

Retailvisie Dijk en Waard 2023

Context en analyse

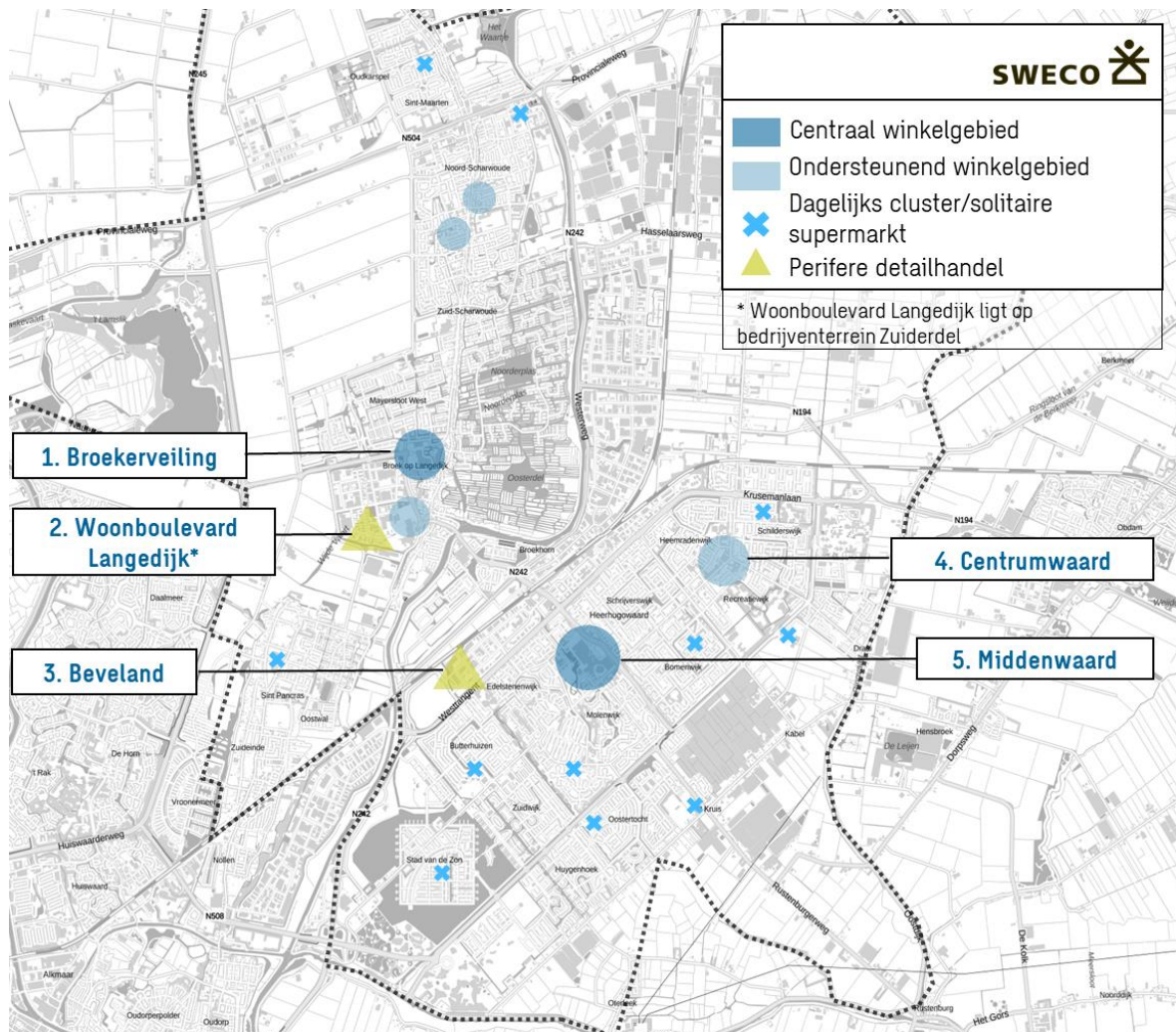
31 augustus 2023

Inhoudsopgave

Inleiding.....	3
1. Context: de huidige retailstructuur	5
1.1 Draagvlak en ontwikkeling vraag tot 2030.....	5
1.2 Huidige retailstructuur en ontwikkelingen	7
2. Beleidskaders.....	15
3. Trends en ontwikkelingen in het retaillandschap.....	19
3.1 Structurele ontwikkelingen.....	19
De foodsector groeit en wordt diverser	20
Belang van horeca en leisure neemt toe	22
3.2 Wat valt op in Dijk en Waard?.....	24
4. Huidig en toekomstig functioneren aanbod	26
4.1 Huidig functioneren retailaanbod	26
4.2 Toekomstige marktruimte	33
Bijlagen.....	36
Bijlage 1 Factsheets per winkelgebied.....	36
Bijlage 2 Definities	50
Bijlage 3 Kooporiëntaties Dijk en Waard.....	52
Bijlage 4 Locaties leisure en diensten.....	53

Inleiding

In 2020 is de Retailvisie Dijk en Waard vastgesteld. Per 1 januari 2022 zijn de gemeenten Langedijk en Heerhugowaard bestuurlijk gefuseerd naar de gemeente Dijk en Waard. Deze fusie heeft tot gevolg dat beleidsstukken, waaronder de Retailvisie opnieuw vastgesteld moeten worden. Naast het opnieuw vaststellen van de Retailvisie, speelt mee dat een actualisatie van het retailbeleid gewenst is, door diverse ontwikkelingen in de nieuwe gemeente die vragen om afstemming en keuzes. Denk hierbij aan de (grootschalige) woningbouwontwikkelingen, beleid ten aanzien van kringloopwinkels, flitsbezorgers en verkleuring op bedrijventerreinen en de situatie post-corona.



FIGUUR 1 BELANGRIJKSTE WINKELGEBIEDEN GEMEENTE DIJK EN WAARD

Bron: BRT Achtergrondkaart; Bewerking Sweco

De gemeente Dijk en Waard heeft daarom behoefte aan een actualisatie van de vigerende Retailvisie Dijk en Waard 2020. Een retailvisie voor zowel detailhandel als voor aanvullende commerciële voorzieningen zoals horeca, overige leisure en diensten. Dijk en Waard hebben daarom aan Sweco, Business Unit Stedelijke Planning (voorheen Bureau Stedelijke Planning) gevraagd de retailvisie uit 2020 te actualiseren. Naast een visie tot 2030, bevat de

retailvisie ook een uitvoeringsprogramma voor de gewenste retailstructuur. Hierin is onder andere het eerder opgestelde actieplan geactualiseerd die partijen aanzet tot actie in de gewenste retailstructuur.

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

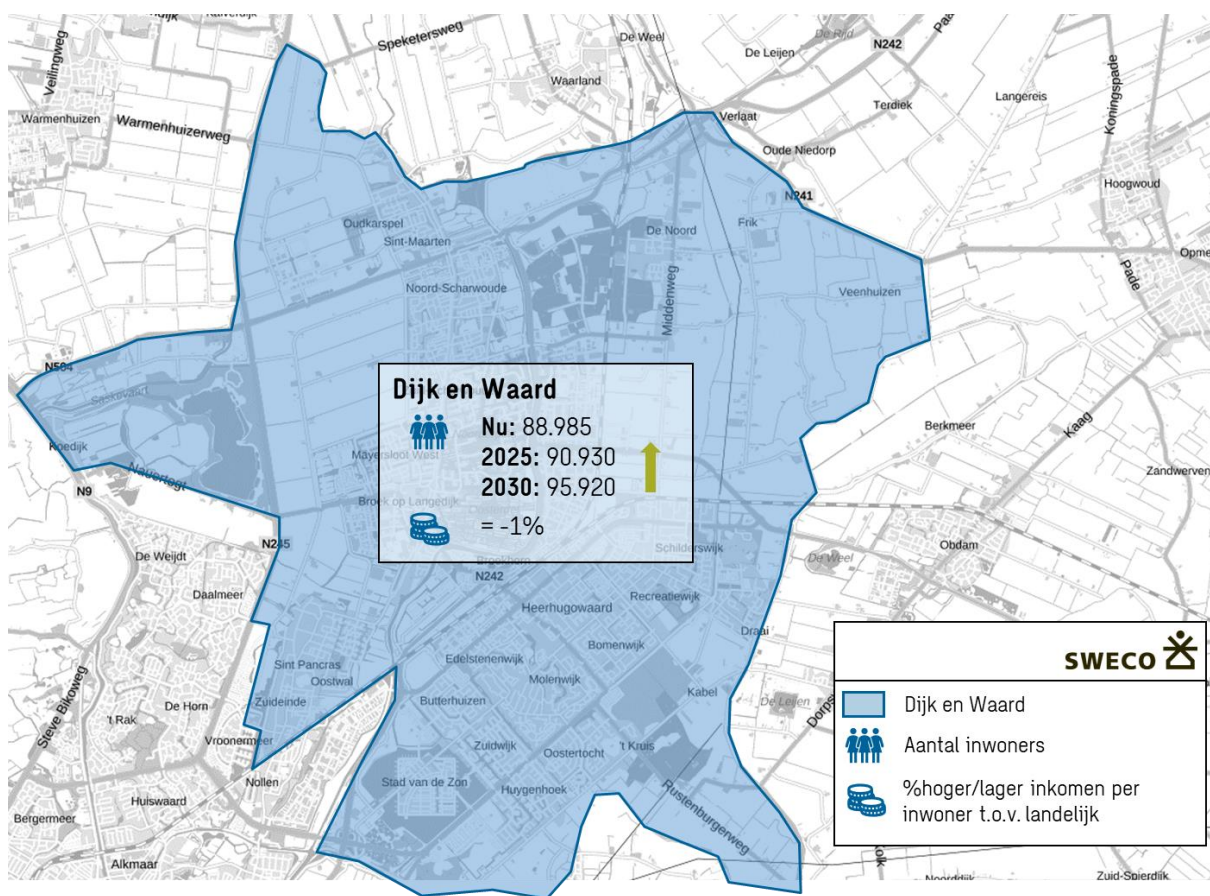
1. Context: de huidige retailstructuur

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 89.000¹ inwoners. Heerhugowaard is met ca. 59.000 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 2022 (inkomen 2021); Bewerking Sweco

¹ Per 1 januari 2019 (meest recente cijfers)

- 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 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

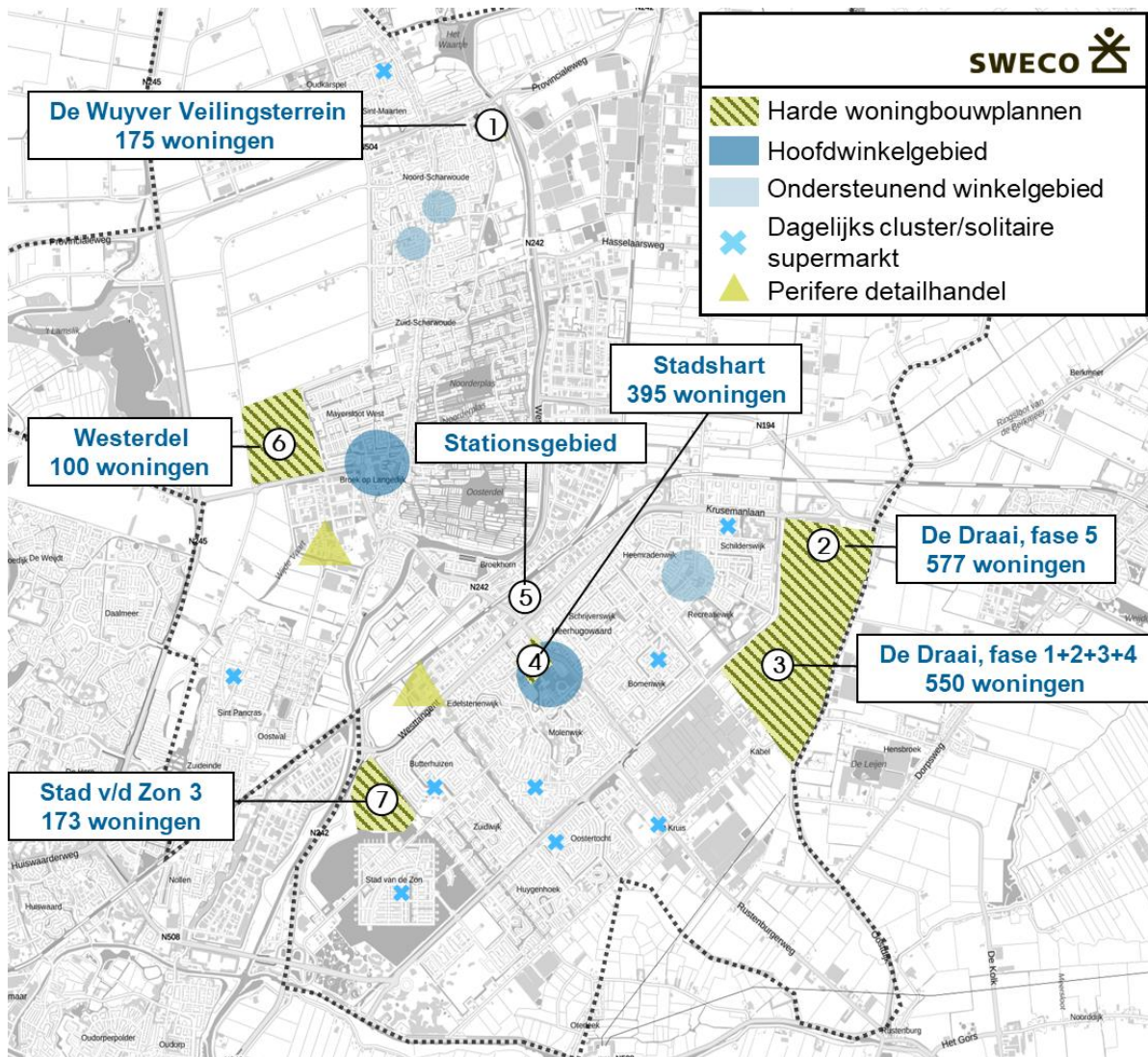
Volgens de prognoses van de Provincie Noord-Holland zal het inwoneraantal van zowel Heerhugowaard als Langedijk de komende jaren stijgen. Het huidige inwonertal van ca. 89.000 zal in 2030 zijn gestegen tot ca. 94.600 inwoners. Dit is een groei van ca. 6% ten opzichte van 2023. Deze bevolkingstoename zal voor het grootste deel binnen Heerhugowaard plaatsvinden. In 2040 zal de bevolking in de gemeente toegenomen zijn tot ca. 98.300 wat een toename is van ruim 10% t.o.v. 2023.

	2023	2030	2040
Gemeente Dijk en Waard	89.000	94.600	98.300

TABEL 1 BEVOLKINGSPROGNOSE GEMEENTE DIJK EN WAARD 2023 - 2040
Bron: Provincie Noord-Holland, 2021

De bevolkingstoename in de gemeente komt voornamelijk voort uit de 10.000 woningen die de gemeente in de periode van 2020 tot 2030 ambieert te realiseren. Momenteel zijn hiervan 1.671 gerealiseerd waardoor 8.329 woningen resterend. De woningbouw zal voornamelijk plaatsvinden in en rondom Heerhugowaard.

Met het oog op de woningbouw in de gemeente Dijk en Waard zijn de prognoses van de provincie Noord-Holland behoudend. Zo is de verwachting van de gemeente dat er in 2030 95.920 inwoners zullen wonen in Dijk en Waard. Dit is een verschil van +1.320 inwoners ten opzichte van de provinciale prognoses. In 2040 ligt het inwonertal op basis van de gemeentelijke prognose op 103.350. Dit is ruim 5% hoger dan de provinciale verwachtingen. Voor de marktruimte gaan we uit van provinciale marktruimteberekeningen uit het Marktruimteonderzoek Provincie Noord-Holland. Deze marktruimteberekeningen zijn gebaseerd op het KSO2021 en zijn redelijk recent vastgesteld (2022).

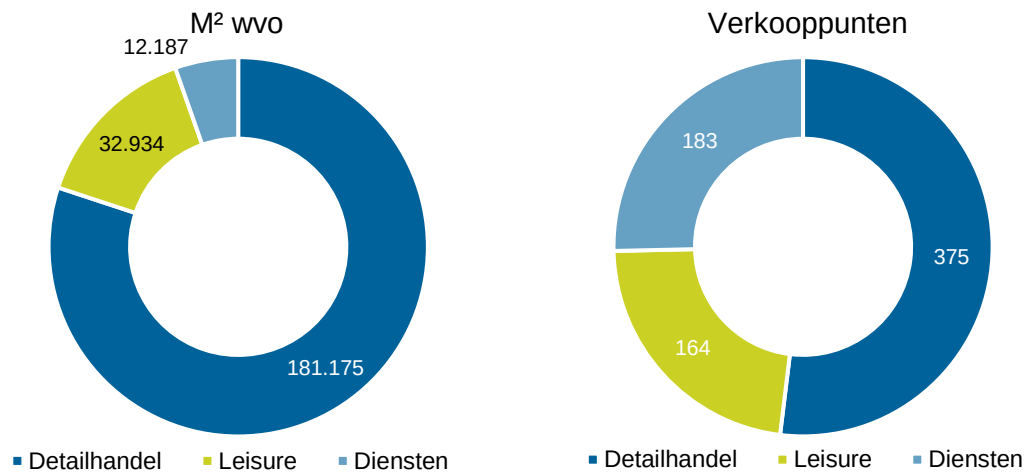


FIGUUR 3 GROTE WONINGBOUWONTWIKKELINGEN MET HARDE PLANSTATUS TOT 2030 IN DE GEMEENTE

Bron: Gemeente Dijk en Waard, PDOK Achtergrondkaart, bewerking Sweco.

1.2 Huidige retailstructuur en ontwikkelingen

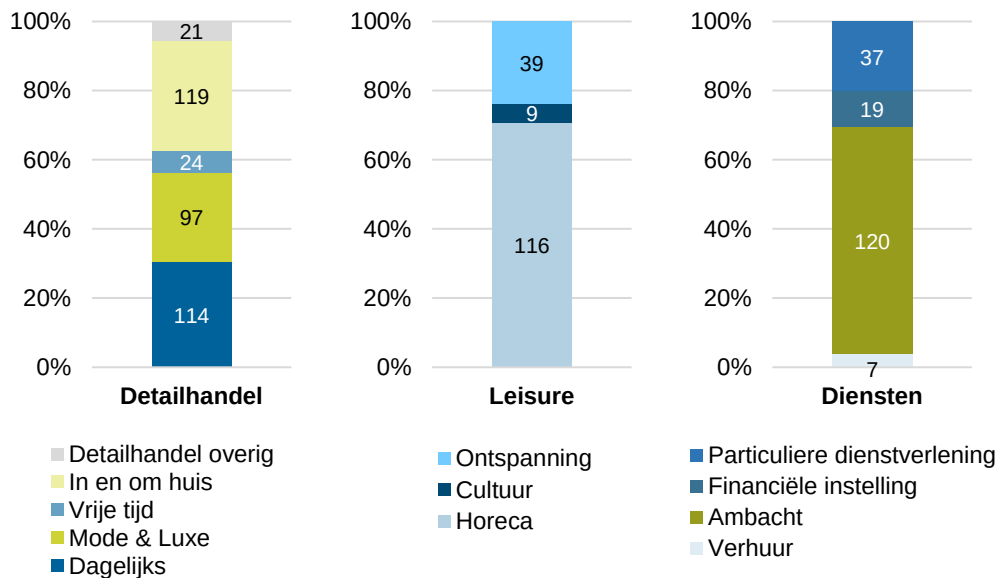
Het retailaanbod bestaat uit detailhandelsvestigingen, horeca en dienstverlening als de kapper en het reisbureau. In de gemeente Dijk en Waard is in totaal ca. 226.000 m² wvo aan retailmeters aanwezig. Dit is verspreid over 722 verkooppunten.



FIGUUR 4 AANTAL M² WVO EN VERKOOPPUNTEN PER GROEP IN DIJK EN WAARD

Bron: Locatus mei 2023

- **Detailhandel.** Het gros van met name de meters maar ook de verkooppunten wordt ingevuld door detailhandel, namelijk ca. 181.000 m² wvo. Dit is 80% 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

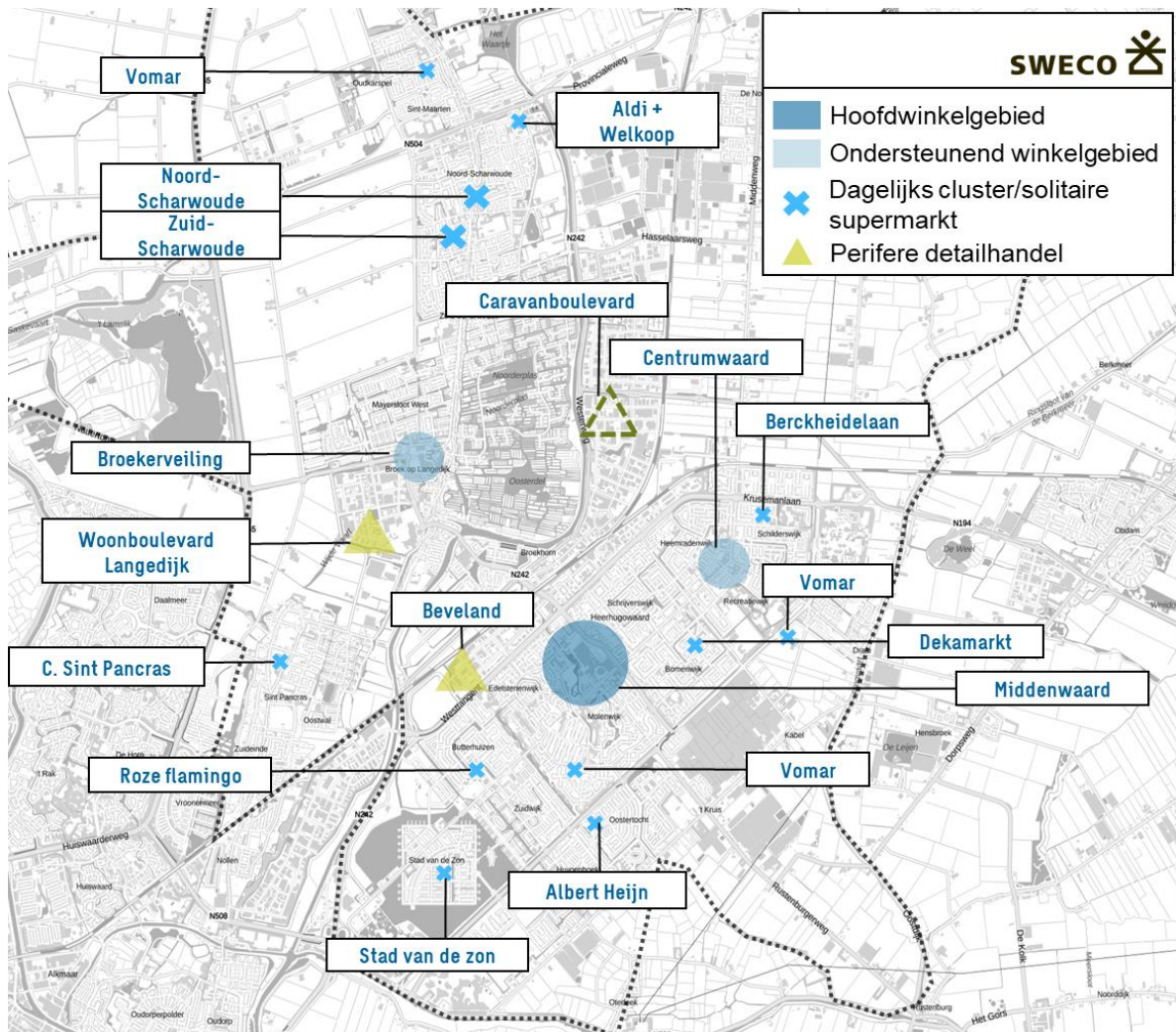
Bron: Locatus mei 2023

- **Leisure.** Leisure bestaat in totaal een kleine 33.000 m² wvo, verdeeld over 164 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 9 vestigingen, waaronder drie bibliotheken.

- **Diensten.** In de dienstverlening is ca. 12.000 m² wvo, verdeeld over 183 verkooppunten, in de gemeente aanwezig. Hiermee is deze groep qua meters de kleinste. Binnen de diensten worden de meeste vestigingen ingevuld met ambachten (120 vestigingen). Hierbinnen zijn de kappers en schoonheidssalons de meest voorkomende branches (82 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 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.

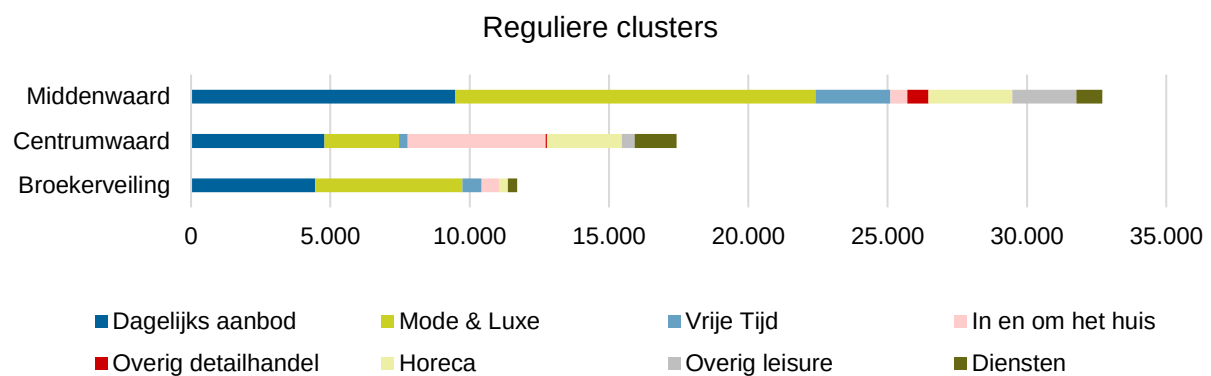


FIGUUR 6 DETAILHANDELSSTRUCTUUR DIJK EN WAARD (O.B.V. LOCATUS INDELING, FOCUS OP DETAILHANDEL)
Bron: BRT Achtergrondkaart, Locatus mei 2023; Bewerking Sweco

- **Middenwaard.** Dit betreft het overdekte winkelgebied van Heerhugowaard met in totaal ca. 33.000 m² wvo aan retailfuncties. Middenwaard heeft een gemeentebrede en een

beperkt regionale functie (grootste toevloeiing van buiten de gemeente) 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.

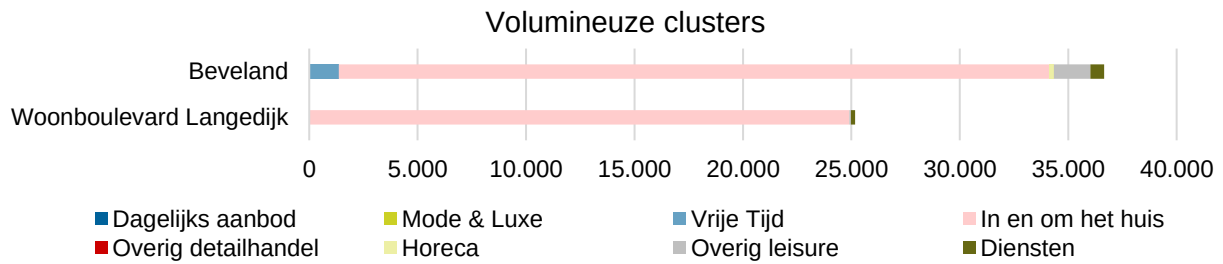
- **Broekerveiling.** Broekerveiling is het centrale winkelgebied van Langedijk en kent voornamelijk aanbod in de Dagelijkse en Mode & Luxe branche. Het is een overdekt winkelcentrum, dat deels is vernieuwd. Aan de buitenzijde zijn er nieuwe commerciële units gerealiseerd. Door het wat beperktere detailhandelsaanbod van een kleine 12.000 m² wvo, heeft dit winkelgebied primair een functie voor de inwoners van Broek op Langedijk.



FIGUUR 7 AANBOD PER GEBIED DIJK EN WAARD

Bron: Locatus mei 2023

- **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 rondom 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 m² wvo qua maat het tweede reguliere winkelgebied binnen de gemeente.
- **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 twee springattracties (Jumpsquare en Jumpcity), 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 mei 2023

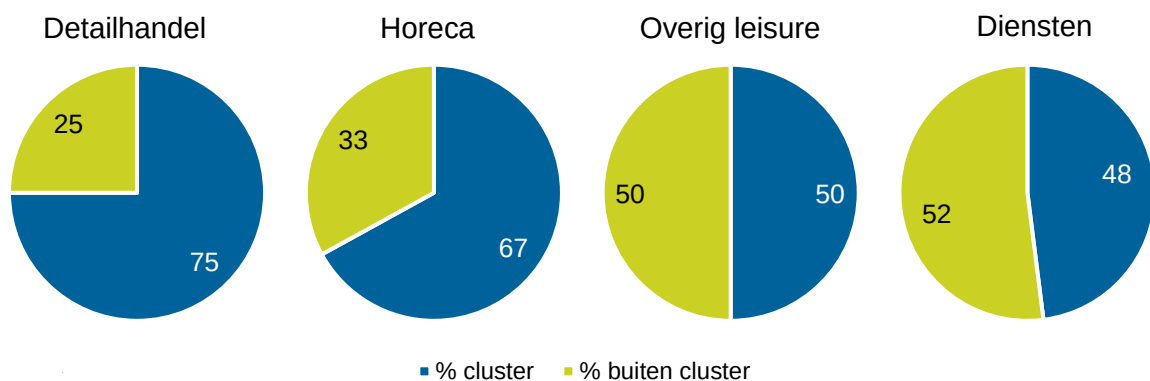
- **Caravanboulevard.** Naast Beveland en Woonboulevard Langedijk is er ook op de zogenaamde Caravanboulevard volumineus aanbod gevestigd. Dit bedrijventerrein Zandhorst huisvest een mix aan bedrijvigheid. Theo Stet Meubelen en Caravans en Pauw recreatie zijn hier voorbeelden van grote retailers. Om 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 Albert Heijn (voorheen Deen) de drager is. De winkelstraat ligt ingesloten, er is eenrichtingsverkeer en beperkt parkeren. Op korte afstand van de Dorpsstraat ligt de Vomar (voorheen 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.



FIGUUR 9 (SOLITAIRE) SUPERMARKTEN (MET KLOK MEE) OUDKARSPÉL, SINT PANCRAAS EN NOORD SCHARWOUDE

Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **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.
- **Locaties horeca en overig leisure.** Anders dan winkels, waarvan het gros binnen een commercieel cluster ligt (slechts 25% van de verkooppunten behoort niet tot een cluster), zijn horeca- en leisure vestigingen in aanzienlijk grotere mate verspreid binnen de gemeente gevestigd. Zo is bijvoorbeeld voor horeca 39% van de meters en 33% van de verkooppunten gevestigd buiten clusters. Dit is aanzienlijk hoger dan het aandeel van de twee centrumgebieden Middenwaard en Broekerveiling samen (24% van de meters en 23% 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.



FIGUUR 10 AANBOD VERKOOPPUNTEN ONDERDEEL RETAILCLUSTER

Bron: Locatus mei 2023

- **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.

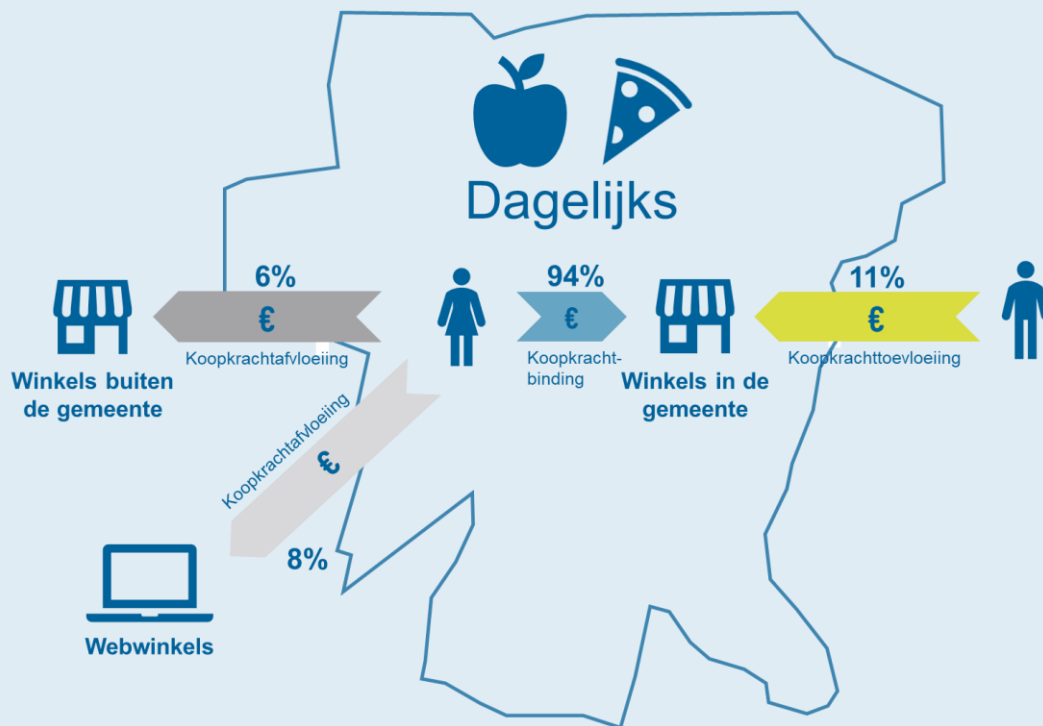
Kooporiëntaties detailhandel

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 2021 is er een koopstromenonderzoek verricht voor detailhandel binnen de Randstad en Noord-Brabant. 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:

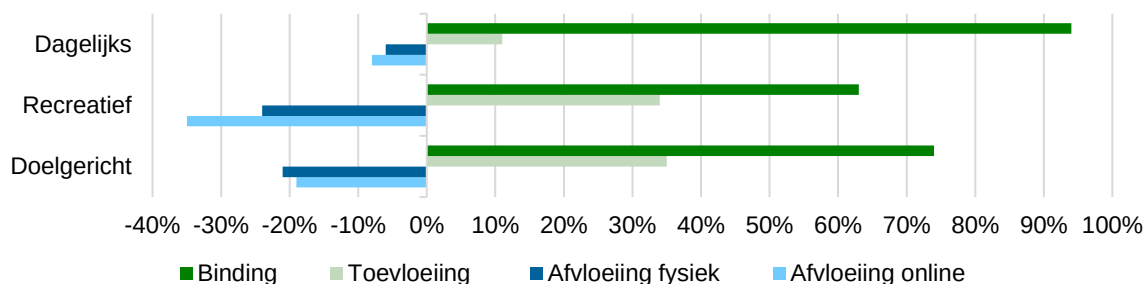
- **Koopkrachtafvloeiing** = Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied of naar online kanalen.
- **Koopkrachtbinding** = Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd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



FIGUUR 11 KOOPORIENTATIES DAGELIJKS DIJK EN WAARD

Bron: KSO Randstad 2021 (I&O Research); Bewerking Sweco

- Voor de dagelijkse sector geldt veelal een hoge binding aan de eigen gemeente. Dit is ook het geval in Dijk en Waard. Voor Dijk en Waard ligt de koopkrachtbinding voor fysieke winkels op 94%.
- 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: 13% van de bestedingen in de Recreatieve sector door inwoners van de kern Heerhugowaard gaat naar Alkmaar).



FIGUUR 12 BALANS KOOPORIËNTATIES GEMEENTE DIJK EN WAARD

Bron: KSO 2021; verdieping I&O research

- **Online afvloeiing.** De online afvloeiing² voor de dagelijkse sector ligt in de Nederland gemiddeld op 6%. Ook in de gemeente Dijk en Waard ligt de afvloeiing naar online kanalen op ca. 6% voor de dagelijkse sector. Voor de recreatieve en doelgerichte sector geldt dat de online afvloeiing in Dijk en Waard lager ligt dan landelijk. De online afvloeiing van Dijk en Waard is voor de recreatieve sector 35% en voor de doelgerichte sector 19%, terwijl deze landelijk op respectievelijk 37% en 26% liggen.

Ontwikkeling van het aanbod en verwachte ontwikkelingen

- **Ontwikkeling van het aanbod.** Sinds 2018 is het totale detailhandelsaanbod in de gemeente Dijk en Waard met ca. 4.600 m² wvo afgenomen³. De afname heeft volledig in de voormalige gemeente Langedijk plaatsgevonden. Uit het Koopstromenonderzoek 2021 blijkt dat het aantal winkels in de dagelijkse sector in Dijk en Waard sinds 2018 is toegenomen met 3.200 m² wvo. Het aantal winkels in de niet-dagelijkse sector (Recreatieve en Doelgerichte branchegroepen) is in de gemeente Dijk en Waard juist fors afgenomen met 7.800 m² wvo. Wat opvalt is dat in de voormalige gemeente Langedijk het aanbod Doelgericht is afgenomen terwijl dat in de voormalige gemeente Heerhugowaard licht is toegenomen.
- **Planvoorraad.** Binnen de gemeente Dijk en Waard is er enkel harde planvoorraad binnen winkelcentrum Broekerveiling. Dit cluster zal worden vernieuwd en uitgebreid en heeft een planvoorraad van ca. 3.200 m² wvo.

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

³ KSO Randstad 2021: vergelijking met 2018.

2. 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 m² bvo aan de Ladder voor duurzame verstedelijking moet worden gemotiveerd.
- **Retailagenda.** De Retailagenda 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 gevolg⁴. De belangrijkste thema's waar nu op gefocust wordt zijn:
 - Gemeentelijke afstemming
 - Lokale transformatie
 - Samen investeren
 - Human Capital Agenda
 - Kenniscreatie en innovatie

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

De Europese Dienstenrichtlijn

Vooraf in de Buitestad gelden allerlei beperkingen ten aanzien van branchering. Aantallen winkels, minimale en maximale maat van de winkels. Tot voor kort 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: Sweco, Rho adviseurs en Locatus.

Provinciaal beleid Noord-Holland

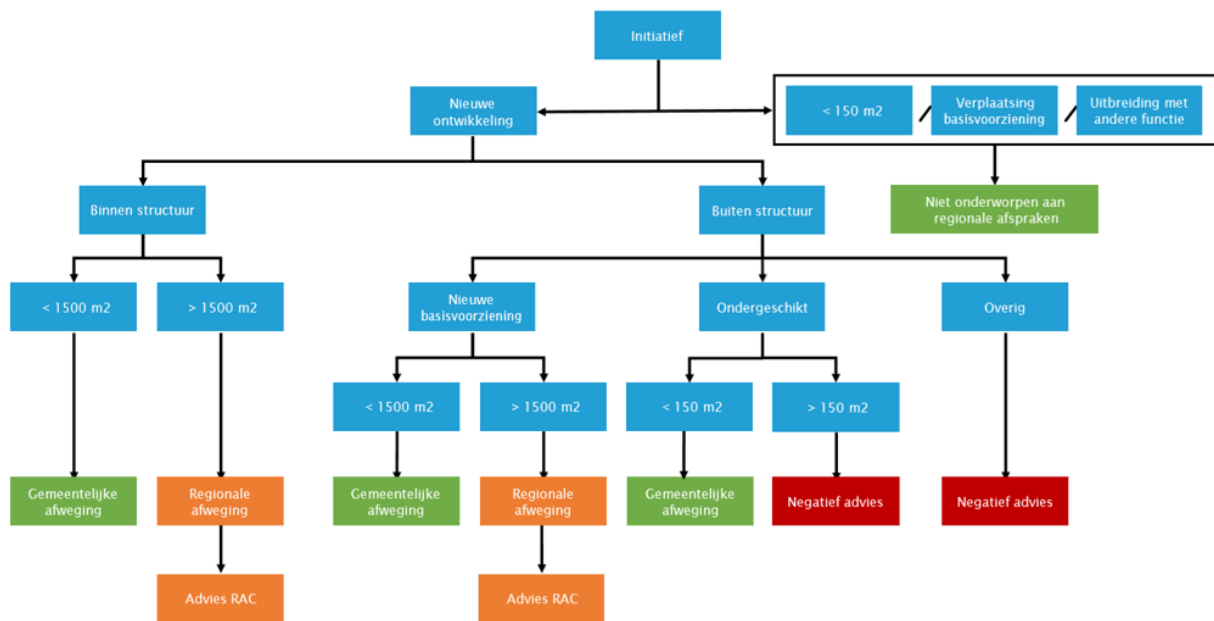
Het provinciale beleid van Noord-Holland is neergelegd in ‘Detailhandelsbeleid Noord-Holland 2015 – 2020’. De provincie heeft zich op het standpunt gesteld dat nieuwe detailhandelontwikkelingen of -uitbreidingen niet mogen leiden tot ernstige verstoring en duurzame ontwrichting van de bestaande winkelstructuur 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 m² vloeroppervlak (buiten bestaande centra) en groter dan 5.000 m² 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 valt 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 m² bvo worden initiatieven in elk geval regionaal afgestemd, in eerste instantie in het portefeuillehoudersoverleg en daarna in de Adviescommissie Noord-Holland Noord. Deze Adviescommissie Noord-Holland Noord (RAC) zal in de toekomst samengaan met de Adviescommissie Noord-Holland Zuid (ADZ). Onder 1.500 m² 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 13 STROOMSCHEMA NIEUWE ONTWIKKELINGEN REGIONALE VISIE
Bron: Regionale detailhandelsvisie Alkmaar 2025

Retailbeleid in de gemeente Dijk en Waard

Tot voor kort is het vigerende retailbeleid 'Retailvisie Dijk en Waard (2020)' actief in de gemeente. De gemeente bestaat uit de in 2022 gefuseerde gemeenten Heerhugowaard en Langedijk die beide in 2020 deze retailvisie in de raad hebben vastgesteld. Voorliggende Retailvisie is daar een geactualiseerde versie op, die in de nieuwe gemeente Dijk en Waard vastgesteld zal worden.

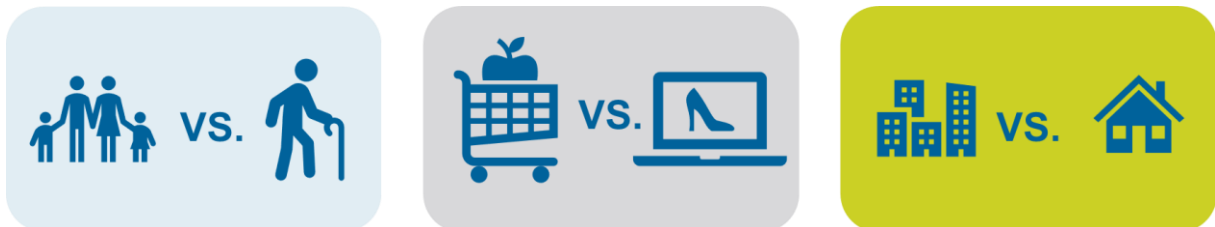
3. Trends en ontwikkelingen in het retaillandschap

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.

3.1 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 licht afvlakt na 2035.



FIGUUR 14 GENERIEKE ONTWIKKELINGEN DIE VAN INVLOED ZIJN OP DE RETAIL
Bron: Sweco

- **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 15 VERGRIJZING IS VAN INVLOED OP DETAILHANDEL
Bron: Sweco

De foodsector groeit en wordt diverser

- **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 16 FOOD WINT AAN BELANG DOOR O.A. KOPPELING MET IDENTITEIT - VERSHOFF IN BROEKERVEILING
Bron: Sweco

Blurring in vorm en distributiekkanalen – Jumbo-app en Picnic

Onder invloed van **omni-channel** breiden bestaande supermarktformules 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 17 BUSHOKJE UTRECHT TER PROMOTIE VAN JUMBO-APP

- **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 aansloot 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) en met de opkomst van zogenoemde fliksbezorging (Getir en Flink) kunnen inwoners in met name de grotere steden binnen 10 minuten hun dagelijkse spullen thuisbezorgd krijgen.

Minder behoefte fysieke winkels in de non-food

- **Grote impact e-commerce.** Internetwinkelen neemt inmiddels al meer dan 37% van de recreatieve bestedingen in (KSO 2021). Een verdere groei zal waarschijnlijk afvlakken maar niet uitblijven en winkels moeten inspelen op de veranderende wensen van de consument en ze bedienen met een goed functionerende en overzichtelijke webshop.
- 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 18 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

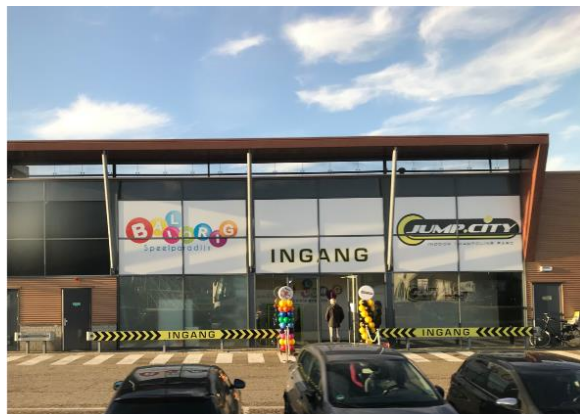
Blurring is een fenomeen dat zeker niet als een hype mag worden weggezet. Vervagende grenzen tussen sectoren en branches is iets van alle tijden. De bekendste vorm van blurring is die tussen foodretail (supermarkt en speciaalzaak) enerzijds en foodservices (horeca) anderzijds. Voorbeelden zijn: Jumbo 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. COOL in Middenwaard is met een combinatie van theater, restaurant en het bieden van cursussen een vorm van blurring.



FIGUUR 19 BLURRING: COMBINATIE VAN VERSCHILLENDE FUNCTIES - COOL
Bron: Sweco

- **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 20 KETENVORMING LEISURE. VOORBEELDEN JUMPSQAURE EN BALLORIG, BEIDEN GEVESTIGD OP BEVELAND
Bron: Sweco

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 door 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 21 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.

3.2 Wat valt op in Dijk en Waard?

Wat is bijzonder aan het retaillandschap van Dijk en Waard, en waarin onderscheidt 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 bestendigd. 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 Noord- en Zuid-Scharwoude is de structuur meer historisch gegroeid en zijn de meeste voorzieningen gesitueerd langs of nabij de Dorpsstraat (lintbebouwing).
- **Twee relatief grote PDV / GDV -clusters.** 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/Om Huis is in beide gebieden sterk vertegenwoordigd.
- **Beperkte harde planvoorraad** enkel om Broekerveiling uit te breiden.

4. Huidig en toekomstig functioneren aanbod

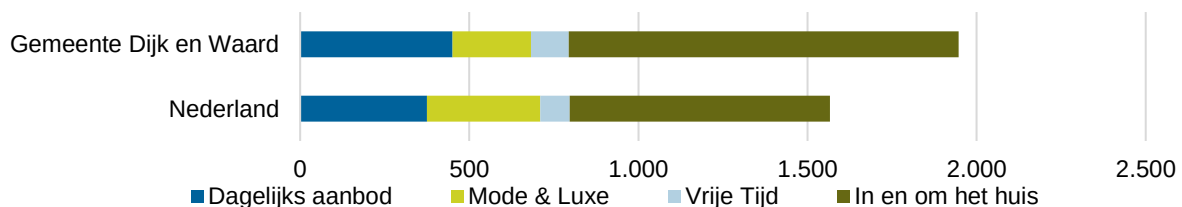
In dit hoofdstuk wordt het huidige en naar verwachting toekomstige functioneren van het detailhandelsaanbod in de gemeente geanalyseerd. Hierin komen Dijk en Waard als geheel, maar ook de verschillen tussen de centra aan de orde.

4.1 Huidig functioneren retailsaanbod

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 winkeldichtheid⁵ 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 22 DICHTHEID DETAILHANDELSBRANCHES IN M² WVO PER 1.000 INWONERS

Bron: Locatus mei 2023 en CBS 2023

- 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 (1.153 m² wvo per 1.000 inwoners tegen 769 m² wvo per 1.000 inwoners).
- In de dagelijkse sector heeft Gemeente Dijk en Waard een hogere dichtheid in vergelijking tot het nationaal gemiddelde (451 m² wvo per 1.000 inwoners tegen 373 m² wvo per 1.000 inwoners)
- Alleen in de branche Mode & Luxe ligt de dichtheid voor de gemeente lager dan het landelijke niveau.

⁵ Het aantal m² wvo per 1.000 inwoners – enkel voor detailhandel geanalyseerd i.v.m. dat er geen landelijke Locatus cijfers bekend zijn van Leisure en Diensten.



FIGUUR 23 EEN (TE) HOGE DICHTHEID KAN BETEKENEN DAT ER TE WEINIG BESTEDINGEN ZIJN OM HET AANBOD TE LATEN FLOREREN

Bron: Sweco

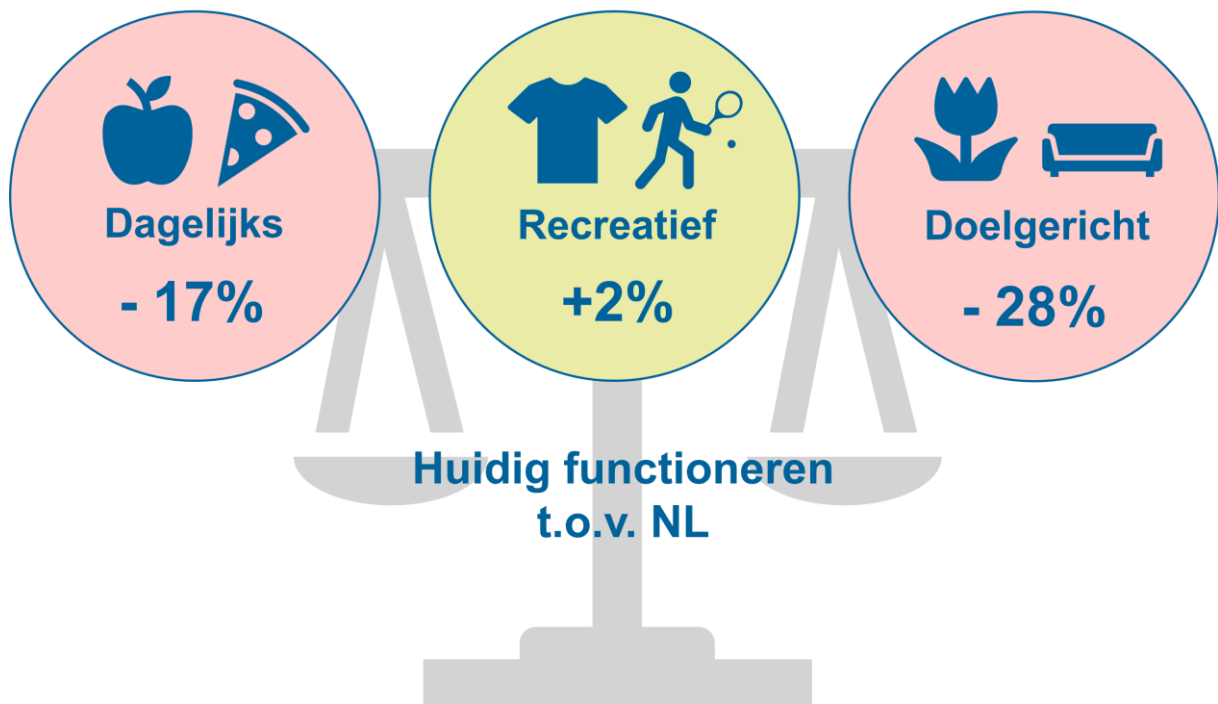
Een hogere dichtheid dan landelijk kan verschillende dingen betekenen. Enerzijds kan het aangeven dat het aanbod in een gebied een bovenlokale functie heeft, want er is te veel aanbod voor alleen de eigen bewoners. Anderzijds kan het ook betekenen dat er overaanbod is. Met het oog op de toename in online 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 versa⁶.

- 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.

⁶ 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 24 HUIDIG FUNCTIONEREN DETAILHANDELSAANBOD GEMEENTE T.O.V. LANDELIJK

Bron: Marktruimtestudie Detailhandel Provincie Noord-Holland; Bewerking: Sweco

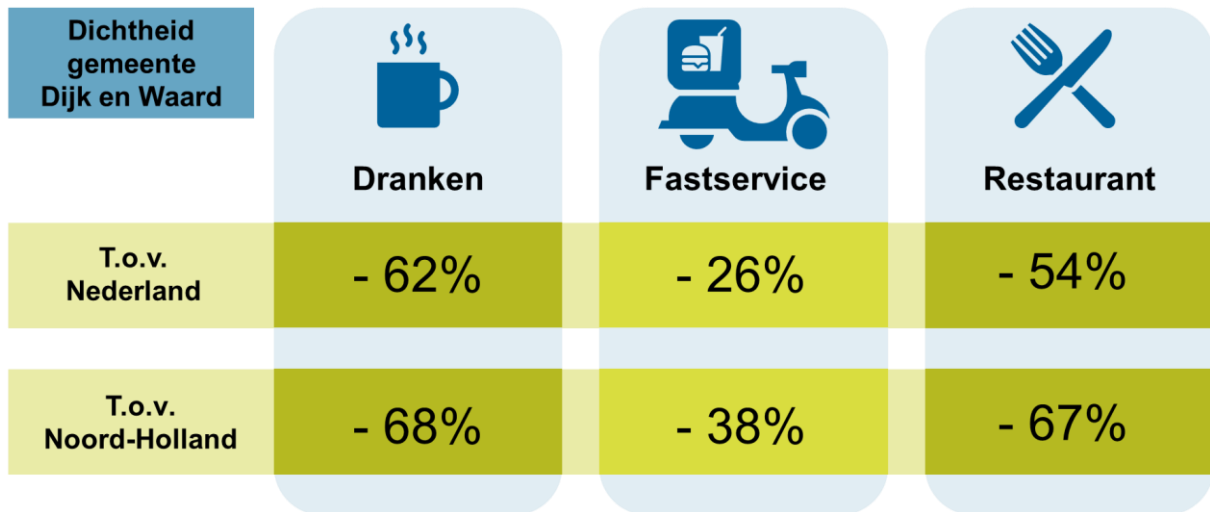
- De supermarktoorganisaties (onderdeel van de branche dagelijks) geven aan gemiddeld goed te functioneren binnen de onderliggende wijk- en dorpsstructuur (boven gemiddeld). Binnen de centrumgebieden (o.a. Middenwaard, Broekerveiling en Centrumwaard) hebben zij het relatief lastiger. Hier behalen zij 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 en de provincie Noord-Holland zijn de dichtheden in deze gemeente duidelijk lager. Eruit springen met name de lage dichtheden voor de dranken- en restaurantsector. Ten opzichte van alle andere schaalniveaus ligt deze dichtheid meer dan 54% 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 25 DICHTHEID HORECABRANCHES IN DIJK EN WAARD TEN OPZICHTE VAN ANDERE DICHTHEDEN
Bron: Vastgoeddata.nl 2023⁷, bewerking Sweco

- **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 voorziet zeker in 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 twee spring centra gevestigd. Dit is een goede locatie voor dergelijke voorzieningen, maar kwalitatief biedt het te weinig diversiteit voor de inwoners.

⁷ Gebruik makend van Vastgoeddata.nl (voorheen 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 Vastgoeddata.nl tot geldige conclusies leiden.



Het Coolplein, het (nog) niet bruisende centrum voor Heerhugowaardse jongeren. Foto onder: Het Komplex.

Oudere mannen en hun biertje

Rosalie Buding
redactie.alkmaal.nl

Uitgaan in Heerhugowaard kan best wel iets leuker

Heerhugowaard ■ Waarom zijn er in Heerhugowaard, de 'Stad van Kansen', zo weinig uitgaansgelegenheden voor jongeren?

Naast het walhalla genaamd Marieke, waar voornamelijk oudere mannen genieten van hun biertje op de vrijdagavond, en Het Waertje (hetzelfde verhaal) biedt Heerhugowaard nog een optie. Jackpot, waar activiteiten als poolen en glow in the dark midgeggolf de hoogtepunten zijn.

Veelbelovend

Ja, Jongerencomplex Komplex doet zijn best om leuke activiteiten op touw te zetten. Anno 2020 blijft Heerhugowaard achter, waar de gemiddelde stad voorzien is van een rijke variatie aan uitgaansmogelijkheden.

heeft deze vrij jonge doelgroep volgens Duijn minder te besteden dan de werkende consument. Dit kan nadelig uitpakken voor ondernemers.

Dat bevestigt Priscilla Carnas (96). Zij vertelt: „46-jarigen hebben toch minder te besteden dan de wat oudere doelgroep.“ Carnas geeft aan dat zij een leuke club in Heerhugowaard altijd al heeft gemist, ook toen ze jonger was. „Als je met vriendinnen afsprekt, is het veel fijner dat je makkelijk je jas kunt pakken om naar een club in de buurt te gaan.“ Omdat dit in Heer-

FIGUUR 26 HORECA AANBOD VOOR JONGEREN ONTBREEKT IN HEERHUGOWAARD

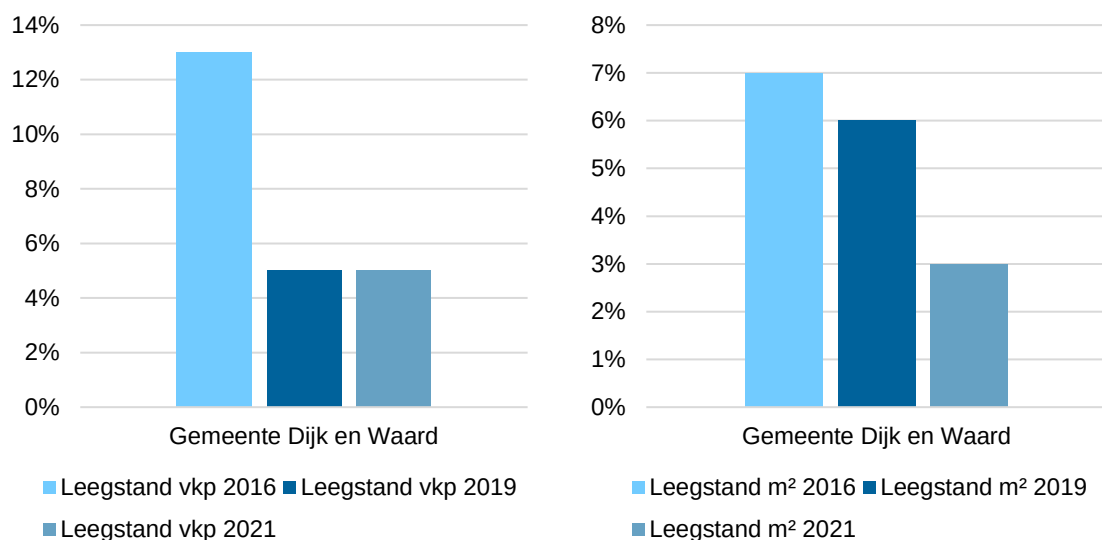
Bron: Noord Hollands dagblad (versie Alkmaar), zaterdag 1 februari 2020

- **Voorzichtig zijn met toevoeging diensten.** De niet ambachtelijke diensten verdwijnen veelal uit alle retailclusters. Waar zich ten tijden van de vorige retailvisie Dijk en Waard (2020) nog reisbureau Zonvaart reizen in winkelcentrum Broekerveiling gevestigd zat, is deze nu niet meer in het winkelcentrum gevestigd. 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 Dijk en Waard rond landelijk niveau.** In de gemeente staat in totaal ca. 7.200 m² wvo verspreid over 42 winkels en andere verkooppunten leeg. Dit is 3% van het totaal aantal retailmeters en 6% van de verkooppunten. Landelijk stond eind 2022 ca. 6% van de verkooppunten leeg, waarmee dit op eenzelfde niveau als Dijk en Waard ligt.
- **Leegstandsontwikkeling – de winkelleegstand nam tussen 2018 en 2023 af.** In de gemeente Dijk en Waard is de leegstand in de afgelopen vijf jaar afgenomen. Hiermee volgt de gemeente de dalende leegstandstrend van de Randstad⁸. Waar in 2018 nog ruim. 5% van de detailhandelsmeters in de gehele gemeente Dijk en Waard leeg stond is dat nu iets meer dan 4%.

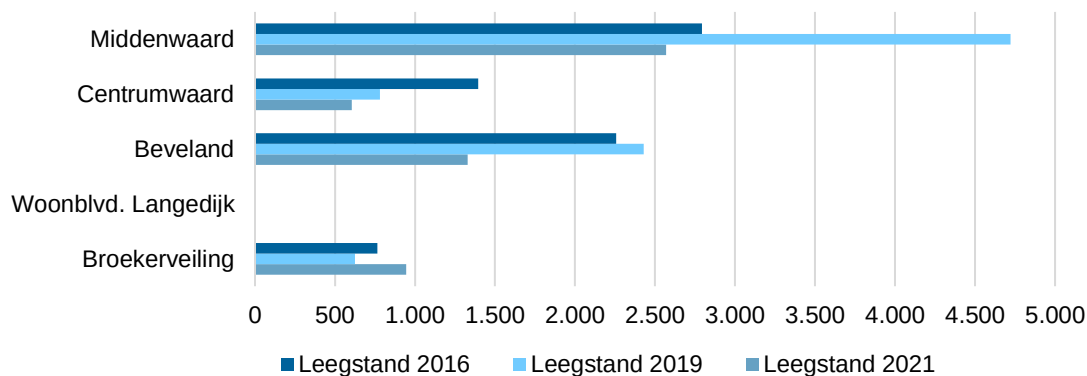
⁸ KSO 2021. Koopstromenonderzoek 2021 Randstad en Noord-Brabant hoofdrapport



FIGUUR 27 WINKELLEEGSTAND DIJK EN WAARD

Bron: Locatus mei 2023⁹, KSO Randstad 2021 (voor 2016 en 2018)

- Middenwaard kent van de vijf winkelgebieden in de gemeente de grootste leegstand. Ruim 2.500 m² wvo, ofwel ca. 7% van de meters in dit winkelcentrum staat leeg (o.a. diverse grotere panden). Echter heeft Middenwaard grote vermindering van haar leegstand teweeggebracht. De leegstand in Centrumwaard en Beveland is ook vermindert. De Woonboulevard Langedijk kent alle drie de jaren geen leegstand. Alleen de Broekerveiling is gegroeid in haar metrage aan leegstand.



FIGUUR 28 LEEGSTAND WINKELGEBIEDEN 2021, 2018 EN 2016

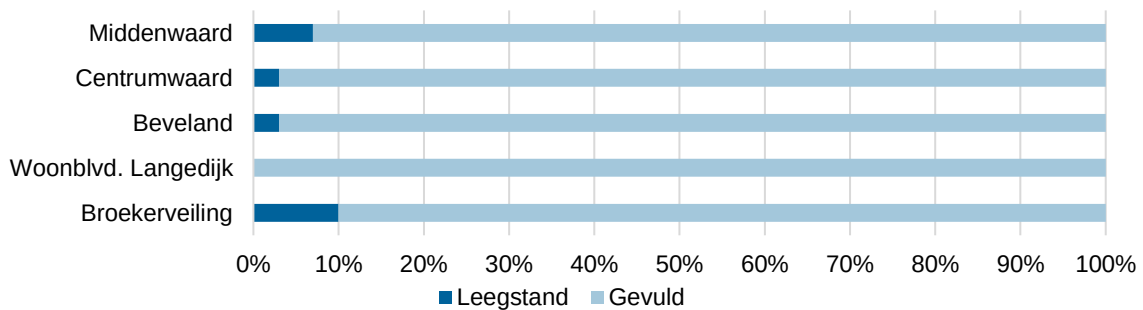
Bron: KSO 2021, Locatus mei 2023; Bewerking: Sweco

⁹ 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 29 LEEGSTAND: RELATIEF VEEL LEEGSTAND IN NIEUW DEEL BROEKERVEILING (LINKS) EN VOORMALIGE COOLCAT IN MIDDENWAARD (RECHTS)

Bron: Sweco



FIGUUR 30 LEEGSTANDSPERCENTAGE TOTAAL M² WVO VAN DE VIJF GROOTSTE WINKELGEBIEDEN

Bron: Locatus mei 2023

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 31 MATE VAN WINKELPLEZIER IN GROTE BINNENSTEDEN, MIDDELGROTE CENTRA EN DORPSKERNEN
Bron: Sweco

- 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.

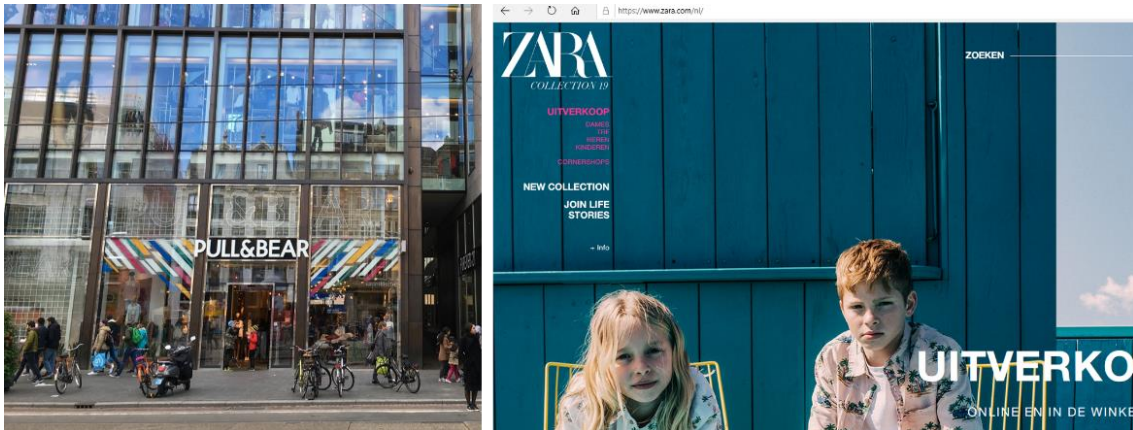
4.2 Toekomstige marktruimte

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). Om de toekomstige ontwikkelingsmogelijkheden te bepalen gaan we uit van de Marktruimtestudie Detailhandel Noord-Holland welke in 2022 is gepubliceerd. Hierin worden per gemeente in Noord-Holland uitspraken gedaan over de huidige en toekomstige marktruimte, waaronder ook voor Dijk en Waard.

In onderstaande paragrafen wordt het functioneren van het aanbod in de gemeente Dijk en Waard weergegeven voor de drie verschillende detailhandelssectoren Dagelijks, Recreatief en Doelgericht.

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 2030 rekening mee gehouden.



FIGUUR 32 OMNICHANNEL: WINKEL PULL & BEAR (LINKS) EN WEBSITE ZARA (RECHTS), BEIDE VAN INDITEX
Bron: Sweco, website Zara

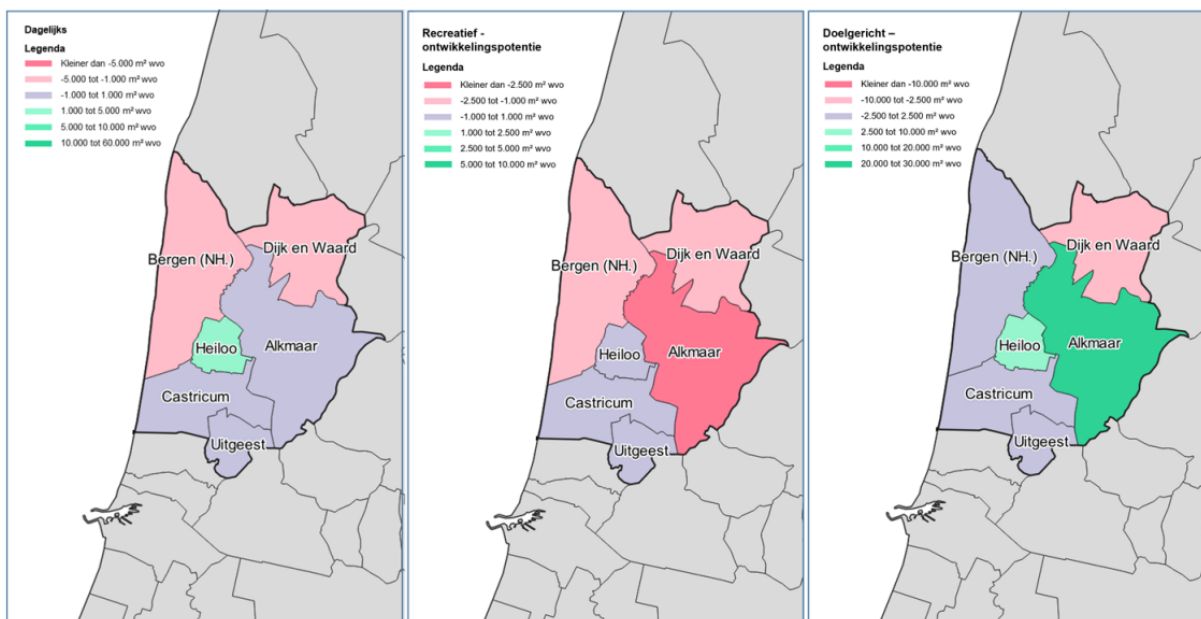
De vraag is echter hoe groot die effecten gaan zijn. Momenteel gaat de groei van het online marktaandeel niet een-op-een ten koste van de behoefte aan fysieke winkelmeters. Online bestedingen kunnen immers bij hetzelfde (moeder)bedrijf terecht komen. En winkels dienen vaak als afhaalpunt voor online 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 2030 door de groei van online aankopen is in de Marktruimtestudie Detailhandel van de Provincie Noord-Holland bij de berekening voor de recreatieve sector gecorrigeerd voor afname van fysieke bestedingen van maximaal 10%. Voor de dagelijkse sector en doelgerichte sector is dit niet gedaan. De dagelijkse sector toont tot nu elk jaar nog een groei van zowel bestedingen als vloerproductiviteit. De fysieke markt van de dagelijkse sector is ondanks de online groei nog steeds groeiende. Dit geldt in mindere mate ook voor de doelgerichte sector. De doelgerichte sector groeit in bestedingbedrag voor fysieke winkels nog licht. Daarnaast is deze sector conjunctuurgevoelig, waardoor toekomstige aanpassingen voor online lastig in te schatten zijn. Daarnaast vinden de online aankopen in de doelgerichte sector voornamelijk plaats in slechts een deel van de doelgerichte sector, namelijk de woonaccessoires en deels bouw materiaal. Aankopen in bouwmarkten, tuincentra en grotere meubelwinkels vinden voorsnog voornamelijk fysiek plaats.

Marktruimte volgens Marktruimtestudie Detailhandel Provincie Noord-Holland

Voor de aanwezige marktruimte voor detailhandel is gebruik gemaakt van het Marktruimteonderzoek Detailhandel van de Provincie Noord-Holland. In dit onderzoek dat in 2022 is uitgebracht is voor dezelfde drie branchegroepen als gehanteerd in het KSO21, 'Dagelijks', 'Recreatief' en 'Doelgericht', de marktruimte in kaart gebracht voor 2030.

Onderstaande drie kaarten tonen van links naar rechts de Dagelijkse, Recreatieve en Doelgerichte marktruimte. In alle drie de gevallen is in Dijk en Waard in 2030 sprake van een indicatieve negatieve marktruimte/ontwikkelpotentie. Dit houdt in dat er tot 2030, ondanks bevolkingsgroei, geen uitbreidingsmogelijkheden voor alle branchegroepen detailhandel aanwezig zal zijn. Er is in dit geval overaanbod aanwezig of vraag en aanbod zijn in evenwicht.



FIGUUR 33 UITKOMSTEN MARKTRUIMTESTUDIE VOOR DE REGIO ALKMAAR: DAGELIJKS, RECREATIEF EN DOELGERICHT

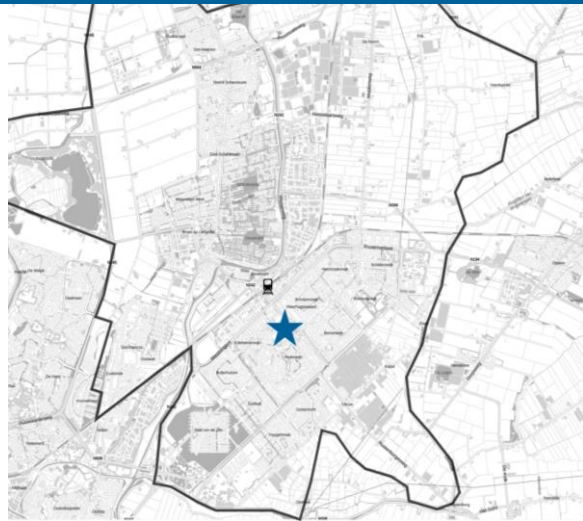
Bron: Marktruimtestudie detailhandel Provincie Noord-Holland.

Bij bovenstaande uitkomsten moet opgemerkt worden dat de Marktruimtestudie Detailhandel Provincie Noord-Holland werkt met inwonersprognoses voor 2030 van de Provincie Noord-Holland. Zij zijn daarbij uitgegaan van een geprognosticeerd inwonertal van 94.600 in de gemeente Dijk en Waard voor 2030, terwijl de gemeente Dijk en Waard uitgaat van 95.900 inwoners in 2030. Ondanks het verschil van 1.300 inwoners zal dit verder geen consequenties hebben voor de uitkomsten van het marktruimteonderzoek. Deze is namelijk relatief klein.

Bijlagen

Bijlage 1 Factsheets per winkelgebied

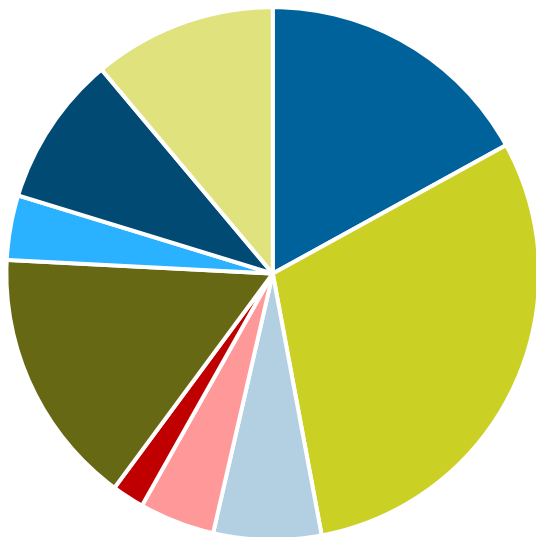
WINKELCENTRUM MIDDENWAARD



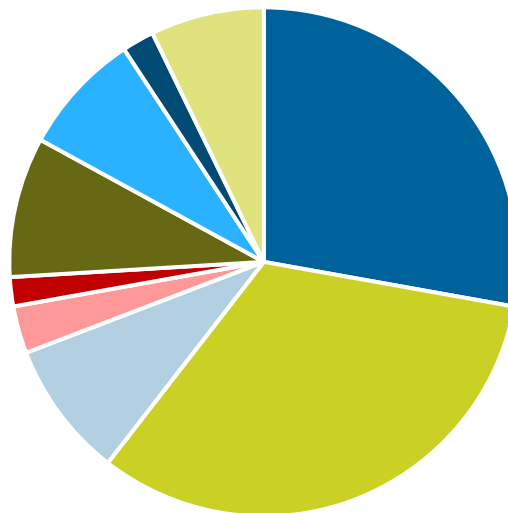
ENKELE KENMERKEN

Totaal aantal verkooppunten	160
Totaal aantal m² wvo	35.708 m² wvo
Aandeel detailhandel (/ totaal m² wvo)	73,9%
Leegstand (vkg / m² wvo)	17 / 2.570 M² wvo

VERDELING VERKOOPPUNTEN



VERDELING IN M² WVO



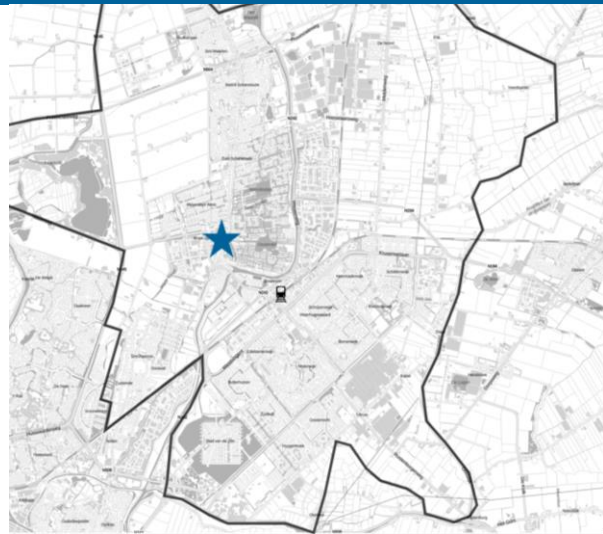
Legenda

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

PLATTEGROND CLUSTER MET BELANGRIJKSTE RETAILERS



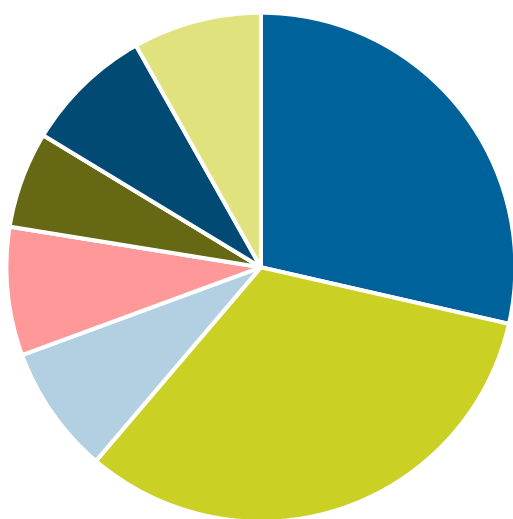
WINKELCENTRUM BROEKERVEILING



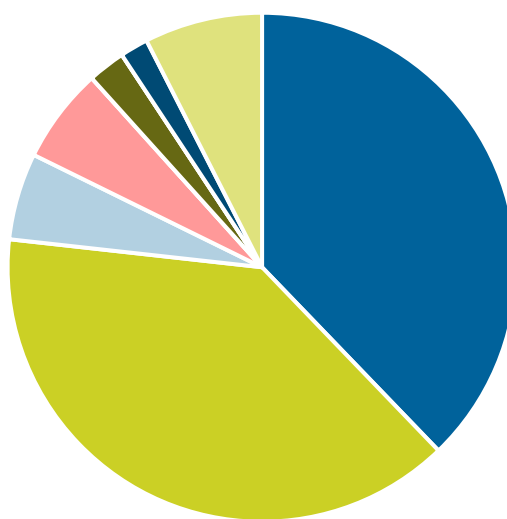
ENKELE KENMERKEN

Totaal aantal verkooppunten	49
Totaal aantal m ² wvo	12.594 m ² wvo
Aandeel detailhandel (/ totaal m ² wvo)	88,3%
Leegstand (vkp / m ² wvo)	4 / 945 M ² wvo

VERDELING VERKOOPPUNTEN



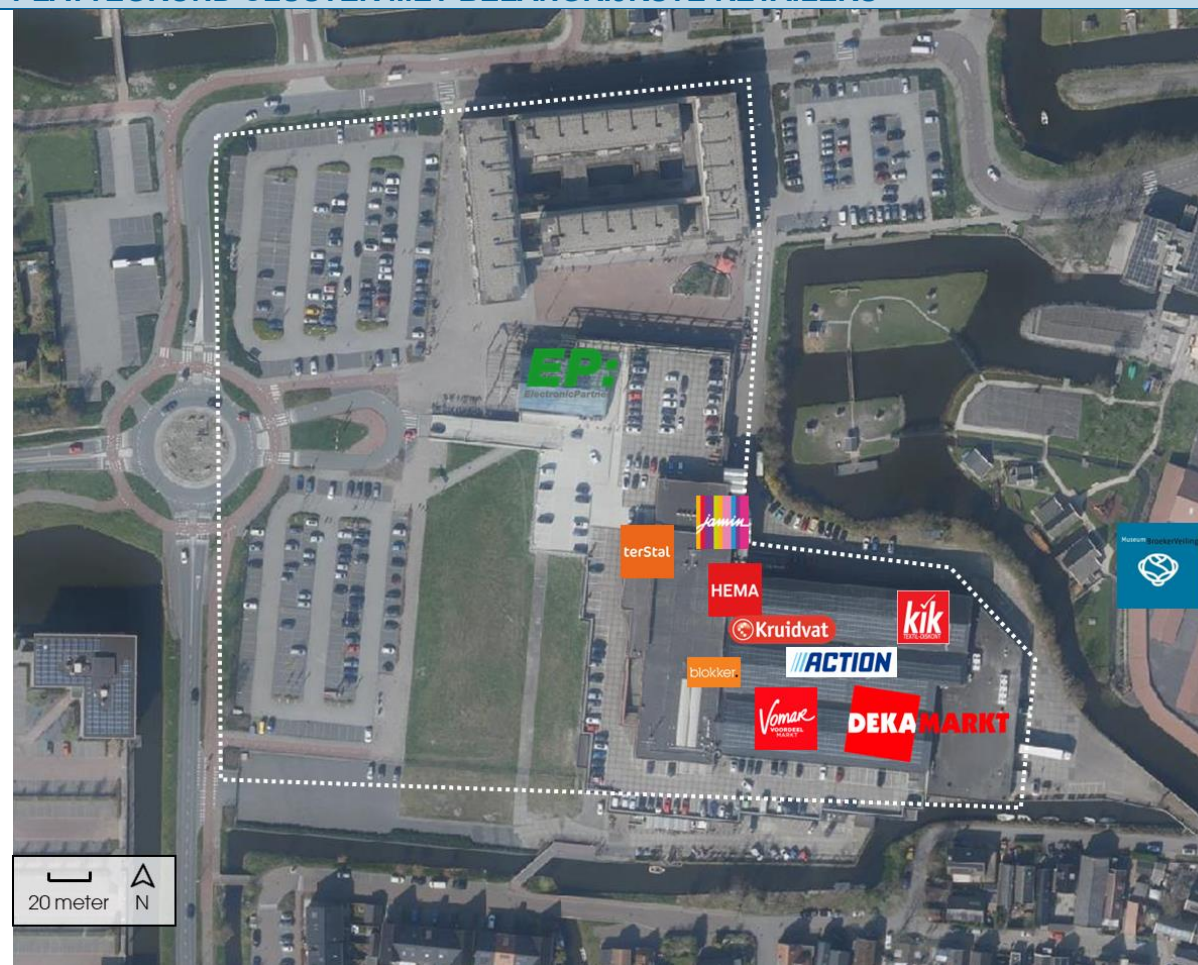
VERDELING IN M² WVO



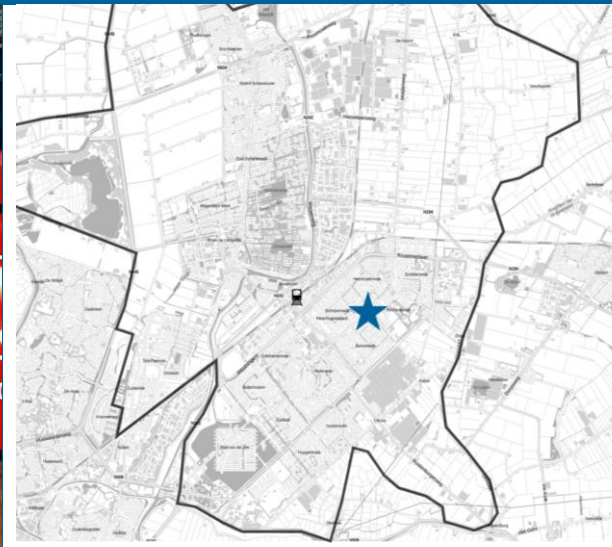
Legenda

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

PLATTEGROND CLUSTER MET BELANGRIJKSTE RETAILERS



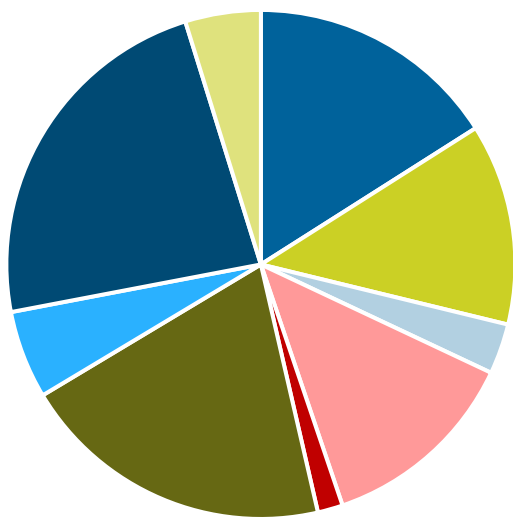
WINKELCENTRUM CENTRUMWAARD



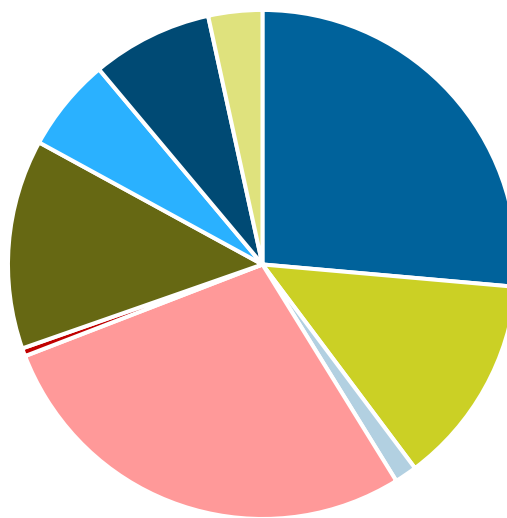
ENKELE KENMERKEN

Totaal aantal verkooppunten	126
Totaal aantal m ² wvo	17.754 m ² wvo
Aandeel detailhandel (/ totaal m ² wvo)	69,3%
Leegstand (vkp / m ² wvo)	6 / 605 M ² wvo

VERDELING VERKOOPPUNTEN



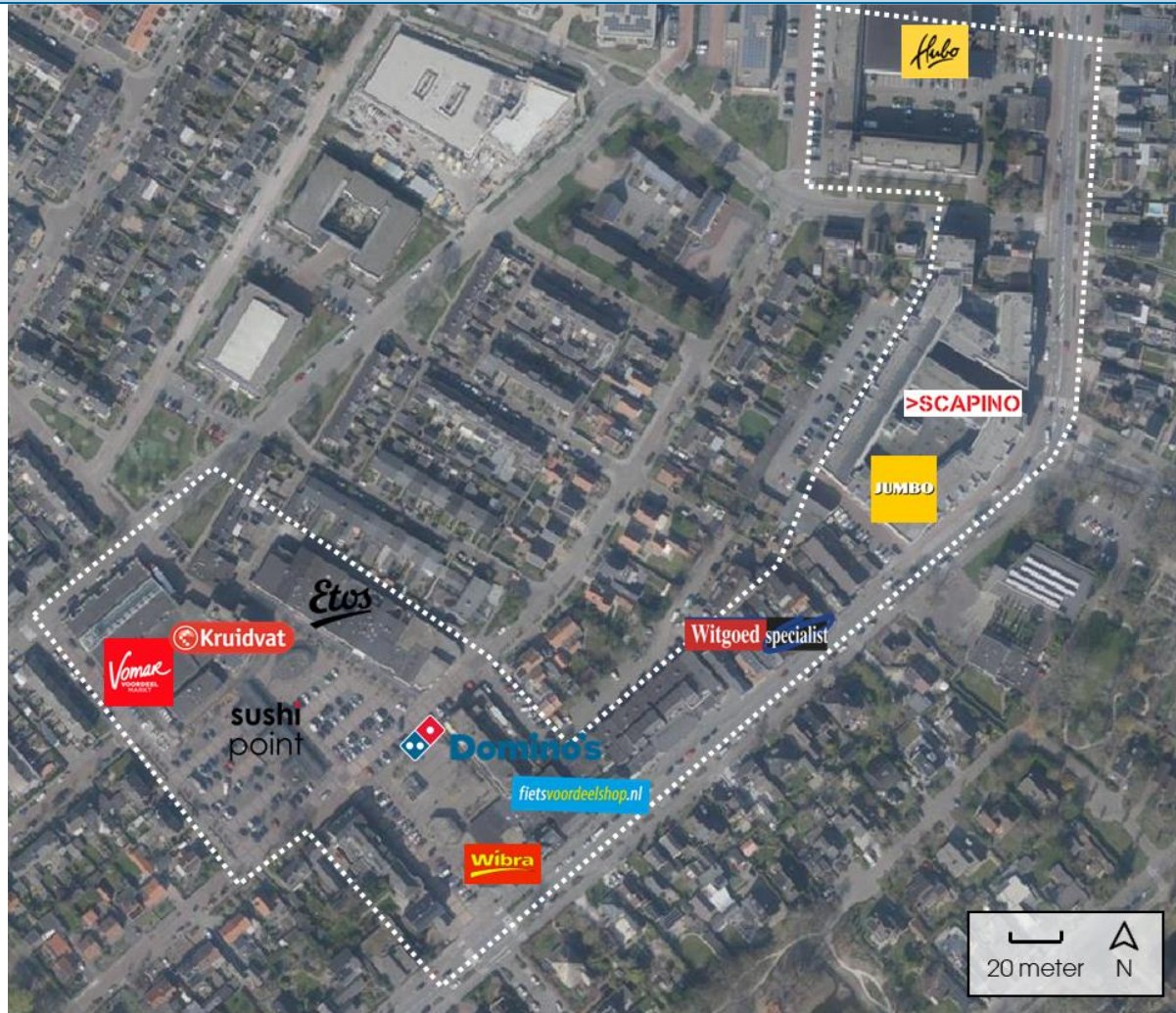
VERDELING IN M² WVO



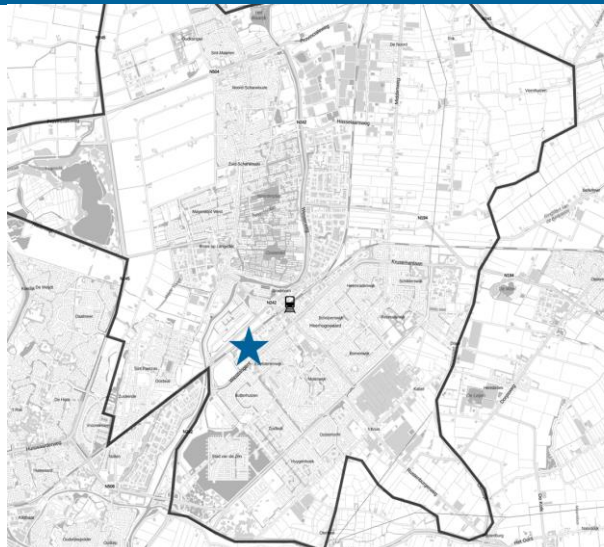
Legenda

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

PLATTEGROND CLUSTER MET BELANGRIJKSTE RETAILERS



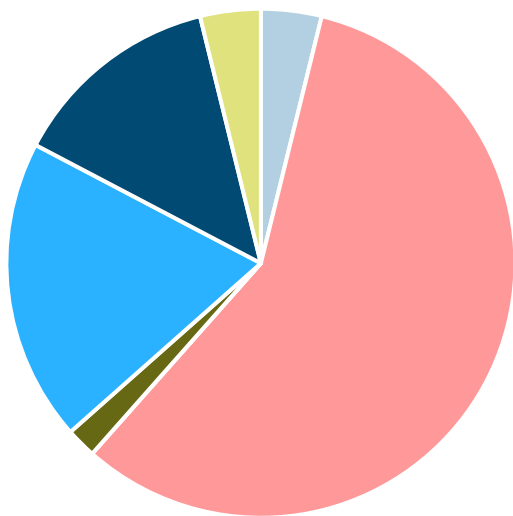
WOONBOULEVARD BEVELAND



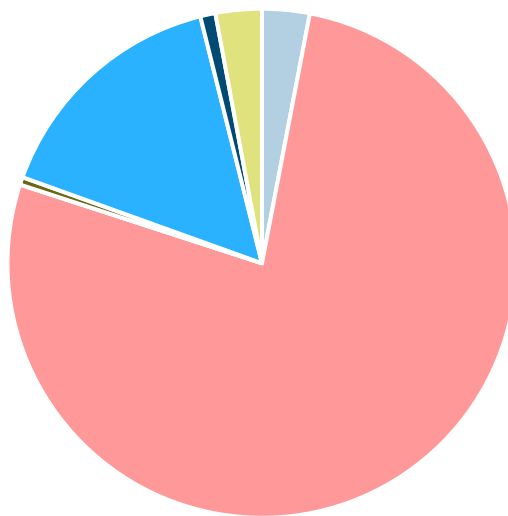
ENKELE KENMERKEN

Totaal aantal verkooppunten	53
Totaal aantal m ² wvo	36.192 m ² wvo
Aandeel detailhandel (/ totaal m ² wvo)	79,4%
Leegstand (vkp / m ² wvo)	2 / 1.328 M ² wvo

VERDELING VERKOOPPUNTEN



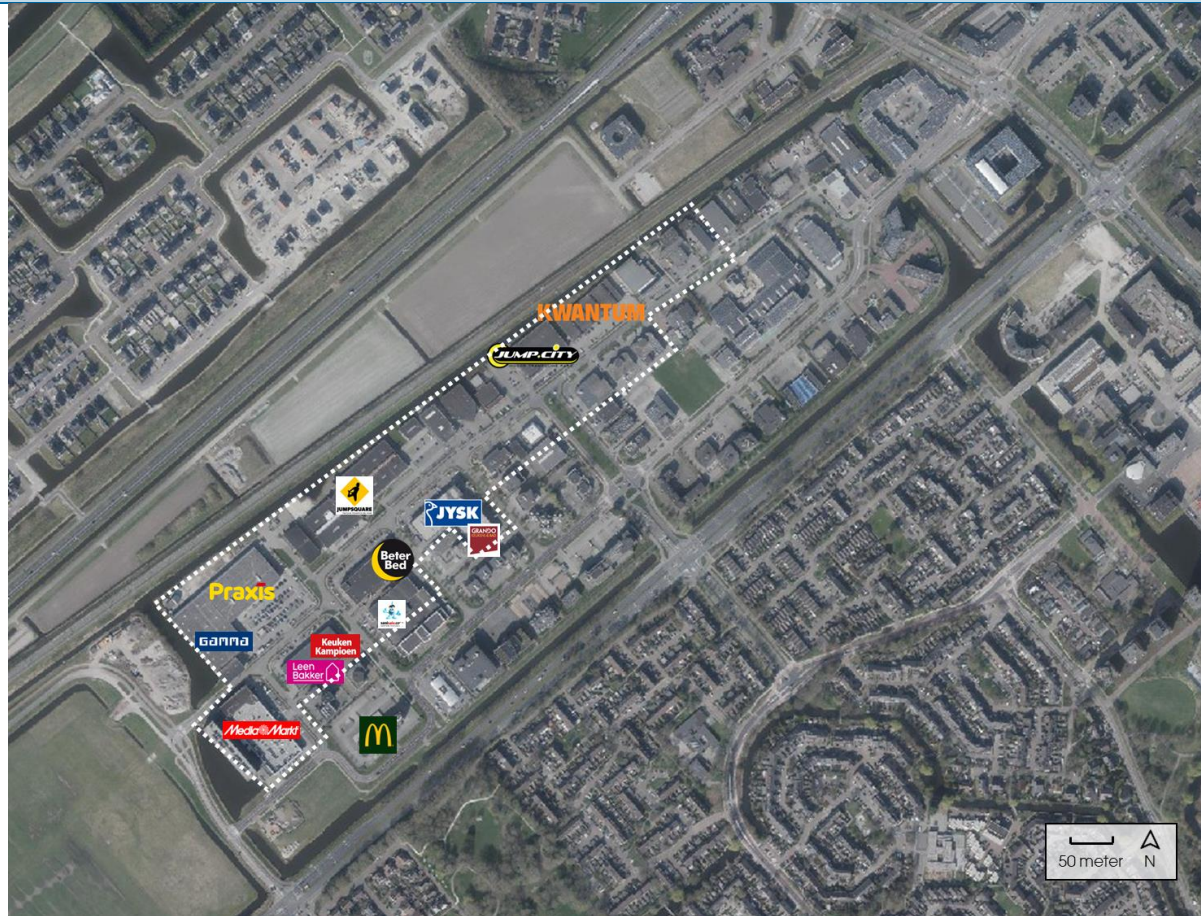
VERDELING IN M² WVO



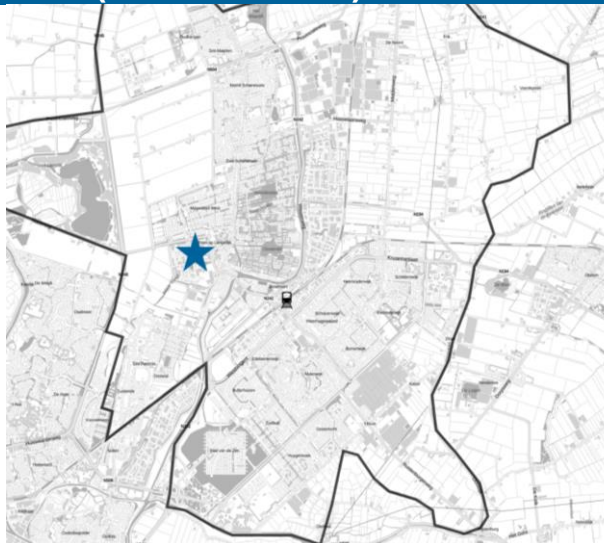
Legenda

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

PLATTEGROND CLUSTER MET BELANGRIJKSTE RETAILERS

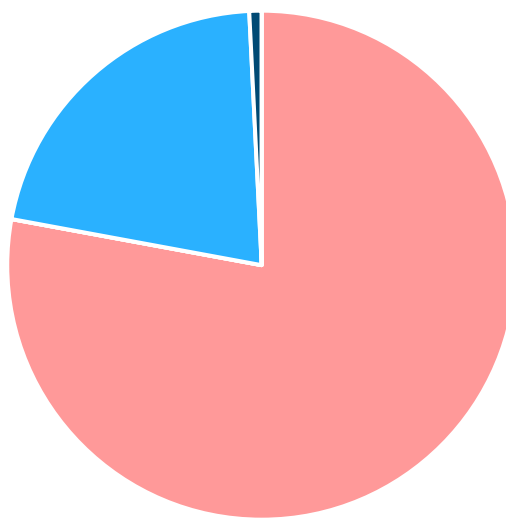
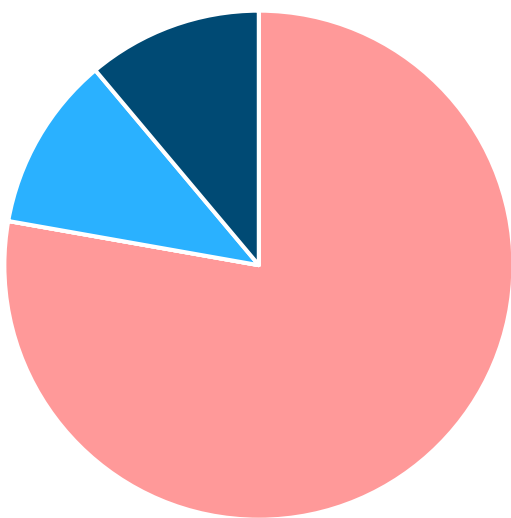


WOONBOULEVARD LANGEDIJK (ZUIDERDEL)



ENKELE KENMERKEN

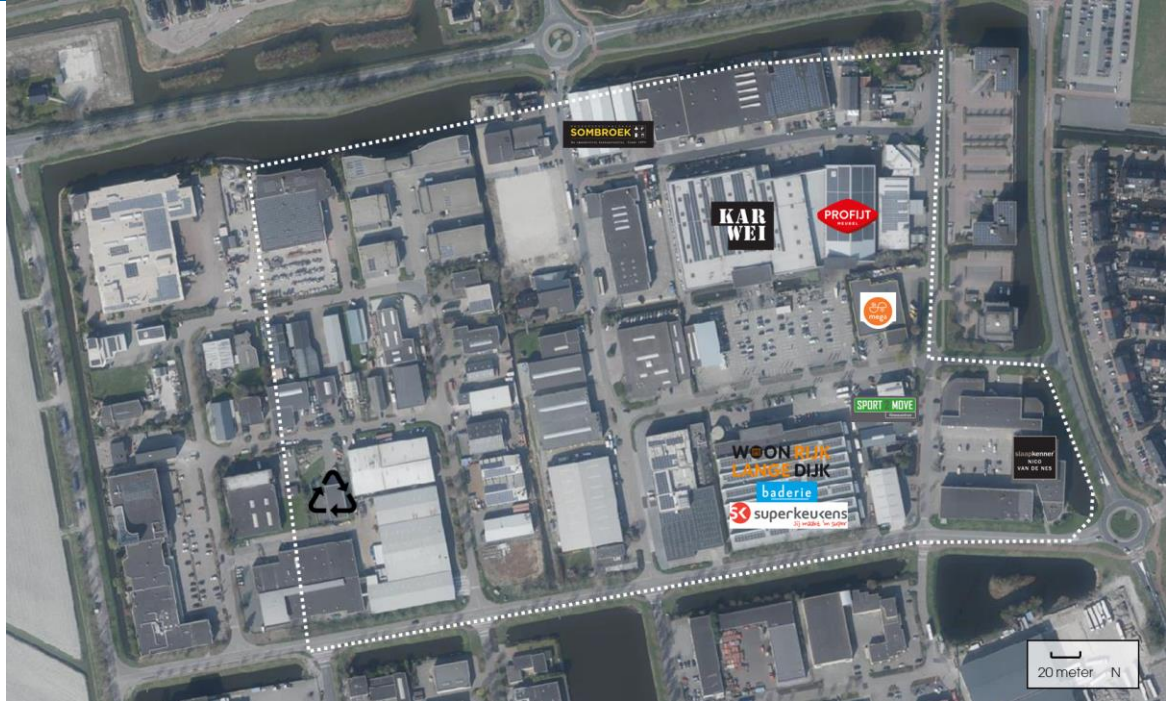
Totaal aantal verkooppunten	13
Totaal aantal m ² wvo	26.844 m ² wvo
Aandeel detailhandel (/ totaal m ² wvo)	96,2%
Leegstand (vkp / m ² wvo)	0 / 0 M ² wvo
VERDELING VERKOOPPUNTEN	VERDELING IN M² WVO



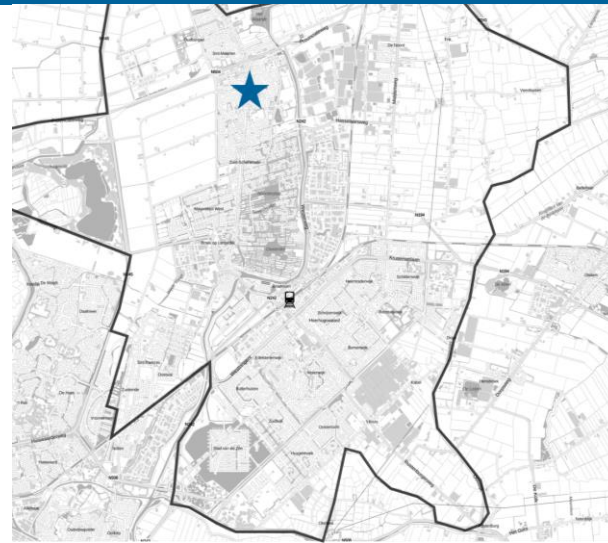
Legenda

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

PLATTEGROND CLUSTER MET BELANGRIJKSTE RETAILERS



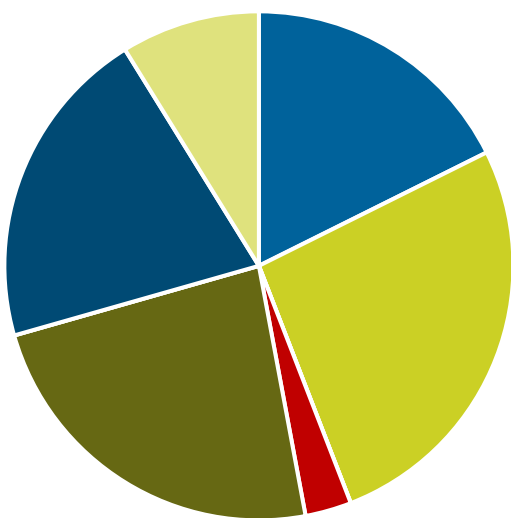
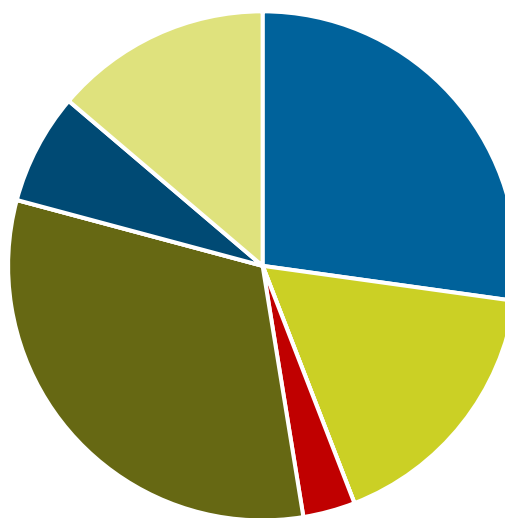
CENTRUM NOORD SCHARWOUDE



ENKELE KENMERKEN

Totaal aantal verkooppunten	34
Totaal aantal m ² wvo	4.770 m ² wvo
Aandeel detailhandel (/ totaal m ² wvo)	46,5%
Leegstand (vkp / m ² wvo)	3 / 645 M ² wvo

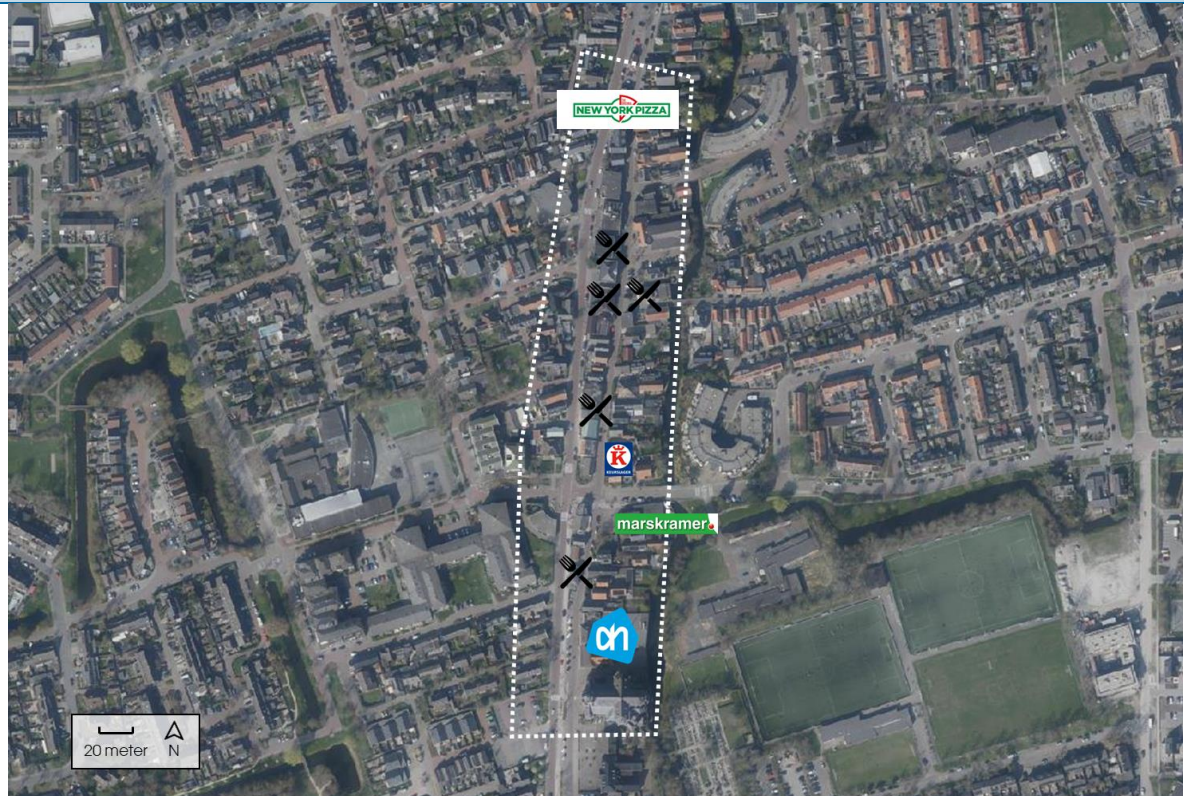
VERDELING VERKOOPPUNTEN

VERDELING IN M² WVO

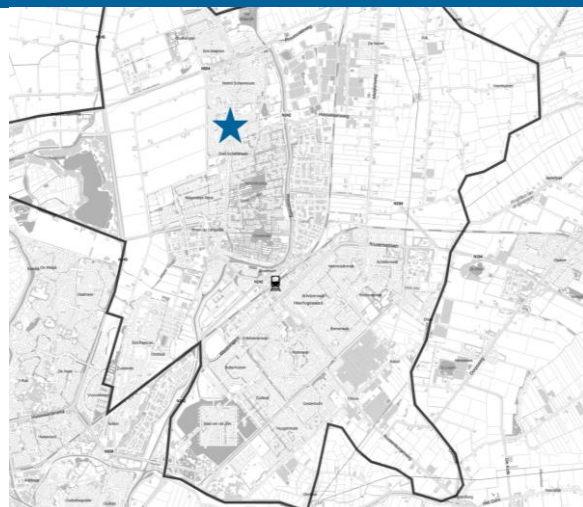
Legenda

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

PLATTEGROND CLUSTER MET BELANGRIJKSTE RETAILERS



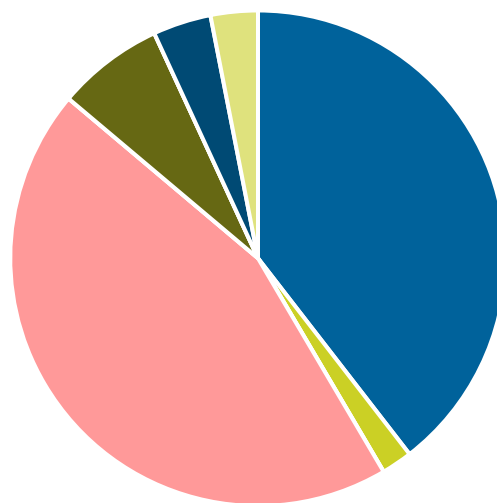
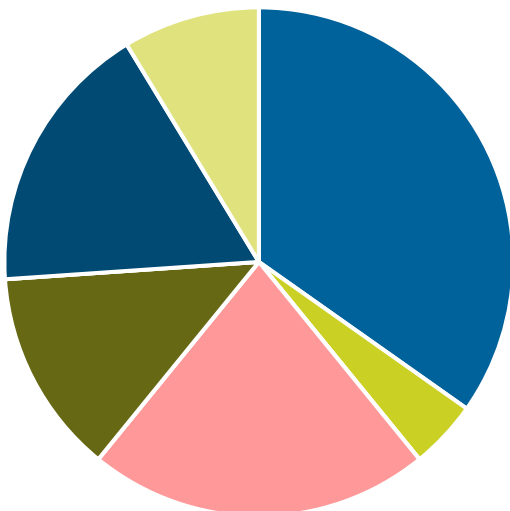
CENTRUM ZUID SCHARWOUDE



ENKELE KENMERKEN

Totaal aantal verkooppunten	23
Totaal aantal m ² wvo	4.871 m ² wvo
Aandeel detailhandel (/ totaal m ² wvo)	86,1%
Leegstand (vkp / m ² wvo)	2 / 150 M ² wvo

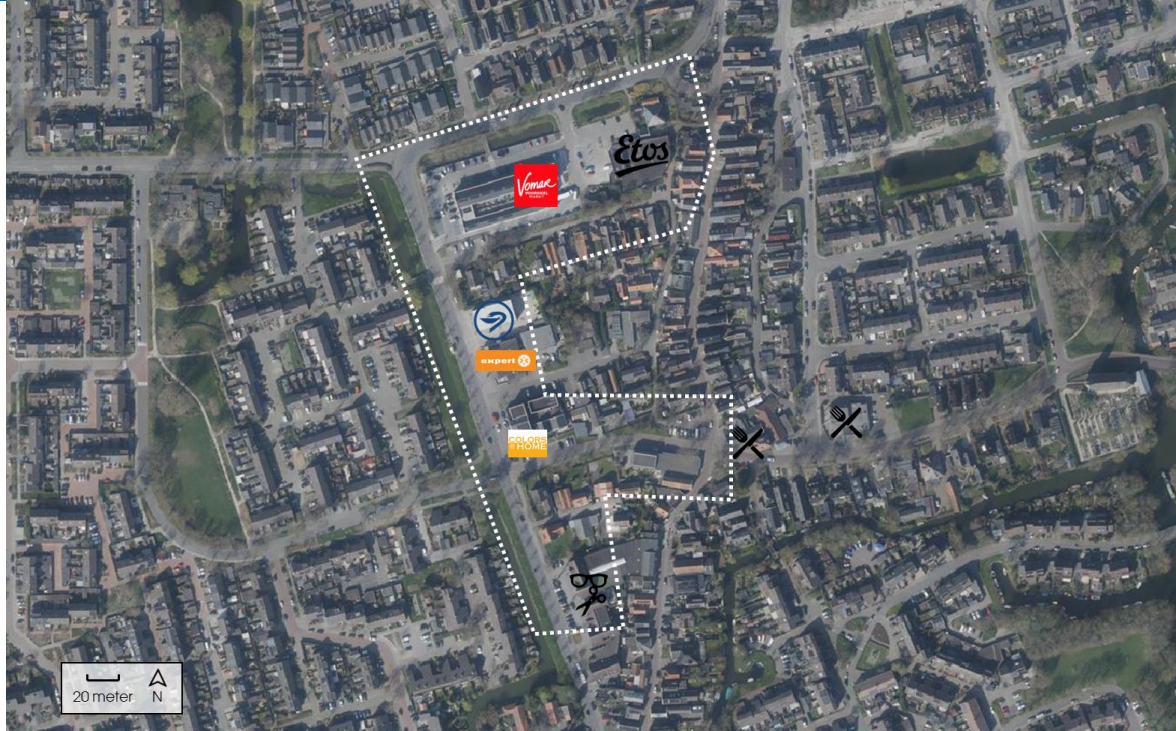
VERDELING VERKOOPPUNTEN

VERDELING IN M² WVO

Legenda

- | | | | | |
|-------------|------------------|--------------|-----------------|-----------------------|
| ■ Dagelijks | ■ Mode & Luxe | ■ Vrije Tijd | ■ In en om huis | ■ overig detailhandel |
| ■ Horeca | ■ Overig leisure | ■ Diensten | ■ 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 hoofdbanches 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 leisurefuncties. Een prettig verblijf staat voorop. We gaan van winkelgebieden waar transacties het hoofddoel vormden, naar verblijfsgebieden waar attractie en vermaak de belangrijkste doelen zijn.

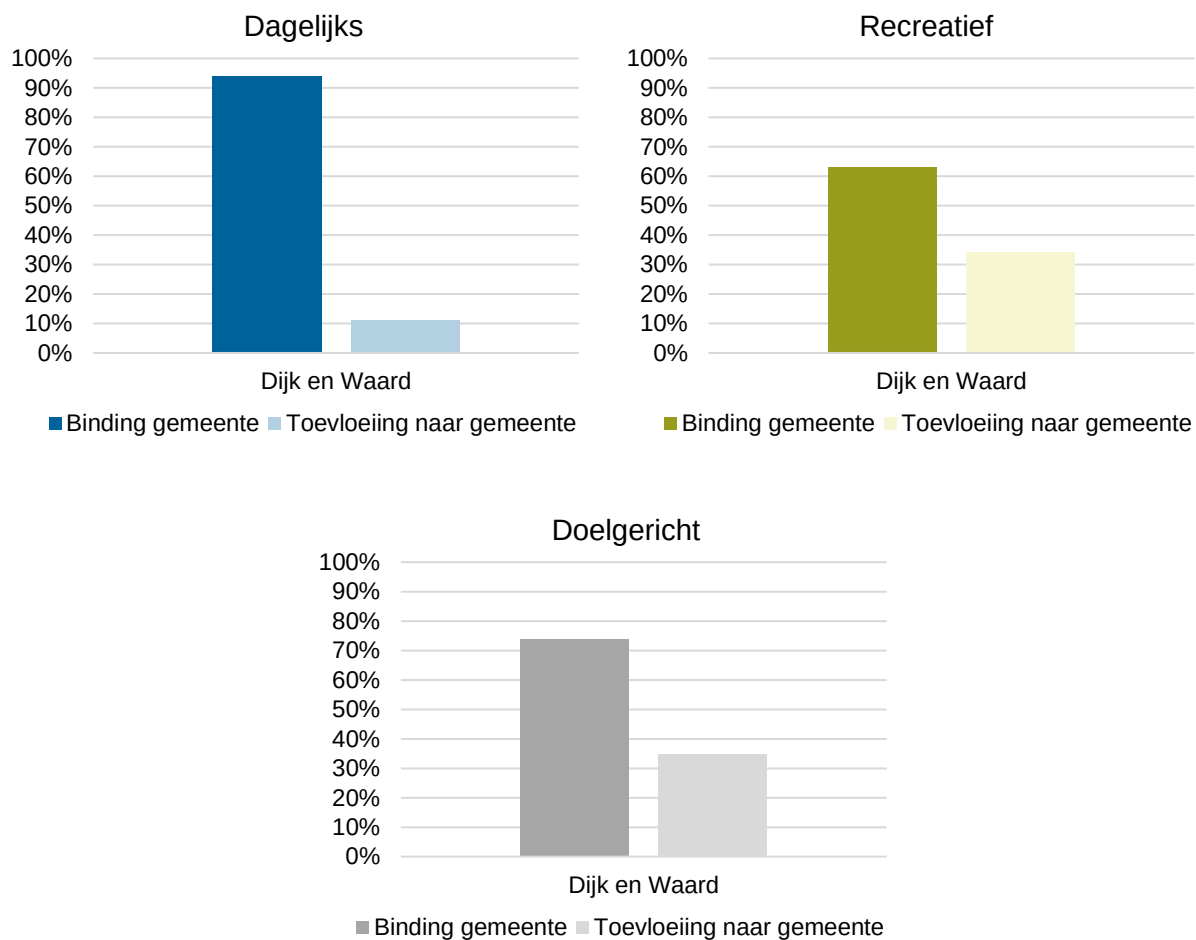
Vloerproductiviteit

De vloerproductiviteit (omzet in € per m² wvo) is een veelgebruikt kengetal om het functioneren van een winkel inzichtelijk te maken.

Winkelvloeroppervlakte (WVO)

De winkelvloeroppervlakte betreft de winkelloppervlakte 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.

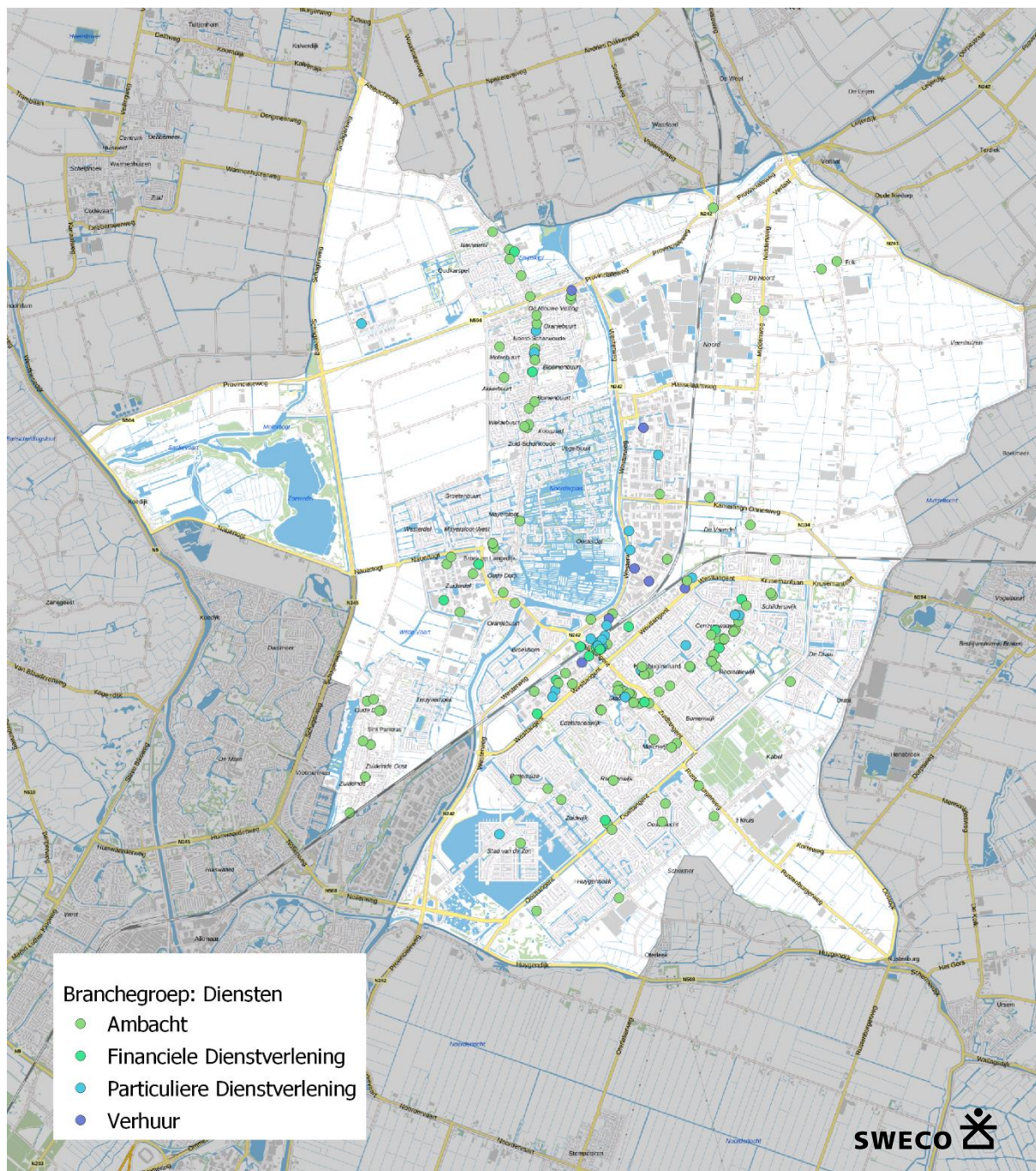
Bijlage 3 Kooporiëntaties Dijk en Waard



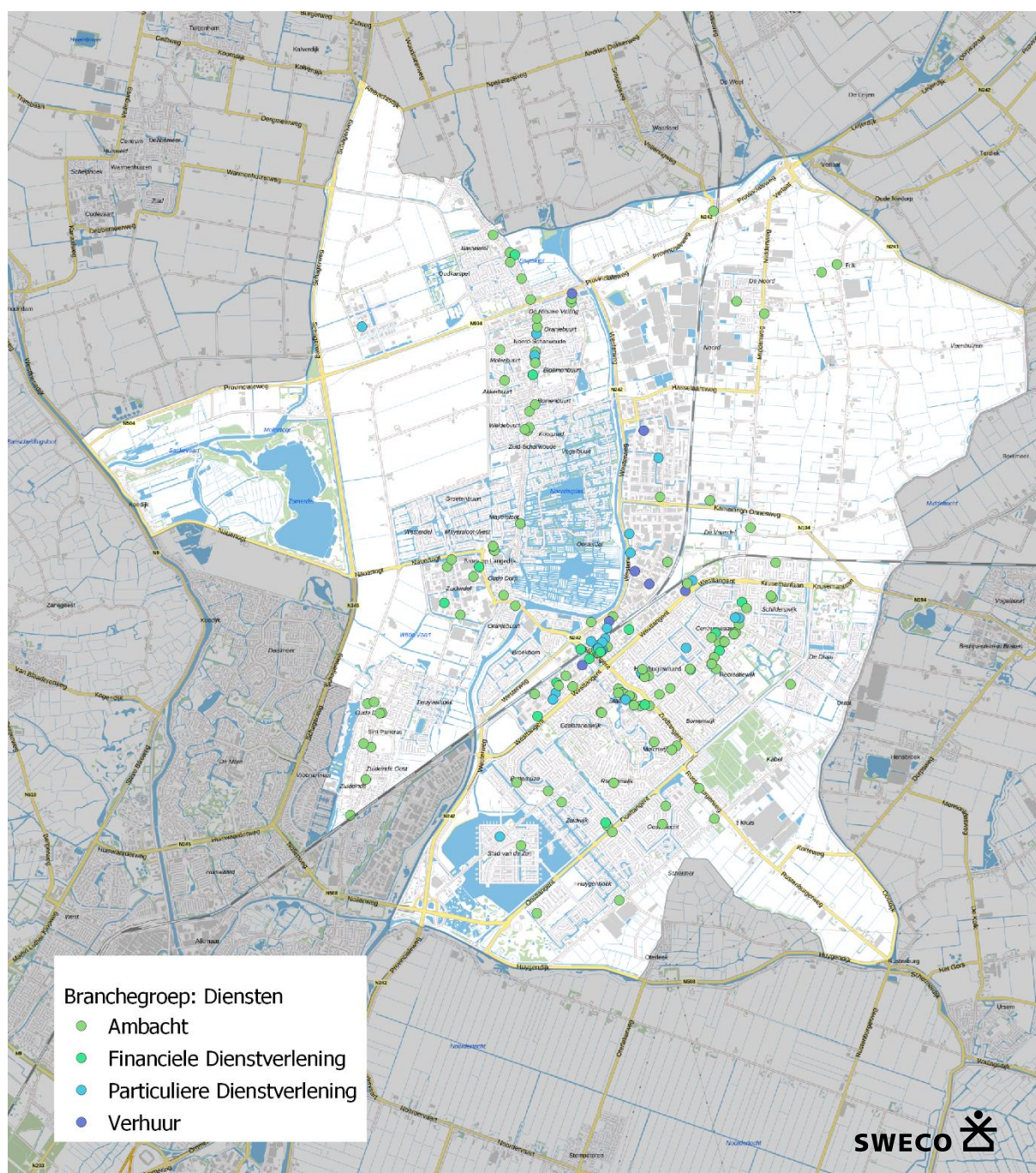
FIGUUR 34 KOOPSTROMEN (BINDING EN TOEVLOEIING) DIJK EN WAARD

Bron: KSO 2021. Verdieping I&O

Bijlage 4 Locaties leisure en diensten



FIGUUR 35 LOCATIES VERKOOPPUNTEN DIENSTEN
Bron: Locatus mei 2023, d.m.v. Batchgeo



FIGUUR 36 LOCATIES VERKOOPPUNTEN LEISURE
Bron: Locatus mei 2023, d.m.v. Batchgeo