stec
groep



Startnotitie detailhandelsvisie Medemblik

10 oktober 2025

Inhoudsopgave

1. Inleiding 3

2. Hoe staat de detailhandel in Medemblik er voor? 5
   - 2.1 Huidige detailhandelsstructuur 5
   - 2.2 Huidig detailhandelsaanbod 8
   - 2.3 Leegstand 11
   - 2.4 Aanbodontwikkeling en functiemix 13
   - 2.5 Koopstromen 16

3. Trends en ontwikkelingen 18
   - 3.1 Veranderende binnensteden 18
   - 3.2 Supermarkten blijven belangrijk voor lokale kernen 19

4. Marktruimte 22

5. Bijlage 1 Marktruimte berekening 24

CONCEPT

Bron illustratie voorpagina: Travel4history

1. Inleiding

Aanleiding

De detailhandel in de gemeente Medemblik staat voor grote uitdagingen en heeft de afgelopen jaren aanzienlijke veranderingen ondergaan. Marktveranderingen zoals de komst van goedkope winkelketens en de opkomst van online winkelen hebben impact op de lokale detailhandel, vooral in kleinere kernen en dorpen waar het steeds moeilijker wordt om te concurreren met grotere steden. De economische vitaliteit van winkelgebieden speelt een cruciale rol in de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van de stad/het dorp. Enerzijds voor het faciliteren van de behoefte om aankopen te doen, anderzijds om elkaar te ontmoeten en voor de reuring op straat. Een goed onderbouwde visie is noodzakelijk om in te spelen op deze veranderingen en de toekomstbestendigheid van de detailhandel te waarborgen.

In de gemeente Medemblik spelen diverse woningbouwopgaven die op hun beurt leiden tot verschillende gebiedsontwikkelingen, zoals de uitbreiding of herinrichting van woonwijken, aanpassingen in voorzieningenclusters en mogelijk ook aanpassingen in de infrastructuur en bedrijventerreinen. Deze ontwikkelingen roepen de vraag op welke impact zij hebben op het draagvlak voor bestaande en toekomstige voorzieningen, waaronder detailhandel. Het is daarom belangrijk om duidelijke en toekomstgerichte kaders op te stellen. Een lokale visie op detailhandel kan hierin richting geven, bijvoorbeeld door het zorgvuldig afstemmen van nieuwe winkelinitiatieven op de verwachte groei en spreiding van de bevolking, het versterken en concentreren van voorzieningen in bestaande centra, en het formuleren van beleid voor perifere locaties of solitaire vestigingen. Zo zorgen we ervoor dat het aanbod aansluit bij de behoefte én bijdraagt aan leefbare, vitale kernen.

Samenhang tussen het provinciale, regionale en lokale detailhandelsbeleid

De provincie Noord-Holland hanteert een detailhandelsbeleid waarin winkelvoorzieningen in stads- en dorpskernen worden behouden en versterkt. Ze beperken nieuwe winkelconcentraties buiten bestaande centra en herstructureren bestaande winkelgebieden optimaal. De regionale detailhandelsvisie West-Friesland sluit aan op deze provinciale uitgangspunten. Per winkelgebied in de regio worden strategieën gegeven voor kernversterking, herstructurering en beperking van nieuwe uitbreidingen. De provinciale visie biedt het strategisch kader, terwijl de regionale visie dit vertaalt naar een gebiedsgerichte aanpak voor regio West-Friesland. Het gemeentelijke detailhandelsbeleid is een verdere doorvertaling van het regionale detailhandelsbeleid West-Friesland. De gemeentelijke detailhandelsvisie van Medemblik kan lokale behoeften en ontwikkelingen meenemen om het beleid concreet en passend te maken op lokaal schaalniveau. Zo zijn de verschillende schaalniveaus onderling afgestemd om een samenhangend en effectief detailhandelsbeleid te waarborgen.

Startnotitie om uitgangssituatie helder in beeld te brengen

Het regionale detailhandelsbeleid West-Friesland 2020-2024, dat reeds is geactualiseerd, verplicht alle regiogemeenten om een lokaal detailhandelsbeleid te ontwikkelen. De startnotitie dient als onderlegger voor het vervolgtraject. Het doel is om de uitgangssituatie in beeld te brengen voor sessies en gesprekken met belanghebbenden. Dit biedt een solide basis voor het ontwikkelen van een effectief lokaal detailhandelsbeleid dat aansluit bij de behoeften van de gemeenschap en de uitdagingen van de markt.

Leeswijzer

Hoofdstuk twee beschrijft de uitgangssituatie van de detailhandel in de gemeente en geeft antwoord op de vraag: hoe staat de detailhandel in gemeente Medemblik ervoor? Hierbij wordt

CONCEPT

ingegaan op de huidige detailhandelsstructuur en het -aanbod, (sectorale) ontwikkelingen en de functiemix per winkelgebied. Daarnaast worden de koopstromen geanalyseerd.
Hoofdstuk drie beschrijft relevante trends en ontwikkelingen in de detailhandelssector, waarbij deze worden vertaald naar het Medemblikse schaalniveau. Wat betekenen deze ontwikkelingen voor de gemeente Medemblik?
In **hoofdstuk vier** is de marktruimte op gemeenteniveau berekend voor dagelijkse, recreatieve en doelgerichte detailhandel. Wanneer in het document wordt verwezen naar de gemeente Medemblik, wordt dit expliciet aangegeven. Als alleen 'Medemblik' wordt genoemd, betreft het de kern Medemblik.

CONCEPT

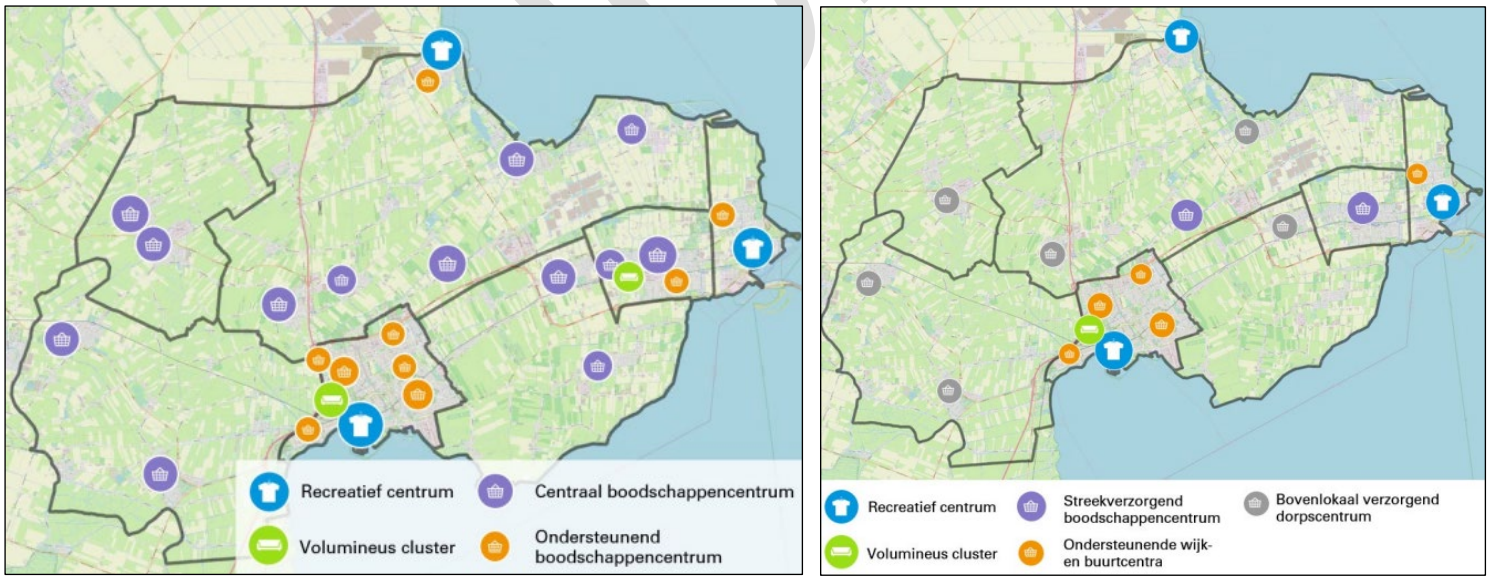
2. Hoe staat de detailhandel in Medemblik er voor?

In dit hoofdstuk brengen we de uitgangssituatie van de detailhandel in de gemeente Medemblik in kaart. Specifiek aandacht daarbij gaat uit naar de grotere winkelgebieden van Andijk, Medemblik, Wervershoof, Wognum en Zwaagdijk. Thema's die in dit hoofdstuk aan bod komen zijn:

2.1 Hoe ziet de **huidige detailhandelsstructuur** er uit?
2.2 Hoe ziet het **huidige detailhandelsaanbod** er uit?
2.3 Hoe groot is de **leegstand** en hoe heeft deze zich ontwikkeld?
2.4 Hoe heeft **de functiemix** en het **aanbod detailhandel** zich **ontwikkeld** in de afgelopen jaren?
2.5 Wat zijn de laatste inzichten uit het **koopstromenonderzoek**?

2.1 Huidige detailhandelsstructuur

Figuur 1: Structuur regionale detailhandel (links) en gewenste hoofdwinkelstructuur regionale detailhandel (rechts)



Bron: Locatus. Bewerking: Stec Groep.

Medemblikse winkelgebieden in regionaal perspectief

In de regionale detailhandelsstructuur (Regionale Detailhandelsvisie West-Friesland) worden verschillende typen winkelgebieden onderscheiden. Het toekomstperspectief van de regionale detailhandelsstructuur schetst nieuwe verhoudingen voor de winkelgebieden (zie figuur 1). Het belangrijkste onderscheid is dat de winkelgebieden van Andijk, Wersverhoof en Wognum – momenteel aangeduid als centraal boodschappencentrum – worden aangeduid als bovenlokaal verzorgend dorpscentrum. Alleen het omvangrijkere winkelgebied Zwaagdijk behoudt de status streekverzorgend boodschappencentrum. Medemblik behoudt de functie als recreatief centrum

en vervult daarnaast ook de functie van een verzorgend boodschappencentrum. Onderstaand gaan we in op de verschillende profielen. In de regionale detailhandelsvisie wordt onderscheid gemaakt in vijf winkelgebieden. De gemeente Medemblik bestaat uit zeventien kernen. De concentratie van detailhandel is in de overige twaalf kernen dusdanig laag (geen clustering van minimaal vijf verkooppunten bij elkaar) dat deze niet langer worden aangeduid als een winkelgebied. De analyse focust zich specifiek op de vijf kernen met een detailhandelsconcentratie. Naast die vijf detailhandelsconcentraties bevinden er zich in de gemeente verspreide detailhandleslocaties. Voor deze verspreide bewinkeling volgen er separate beleidsuitgangspunten in het uiteindelijk te vormen beleid.

Drie hoofdvormen van winkelgedrag

Recreatief winkelen



Recreatief winkelen gaat voor een groot deel om beleving (ontspannen, rondkijken, 'dagje uit'). Consumenten willen vermaakt worden, met een mix van grote winkels met boeiende aanbiedingen, kleine winkels met een verrassend assortiment en aanvullende voorzieningen zoals restaurants, cultuur en historie. De consument is bereid om grotere afstanden af te leggen voor recreatief winkelen. Onder deze vorm vallen de Locatus branches Mode & Luxe en Vrije Tijd.

Doelgericht winkelen



Voor niet-frequent gekochte artikelen (bv. doe-het-zelf, meubels, etc.) geldt dat vindbaarheid, zichtbaarheid en bereikbaarheid van belang zijn. Aangezien de producten laagfrequent gekocht worden, is de consument bereid een langere afstand af te leggen. Combinatiebezoeken vinden beperkt plaats, hoogstens bij winkels in dezelfde branche (bezoek van meerdere meubel- of lampenwinkels). Onder deze vorm vallen de Locatus branches In/Om het Huis en Detailhandel Overig.

Boodschappen doen



De aankoop van food en non-food met een dagelijks karakter (bv. drogist, bloemen, etc.) staat centraal. Een compleet assortiment, op korte afstand en goede bereikbaarheid/parkeren spelen een belangrijke rol in de keuze voor het type winkelgebied. De frequentie van winkelen is hoog (meerdere keren per week) en vindt plaats in de directe omgeving; de reisbereidheid van consumenten is relatief laag. Onder deze vorm valt de Locatus branche Dagelijks.

Korte omschrijving van de Medemblikse winkelgebieden

Figuur 1 toont de spreiding van deze winkelgebieden in de regio en schetst het toekomstperspectief. Hieronder volgt een beknopte toelichting van de winkelgebieden. Voor een gedetailleerdere omschrijving van hoe de verschillende centra zich tot elkaar verhouden kunt u de regionale detailhandelsvisie raadplegen.

- **Medemblik** beschikt over een historisch, kleinschalig maar compleet stadscentrum. Het centrum voorziet in de dagelijkse behoeften van zowel inwoners als bezoekers uit de regio, met een nadruk op winkels voor dagelijkse en frequente aankopen, zoals supermarkten, drogisterijen en speciaalzaken. Daarnaast is er een aantrekkelijk recreatief aanbod, waardoor het winkelgebied zich ook leent voor funshoppen en een dagje uit. Medemblik kent in de regionale detailhandelsvisie dan ook een regionaal recreatief profiel. Het centrum herbergt diverse dienstverleners, cafés en restaurants, en is regelmatig het decor voor kleinschalige markten en evenementen – activiteiten die veel waardering krijgen van zowel bewoners als bezoekers. Bovendien huisvest de kern Medemblik ook nog enkele doelgerichte detailhandel aanbieders. Voor het winkelgebied van Medemblik is in oktober 2024 een stadsplan vastgesteld. Het plan richt zich op het creëren van een toekomstbestendige, levendige en aantrekkelijke binnenstad. De Nieuwstraat wordt vernieuwd met zichtbare historische elementen en een flexibele inrichting voor evenementen en winkels, gedeeld door fietsers en

auto's. Er komt meer groen in het centrum en autoluwe zones. Economisch wordt ingezet op verblijfstoerisme, waarbij toeristische trekpleisters beter worden verbonden en karakteristieke gebouwen nieuwe functies krijgen. Er komen nieuwe richtlijnen voor gevels en winkelreclame wat moet bijdragen aan de uitstraling in het gebied. Deze inzet versterkt het regionale recreatieve profiel.

- Het winkelcentrum in **Andijk** is een kleinschalig overdekt centrum. Je vindt er een bakker, slager, drogisterij en supermarkt. Buiten is er een snackbar met terras. Wat uitstraling betreft is het centrum wat verouderd. Het vervult een belangrijke (boven)lokale economische en sociale functie. Mensen uit de regio kunnen hier vooral terecht voor hun dagelijkse behoeften en het is een sociale ontmoetingsplek. Ten opzichte van Wervershoof en Wognum heeft het winkelgebied een iets kleinere reikwijdte. Naast het winkelcentrum Andijk zit er een solitair gelegen Lidl in het zuiden van Andijk.
- Het winkelcentrum van **Wervershoof** heeft een dagelijks profiel. Het vervult voornamelijk een (boven)lokale functie (bijvoorbeeld voor inwoners uit nabijgelegen dorpen) en het belangrijkste bezoekmotief is boodschappen doen. Het aanbod bestaat uit dagelijkse voorzieningen zoals supermarkten, een Hema, een drogist, bakker en er bevinden zich enkele horecagelegenheden. Recreatief aanbod is beperkt aanwezig in de vorm van één boetiek. Buiten het afgebakende winkelcentrum van Wervershoof is er ook ander detailhandelsaanbod in de kern. Zo is er een bouwmarkt (Hubo) en een woonwinkel (Pronto Wonen). Daarnaast is er verspreid in de kern recreatief aanbod van Rheino's en Boeddha Centre. Het totale detailhandelsaanbod in de kern is dus groter dan alleen het winkelgebied.
- **Wognum** heeft een geconcentreerd centrum met een dagelijks aanbod. Het winkelgebied voorziet in dagelijkse behoefte zoals supermarkten, Kruidvat, een drogist, bakker, slager en enkele horecagelegenheden. Daarnaast is er recreatief aanbod aanwezig en zijn er specialisten zoals een juwelier en opticien. Het centrum van Wognum is een bovenlokaal verzorgend dorpscentrum. Het is weliswaar klein maar compleet.
- Winkelhart **Zwaagdijk** is een groot solitair gelegen winkelcentrum (in de kleine kern Zwaagdijk-Oost) met dertien winkels, verspreid over 15.000 vierkante meter. Het winkelcentrum huisvest dagelijks, recreatief en doelgericht winkelaanbod. Er bevinden zich onder andere een Jumbo, Action, Kruidvat maar ook een meubelzaak en een schoenenwinkel. Het winkelgebied is gelegen naast de N307 en is makkelijk met de auto bereikbaar vanaf omliggende (dorps)kernen. Er zijn net als in de andere winkelgebied gratis parkeerplaatsen beschikbaar. Het winkelgebied trekt veel mensen aan van buiten de eigen kern en heeft een streekverzorgend profiel. Winkelhart Zwaagdijk vervult, dankzij de goede autobereikbaarheid en strategische ligging, meer de rol van een perifere detailhandelslocatie dan van een traditioneel kernverzorgend winkelgebied met een lokale functie. Door het gevarieerde detailhandelsaanbod is Zwaagdijk een veelzijdige bestemming voor zowel consumenten uit de eigen kern als omliggende (dorps)kernen.
- Tot slot is er een aanzienlijke groep winkels te vinden op **verspreide locaties**[2] binnen de gemeente Medemblik. Deze voorzieningen bevinden zich buiten de bestaande winkelstructuur zoals te zien in figuur 1. Het gaat om solitaire detailhandelsvestigingen buiten de kernen Medemblik, Andijk, Wervershoof, Wognum en Zwaagdijk. Bijvoorbeeld op bedrijventerreinen, alsook enkele vestigingen binnen de kernen, zoals de Spar in Abbekerk. Solitaire detailhandelsvestigingen binnen een kern profiteren meestal niet van de voordelen van combinatiebezoek en een langere verblijfsduur van consumenten, wat het lastig maakt om een rendabele exploitatie op te bouwen. Tegelijkertijd kunnen juist dit soort voorzieningen in kleine kernen een belangrijke bijdrage leveren aan de leefbaarheid en het voorzieningenniveau voor bewoners. Voor verspreide bewinkeling in de verschillende vormen worden separate beleidsregels opgenomen in het uiteindelijke beleid.

[2] Verspreide bewinkeling verwijst naar winkels die zich buiten de centrale winkelgebieden bevinden. Deze winkels vallen niet binnen een aangeduid winkelgebied (clustering van minimaal vijf winkels) en zijn vaak verspreid over verschillende locaties.

CONCEPT

Ondanks woningbouwplannen lichte krimp bevolkingsomvang in de gemeente

De gemeente Medemblik heeft circa 46.000 inwoners. De gemeente maakt een lichte inwonerskrimp door; de verwachting is dat het aantal inwoners de komende tien jaar zeer licht daalt, van 46.000 in 2025 naar 45.920 in 2035 (Primos-prognose, 2024[3]). Onderliggend zien we dat er steeds meer ouderen bij komen, het aantal jongeren kleiner wordt en de gemiddelde huishoudensgrootte afneemt. Deze vergrijzing en verdunning zou een effect kunnen hebben op de detailhandel in de gemeente Medemblik.

De gemeente Medemblik heeft ambitieuze woningbouwplannen: tot 2030 is de ambitie om 1650 extra woningen realiseren, verspreid over de hele gemeente (Stand van zaken woningbouwprogramma, eind 2024). In Andijk is de ambitie 278 woningen bouwen, waarvan de bouw van 51 woningen al is gestart. In de kern van Medemblik is gestart met de bouw van zeven woningen, met een totaalplan van 371 woningen. In Wervershoof is de ambitie om 272 woningen te realiseren, en de bouw van drie woningen is reeds gestart. Voor Wognum staat de bouw van 233 woningen op de planning tot 2030. Tot slot liggen er in Zwaagdijk plannen om 33 woningen te bouwen, de bouw is echter nog niet gestart. De meeste woningen zijn nodig om de verdunning van huishoudens op te vangen.

Het is van belang te beseffen dat ouderen, jongeren en gezinnen een sterk afwijkend uitgavenpatroon hebben. Deze ontwikkelingen hebben op termijn invloed op de huidige winkelstructuur omdat het aantal inwoners niet verandert, maar de bevolkingssamenstelling wel. Hierdoor veranderen bestedingen, voorkeuren en behoeften wat een aanzienlijke impact kan hebben op het detailhandelsaanbod. Zo neemt het voorzieningenaanbod in sterk vergrijzende en krimpende gebieden over het algemeen sneller af dan in gebieden met een diverse en toenemende bevolkingssamenstelling. Het is van belang om het detailhandelsaanbod af te stemmen op de verdere ontwikkelingen in de gemeente.

2.2 Huidig detailhandelsaanbod

Medemblikse winkelgebieden bestaan voornamelijk uit dagelijks aanbod

Het winkelaanbod in de gemeente speelt in op verschillende consumentenbehoeften. Er kan een onderscheid gemaakt worden tussen drie soorten winkelactiviteiten: dagelijkse aankopen, recreatief winkelen en doelgerichte aankopen. In de winkelgebieden Andijk, Wervershoof en Wognum ligt het primaat op dagelijkse detailhandel (zie figuur 2). Hierdoor worden inwoners van de verschillende kernen bediend in hun dagelijkse behoefte. De focus op het voorzien in de dagelijkse behoefte past bij de aard en omvang van de detailhandel in deze kernen. Landelijk gezien ligt het primaat voor kleine winkelgebieden en winkelgebieden in kleine kernen op het dagelijkse aanbod. Opvallend is dat voor Medemblik, bestemd als recreatief centrum, de dagelijkse detailhandel, wanneer we kijken naar vloeroppervlak, de grootste sector is. In kleinere stadscentra is dit een verschuiving die de afgelopen jaren meer plaatsvindt. Hoewel dit op het eerste gezicht in contrast lijkt te staan met het recreatieve profiel van de stad, heeft het ook positieve effecten. Dagelijkse aankopen zorgen voor frequenter bezoek aan het centrum, wat bijdraagt aan de levendigheid en indirect ook gunstig kan zijn voor recreatieve bestedingen.

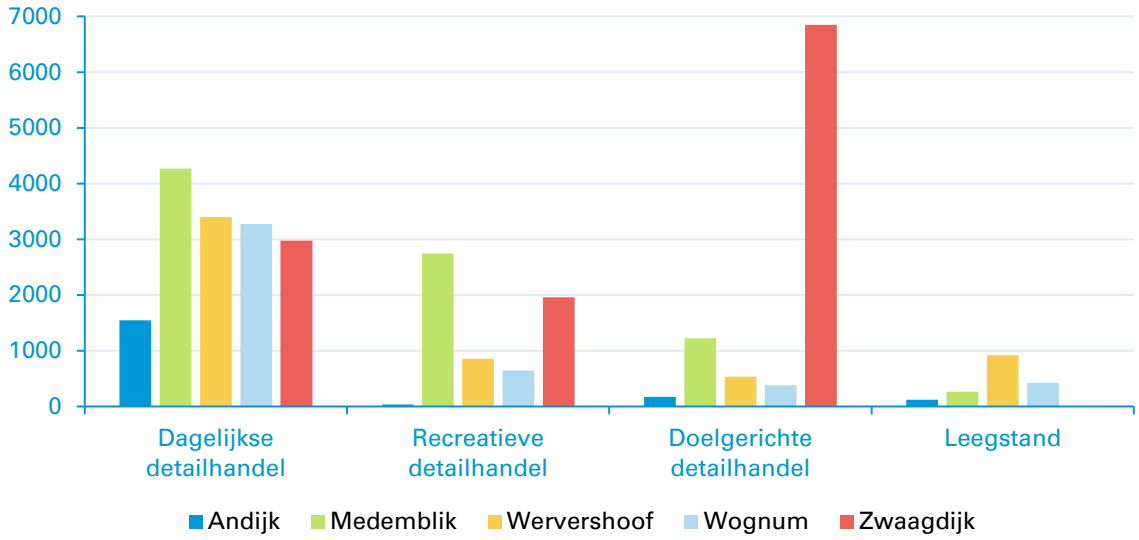
Het is echter belangrijk om een goede balans te bewaken. Een te eenzijdige focus op dagelijkse functies kan op termijn ten koste gaan van het recreatieve karakter. Gericht beleid is daarom nodig om ook het recreatieve aanbod aantrekkelijk en zichtbaar te houden, zodat Medemblik haar

[3] We hanteren de Primos-prognose van ABF Research als bron voor de toekomstige inwonersgroei in gemeente Medemblik. Het model kijkt vooruit en houdt daarbij rekening met onderliggende demografische trends en woningbouwplannen. De Primos-prognose geeft daarmee een compleet beeld van de te verwachte inwonersontwikkeling.

CONCEPT

rol als regionaal recreatief centrum kan blijven vervullen. Het Stadsplan voor Medemblik is een stap in de goede richting.

Figuur 2: Winkels en leegstand in gemeente Medemblik per winkelgebied (in m² wvo)



Bron: Locatus (2025). Bewerking: Stec Groep (2025).

Recreatief winkelen: Medemblik en Zwaagdijk verschillend recreatief profiel

Specifiek kijkend naar recreatief winkelen zien we dat Medemblik dé bestemming voor funshoppen is en fungeert als een recreatief centrum. Het uitgebreide horeca-aanbod, de historische binnenstad en de ligging aan het water maken het een ideale plek voor ontspanning en plezier. Bezoekers komen hier om te verblijven, te ontspannen en aankopen te doen. De diversiteit in het winkelaanbod van Medemblik weerspiegelt de uiteenlopende behoeften en motieven van consumenten.
Zwaagdijk daarentegen voorziet in een andere vorm van recreatieve behoefte. De aanwezigheid van winkels zoals Action, TerStal en Wibra zorgt voor een recreatief aanbod dat meer gericht is op functioneel shoppen in de sector Mode & Luxe. Dit type aanbod (functioneel-recreatief) vinden we ook vaak terug in kleine winkelgebieden van dorpskernen. Dit type winkelen is minder gericht op funshoppen en meer op praktische en frequentere aankopen.

Doelgerichte detailhandel zit verspreid door de gemeente, binnen en buiten de winkelgebieden

De meeste winkelgebieden in de gemeente huisvesten slechts enkele aanbieders in de doelgerichte detailhandel. De totale omvang hiervan is beperkt, met het zwaartepunt doorgaans op dagelijkse of recreatieve detailhandel. Een uitzondering hierop is Zwaagdijk, waar zich een aanzienlijk volume aan doelgerichte detailhandel concentreert, voornamelijk door de aanwezigheid van woongigant Mammoet. Buiten de hoofdwinkelstructuur bevinden zich ook verspreide detailhandelsvestigingen, goed voor in totaal circa 25.000 m² winkelvloeroppervlak. Deze vallen buiten de contouren van de winkelgebieden in Andijk, Medemblik, Wervershoof, Wognum en Zwaagdijk.
De aard en spreiding van de verspreide bewinkeling verschillen per kern. In Andijk bevinden veel winkels zich op bedrijventerreinen of buiten de bebouwde kom, wat ten koste gaat van de schaarse ruimte voor andere bedrijfsactiviteiten. Daarnaast concurreren deze winkels – vaak met lagere huurkosten – met vestigingen in het centrum. In Wervershoof en Medemblik liggen verspreide winkels vooral in woonwijken en op bedrijventerreinen, zoals aan de Nijverheidsweg en Zeldenrust in Medemblik. In Wognum bevinden ze zich voornamelijk buiten de bebouwde

kom, en in Zwaagdijk zijn ze geconcentreerd op bedrijventerreinen. Het grootste deel van deze verspreide bewinkeling bestaat uit doelgerichte detailhandel, zoals bouwmarkten, tuincentra, keukenzaken en meubelwinkels. Vanwege de omvang en aard van hun assortiment bevinden zij zich veelal in PDV-clusters of op bedrijventerreinen. Daarnaast zijn er ook enkele verspreid gelegen winkels met een dagelijks of recreatief aanbod. Voor deze categorie liggen er mogelijk kansen voor verplaatsing naar bestaande winkelgebieden, waarmee de hoofdstructuur kan worden versterkt en de concurrentiepositie van de centra wordt verbeterd.

Tabel 1: Verspreide bewinkeling (detailhandel) in gemeente Medemblik[5]

Kern (winkelgebied)	In bebouwde kom	Bedrijventerrein	Buiten bebouwde kom	Totaal aantal winkels	Totale Omvang
Andijk	0	3	2	**5**	**7.900**
Medemblik	4	5	1	**10**	**3.645**
Wervershoof	9	0	4	**13**	**6.065**
Wognum	1	0	0	**1**	**30**
Zwaagdijk	0	4	1	**5**	**2.430**
Overig	7	1	9	**17**	**4.455**
Totaal	**21**	**13**	**17**	**51**	**24.530**

Bron: Locatus (2025). Bewerking: Stec Groep (2025).

Kansen om hoofdwinkelstructuur te versterken door verspreide bewinkeling af te bouwen

Om winkelgebieden levendig, aantrekkelijk en gevuld te houden, is het zaak om zorgvuldig om te gaan met solitaire ontwikkelingen op verspreide locaties zoals woonwijken en bedrijventerreinen. Nieuwe initiatieven moeten de hoofdwinkelstructuur versterken. Stimuleer bestaande aanbieders om naar deze hoofdstructuur te verplaatsen. Dagelijkse of recreatieve winkels passen beter in winkelgebieden dan op verspreide locaties. Specifiek voor bedrijventerreinen heeft het afbouwen van verspreide bewinkeling en consumentgerichte functies extra voordelen: er is grote krapte op de bedrijventerreinmarkt, waardoor ruimte voor werken onder druk staat en ondernemers klem zitten. Winkels die beter in een centrum passen nemen nu schaarse ruimte in op bedrijventerreinen, terwijl er in veel centra sprake is van leegstand. Daarom zou er beter gekeken kunnen worden naar het beter benutten van bedrijventerreinen en het versterken van de centrumgebieden. Enerzijds om de bestaande ruimte op bedrijventerreinen beter te benutten en economische ontwikkeling te stimuleren, en anderzijds om de centrumgebieden te versterken.
Er zijn verschillende mogelijkheden om verspreide bewinkeling te verminderen:

- **Uitsterfconstructie**: Bestaande winkels op ongewenste locaties mogen blijven bestaan zolang de huidige eigenaar of huurder actief is, maar bij beëindiging van de activiteit mag er geen nieuwe winkel op die plek starten.
- **Strakker planologisch inkaderen van detailhandel**: Er worden regels opgesteld in omgevingsplannen over waar welk type detailhandel is toegestaan, waar detailhandel niet meer mag komen en onder welke voorwaarden winkels zich mogen vestigen of uitbreiden.

[5] De verspreide bewinkeling is exclusief boerderijwinkels. In de database van Locatus missen de boerderijwinkels vanwege de registratie op basis van de hoofdactiviteit. Het werkelijke aantal verspreide bewinkeling inclusief de boerderijwinkels valt ligt hoger uit.

- **Minimale milieucategorieën op bedrijventerreinen**: Door minimale milieu categorieën worden lichte functies zoals detailhandel uitgesloten op bedrijventerreinen.
- **Minimale omvang voor detailhandel op bedrijventerreinen**: Er worden regels opgesteld in bestemmings- of omgevingsplannen dat alleen detailhandel met een minimale vloeroppervlakte is toegestaan op bedrijventerreinen waardoor kleinere winkels zich daar niet kunnen vestigen.

2.3 Leegstand

Grote verschillen in leegstand tussen de Medemblikse winkelgebieden

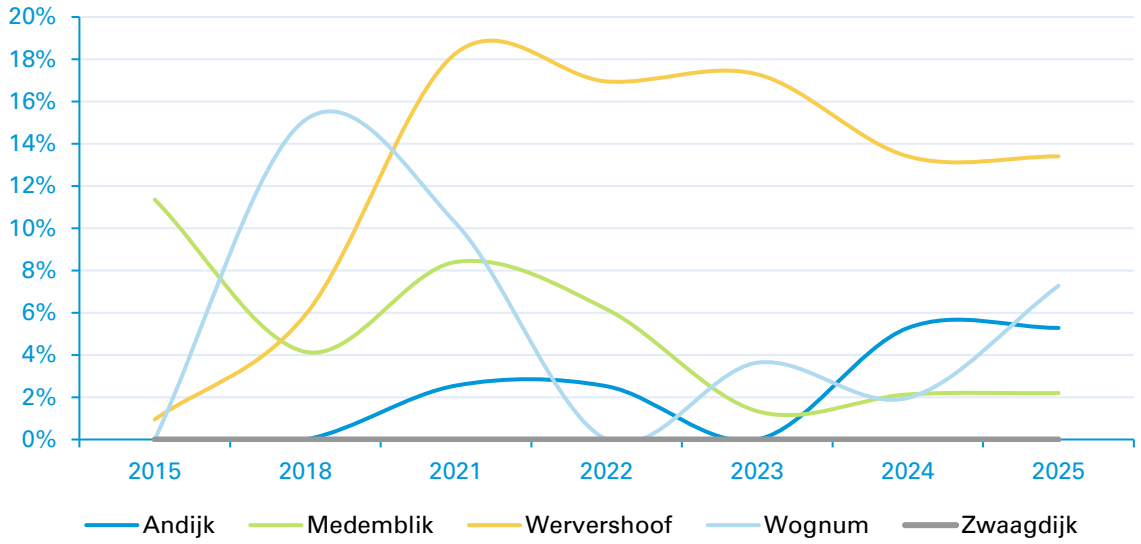
Anno 2025 staan er in de gemeente Medemblik achttien panden leeg met een totale omvang van ruim 3.100 m² wvo. Dit komt neer op een leegstandspercentage van 5%. Dit percentage ligt in lijn met een gezond frictieniveau van 4 tot 5%; een leegstandsniveau van ongeveer 5% in de winkelmarkt wordt als gezond beschouwd. Dit percentage biedt een balans tussen beschikbaarheid en bezetting, wat essentieel is voor een dynamische en concurrerende markt. Een lichte mate van leegstand zorgt ervoor dat er voldoende ruimte is voor nieuwe bedrijven om zich te vestigen en voor bestaande bedrijven om uit te breiden of te verhuizen. Tegelijkertijd voorkomt het een overschot aan leegstaande panden, wat kan leiden tot verval en een negatieve impact op de aantrekkelijkheid van winkelgebieden. Landelijk lag de leegstand in dezelfde periode op 6%. De leegstand in de gemeente lag dus lager dan het landelijke niveau. Het leegstandspercentage van de gemeente is de afgelopen tien jaar echter wel gestegen van 3% in 2015 naar 5% in 2025, met name door een afname in het recreatieve- en doelgerichte aanbod. De laatste drie jaar beweegt het percentage zich rond een stabiel niveau.

Duiding aanbod- en leegstandcijfers

De aanbod- en leegstandcijfers in deze rapportage zijn gebaseerd op veldwerk door onderzoeksbureau Locatus. Locatus controleert en inventariseert jaarlijks alle winkelgebieden met een eigen buitendienst. Het meest recente veldwerk voor gemeente Medemblik vond plaats in februari 2025. De cijfers zijn een momentopname en geven een indicatie van de marktsituatie. De dynamiek in centra is groot. Leegstaande panden kunnen weer gevuld worden en vice versa.

In de onderstaande paragraaf rekenen we met een leegstandspercentage op basis van de het gemiddelde winkelvloeroppervlak (in m²) in de winkelgebieden. Dit is inclusief winkelvloeroppervlak in gebruik door horeca, dienstverlening en cultuur & ontspanning. Locatus heeft alle verkooppunten in de database.

Figuur 3: Ontwikkeling leegstand (in m² wvo)



Bron: Locatus (2025). Bewerking: Stec Groep (2025).

Leegstandsniveau in Wognum en Wervershoof boven gezond frictieniveau

Wervershoof heeft al jaren de meeste leegstand. De leegstand fluctueerde sterk over een periode van tien jaar. In 2015 bedroeg het leegstandspercentage 1%, maar in 2021 steeg dit tot 18%. De laatste jaren daalde het leegstandspercentage in Wervershoof van 17% in 2022 naar 13% in 2025. Wognum kende eveneens sterke schommelingen in het leegstandspercentage, dat zich in 2025 op 7% bevindt, wat boven het gezonde frictieniveau ligt. In Andijk steeg de leegstand sinds 2015, maar die bevindt zich nu op een gezond frictieniveau van 5%. In Medemblik daalde het leegstandspercentage flink in de afgelopen tien jaar: van 11% in 2015 naar 2% in 2025. Deze afname laat een positieve ontwikkeling van het functioneren van het winkelgebied zien. In Zwaagdijk was geen leegstand de afgelopen tien jaar.

Tabel 2: Leegstand in Medemblikse winkelgebieden

Naam winkelgebied	Leegstaande panden	Percentage leegstaande panden	Omvang (in m² wvo)
Andijk	1	6%	120
Medemblik	4	5%	265
Wervershoof	6	18%	920
Wognum	2	6%	425
Zwaagdijk	0	0%	0
Overig	5	2%	1.395

Bron: Locatus (2025). Bewerking: Stec Groep (2025).

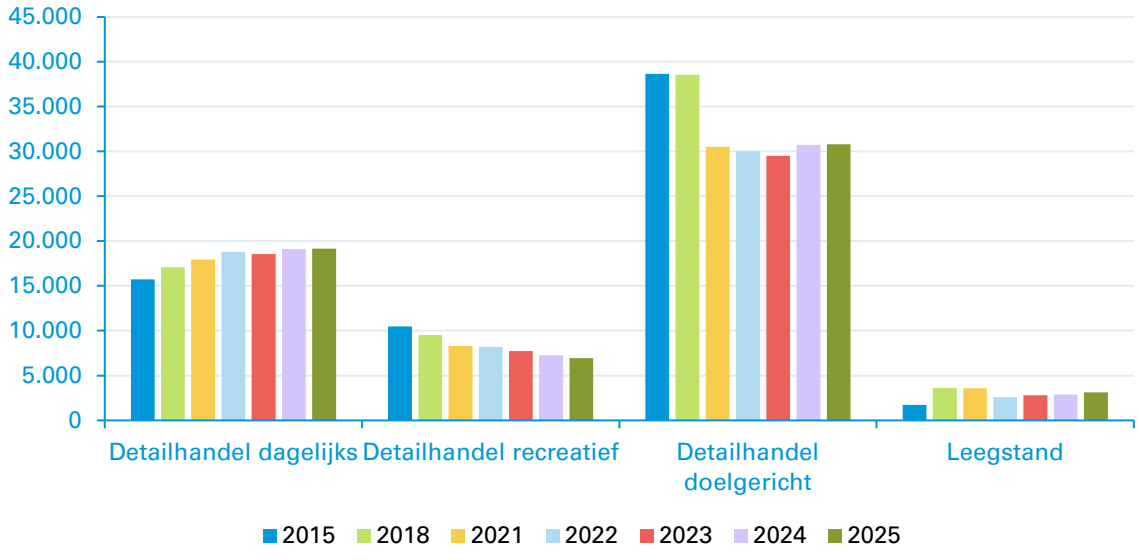
CONCEPT

2.4 Aanbodontwikkeling en functiemix

Ontwikkeling winkelaanbod gemeente Medemblik: het winkelaanbod krimpt

Het detailhandelsaanbod in de gemeente Medemblik krimpt, net als in de rest van het land. In de afgelopen tien jaar is het winkelvloeroppervlakte (wvo) met ruim 7.900 m² afgenomen, wat neerkomt op een krimp van circa 12% van het totale aanbod. De verschillen tussen de detailhandelsbranches zijn groot. Het aantal winkelmeters in de recreatieve sector, zoals mode- en luxeartikelen, is veruit het hardst gedaald met ongeveer 3.500 m² wvo (34%) sinds 2015. Verder is de doelgerichte branche in 2025 ook flink gedaald met ongeveer 20% ten opzichte van 2015. De dagelijkse branche is de enige groeiende branche met een toename van ruim 3.400 m², wat neerkomt op een toename van ongeveer 22%. De totale afname van 7.900 m² aan winkelvloeroppervlakte heeft gedeeltelijk geleid tot een toenemende leegstand. Het gaat hierbij om 1.380 extra leegstaande meters sinds 2015. Sinds 2018 is de leegstand op gemeenteniveau echter redelijk stabiel. Daarnaast zijn leegstaande winkelpanden opgevuld met andere functies zoals horeca (toename van circa 2.000 m² wvo sinds 2018) en getransformeerd naar woningen. Het transformeren van leegstaande winkelpanden naar andere passende functies is een geschikte oplossingsrichting om de leegstand te beperken. Het is wel van belang om strategische keuzes te maken over waar en in welke mate dit wenselijk is, bijvoorbeeld aan de randen van het centrumgebied wel, en in het kernwinkelgebied niet. Het dienstenaanbod in de winkelgebieden is over het algemeen licht afgenomen. Over grootschalige transformatie naar dienstverleners is geen sprake in de gemeente Medemblik, landelijk gezien is dit wel het geval.

Figuur 4: Historische ontwikkeling detailhandel gemeente Medemblik in (m² wvo)



Bron: Locatus (2025). Bewerking: Stec Groep (2025).

Toename dagelijkse detailhandel, afname van recreatieve en doelgerichte detailhandel

De dagelijkse, doelgerichte en recreatieve detailhandel hebben elk hun eigen plek binnen de detailhandelsstructuur. De dagelijkse detailhandel is terug te vinden in alle winkelgebieden. In de afgelopen tien jaar kenden alle winkelgebieden een stabiel aanbod of een stijging in het dagelijkse winkelaanbod, conform de landelijke trend. Medemblik is in de huidige structuur het enige recreatieve winkelgebied in de gemeente. Het recreatieve aanbod is hier licht afgenomen (circa 10%, dat is minder dan het gemeentelijk en landelijk gemiddelde). Zwaagdijk is het winkelgebied in de gemeente voor doelgerichte detailhandel. Waar de doelgerichte detailhandel in Zwaagdijk de afgelopen jaren is afgenomen, is dit opgevuld door meer dagelijks winkelaanbod. Zo is er een Budget Home Store verdwenen, waarvoor een Kruidvat in de plaats is gekomen. Het

vestigingen van dagelijkse en frequente aanbieders op deze goed bereikbare locatie kan leiden tot lagere bezoekersaantallen en uitgaven in de kernverzorgende centra.

Afname doelgericht en recreatief winkelaanbod wordt niet overal gecompenseerd door toename dagelijkse winkelaanbod

Landelijk gezien verdwijnen er recreatieve en doelgerichte detailhandelsmeters en worden deze opgevuld met dagelijkse detailhandel, horeca en diensten. In de gemeente Medemblik wordt de afname van het aantal winkels niet overal gecompenseerd door andere voorzieningen zoals horeca en commerciële dienstverlening. Met andere woorden: waar het aantal winkels daalt, stijgt het aantal andere functies zoals horeca en commerciële dienstverlening niet evenredig (zie figuur 3) wat leidt tot leegstand en transformatie. In vrijwel alle winkelgebieden is er sprake van een afname van winkels. Waar de detailhandel in 2015 nog goed was voor 61% van het aanbod, is dat in 2025 gedaald tot 55%.

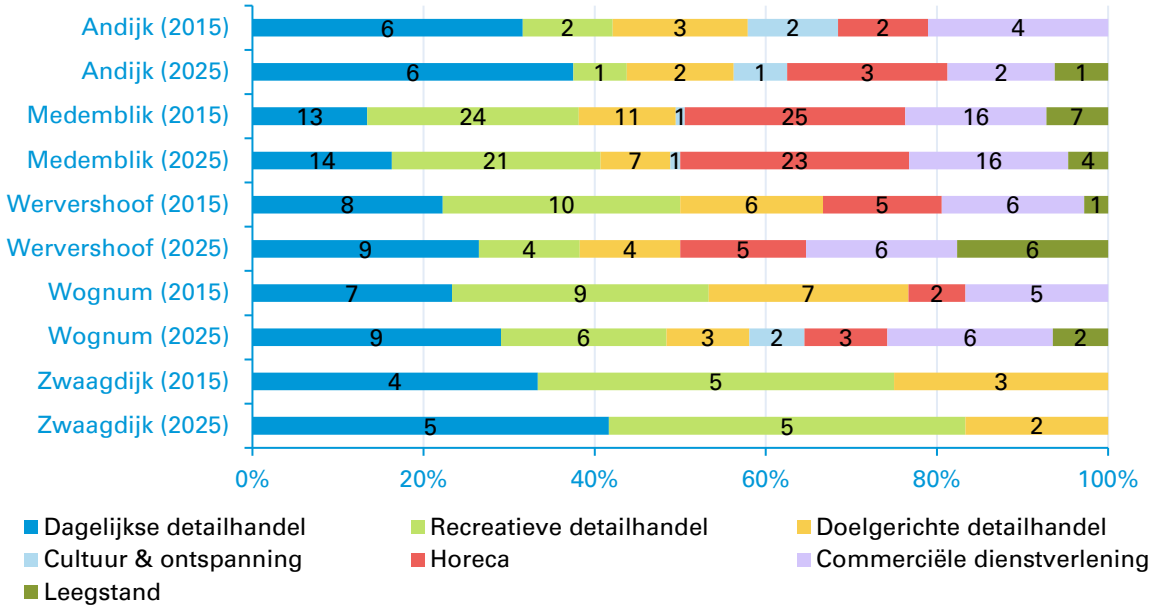
Tabel 3: Ontwikkeling winkelvloeroppervlak in m² per deelgebied (excl. leegstand)

		2015	2025	Verschil
Andijk	Dagelijks	1.545	1.545	0
	Recreatief	90	35	-55
	Doelgericht	280	175	-105
Medemblik	Dagelijks	3.645	4.270	+625
	Recreatief	3.110	2.745	-370
	Doelgericht	1.950	1.230	-720
Wervershoof	Dagelijks	2.780	3.400	+620
	Recreatief	1.895	855	-1.040
	Doelgericht	1.075	535	-540
Wognum	Dagelijks	1.865	3.280	+1.415
	Recreatief	1.480	645	-830
	Doelgericht	830	380	-450
Zwaagdijk	Dagelijks	2.225	2.975	+750
	Recreatief	1.935	1.960	+25
	Doelgericht	8.185	6.850	-1.335
Overig	Dagelijks	3.660	3.690	+30
	Recreatief	1.960	710	-1.245
	Doelgericht	26.335	21.640	-4.695
Totaal		64.835	56.909	-7.930

Bron: Locatus (2025). Bewerking: Stec Groep (2025).

CONCEPT

Figuur 5: Ontwikkeling functiemix winkelgebieden in gemeente Medemblik



Bron: Locatus (2025). Bewerking: Stec Groep (2025).

Functiemix: winkelgebieden in beweging

Het primaat ligt in de meeste winkelgebieden op detailhandel, waarbij horeca en diensten een aanvullende positie innemen.

In **Medemblik** is het recreatieve aanbod afgenomen. Dat betreft hier mode- en speelgoedzaken. Ook doelgerichte detailhandelszaken, voornamelijk ambachtszaken, dalen sterk. Opvallend is dat het aantal diensten en horecazaken stabiel blijft. Het aantal cafés en lunchrooms daalt, terwijl bezorg- en afhaalzaken en fastfoodzaken stijgen. Het gelijkblijvende horeca- en dienstenaanbod past bij het profiel van Medemblik als recreatief centrum waar mensen ontmoeten en verblijven.

In **Andijk** daalt het recreatieve en doelgerichte aanbod, maar ook diensten zoals schoonheidssalons en makelaars nemen af. Het profiel van het winkelgebied is gericht op dagelijkse aankopen zoals een supermarkt en een drogist. Bezoekers komen dus niet voor een dienst of ontmoeting, maar voor het functioneel doen van dagelijkse aankopen. Dit profiel en aanbod past bij de omvang en aard van het winkelgebied.

In **Wervershoof** verschuift de focus naar dagelijkse detailhandel. Mode- en luxezaken nemen sterk af en vrijetijdszaken zoals sportzaken verdwijnen. Doelgerichte detailhandel neemt hier ook af en de leegstand stijgt fors. In Wervershoof verschuift het profiel: het winkelgebied verandert van een winkelgebied met een breed voorzieningenniveau naar een met een dagelijks profiel, aangevuld met enkele horecagelegenheden en dienstverleners.

In **Wognum** neemt de leegstand toe en is er een sterke daling van het aantal mode- en luxewinkels. Het aantal dagelijkse voorzieningen, zoals supermarkten, groeit juist. De doelgerichte detailhandel is de afgelopen tien jaar fors afgenomen. Daarentegen is er een toename van culturele voorzieningen, zoals bibliotheken en fitnessfaciliteiten. In Wognum ligt de focus op het voorzien in dagelijkse behoeften, zowel in boodschappen doen als het faciliteren van (maatschappelijke) voorzieningen en diensten. Het profiel van een winkelgebied dat voorziet in een bredere behoefte met recreatief en doelgericht aanbod neemt af.

In **Zwaagdijk** is het totale winkelaanbod in de afgelopen tien jaar onveranderd. Het dagelijkse winkelaanbod stijgt en doelgerichte detailhandel daalt. Hiermee krijgt het winkelcentrum een meer dagelijks profiel.

CONCEPT

2.5 Koopstromen

Koopstromenonderzoek 2021

De cijfers uit het koopstromenonderzoek komen uit 2021, een periode waarin de coronapandemie heerste. Dit heeft invloed op de consumentengedragingen. Consumenten pasten hun koopgedrag aan en er was een sterke verschuiving naar online winkelen, omdat fysieke winkels vaak gesloten waren of beperkte toegang hadden. Dit leidde tot minder bezoekers in winkelgebieden. Mensen waardeerden lokale winkels meer en gingen dichter bij huis winkelen, wat leidde tot een toename van lokale bestedingen. De pandemie versnelde de digitalisering, waardoor winkels online verkoopkanalen moesten ontwikkelen om te overleven. Het nieuwe koopstromenonderzoek vindt plaats in de loop van 2025 en laat hoogstwaarschijnlijk andere resultaten zien. Aannemelijk is dat het lokale verzorgingsgebied onveranderd is gebleven. Zodra de nieuwe koopstroomgegevens beschikbaar zijn worden deze geactualiseerd.

Detailhandel in gemeente Medemblik heeft een lokaal verzorgingsgebied

De detailhandel in de gemeente Medemblik heeft een lokaal verzorgingsgebied. Uit de herkomst van de winkelbestedingen blijkt dat het overgrote deel van de omzet afkomstig is van inwoners uit de gemeente zelf of uit direct omliggende gemeenten. Voor de dagelijkse detailhandel – zoals supermarkten en drogisterijen – geldt dat maar liefst 96% van de bestedingen afkomstig is uit dit lokale verzorgingsgebied. Dit bevestigt het sterk lokale karakter van deze branche, waarbij nabijheid, bereikbaarheid en gemak bepalende factoren zijn voor het koopgedrag van consumenten. Ook voor de recreatieve en doelgerichte detailhandel – waarbij het gaat om aankopen als kleding, woninginrichting of elektronica – blijft de herkomst van de bestedingen grotendeels lokaal: ruim 80% van deze aankopen wordt gedaan door inwoners uit Medemblik en de direct aangrenzende gemeenten. Hoewel deze branches in potentie een breder verzorgingsgebied kunnen bedienen, laat de praktijk zien dat de aantrekkingskracht van de winkelgebieden in Medemblik beperkt blijft tot de directe omgeving.

Waar komen de winkelbestedingen in de gemeente Medemblik vandaan?

In totaal wordt er jaarlijks circa €182 miljoen besteed in de winkels van de gemeente Medemblik. De hoogste omzetten worden gerealiseerd in de kern Medemblik, die tevens het grootste winkelgebied is qua aantal verkooppunten. Opvallend is echter dat de toevloeiing (het aandeel bestedingen van bezoekers van buiten de gemeente) hier relatief laag is. Ondanks de aanwijzing als regionaal recreatief centrum binnen de regio, blijft de toevloeiing in de recreatieve branche steken op 15%, beduidend lager dan de 26% in benchmarkgemeenten. Dit duidt op een meer lokaal verzorgend profiel. Het Stadsplan voor Medemblik waarin wordt ingezet op het aantrekken van meer toerisme en een langere verblijfsduur in het centrum kan bijdragen aan een hogere toevloeiing en lagere afvloeiing.

Tabel 4: Winkelbestedingen in gemeente Medemblik en toevloeiing

Naam winkelgebied	Bestedingen totaal	Besteding uit eigen gemeente	Toevloeiing (in €)	Toevloeiing (in %)
Andijk	€10M	€9M	€1M	10%
Medemblik	€37M	€34M	€3M	8%
Wervershoof	€27M	€25M	€2M	7%
Wognum	€28M	€24M	€4M	14%

CONCEPT

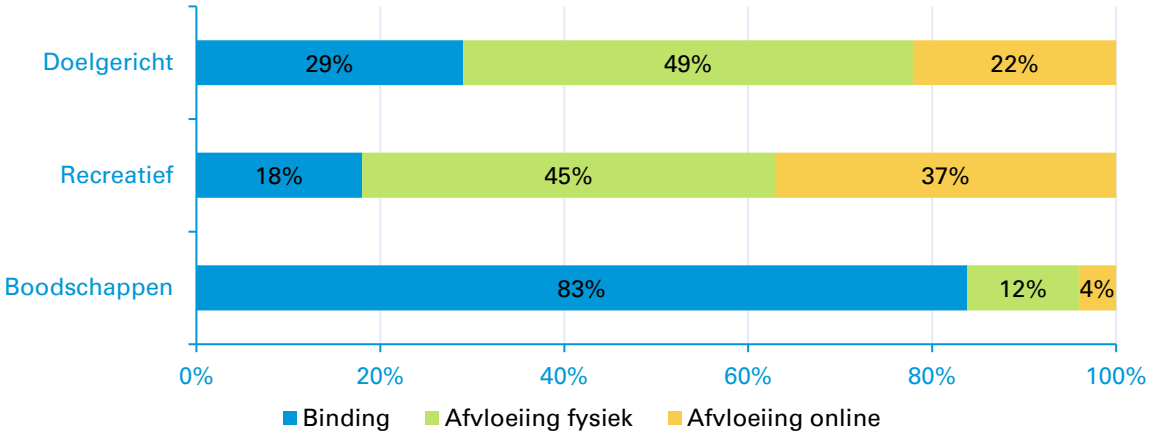
Zwaagdijk	€19M	€9M	€10M	53%
Gemeente totaal	€182M	€138M	€45M	25%

Bron: Koopstromenonderzoek (2021). Bewerking: Stec Groep (2025).

Zwaagdijk als enige winkelgebied een regionale functie

Waar de overige winkelgebieden in de gemeente een lokaal verzorgingsgebied hebben en voornamelijk draaien op lokale bestedingen, geldt dit niet voor Zwaagdijk. Dit gebied kent een opvallend hoge toevloeiing in alle detailhandelsbranches, met name dankzij de uitstekende bereikbaarheid via de N307 en het brede aanbod aan dagelijkse én doelgerichte winkels. Zwaagdijk fungeert hierdoor als een regionale trekker binnen het verder lokaal georiënteerde winkellandschap van Medemblik. De andere kernen – zoals Andijk, Wognum en Wervershoof – draaien vrijwel uitsluitend op bestedingen van de eigen inwoners. Alleen Wognum laat in de dagelijkse branche een iets hogere toevloeiing zien, mede door de gunstige ligging en bereikbaarheid.

Figuur 6: Binding en afvloeiing per bezoekmotief (voor de hele gemeente)



Bron: Koopstromenonderzoek (2021). Bewerking: Stec Groep (2025).

Koopkrachtbinding bevestigd beeld van een lokaal verzorgingsgebied

Figuur 6 bevestigt de lokale oriëntatie met inzichten over de koopkrachtbinding en toevloeiing per bezoekmotief. De gemeente Medemblik scoort als geheel relatief laag op koopkrachtbinding, zeker wanneer we kijken naar de recreatieve en doelgerichte detailhandel. Slechts 18% van de recreatieve en 29% van de doelgerichte aankopen worden binnen de eigen gemeente gedaan. In vergelijkbare gemeenten liggen deze percentages beduidend hoger (respectievelijk 25% en 34%). Dit wijst op een afvloeiing (het aandeel van de bestedingen dat wordt gedaan door consumenten buiten de eigen gemeente) van koopkracht naar omliggende grotere winkelgebieden, met name naar Hoorn en Stede Broec (winkelcentrum Streekhof). Inwoners zoeken daar naar een breder en aantrekkelijker aanbod dat niet altijd beschikbaar is binnen Medemblik. Daarnaast speelt ook online winkelen een belangrijke rol bij de afvloeiing, met name in regio's met een beperkt detailhandelsaanbod.

3. Trends en ontwikkelingen

3.1 Veranderende binnensteden

Trend	Wat betekent deze trend?	Wat betekent dit voor gemeente Medemblik?
Veranderend consumentengedrag en impact op centrumgebieden 	Om tegenwicht te bieden aan webshops (breed assortiment, lage prijzen en gemak) is het cruciaal om met service en positieve ervaringen de consument te verleiden. Dit uit zich in aantrekkelijke winkelomgevingen, een mix aan activiteiten (bijvoorbeeld een combinatie van horeca met een speelgoedwinkel), omnichannel-mogelijkheden (zoals koopzuilen) en persoonlijke aandacht (zoals cadeauverpakkingen op maat) of afwerking van sieraden in de winkel.	Voor het centrum Medemblik (als enige recreatieve winkelgebied in de gemeente) betekent dit volop inzetten op onderscheidend vermogen, uitgaande van de kernkwaliteiten van de gemeenten en ondernemers. Onderscheidend vermogen zit in historische landmarks, sfeer, gastvrijheid, service, winkelaanbod en voorzieningenmix, maar ook randvoorwaarden zoals bereikbaarheid, aantrekkelijke openbare ruimte en (fiets)parkeren. Geef vernieuwende ondernemers ook de kans hun concept uit te rollen. Dit vergroot het onderscheidend vermogen van de voorzieningencentra.
Dip en herstel toerisme 	Steeds meer Nederlanders en buitenlandse toeristen ontdekken (gemeente) Medemblik als toeristische en stedentripbestemming. Door de pandemie waren de aantallen flink teruggelopen, maar inmiddels zit de stad weer op het niveau van voordat de pandemie uitbrak.	De regio West-Friesland en gemeente Medemblik hebben een landelijk gebied met een mooie en sfeervolle uitstraling. Zo heeft de cultuurhistorische binnenstad van Medemblik een voorzieningenaanbod dat aantrekkelijk is voor toeristen met horeca, musea en toeristisch detailhandelsaanbod zoals een souvenirwinkel met typisch Medemblikse producten. Het behouden van een divers recreatief aanbod draagt bij aan de toeristische aantrekkingskracht van Medemblik.
Recreatief winkelaanbod onder druk 	De opkomst van online winkelen heeft gezorgd voor een afnemende en veranderende behoefte aan fysieke winkels. Dit raakt met name retailgebieden met een hoog aandeel winkelbranches die onlinegevoelig zijn. Binnensteden en stadsdeelcentra zijn daardoor relatief kwetsbaar. Landelijk nam het aantal recreatieve winkelmeters sinds 2017 af met 11% (bron: Locatus).	In het centrum van Medemblik zijn de recreatieve winkelmeters afgenomen, zij het relatief lichte afname: sinds 2018 heeft een zeer ondergemiddelde afname van 3% plaatsgevonden. Door in te zetten op het behoud van het aantal recreatieve winkelmeters kan het centrum van Medemblik zich blijven profileren als recreatief winkelgebied in de gemeente. Zaak hierbij is om kwalitatieve toevoegingen van het recreatieve aanbod aan te trekken.
PDV/GDV locaties presteren goed	Uit het KSO blijkt dat PDV-locaties goed presenteren. Dit komt bijvoorbeeld door de goede bereikbaarheid en het gemak. De doe-het-zelf branche en woninginrichting hebben een bovengemiddelde omzet in de retailmarkt. Er	De ruimere branchering op PDV/GDV-locaties vormen een gevaar voor de binnenstad. Deze locaties zijn gewild vanwege lagere huurprijzen, goede bereikbaarheid en veel parkeerplekken. In de regio West-Friesland speelt vanwege de

	ontstaat een ruimere branchering op PDV-locaties: steeds meer formules willen hier zitten (sport, speelgoed).	verstedelijkingsgraad de auto een bovengemiddeld belangrijke rol. Verplaatsing van functies naar PDV/GDV-locaties verschraalt het aanbod in de binnenstad.
Vitale ouderen: een groeiende doelgroep voor de binnenstad 	Oudere generaties hebben over het algemeen een actievere levensstijl dan vroeger. Ze hebben veel vrije tijd, gaan er vaak op uit (fietsen en wandelen) en hebben een sterke behoefte aan beleving en genieten. Ze hebben relatief veel te besteden en zijn daarmee een interessante doelgroep voor de binnenstad.	De gemiddelde vergrijzing in de gemeente Medemblik is 28%, terwijl het landelijke gemiddelde in Nederland 20,5% bedraagt (bron: CBS Bevollkingsstatistiek, 2025). De gemeente kan inspelen op deze bovengemiddelde vergrijzing door het faciliteren van een aantrekkelijk en met name ook toegankelijk en goed bereikbaar horecalandschap. Bied voldoende parkeergelegenheid (voor zowel auto als fiets) en organiseer aantrekkelijke evenementen voor ouderen (zoals een braderie). Doordat oudere doelgroepen niet gebonden zijn aan werktijden, ontstaat er meer behoefte aan doordeweekse horeca en voorzieningen. Ook de behoefte aan zorgvoorzieningen en centrale servicepunten (voor vragen, toilet, informatie) neemt toe.
Maak plaats voor groen 	Een versteende omgeving houdt warmte vast. Na een hete dag blijft het vooral 's nachts soms wel tien graden warmer in binnensteden. Dit zorgt voor een hogere sterftekans voor kwetsbare doelgroepen en een kortere levensduur van gebouwen en bruggen. Meer groen gaat hittestress tegen. Daarnaast helpt groen om regenwater sneller te infiltreren en verbetert het de biodiversiteit. Tot slot: beleving van groen blijkt een belangrijke voorwaarde voor het gevoel van welbevinden.	Een centrum moet naast een belangrijke aankoopplaats ook een fijne plek zijn om te verblijven. Pak versteende gebieden aan. Bomen en ander groen in parken, gevels en op daktuinen zorgen voor schaduw en helpen de uitstraling van een gebied te verbeteren. Daarnaast versterkt groen het karakter van verschillende onderdelen in een centrum. Kortom: plaatsmaken voor groen in het centrum heeft tal van voordelen.

3.2 Supermarkten blijven belangrijk voor lokale kernen

Trend	Wat betekent deze trend?	Wat betekent dit voor gemeente Medemblik?
Kwetsbaarheid kleinere winkelcentra 	Consumenten kiezen vaker voor grotere binnensteden (volwaardig aanbod, historisch, mix aan voorzieningen) of lokale dorpscentra en wijkcentra voor dagelijkse aankopen. Een grote groep kleinere winkelcentra wordt door een deel van de consumenten links gelaten. Winkelketens en lokale ondernemers acteren hierop door vestigingen te sluiten. Het gevolg is hoge leegstand.	Deze trend treedt met name op in de centra van Wognum en Wervershoof waar winkelketens zijn gevestigd. Dit soort centra staan voor de opgave om het winkelareaal in balans te brengen en het functieprofiel te verbreden zodat deze relevant is voor de doelgroepen in het verzorgingsgebied. Het gaat daarbij naast een passende aanbodmix (winkelen, ontmoeten, werken & wonen) om alle facetten die een centrumbezoek tot een aangename ervaring maken.
Supermarkten zetten in op	Supermarkten zetten tegenwoordig in op ruim opgezette supermarkten om te kunnen voldoen	Supermarktketens blijven actief kijken naar optimalisaties van hun portefeuille en daarmee

schaalvergroting en modernisering 	aan de wensen van de consument. Denk aan verbreding en een ruime presentatie van het assortiment, technologische ontwikkelingen (zoals zelfscankassa's), brede gangpaden en meer verse, lokale, duurzame, vegetarische en biologische producten. Hierdoor nemen kleine supermarkten in aantallen af, en grote toe. Schaalvergroting leidt echter niet een-op-een tot meer omzet. De gemiddelde omzet per m² winkelvloeroppervlak is juist afgenomen. Als gevolg van de dalende omzet per m² zijn meer supermarktmeters nodig om de omzet op peil te houden.	mogelijkheden voor schaalvergroting. Dit speelt zich ook af in de gemeente Medemblik, waar de huidige omvang van supermarkten gemiddeld 1.130 m² winkelvloeroppervlak bedraagt (volwaardige supermarkten in kernen Medemblik, Andijk, Wervershoof, Wognum en Zwaagdijk). Met modern en marktconform dagelijks aanbod wordt de lokale oriëntatie van consumenten versterkt. Dit vraagt in sommige gevallen om uitbreiding van het winkelvloeroppervlak. Hiermee wordt afvloeiing naar supermarkten buiten de gemeentegrenzen voorkomen. Gezien de centrale rol van supermarkten in de Medemblikse (gemeente) winkelgebieden is het van belang dat deze een marktconforme omvang hebben om een compleet aanbod te bieden.
Supermarkten steeds vaker drager van (kleinere) centra 	De bestedingen in supermarkten groeien al meerdere jaren op rij. Supermarktketens willen profiteren van deze groei en onderscheiden zich meer dan ooit in de markt. Veel supermarkten hebben plannen voor modernisering, uitbreiding of verplaatsing. In de supermarktbranche is zowel sprake van schaalvergroting (AH XL, Jumbo Foodmarkt), als van schaalverkleining (AH-to-go, Jumbo City, Spar City). Supermarkten stemmen concepten bewuster af op de wensen van de consument: (a) kleine to-go winkels voor snelheid op drukke passantenroutes, (b) middelgrote supermarkten die dichtbij de woning te vinden zijn en door middel van een breed assortiment inspelen op gemak, en (c) XXL-supermarkten voor optimale beleving en foodconcepten. Door de concurrentie en populariteit van supermarkten neemt het aantal traditionele buurtwinkels af. In sommige gebieden vergroot dit de afstand van winkels voor bewoners en neemt als gevolg hiervan ook de leefbaarheid af. Door een krimpende recreatieve winkelfunctie worden supermarkten steeds vaker een drager van voorzieningenclusters. De groei bij supermarkten heeft ook een keerzijde. Speciaalzaken zoals de bakker, slager en groentezaak verliezen het steeds vaker van de supermarkt. Juist deze speciaalzaken maken dat een voorzieningenclusters bijdraagt aan de diversiteit een uniek profiel.	Het belang van een sterk dagelijks winkelaanbod in kleine centra was al evident. Als gevolg van de autonome trends, versterkt door corona, neemt het belang van een sterk dagelijks aanbod in middelgrote centra eveneens toe. Het behoud en versterken van het supermarkt(aanbod) (trekkracht) is daarbij het meest relevant. Voornamelijk fullservice-supermarkten vervullen deze functie op dit moment. De discounters (zoals Lidl en Aldi) vormen hierop een goede aanvulling. Gelet op het grote aantal investeringsplannen van supermarkten is het van belang supermarktinitiatieven zoveel mogelijk te laten landen binnen de bestaande winkelstructuur en de centra met toekomstperspectief. Bovendien hebben speciaalzaken de grootste overlevingskans en wanneer ze in nabijheid van een supermarkt gevestigd zijn en een duidelijke zichtrelatie hebben.
Grotere supermarkten verstevigen positie	Naast schaalvergroting hanteren supermarkt-ketens een expansiestrategie om schaal-voordelen te behalen. Dit is essentieel om de smalle winstmarges binnen de sector te kunnen	Naar verwachting zet de consolidatie in het supermarktlandschap door. Het aantal kleine ketens zal de komende jaren verder afnemen tot er een aantal grote partijen overblijven. Nu zijn

	handhaven. De afgelopen jaren hebben een aantal grotere ketens strategische posities veroverd, vooral door andere ketens over te nemen. Dit heeft geleid tot het verdwijnen van meer dan twintig supermarktketens in Nederland sinds 2000 (CBRE, 2023). Door de recente consolidatie behoort 70% van de supermarkten in Nederland tot AH, Jumbo, Plus, Aldi of Lidl.	de grootste partijen (AH, Jumbo, Plus, Aldi, Lidl) al goed voor circa driekwart van het aanbod. Als gemeente is het zaak om ervoor te zorgen dat de supermarktverdeling in balans blijft. Consumenten moeten voldoende alternatieven en keuzes hebben. Het consumentenbelang moet daarom voorop staan in het beleid.
Dalende trend aantal marktkramen 	Het aantal actieve ondernemers op de Nederlandse markten neemt af. Vooral non-food-kramen hebben het zwaar. Dit type marktkraam staat onder druk door de toegenomen concurrentie van discountwinkels zoals de Action. Ook is het een zwaar beroep. Steeds minder jongeren kiezen ervoor om aan de slag te gaan als marktondernemer.	In de winkelgebieden in de gemeente Medemblik staan er op meerdere dagen marktkramen (voornamelijk food-aanbod) in de verschillende winkelgebieden. De lokale aantrekkingskracht is groot en inwoners willen lokale (markt)ondernemers steunen. Consumenten waarderen het aanvullende aanbod. Het is van belang dat de marktkramen en ondernemers in de winkelgebieden elkaar aanvullen en geen onnodige concurrentie vormen.

CONCEPT

4. Marktruimte

In dit hoofdstuk berekenen we de toekomstige marktruimte in de gemeente Medemblik voor de verschillende detailhandelssectoren. We voeren hierdoor distributieplanologisch onderzoek (DPO) uit. In de bijlage staat een uitgebreide toelichting op de gehanteerde kengetallen en uitgangspunten.

Gemeente Medemblik heeft geen behoefte aan extra detailhandelmeters

De detailhandelssector in gemeente Medemblik is verzadigd, dat wil zeggen: er is geen behoefte aan nieuwe detailhandelmeters. Voor de specifieke sectoren dagelijks en doelgericht constateren we een overaanbod van het aantal detailhandelmeters (zie tabel 6). Onderstaande cijfers zijn op gemeenteniveau. Opvallend in de gemeente Medemblik is de stagnerende bevolkingsgroei, sterker nog: op basis van de Primos wordt een lichte krimp van het inwonertal geprognosticeerd. In de rest van het land zet de bevolkingsgroei de komende jaren nog door, wat ruimte biedt voor extra detailhandelmeters.

Tabel 5: Marktruimte per detailhandelstype voor de gemeente Medemblik (in m² wvo)

Branche	Huidig aanbod	Haalbaar aanbod 2035	Marktruimte
Dagelijks	19.150 m²	16.050 m²	-3.100 m²
Recreatief	6.950 m²	6.950 m²	0 m²
Doelgericht	30.800 m²	29.000 m²	-1.800 m²

Bron: Koopstromenonderzoek, 2021; CBS, 2024; Primos, 2024; Panteia, 2024; Locatus, 2024; Stec Groep, 2025.

Dagelijkse detailhandel: overaanbod van 3.000 m² wvo in 2035

De dagelijkse detailhandelssector in de gemeente Medemblik heeft een overaanbod van ruim 3.000 m² wvo, wat neerkomt op 16% van de totale dagelijkse detailhandel. De provincie Noord-Holland monitort haar winkelgebieden scherp. In het rapport marktruimteonderzoek detailhandel provincie Noord-Holland 2022 presenteerde de provincie de verwachte marktruimte per sector per gemeente. Met 3.100 m² wvo ligt het verwachte toekomstige overaanbod in lijn met de provinciale inschatting van een overaanbod tussen de 1.000 en 5.000 m² wvo in de dagelijkse sector in 2030. Een overaanbod in de dagelijkse branche is opvallend gezien de recente stijging van het dagelijkse detailhandelsaanbod (in m² wvo) en de schaalvergroting van supermarkten. De concurrentiestrijd en expansiestrategie van supermarkten spelen hier een rol in. Grote ketens veroveren posities om schaalvoordelen te behalen. Hierbij verdwijnen kleine lokale aanbieders zoals bakkers, slagers en bloemisten en worden deze functies ‘opgeslokt’ door de supermarkten. Hierdoor vermindert het aantal verkooppunten maar neemt het aanbod in omvang toe. Grote supermarktketens kunnen lagere marges en zelfs tijdelijke verliezen accepteren voor het behoud van de concurrentiepositie. Hierdoor kan er overaanbod ontstaan. Daarnaast geldt dat omvangrijke winkels over het algemeen met een iets lagere opbrengst per vierkante meter kunnen overleven vanwege schaalvoordelen, bijvoorbeeld bij tuincentra en bouwmarkten.

CONCEPT

Recreatief detailhandelsaanbod: markt is in balans

Het recreatieve detailhandelsaanbod is in balans met de behoefte, zowel nu als in 2035. De cijfers van het koopstromenonderzoek dateren uit 2021. Sinds dat meetmoment is er veel veranderd in het recreatieve detailhandelslandschap. Consumentenbehoefte zijn veranderd, de opkomst van online shoppen heeft zich doorgezet en er hebben enkele grote faillissementen plaatsgevonden. In gemeente Medemblik is het recreatieve detailhandelsaanbod sinds 2021 afgenomen met ruim 15%, van circa 8.300 m² naar het huidige aanbod van 6.950 m² wvo. Deze krimp in aanbod heeft als gevolg dat de recreatieve detailhandel in de gemeente Medemblik positie verliest ten opzichte van steden zoals Hoorn, Alkmaar en Amsterdam. Wanneer het aanbod niet toereikend is in de behoefte, vloeien nog meer bestedingen in de recreatieve detailhandel weg naar omliggende, vaak grotere steden met een diverser en completer aanbod of naar online webshops. Door de afgenomen aantrekkelijkheid en de aantrekkingskracht van het aanbod zal ook de toevloeiing afnemen. Hierdoor hebben we een voorzichtige correctie toegepast op de koopkrachtbinding, toevloeiing en afvloeiing online van 2%. Het geschetste beeld van een verzadigde markt in balans komt overeen met de verwachte marktruimte die wordt gepresenteerd in de provinciale raming. Hier wordt uitgegaan van een marktruimte van -1.000 tot +1.000 m² wvo in 2030 voor de recreatieve detailhandelssector.

Doelgerichte sector: overaanbod van 1.800 m² wvo in 2035

De doelgerichte sector heeft een overaanbod van ongeveer 1.800 m² wvo in 2025, wat neerkomt op ongeveer 6%. De doelgerichte sector in de gemeente Medemblik kenmerkt zich door enkele zeer omvangrijke winkels zoals de Mammoet Woongigant, Mobiel Interieur en tuin- en bloemencentrum Den Heuvel. Aanbieders met een groot winkelvloeroppervlakte realiseren gemiddeld een iets lagere vloerproductiviteit (gemiddelde bedrag aan bestedingen per m² wvo). Daarnaast speelt mee dat het doelgerichte aanbod op verspreide locaties (buiten bebouwde kom of op bedrijventerrein) gevestigd zit. Om deze reden liggen de huren lager, waardoor de vloerproductiviteit wat lager kan liggen. Bovendien zijn enkele grote spelers in deze branche eigenaar van het pand dat zij gebruiken. In die situatie kan de onderneming ‘overleven’ met een lagere vloerproductiviteit, omdat de financiële lasten lager liggen. Vanwege bovengenoemde redenen hanteren we in de berekening van de marktruimte in de doelgerichte sector de daadwerkelijk gerealiseerde vloerproductiviteit in de gemeente. Hiermee komt de marktruimte uit op een overaanbod van 1.800 m² wvo in 2035. Dit is wederom in lijn met de provinciale raming; die gaat uit van een bandbreedte van -2.500 m² tot +2.500 m² wvo in de doelgerichte sector in 2030.

CONCEPT

5. Bijlage 1 Marktruimte berekening

Voor het bepalen van de (indicatieve) marktruimte en actuele behoefte voeren we distributie-planologisch onderzoek (DPO) uit. We beschouwen hierbij de marktsituatie in de gemeente Medemblik. We kijken vooruit tot 2035; een tijdsperiode van tien jaar. We hanteren een horizon van tien jaar omdat dit een betrouwbare termijn is om voorruit te kijken qua bevolkingsontwikkeling en om rekening te houden met veranderende (markt)omstandigheden. Denk hierbij aan veranderingen in consumentengedrag of economische conjunctuur. Om de marktruimte te bepalen voor supermarkten is een benadering gemaakt van het huidige en toekomstig economisch functioneren van de markt. We hanteren in het DPO de meest recente cijfers. Uitkomsten van het DPO dienen niet als harde waarheid maar als indicatie. Er spelen diverse trends en ontwikkelingen die hier in de loop van de jaren invloed op kunnen gaan uitoefenen, zoals online boodschappen doen, veranderend consumentengedrag en blurring (menging met horeca). Waar mogelijk wordt met deze trends rekening gehouden.

We hanteren in het DPO de volgende uitgangspunten:

- **Bevolkingsomvang:** volgens de meest recente cijfers ligt het inwoneraantal van gemeente Medemblik momenteel op 46.000 (CBS, peildatum: 1 januari 2025). Voor het aantal inwoners in 2035 gebruiken we de bevolkingsprognose van Primos (2024). De raming gaat uit van een zeer lichte daling van circa tachtig inwoners tot 2035. Het inwoneraantal in het verzorgingsgebied komt hiermee uit op circa 45.920. In deze prognose wordt, naast met woningbouwplannen, ook rekening gehouden met andere onderliggende trends zoals huishoudensverdunning, vergrijzing en migratie.
- **Omzet per inwoner:** om de omzet per inwoner in de detailhandelsbranches dagelijks, recreatief en doelgericht te bepalen, baseren we ons op cijfers van Panteia (juli, 2024, ‘Omzetkengetallen 2023’). Volgens de meest recente cijfers is de omzet per inwoner voor dagelijks € 2.839, recreatief € 1.014 en doelgericht € 1.238. Indien sprake is van een onder- of bovengemiddeld besteedbaar inkomen in het verzorgingsgebied dient een correctie op de bestedingscijfers te worden toegepast. Het gemiddelde inkomen in de gemeente Medemblik ligt met € 31.000 iets onder het gemiddelde Nederlandse inkomen van €32.700. We voeren daarom een inkomenscorrectie uit op basis van inkomenselasticiteit van 0,4 voor de sector dagelijks en 0,7 voor de sectoren recreatief en doelgericht (conform afspraken in de omzetkengetallen notitie van Panteia, 2024).
- **Koopkrachtbinding:** dit betreft de omzet die door inwoners van het verzorgingsgebied in het verzorgingsgebied gegenereerd wordt. We baseren ons op het Koopstromenonderzoek Randstand en Noord-Brabant (2021). De koopkrachtbinding in gemeente Medemblik ziet er als volgt uit:
  Dagelijks: 87%; recreatief: 27%; doelgericht: 37% (allen gecorrigeerd voor het aandeel online bestedingen).
- **Koopkrachttoevloeiing:** dit betreft het aandeel van de bestedingen in de gemeente Medemblik dat gedaan wordt door inwoners van buiten de gemeente (o.a. door toeristen). Om dit aandeel voor supermarkten te bepalen, baseren we ons wederom op het meest recente koopstromen-onderzoek (Randstand en Noord-Brabant, 2021). Hieruit komen de volgende toevloeiingscijfers
  Dagelijks: 16%; recreatief: 26%; doelgericht: 46%.

CONCEPT

- **Vloerproductiviteit:** de vloerproductiviteit geeft aan wat de gemiddelde omzet per m^2 wvo vloeroppervlak bedraagt. Conform Panteia (juli 2024) gaan we uit van de gemiddelde vloerproductiviteit van de afgelopen vijf jaar. Voor doelgerichte bestedingen voeren een correctie door vanwege afwijkende vloerproductiviteitsnormen op gemeenteniveau. Voor dagelijkse detailhandel ligt deze omzet op € 8.289. De gemiddelde vloerproductiviteit voor recreatieve bestedingen zijn € 2.390 en voor doelgerichte bestedingen € 1.330 (specifiek in de gemeente Medemblik).

CONCEPT

Colofon

Datum: 10 oktober 2025
Projectnummer: 24.337
Opdrachtgever: Gemeente Medemblik
Opdrachtnemer: Stec Groep
Adviseurs: Wim Eringfeld, Teije van Mourik & Gijs Giesen

Stec Groep
Onderzoek en advies over wonen, werken en leefomgeving
Postbus 217, 6800 AE Arnhem
Willemsplein 5, 6811 KA Arnhem

026 - 751 41 00
info@stec.nl
www.stec.nl