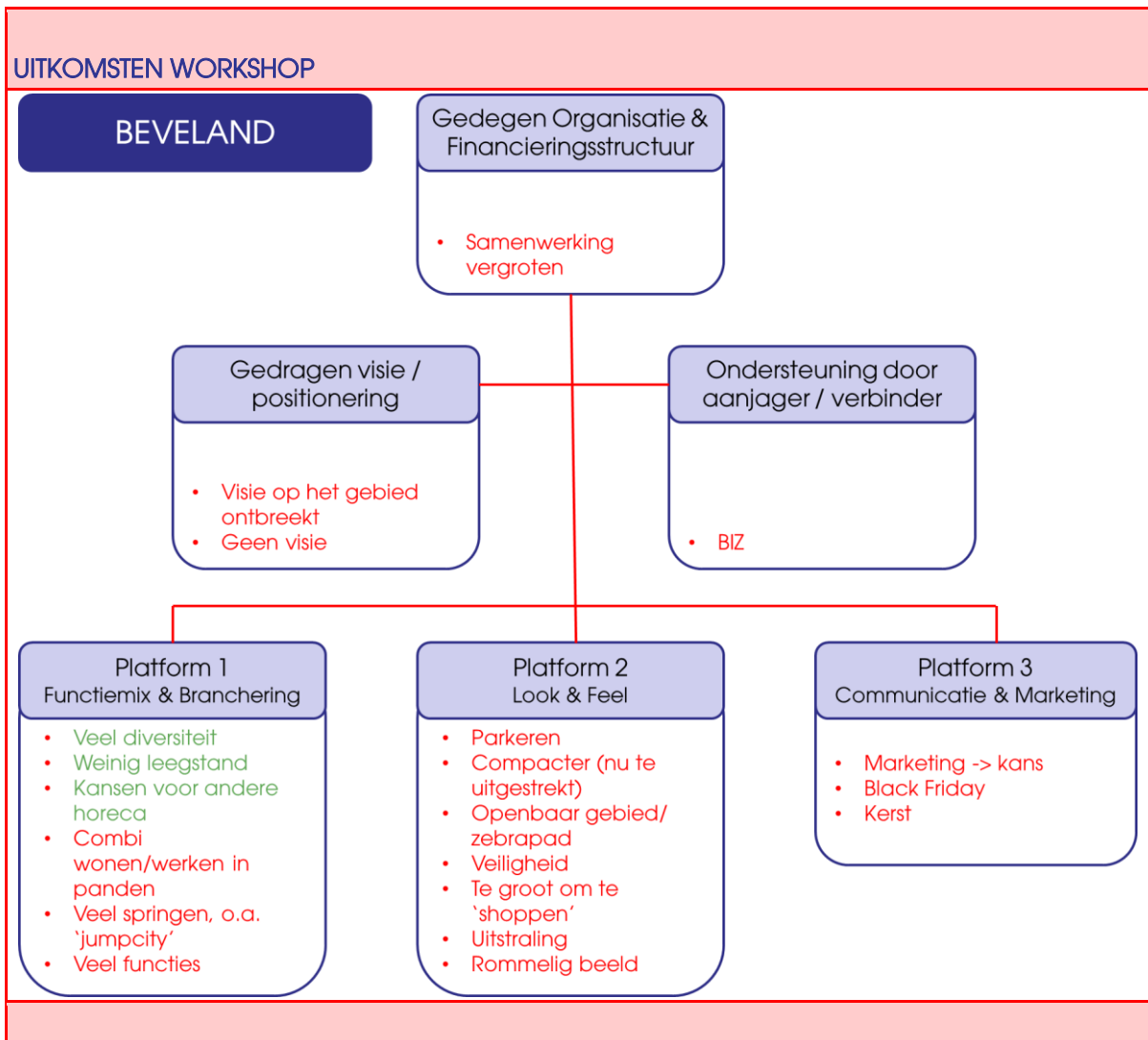
PLATTEGROND CLUSTER MET BELANGRIJKSTE RETAILERS



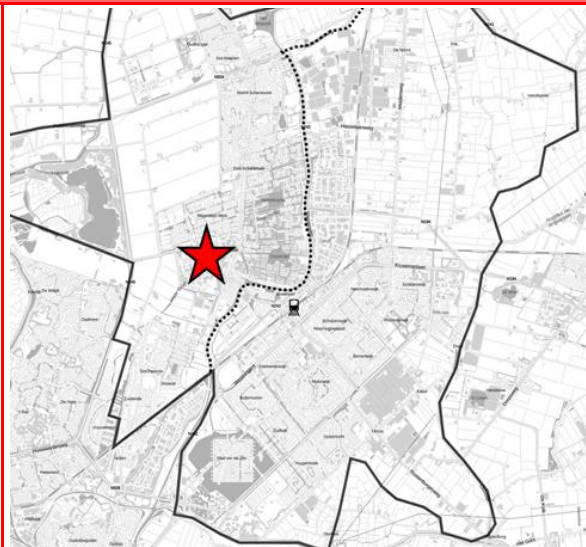
VERZORGINGSGBIEDEN (GEMEENTENIVEAU KSO 2018)

NIET-DAGELIJKE DETAILHANDEL





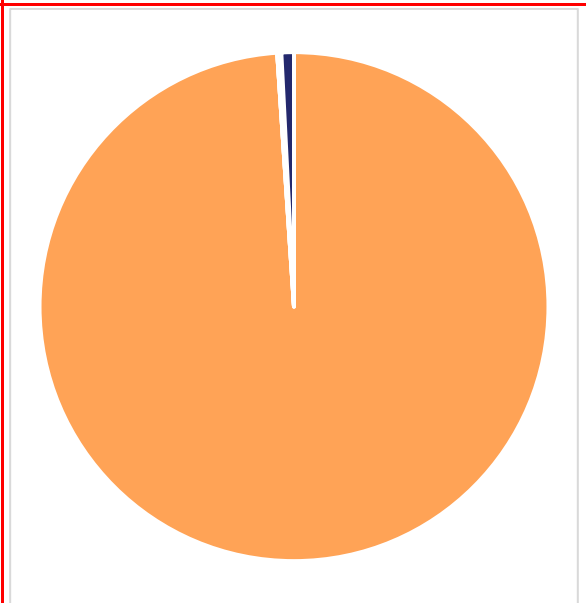
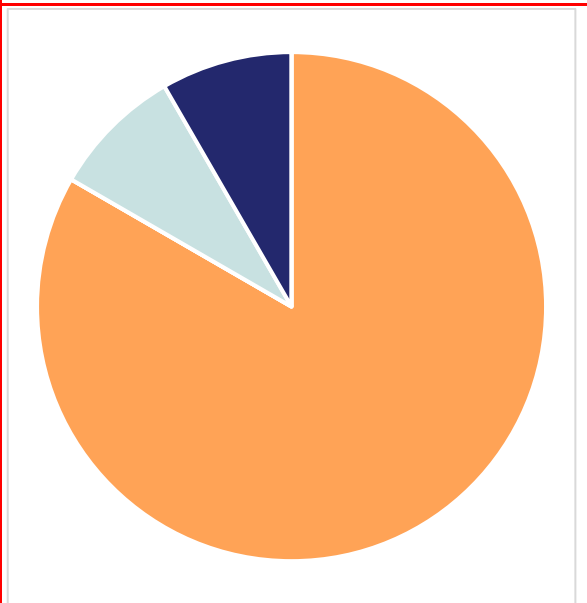
## WOONBOULEVARD LANGEDIJK (ZUIDERDEL)



### ENKELE KENMERKEN

TOTAAL AANTAL VERKOOPPUNTEN	12
TOTAAL AANTAL M <sup>2</sup> WVO	25.179 M <sup>2</sup> WVO
AANDEEL DETAILHANDEL (/ TOTAAL M <sup>2</sup> WVO)	98,9%
LEEGSTAND (VKP / M <sup>2</sup> WVO)	0 / 0 M <sup>2</sup> WVO

### VERDELING VERKOOPPUNTEN      VERDELING M<sup>2</sup> WVO

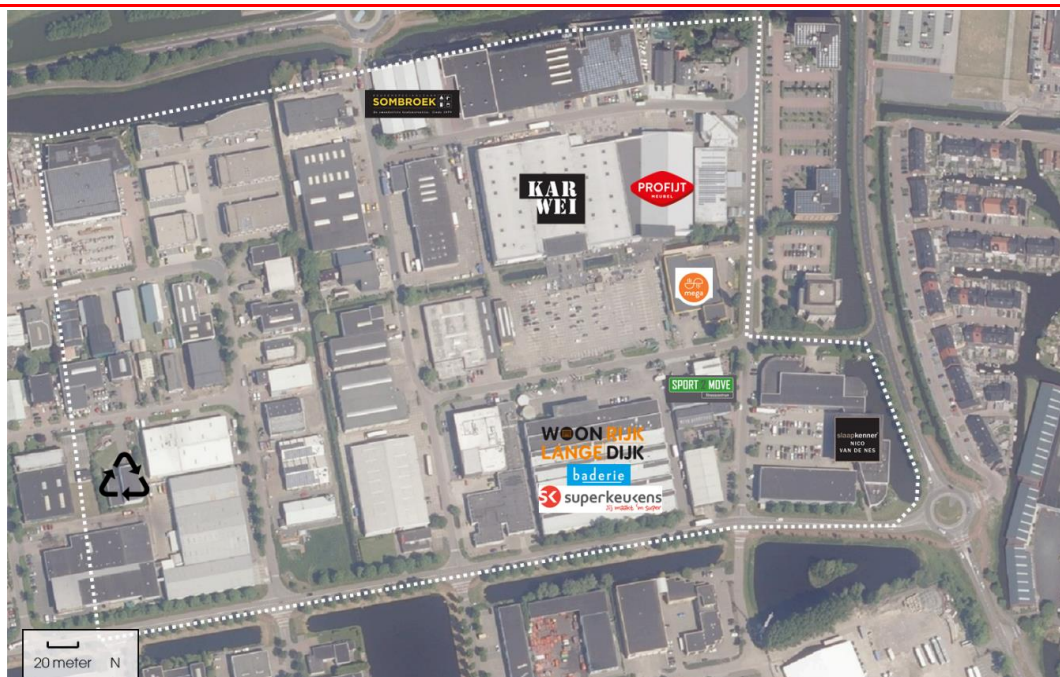


#### Legenda

- Dagelijks
  - In en om huis
  - Overig leisure
- Mode & Luxe
  - overig detailhandel
  - Diensten
- Vrije Tijd
  - Horeca
  - Leegstand



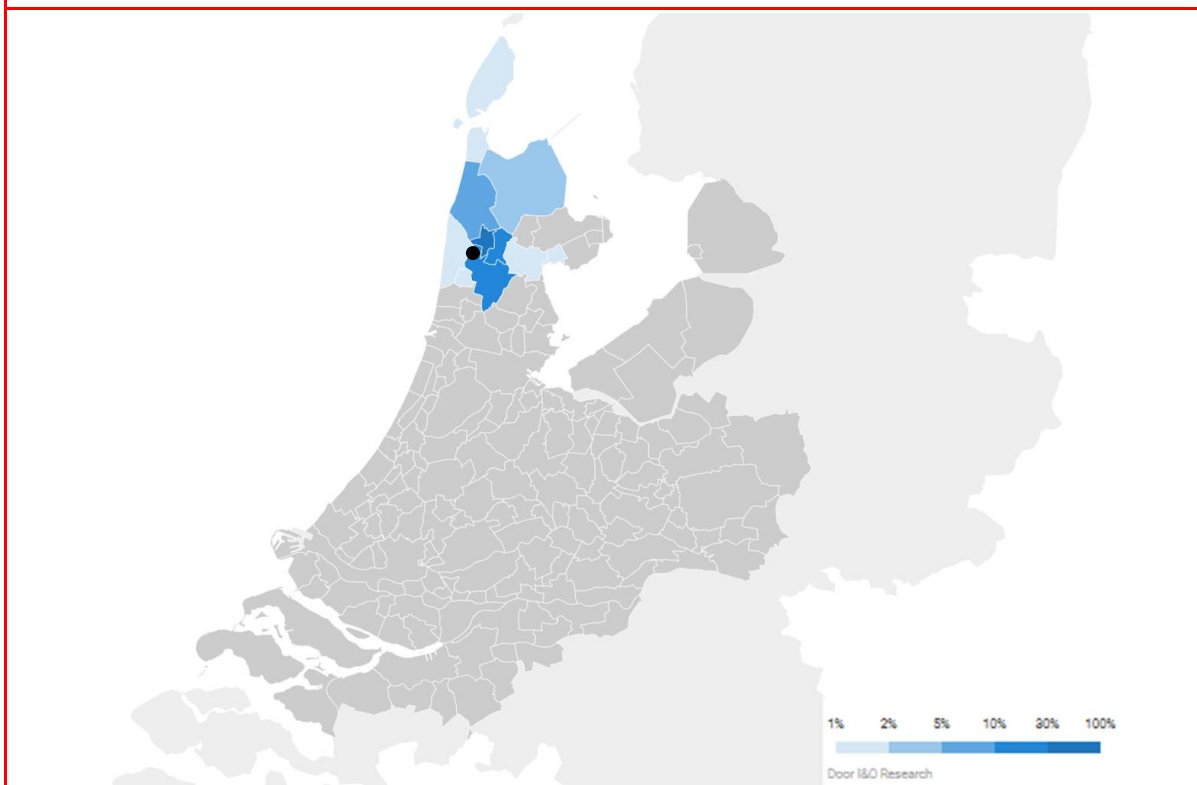
## PLATTEGROND CLUSTER MET BELANGRIJKSTE RETAILERS



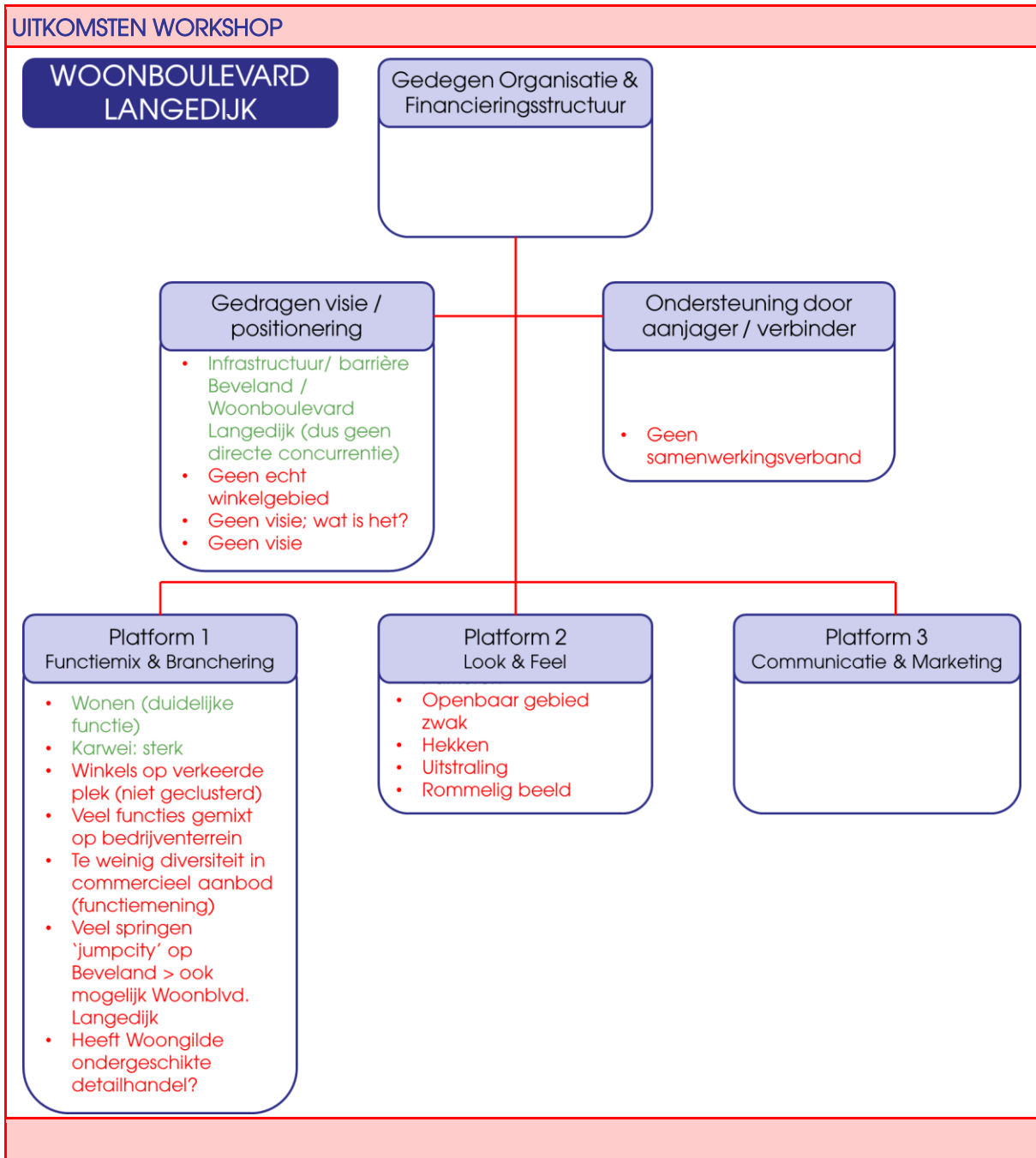
\* Afbakening: Het is een bedrijventerrein en expliciet is voor Woonboulevard Langedijk de mogelijkheid voor PDV opgenomen. Eerder was het vooral mogelijk rondom de Middelmoet (straat o.a. Karwei), maar het is in 2013 verruimd tot dit gebied. De gemeente toetst initiatieven streng. Wel zijn er een paar uitzonderingen: kringloopwinkels; status aparte (alle bedrijventerreinen); enkele bedrijven die er al voor 2013 hier gevestigd waren vallen nu onder overgangsbepalingen.

## VERZORGINGSGBIEDEN (GEMEENTENIVEAU KSO 2018)

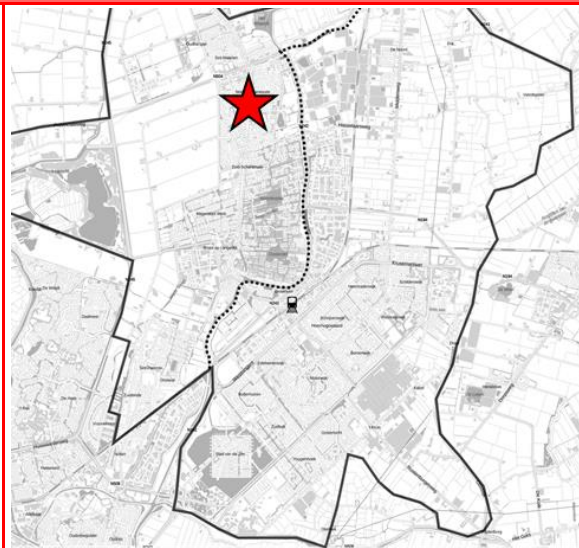
### NIET-DAGELIJKSE DETAILHANDEL







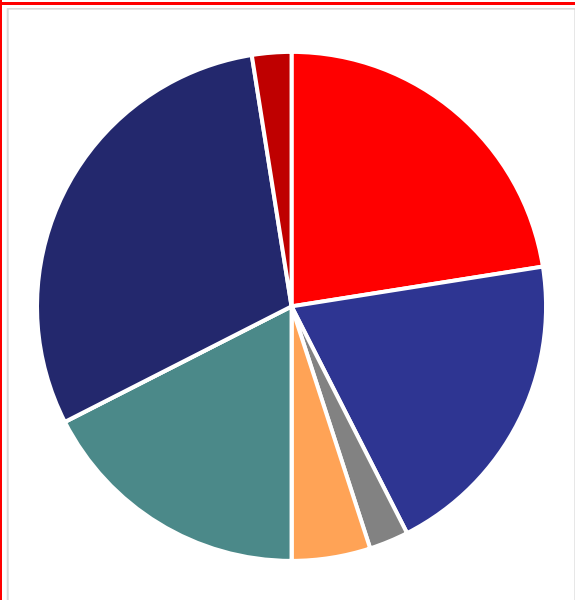
## CENTRUM NOORD SCHARWOUDE



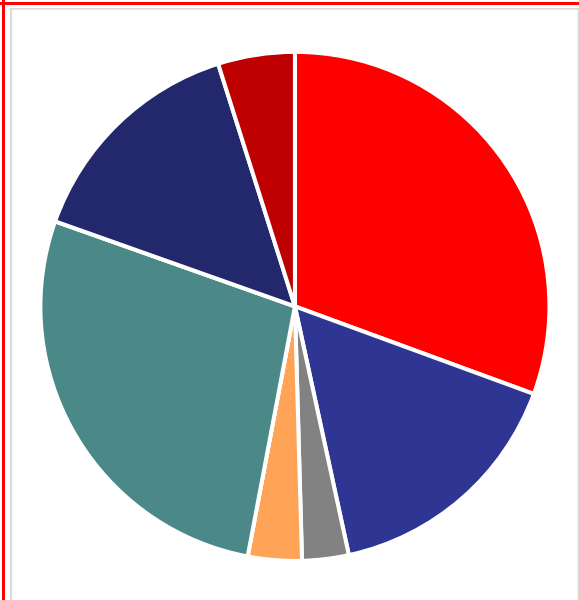
### ENKELE KENMERKEN

TOTAAL AANTAL VERKOOPPUNTEN	40
TOTAAL AANTAL M <sup>2</sup> WVO	5.410 M <sup>2</sup> WVO
AANDEEL DETAILHANDEL (/ TOTAAL M <sup>2</sup> WVO)	53,0%
LEEGSTAND (VKP / M <sup>2</sup> WVO)	1 / 264 M <sup>2</sup> WVO

### VERDELING VERKOOPPUNTEN



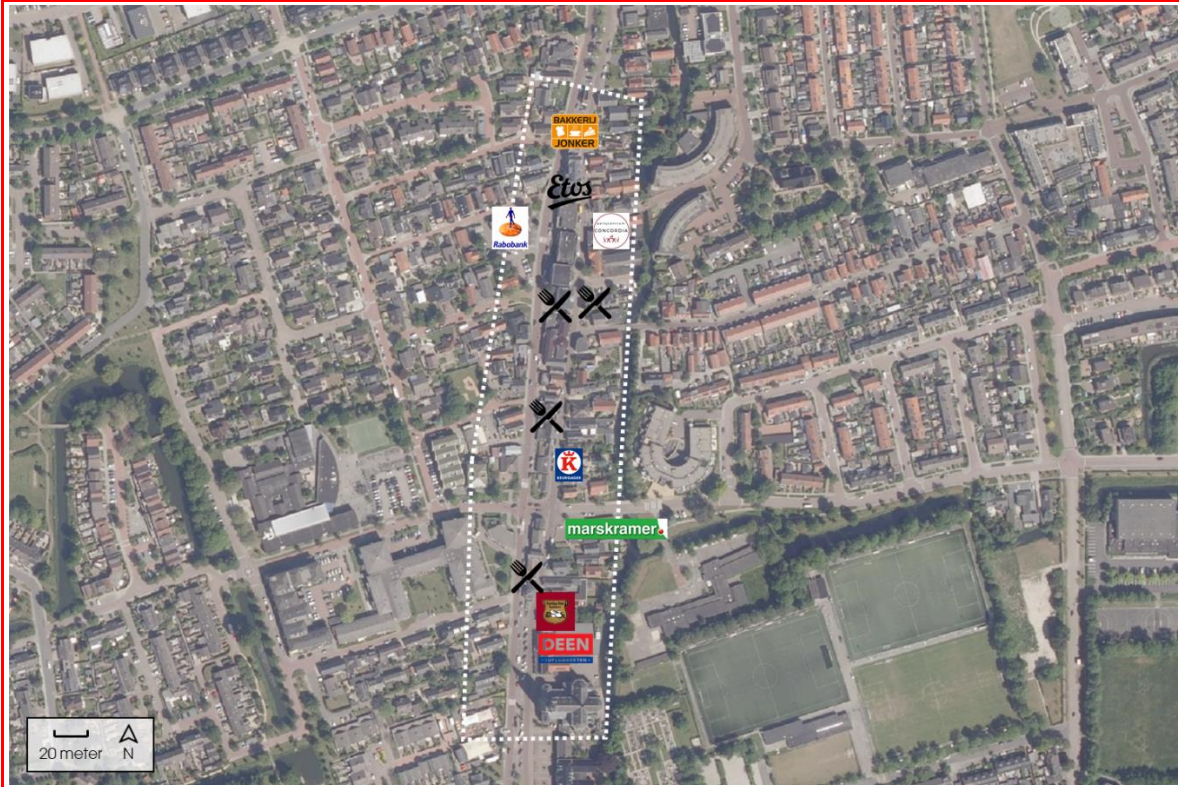
### VERDELING M<sup>2</sup> WVO



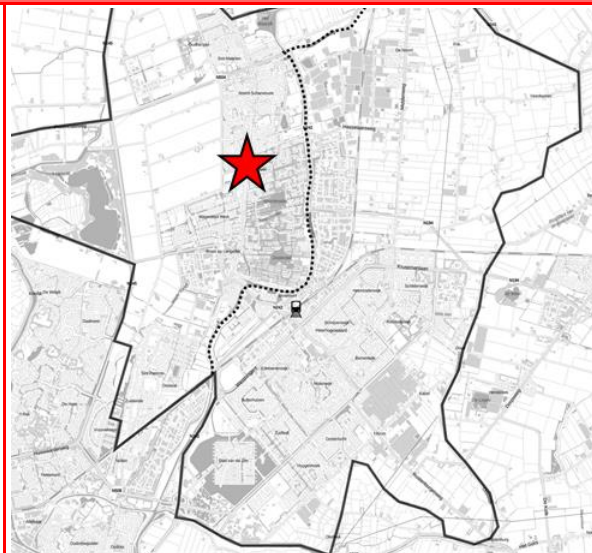
### Legenda

- Dagelijks
- In en om huis
- Overig leisure
- Mode & Luxe
- overig detailhandel
- Diensten
- Vrije Tijd
- Horeca
- Leegstand

PLATTEGROND CLUSTER MET BELANGRIJKSTE RETAILERS

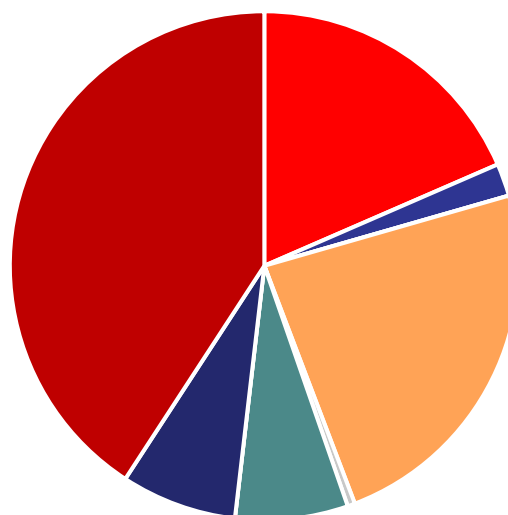
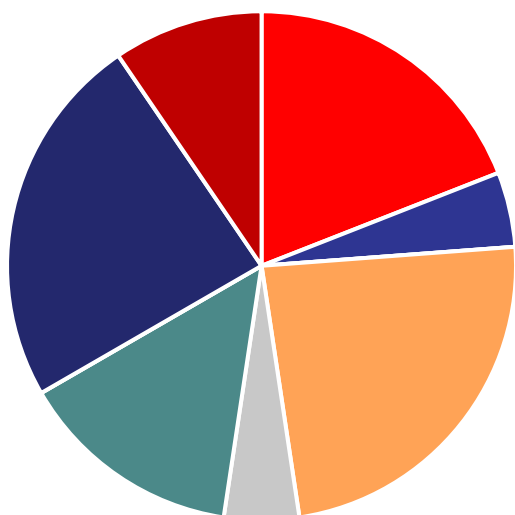


## CENTRUM ZUID SCHARWOUDE



### ENKELE KENMERKEN

TOTAAL AANTAL VERKOOPPUNTEN	21
TOTAAL AANTAL M <sup>2</sup> WVO	5.304 M <sup>2</sup> WVO
AANDEEL DETAILHANDEL (/ TOTAAL M <sup>2</sup> WVO)	44,7%
LEEGSTAND (VKP / M <sup>2</sup> WVO)	2 / 2.164 M <sup>2</sup> WVO
VERDELING VERKOOPPUNTEN	VERDELING M <sup>2</sup> WVO

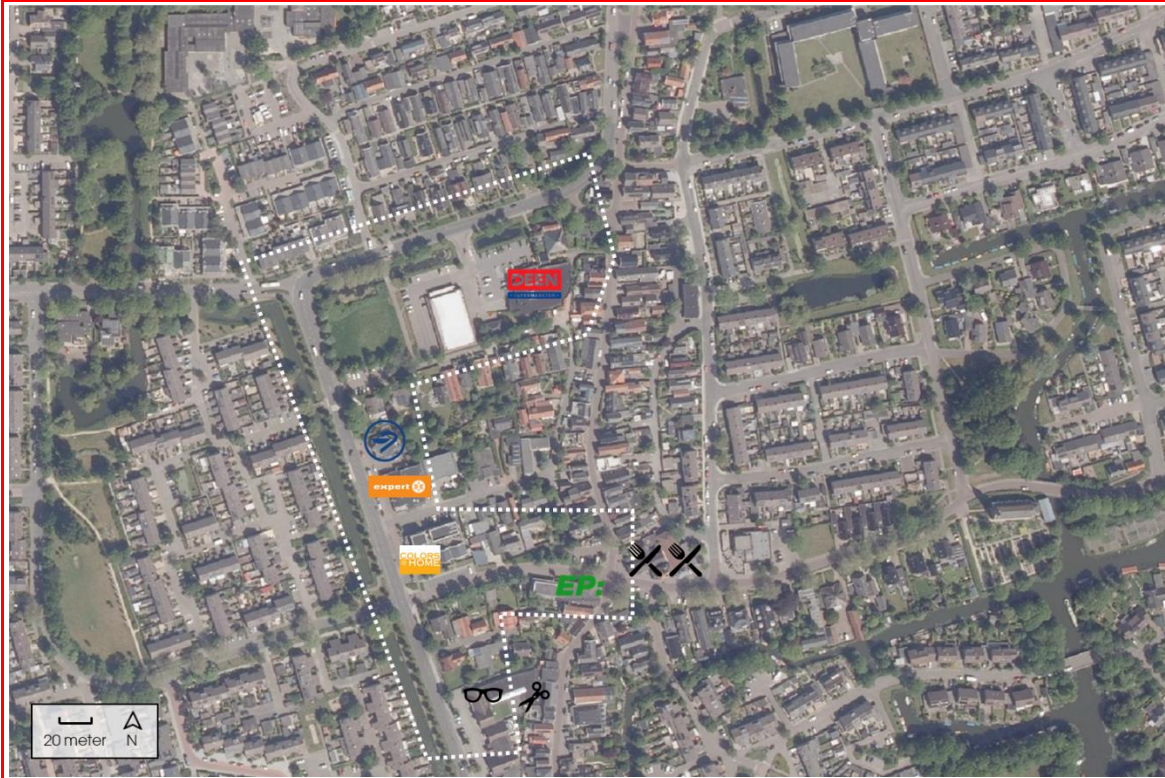


### Legenda

- Dagelijks
- In en om huis
- Overig leisure
- Mode & Luxe
- overig detailhandel
- Diensten
- Vrije Tijd
- Horeca
- Leegstand



PLATTEGROND CLUSTER MET BELANGRIJKSTE RETAILERS





## BIJLAGE 2 DEFINITIES

### Bedrijfsoppervlakte (BVO)

De bedrijfsvloeroppervlakte (BVO) is de totale vloeroppervlakte van een kantoor, winkel, bedrijf of voorziening met inbegrip van de daartoe behorende magazijnen en overige dienstruimten.

### Dagelijkse sector

Winkels in Levensmiddelen en Persoonlijke Verzorging. Dit betreffen onder meer supermarkten, versspeciaalzaken, drogisterijen, parfumeries en apotheken.

### Diensten

Tot de Diensten behoren den hoofdbranches Verhuur, Ambacht, Financiële instelling en Particuliere dienstverlening. Hiertoe vallen de volgende verkooppunten: Videotheek, Autoverhuur, Rijwielverhuur, Gereedschap verhuur, Verhuur Overig, Edelsmid, Schoenreparatie/Sleutels, Kapper, Tattoo/Piercing, Schoonheidsspecialist, Kledingreparatie, Stoffeerderij, Kleermaker, Pottenbakker, Electro reparatie, Drukwerk, Foto-ontwikkelen, Dierentrimsalon, Lijstenmaker, Ambacht overig, Financiële intermediair, Verzekeringswerk, Bank, Postkantoor, Bellen/Internet, Fotostudio, Makelaardij, Autowasserij, Autopoetsbedrijf, Fietsenstalling, Stomerij/Wassalon, Reisbureau, Uitzendbureau, Uitvaart, Diensten overig.

### Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied of naar online kanalen.

### Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

### Koopkrachttoevloeiing

Aandeel van de omzet die van bewoners komt die buiten een bepaald gebied wonen.

### Leegstand

Een unit/verkooppunt/pand met een commerciële bestemming, zonder dat daar een functie is gevestigd. Een leegstaand pand kan in het verleden een winkel zijn geweest, maar ook een andere functie hebben gehad (zoals bijvoorbeeld een ambacht, horeca of dienstverlening). Ook bij eventuele invulling van het pand kunnen naast een winkel ook andere functies gevestigd worden.

### Leisure

Leisure is een brede term voor verschillende commerciële functies. Door Locatus is de groep uitgesplitst naar drie branches: Horeca, Cultuur en Vermaak. Onder Cultuur valt o.a. de bibliotheek, bioscoop, museum en theater. Vermaak betreffen functies als een pretpark, bowlingbaan, sauna en zwembad.

### Locatus

Locatus is een onafhankelijke commerciële dienstverlener die informatie verzamelt over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven. Veldwerkers bezoeken en onderzoeken jaarlijks alle winkelgebieden in de Benelux. De verzamelde gegevens, zoals (winkel)naam, winkelverkoopvloeroppervlak en branche worden geregistreerd in de database. Er wordt daarnaast ook een indeling in winkelgebieden aan gekoppeld en winkelgebieden worden geclassificeerd.

### Marktruimte (o.b.v. distributieve berekening)

Een veelgebruikt rekeninstrument om het huidige functioneren en eventuele indicatieve markt voor detailhandel in de toekomst te kunnen duiden is de distributieve berekening. Hierin wordt het huidige gevestigde aanbod in een specifieke branche (bijvoorbeeld dagelijkse detailhandel) in een afgebakend gebied vergeleken met het landelijke gemiddelde. Daarbij wordt de gemiddelde vloerproductiviteit berekend van het in het gebied gevestigde aanbod. Het verschil tussen de gerealiseerde vloerproductiviteit en de landelijke gemiddelde vloerproductiviteit bepaalt of de desbetreffende branche boven- of ondergemiddeld functioneert. Het verschil tussen de gerealiseerde en gemiddelde vloerproductiviteit kan worden opgevat als indicatieve uitbreidingsruimte, dan wel overaanbod.

### Niet-dagelijkse Sector (regulier)

Winkels in Mode & Luxe, Vrije Tijd en Elektronica. Dit betreffen de branches warenhuizen, kleding & mode, schoenen en lederwaren, huishoudelijke & luxe artikelen, juwelier & optiek, antiek & kunst, sport & spel, hobby, media en bruin & witgoed. Deze branches treffen we gewoonlijk aan in de centrale en ondersteunende winkelgebieden.

### PDV (perifere detailhandelsvestigingen)/ Volumineuze detailhandel

Perifere detailhandelsvestigingen zijn winkels die vanwege hun aard en omvang over het algemeen niet in de traditionele winkelcentra (binnenstad, buurt- en wijkcentra) gevestigd kunnen worden. Het gaat hierbij over de volumineuze aard van de goederen. Deze benadering van perifere winkels is vanuit het voormalige rijksbeleid ingestoken en dus met name branchegericht. Veelvoorkomende branches zijn: auto's, boten en caravans (ABC), bouwmarkten, tuincentra en detailhandel in woninginrichting.

#### Verblijfsgebied

Waar we in het verleden spraken over winkelgebieden, worden dit steeds meer verblijfsgebieden. De functie winkelen wordt minder belangrijk en dit biedt ruimte voor horeca en andere leisurfuncties. Een prettig verblijf staat voorop. We gaan van winkelgebieden waar transacties het hoofddoel vormden, naar verblijfsgebieden waar attractie en vermaak de belangrijkste doelen zijn.

#### Vloerproductiviteit

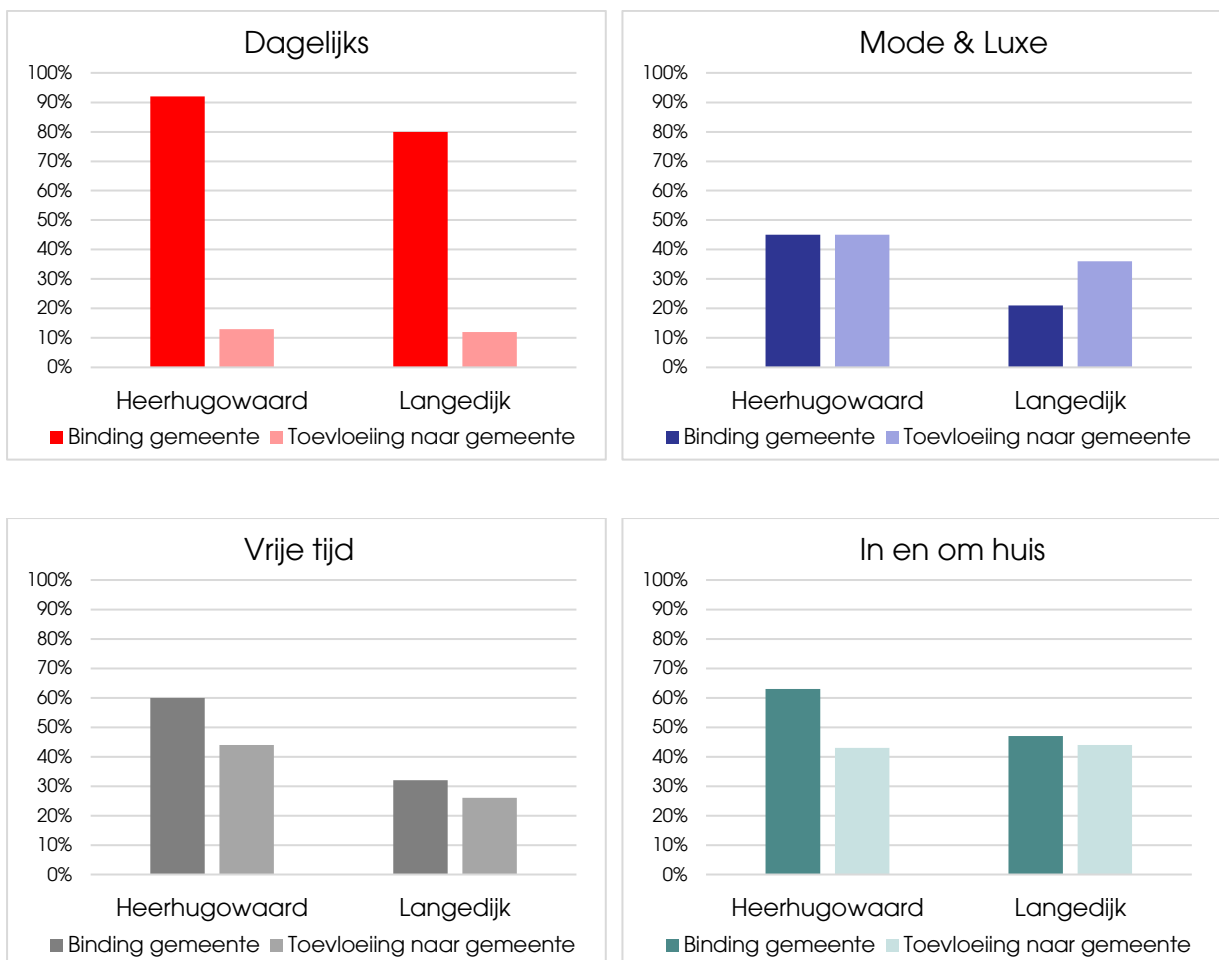
De vloerproductiviteit (omzet in € per m<sup>2</sup> wvo) is een veelgebruikt kengetal om het functioneren van een winkel inzichtelijk te maken.

#### Winkelvloeroppervlakte (WVO)

De winkelvloeroppervlakte betreft de winkeloppervlakte die in gebruik is voor de directe verkoop van goederen. Het betreft de voor de klant toegankelijke verkoopruimte van de winkel, oftewel de totale bedrijfsvloeroppervlakte minus eventueel kantoor-, personeels- en magazijnruimte, toiletten etc.

## BIJLAGE 3 KOOPORIËNTATIES PER GEMEENTE EN DISTRIBUTIEVE TOETS

### KOOPORIËNTATIES PER GEMEENTE >>



FIGUUR 38 KOOPSTROMEN (BINDING EN TOEVLOEIING) PER GEMEENTE  
Bron: KSO 2018. Verdieping I&O

### DISTRIBUTIEVE TOETS DIJK EN WAARD >>

Door middel van een distributieve berekening (DPO) kan zowel voor de huidige situatie als voor de toekomstige situatie een indicatieve uitspraak worden gedaan over de ontwikkelingsmogelijkheden van het detailhandelsaanbod. Kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden van het aanbod kunnen worden verklaard door een te verwachten groei van het bevolkingsdraagvlak, door een bovengemiddeld

functioneren van het huidige aanbod en/of door een groei in ambitie: een hogere, maar wel te verantwoorden binding en toevloeiing. Ook een combinatie hiervan kan een “driver” zijn achter de ontwikkelingsmogelijkheden. Anderzijds kan een negatieve marktruimte worden veroorzaakt door een momenteel (al) relatief matig functionerend aanbod. Dit kan veroorzaakt worden door bijvoorbeeld de toename van online bestedingen, een te groot aanbod voor de behoefte of veel afvloeiing naar elders (of een combinatie van).

Voor de distributieve toets maken we gebruik van de volgende kengetallen en cijfers:

- **Bevolking.** In de huidige situatie wonen er 84.734 mensen in de gemeenten Dijk en Waard samen (CBS 2019, meest recente cijfers). Voor 2025 hanteren we een minimum en maximum scenario, respectievelijk de provinciale prognose en de gemeentelijke prognose. Daarmee wonen er in 2025 naar verwachting 88.300 tot 95.498 mensen in de gemeenten.
- **Bestedingscijfers.** De meest recente bestedingscijfers zijn gepubliceerd in het document omzetkengetallen 2018 (INretail en Panteia). Deze cijfers zijn gebaseerd op de meest recente kennis over bestedingen per branchegroep. Voor de bestedingen in 2025 hanteren we eveneens twee scenario's. Het maximum scenario waarin we de bestedingen in fysieke winkels constant veronderstellen (combinatie met maximale inwonersprognose) en waarvan we ervan uit gaan dat de bestedingen in fysieke winkels met 5% af nemen door de toename van online bestedingen (combinatie met minimale inwonersprognose van provincie).

	DAGELIJKS	MODE & LUXE	VRIJE TIJD	IN EN OM HUIS
Bestedingscijfer per jaar per hoofd in €	€ 2.619	€ 831	€ 229	€ 917
Bestedingscijfer 2025 afname 5% punt (minimum)	€ 2.488	€ 789	€ 218	€ 871
Vloerproductiviteit (€ / m <sup>2</sup> per jaar)	€ 7.604	€ 2.427	€ 1.902	€ 1.377

TABEL 3 BESTEDINGSCIJFERS EN VLOERPRODUCTIVITEIT DETAILHANDELSBRANCHES  
Bron: Omzetkengetallen 2018 (meest recente cijfers), INretail en Panteia

- **Inkomensniveau.** Het inkomensniveau van de gemeente Dijk en Waard ligt ca. 3% lager dan het landelijk gemiddelde. De bestedingscijfers zullen worden gecorrigeerd naar het gemiddeld lagere inkomen dat de inwoners hebben. Voor de dagelijkse sector gebeurt dit met een prijselasticiteit van 0,25, voor de niet dagelijkse sectoren Mode & Luxe, Vrije Tijd en In en Om het huis met een prijselasticiteit van 0,5.
- **Koopstromen.** Via I&O research hebben we de geaggregeerde cijfers voor de gemeente Dijk en Waard ontvangen. Deze data zijn gebaseerd op het koopstromenonderzoek Randstad 2018. Deze koopstromen zijn ook opgenomen in hoofdstuk 1.2). Doordat we gebruik maken van bestedingscijfers in fysieke winkels, moeten we de binding corrigeren voor



de online afvloeiing (volgens principe: koopkrachtbinding + koopkrachtafvloeiing naar fysieke winkels buiten het verzorgingsgebied = 100% van de bestedingsstroom). We veronderstellen de koopstromen als constant voor 2025:

	DAGELIJKS	MODE & LUXE	VRIJE TIJD	IN EN OM HUIS
Koopkrachtbinding	92%	60%	73%	77%
Koopkrachtoefloeiing	10%	35%	35%	35%

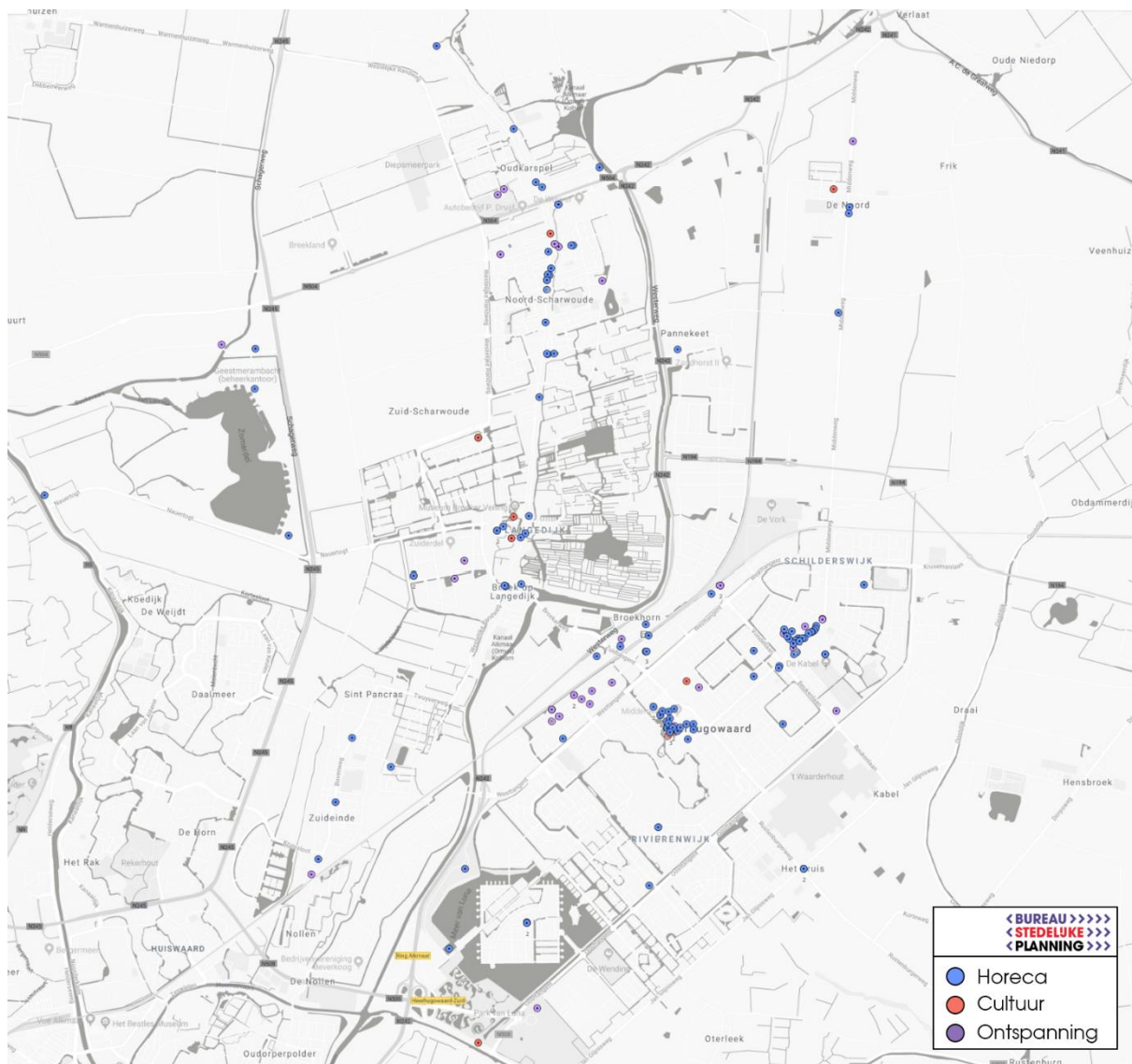
TABEL 4 KOOPSTROMEN (BINDING GECORRIGEERD VOOR ONLINE AFVLOEIING)  
Bron: I&O Research o.b.v. Koopstromen Randstad 2018

- **Vloerproductiviteit.** Net als de bestedingscijfers zijn ook de meest recente cijfers voor de gemiddelde vloerproductiviteit gepubliceerd in het document omzetkengetallen. Deze zijn opgenomen in tabel 5).
- **Huidig bestaande aanbod.** Dit zijn de meters zoals opgenomen zijn in Locatus.

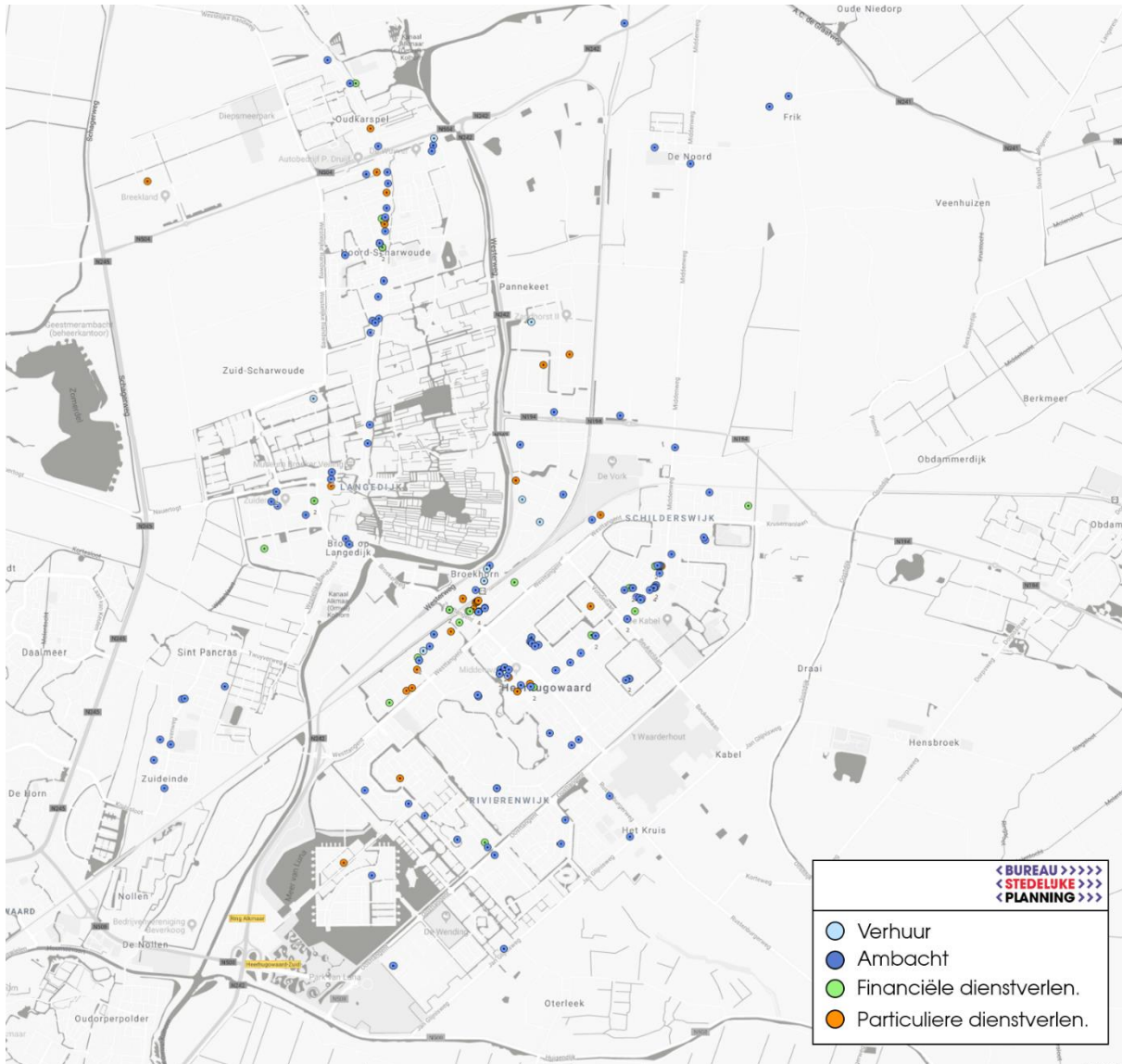
PARAMETER	DAGELIJKS		MODE & LUXE		VRIJE TIJD		IN EN OM HUIS	
	HUIDIG	2025	HUIDIG	2025	HUIDIG	2025	HUIDIG	2025
Inwoners	84.734	88.300 – 95.498	84.734	88.300 – 95.498	84.734	88.300 – 95.498	84.734	88.300 – 95.498
Bestedingen per hoofd in €	€ 2.619	€ 2.488 - 2.619	€ 831	€ 789 - 831	€ 229	€ 218 - 229	€ 917	€ 871 - 917
Bestedingspotentieel in € mln.	€ 222	€ 220 - 250	€ 70	€ 70 – 79	€ 19	€ 19 – 22	€ 78	€ 77 – 88
Bestedingspotentieel in € mln., incl. inkomenscorrectie	€ 220	€ 218 – 248	€ 69	€ 69 - 78	€ 19	€ 19 – 22	€ 77	€ 77 – 88
Koopkrachtbinding	92%	92%	60%	60%	73%	73%	77%	77%
Gebonden bestedingen in € mln.	€ 203	-201 – 228	€ 42	€ 41 - 47	€ 14	€ 14 – 16	€ 59	€ 58 – 65
Koopkrachtoefloeiing	10%	10%	35%	35%	35%	35%	35%	35%
Omzet door toefloeiing in € mln.	€ 23	€ 22 - 25	€ 22	€ 22 - 25	€ 8	€ 7 – 8	€ 32	€ 31 – 35
Totale bestedingen in € mln.	€ 225	€ 223 - 254	€ 64	€ 63 - 72-	€ 21	€ 21 – 24	€ 91	€ 90 – 102
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m <sup>2</sup> wvo	€ 7.604	€ 7.604	€ 2.427	€ 2.427	€ 1.902	€ 1.902	€ 1.377	€ 1.377
Gerealiseerde vloerproductiviteit/functioneren	€ 6.062	€ 6.001 – 6.832	€ 2.821	€ 2.792 – 3.179	€ 1.463	€ 1.448 – 1.649	€ 876	€ 867 – 987
Haalbaar aanbod in m <sup>2</sup> wvo	29.609	29.313 – 33.371	26.379	26.155 – 29.730	11.286	11.173 – 12.719	65.843	65.183 – 74.207
Aanbod (Locatus)	37.141	37.141	22.699	22.699	14.675	14.675	103.549	103.549
<b>Marktruimte in m<sup>2</sup> wvo</b>	-7.532	-7.828 - -3.770	3.680	3.416 – 7.031	-3.389	-3.502 - -1.956	-37.706	-38.366 - -29.342

TABEL 5 DISTRIBUTIEVE TOETS DIJK EN WAARD

## BIJLAGE 4 LOCATIES LEISURE EN DIENSTEN



FIGUUR 39 LOCATIES VERKOOPPUNTEN LEISURE  
Bron: Locatus oktober 2019, d.m.v. Batchgeo



FIGUUR 40 LOCATIES VERKOOPPUNTEN DIENSTEN  
Bron: Locatus oktober 2019, d.m.v. Batchgeo