

EINDCONCEPT

Detailhandelsnota 2020-2025
Gemeente Hoorn

dtNp

Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Graafseweg 109
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83
E info@dtnp.nl
W www.dtnp.nl

EINDCONCEPT

Opdrachtgever:	Gemeente Hoorn
Contactpersoon:	De heer G. Koolen
Projectteam DTNP:	De heer K. Trommelen
	De heer T. Wissink
Projectnummer:	1854.0617
Datum:	11 juni 2020

Detailhandelsnota 2020-2025 Gemeente Hoorn

Inhoudsopgave

1	**Context**	**1**
1.1	Aanleiding	2
1.2	Huidige positie	3
1.3	Huidige winkelstructuur	4
1.4	Beleid	11
2	**Trends en ontwikkelingen**	**13**
2.1	De Nederlandse winkelmarkt	14
2.2	Hoe zit dat in Hoorn?	18
3	**Visie winkelstructuur**	**20**
3.1	Uitgangspunten en ambities	21
3.2	Gewenste winkelstructuur	23
3.4	Hof van Hoorn	27
3.5	Boodschappenstructuur	28
3.6	Overige locaties	30
4	**Beleidskader**	**31**
4.1	Vasthouden aan ruimtelijke keuzes	32
4.3	Vertaling naar bestemmingsplannen	33

Bijlagen		**34**
Bijlage A - Aanbodontwikkeling binnenstad		35
Bijlage B - Bezoekersonderzoek		36
Bijlage C - Verspreid aanbod		37
Bijlage D - Ontwikkeling omvang supermarkten NL		37
Bijlage E - Combinatiebezoek		38
Bijlage F - Aanbodontwikkeling gemeente Hoorn		39
Bijlage G - Marktruimte supermarkten		40
Bijlage H - Marktruimte doe-het-zelfsector		42





1 Context

1.1 Aanleiding

De detailhandelssector ondergaat grote veranderingen. Ondanks een aantrekkende economie hebben veel fysieke winkels en winkelgebieden het moeilijk. Ook in Hoorn is dit merkbaar en meetbaar. Uit het koopstromenonderzoek Randstad* blijkt dat in heel Hoorn de lokale koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector tussen 2011 en 2018 met 15% is afgenomen. De afvloeiing naar internet in deze sector is in Hoorn in diezelfde periode gegroeid van 11% naar 25%.

Het visitekaartje van de gemeente Hoorn is de historische binnenstad. Juist hier nemen de winkelbestedingen al jaren af. Alleen al in de periode 2016-2018 is in de binnenstad de omzet in de niet-dagelijkse winkelsector met 15 miljoen euro afgenomen. Dat zet het functioneren van het winkelaanbod onder druk.

Het huidige detailhandelsbeleid van Hoorn dateert uit 2005. Omdat dit beleid verouderd is heeft de gemeente behoefte aan nieuw detailhandelsbeleid. Ook de regionale detailhandelsvisie Westfriesland vraagt om lokale uitwerking.

De gemeente heeft DTNP opdracht gegeven om een nieuwe detailhandelsnota op te stellen.

Doel

Deze nota dient als toetsingskader voor nieuwe ontwikkelingen en als uitvoeringsprogramma om de winkelstructuur te versterken. Met dit rapport worden de volgende hoofdvragen beantwoord:

- Is de detailhandel in Hoorn toekomstbestendig?
- Welke (beleids)keuzes moeten in dat verband worden gemaakt?

In een op deze beleidsnota volgende losse uitvoeringsnota worden concrete acties per centrum benoemd.

Leeswijzer

In het vervolg van hoofdstuk 1 wordt de huidige detailhandelsstructuur in Hoorn beschreven. In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de landelijke trends en hun lokale uitwerking op Hoorn. Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 de visie op de wenselijke detailhandelsstructuur van Hoorn uiteengezet. In hoofdstuk 4 wordt het beleidskader opgenomen.



Winkeltrends raken juist het hart van Hoorn



Ook elders in de gemeente veel ontwikkelingen

* I&O Research/DTNP (2018), Koopstromenonderzoek Randstad 2018.

1.2 Huidige positie

Historische groeistad aan het Hoornsche Hop

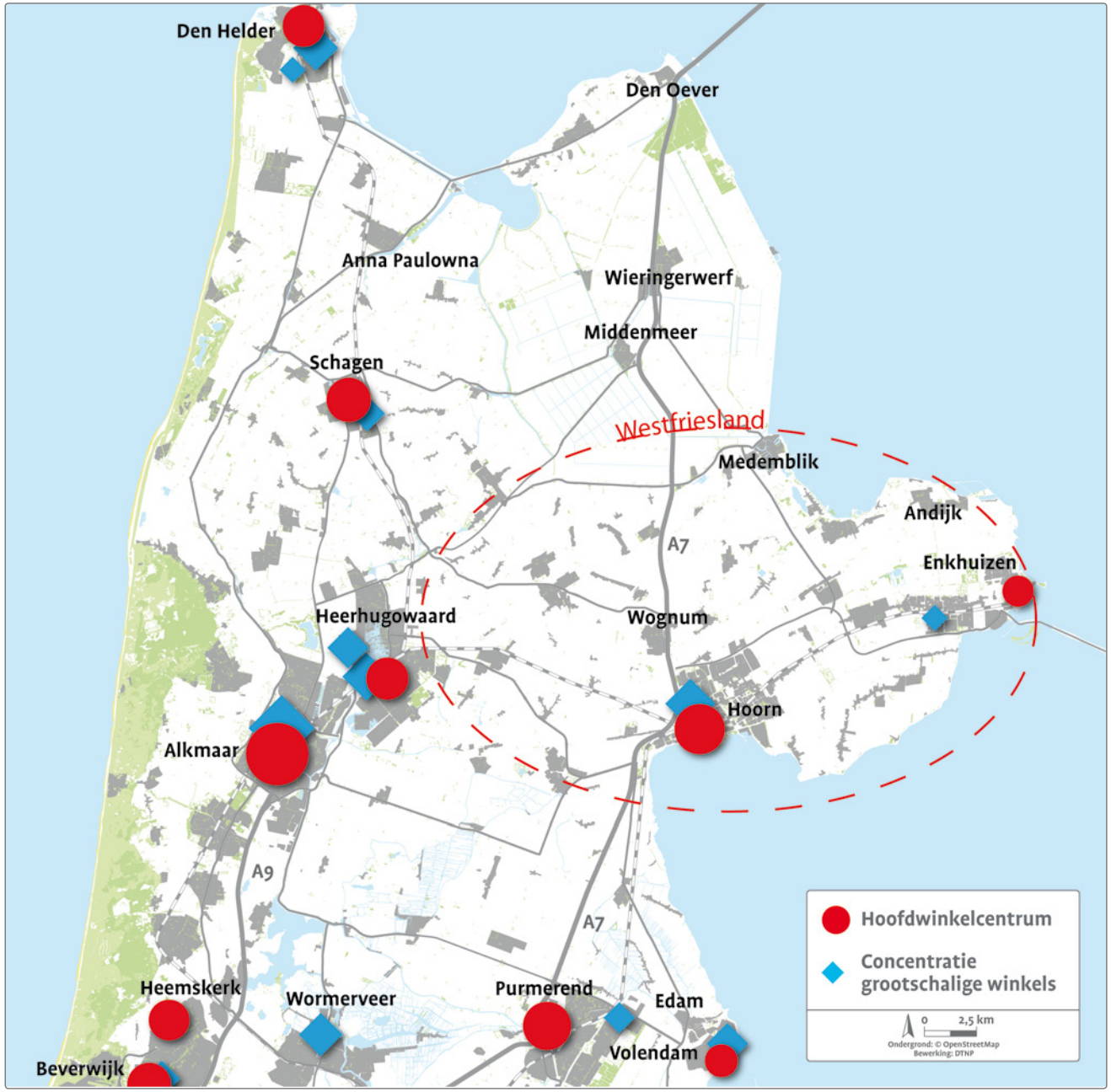
- Hoorn heeft een rijke historie als een van de belangrijkste steden uit de VOC-tijd. In de binnenstad is dat terug te zien in de monumentale panden, de musea en het waterfront met verschillende (binnen)havens.
- Hoorn is de grootste stad in Westfriesland. Dit en de schakelfunctie in de regionale ontsluiting (A7 en spoor) maakt Hoorn de hoofdkern van de regio.
- Er wonen nu circa 72.800 mensen in de gemeente Hoorn*. Hoorn groeit: rond 2025 zijn er naar verwachting ongeveer 76.400 inwoners**. De woningbouw concentreert zich in de 'stedelijke rand' rond de binnenstad en de uitlegwijk Bangert & Oosterpolder.

Regionale verzorgingsfunctie

- De binnenstad van Hoorn en de woonboulevard Hof van Hoorn zijn de grootste winkelgebieden in Westfriesland. In Noord-Holland Noord heeft alleen Alkmaar grotere centra.
- Door de omvang van het aanbod en de ligging hebben de binnenstad en Hof van Hoorn een verzorgingsfunctie voor de omliggende Westfriese gemeenten.

* Gemeente Hoorn (2019), Hoorn.nl.
** Gemeente Hoorn (2019), Rigo Prognose Hoorn.

Hoofdwinkelgebieden in Noord-Holland Noord geschaald naar omvang in m² winkelvloeroppervlak



- In de binnenstad lopen de bestedingen terug. Die krimp vindt vooral plaats in de 'recreatieve' winkelbranches: in 2018 is er € 9 miljoen minder besteed in Mode & luxe dan in 2016.
- In het hoogseizoen heeft de binnenstad van Hoorn ook een recreatief-toeristische aantrekkingskracht. De winkels zijn een belangrijk onderdeel van het toeristische product van de binnenstad.

1.3 Huidige winkelstructuur

In de gemeente Hoorn zijn circa 460 winkels aanwezig, met samen bijna 140.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo).* Per inwoner is dat een relatief groot winkelaanbod, vooral door het grote vloeroppervlak in de branches In en om het huis**. Er staan in de hele gemeente bijna 60 verkooppunten (winkels, horeca, diensten) leeg, van samen 11.500 m² wvo. Het overgrote deel daarvan is te vinden in de binnenstad: ruim 40 lege verkooppunten van samen bijna 7.000 m² wvo.

In de binnenstad zijn ongeveer 260 winkels. Dit is meer dan de helft van het totale aantal winkels in de gemeente. Het winkeloppervlak in de binnenstad bedraagt ongeveer 40.000 m² wvo (minder dan 30% van het totale winkelvloeroppervlak). De gemiddelde winkelomvang in de binnenstad is met ± 150 m² wvo relatief klein***. Het aantal grote panden is beperkt. Veel van de grotere winkels (waaronder sport en elektronica) zijn elders gevestigd.

Het winkeloppervlak van woonthemacentrum Hof van Hoorn is even groot als de binnenstad, terwijl op Hof van Hoorn nog geen 30 winkels zijn gevestigd (ruim 1.300 m² wvo per winkel).

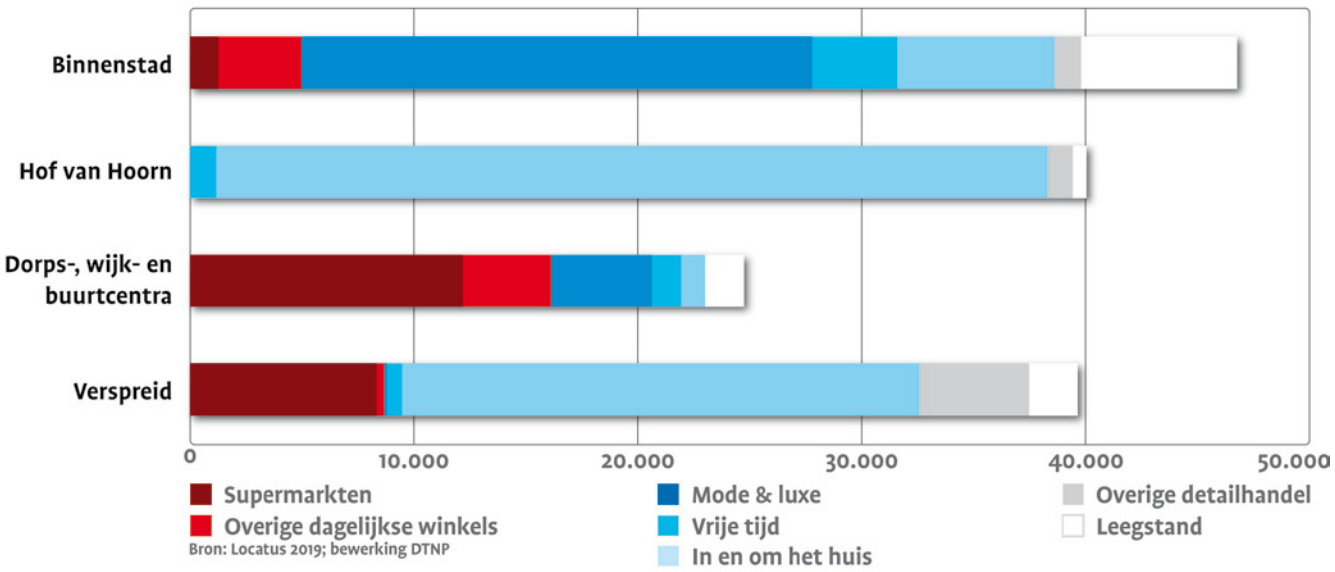
* Locatus, Verkooppuntenbestand februari 2019.
** 1.920 m² wvo winkelaanbod per 1.000 inwoners t.o.v. gemiddeld 1.620 m² wvo per 1.000 inwoners.

*** Locatus: in hoofdcentra van 30.000 tot 50.000 m² wvo gemiddeld 213 m² wvo

Divers aanbod binnenstad

- Met ruim 260 winkels is de binnenstad van Hoorn de meest gevarieerde winkellocatie in de gemeente. Het meeste winkelaanbod valt binnen de branche Mode & luxe.
- Andere publieksfuncties zijn o.a. de circa 120 vrijetijdsfuncties (horeca, theaters, etc.) en circa 110 dienstverleners (kappers, banken, etc.).
- In de binnenstad is een groot aantal winkels van zelfstandige ondernemers te vinden. Slechts 40% van de winkels is een filiaalbedrijf.

Winkelaanbod in Hoorn naar branche en locatie (m² wvo)



- Enkele veel voorkomende grote modische winkeltrekkers (o.a. H&M, Zara en Sting) ontbreken in Hoorn.
- Ook het supermarktaanbod is beperkt (kleine Deen), zeker na het verplaatsen van de Aldi (Vale Hen) naar de Grote Beer.
- De grote Albert Heijn maakt door haar ligging aan de noordzijde van het spoor geen deel uit van de binnenstad. Supermarkten vervullen dan ook geen grote publiekstrekkersrol voor de binnenstad van Hoorn.

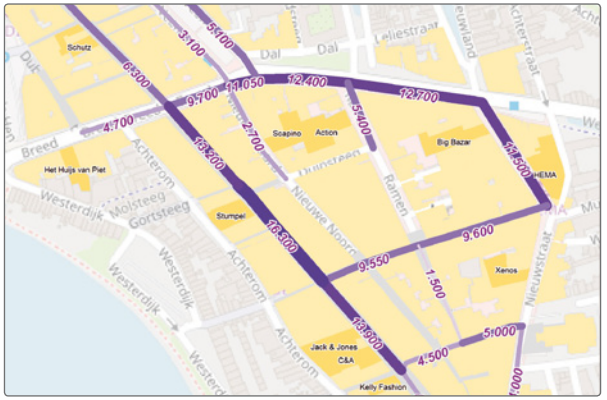
Functioneel-ruimtelijke opzet binnenstad

- De binnenstad is het gebied tussen treinstation, Hoornsche Hop en Markermeer en kenmerkt zich door de historiciteit en verblijfskwaliteit. Belangrijke plekken zijn onder andere Roode Steen, Kerkplein en de havens. De ruimtelijke relatie tussen de verschillende deelgebieden van de binnenstad is matig (bijv. havengebied).
- De detailhandel is voornamelijk gevestigd tussen NS-station en Roode Steen. Andere functies, zoals horeca, dienstverlening en cultuur liggen verspreid over de hele binnenstad.
- Het Grote Noord (tussen Breed en Lange Kerkstraat) is veruit het drukst, met in het midden circa 2.500 passanten per uur op zaterdag.* Van oudsher bestaat het 'winkelrondje' uit Grote Noord, Breed, Gedempte Turfhaven, Gouw en Nieuwsteeg. Publiekstrekkers, zoals Hema, Action en Costes liggen verspreid in dit gebied.
- Het Grote Noord, Gouw en Nieuwsteeg zijn monofunctionele 'winkelstraten'.
- Aan Gedempte Turfhaven en Breed zijn ook horeca en diensten gevestigd. Het Kleine Noord en Veemarkt zijn uitlopers van het huidige kernwinkelgebied.
- De 'Hoornse Straatjes' vormen een kleinschalig 'dwaalmilieu' met bijzonder aanbod.
- De binnenstad ligt excentrisch in de gemeente. Hierdoor is de gemiddelde afstand vanuit de woonwijken naar de binnenstad relatief groot. Het spoor vormt een extra barrière voor auto- en fietsverkeer.
- De nabijheid van het station (trein, bus) zorgt voor goede OV-bereikbaarheid. Openbaar vervoer wordt echter door minder dan 10% van de bezoekers gebruikt om de binnenstad te bezoeken.**
- Veel van de grotere P-locaties (Pelmolenpad, P+R-terrein, Jeudje, het Park, etc.) liggen op enige afstand van het winkelrond-

* Locatus (2018), Passantentelling binnenstad Hoorn.
** I&O Research/DTNP, Koopstromenonderzoek Randstad 2018. DTNP, Bezoekersonderzoek 2017, (zie bijlage B).



Grote binnenstad met verschillende deelgebieden


Grote Noord veruit drukste straat



Ook leegstand in het winkelrondje

je (geen zichtrelatie). Deze zijn vooral geschikt voor lang- en middellangparkeerders.
- De kleinere P-locaties Veemarkt, Noorder Veemarkt, Westerdijk, Vale Hen, Kerkplein en de straatparkeerplaatsen (o.a. Breed en Gedempte Turfhaven) liggen nabij of zelfs in de binnenstad en lenen zich bij uitstek voor middellang- en kortparkeerders.
- Bezoekers kunnen fietsend dicht bij hun bestemming komen. Alleen Grote Noord, Kleine Noord, Nieuwsteeg, Lange Kerkstraat, Kruisstraat en het zuidelijke deel van Nieuwe Noord zijn voetgangersgebieden (verboden te fietsen tijdens winkeltijd).
- De stallingscapaciteit voor fietsers dicht bij het 'rondje' is gering; de fietsen staan overal.

Consument en aanbod binnenstad veranderd

- De winkelbestedingen in de binnenstad van Hoorn nemen in snel tempo af. In de niet-dagelijkse sector verloor de binnenstad in twee jaar tijd 12% van de bestedingen, circa 15 miljoen euro (I&O Research/DTNP, 2018). Deze terugloop komt vooral doordat meer bestedingen worden gedaan via internet.
- Sinds 2015 is het aantal winkels afgenomen (-30). Alleen ambachten (o.a. kappers, tattoo-shops) zijn beperkt in aantal toegenomen*.
- In de periode 2016-2018 is het aantal passanten op de meeste locaties afgenomen**.
- Uit bezoekersonderzoek*** blijkt dat de meeste bezoekers (meer dan 50%) van de binnenstad een doelgericht bezoekmotief heeft. Ze komen voor een boodschap of een of enkele van te voren bedachte aankopen.
- Horecabezoek of 'zien en verblijven' is voor ongeveer een kwart van de bezoekers het belangrijkste bezoekmotief.
- Recreatief winkelen is slechts voor circa 15% van de bezoekers de reden om naar het centrum te komen. Dit komt overeen met uitkomsten van bezoekersonderzoeken in andere middelgrote centra; door het beperkte aandeel recreatieve winkelaars verblijft tweederde van alle bezoekers korter dan één uur in centra zoals dat van Hoorn.
- De dynamiek in de binnenstad is hoog (verplaatsers, starters en stoppers).

* Zie bijlage A - Aanbodontwikkeling binnenstad.
** Locatus (2018), Passantentelling Hoorn-Centrum.
*** Zie bijlage B - Bezoekersonderzoek binnenstad.



Hoge dynamiek: starters, stoppers, verplaatsers



Van publiek naar privé: transformatie naar wonen


Andere motieven dan winkelbezoek groeiende

Hof van Hoorn

Hof van Hoorn is een middelgrote 'woonboulevard', gelegen aan de Provincialeweg, met winkels in het lage en middensegment.

- Hof van Hoorn huisvest 28 winkels van samen 39.400 m² wvo. Circa 70% van het winkelaanbod bestaat uit typische branches voor woonboulevards: bouwmarkten en woninginrichting (meubels, keukens, woonwarenhuizen, slaapkamer/bed, etc.).
- In contrast met de binnenstad zijn hier de bestedingen tussen 2016 en 2018 met circa 10% toegenomen (I&O Research/DTNP, 2018). Ook is de leegstand afgenomen en het aanbod in die periode toegenomen, vooral door de ontwikkelingen in de woningmarkt (van stagnatie naar groei).
- Overige branches op Hof van Hoorn zijn o.a. elektronica, sport, fietsen, dierbenodigdheden en tweedehands artikelen. Elektronica is de grootste van deze branches met Mediamarkt, EP en BCC, van gezamenlijk 6.300 m² wvo. De gemeente spreekt in haar beleid dan ook van een 'woonthemacentrum'.
- Hof van Hoorn is lokaal en regionaal goed (auto)bereikbaar door de ligging aan de Provincialeweg en de goede aansluiting op de A7. Parkeren kan direct voor de winkels.
- De minimale maat van winkels in het bestemmingsplan is 750 m² wvo. Buiten de toegestane branches* zijn enkele andere branches onder voorwaarden mogelijk, zoals sportartikelen, fietsen en dierenbenodigdheden.

Boodschappenaanbod in de wijken

Het dagelijkse winkelaanbod (supermarkten, verszaken, drogisten) in Hoorn is vooral gevestigd in de wijk- en buurtcentra. Voor de primaire boodschappen is nabijheid een belangrijke factor. Het dagelijkse winkelaanbod in Hoorn is met circa 409 m² wvo per 1.000 inwoners ruim (landelijk 370 m² wvo). De dagelijkse winkels hebben met name een lokale functie (circa 84% van de omzet uit de eigen gemeente)**.

Supermarkten zijn de belangrijkste dagelijkse winkels. Er zijn in de gemeente Hoorn zestien grote supermarkten aanwezig, waarvan acht Deen-supermarkten en vier discounters (Lidl, Aldi). Vier supermarkten zijn kleiner dan 1.000 m² wvo. Verder zijn er nog negen kleine (mini) supermarkten van samen 2.100 m² wvo.

Risdam (17.700 inwoners)

De wijk Risdam ligt tussen de Oostergouw en de A7. Er zijn twee centrumgebieden: De Hues-

* Bouwmarkten, woninginrichting, tuininrichting en elektronica.

** I&O Research/DTNP, Koopstromenonderzoek Randstad 2018.



Hof van Hoorn toename bestedingen



Boodschappen doen in wijk en buurt



Specialistische supermarkt in Hoorn

molen en de Korenbloem. Het gezamenlijke dagelijkse aanbod (circa 6.700 m² wvo) is ruim voor het inwonertal van de wijk.

- De Huesmolen is het wijkwinkelcentrum van Risdam. Er zijn twee supermarkten (Lidl en Deen). De Lidl-supermarkt is aan de kleine kant, maar verplaatst naar verwachting naar de noordzijde. Deen vergroot tot circa 1.600 m² wvo. Het niet-dagelijkse aanbod, zoals kleding, huishoudelijke artikelen, boeken en schoenen bedraagt ruim 2.000 m² wvo. De Huesmolen heeft flink veel leegstand (ruim 1.500 m ² wvo). Voor zowel het oude postkantoor (reeds gesloopt) als de oude 'versmarkt' zijn ontwikkelplannen. Centraal in het winkelcentrum ligt het wijkcentrum, de bibliotheek en bowling Hoorn.
- Korenbloem is het buurtcentrum voor Risdam-noord. Opvallend is hier de grote Dekamarkt van circa 2.500 m² wvo, de grootste supermarkt van Hoorn. Het overige aanbod is beperkt en bestaat vooral uit overig dagelijks aanbod (versspeciaalzaken, drogist).

Kersenboogerd (20.900 inwoners)

De grote wijk Kersenboogerd ligt tussen de IJsselweg en de Provincialeweg. De wijk heeft één wijkwinkelcentrum en twee solitaire supermarkten. Het dagelijkse winkelaanbod (circa 4.900 m² wvo) in de hele wijk is relatief klein voor het inwonertal. Bestedingen uit de wijk vloeien deels af naar de moderne Lidl aan de Holenweg.

- Wijkwinkelcentrum de Kersenboogerd heeft twee supermarkten (Deen en Vomar), deze zijn beide van beperkte omvang (≤ 1.000 m² wvo). Er is voor een wijkcentrum een relatief compleet overig aanbod, met o.a. verszaken, twee drogisten, Zeeman, Shoeby, Blokker, dierbenodigdheden, etc. Het centrum is enigszins gedateerd en heeft een gesegmenteerde ruimtelijke structuur: twee winkelpleinen met een weinig aansprekende verbinding. Tegenover het winkelcentrum ligt een bibliotheek en een gezondheidscentrum. Het centrum ligt naast het treinstation.
- Deen (Stan Kentonhof): Deze solitaire supermarkt is de grootste in de wijk (1.250 m² wvo). De supermarkt heeft een groot eigen verzorgingsgebied (oosten van de wijk). De supermarkt ligt bij een school en huisartsenpraktijk.
- Supermarkt Mleczko Delikatesy: Langs de Spaarneweg ligt een oude 'voorzieningenstrip' ter hoogte van de Rondeelstraat. In het pand van de voormalige Aldi zit nu een kleine supermarkt (circa 700 m² wvo). In de rest van de strip zitten horecabedrijven en diensten.



De Huesmolen grootste wijkcentrum



Grootste supermarkt van Hoorn in Korenbloem



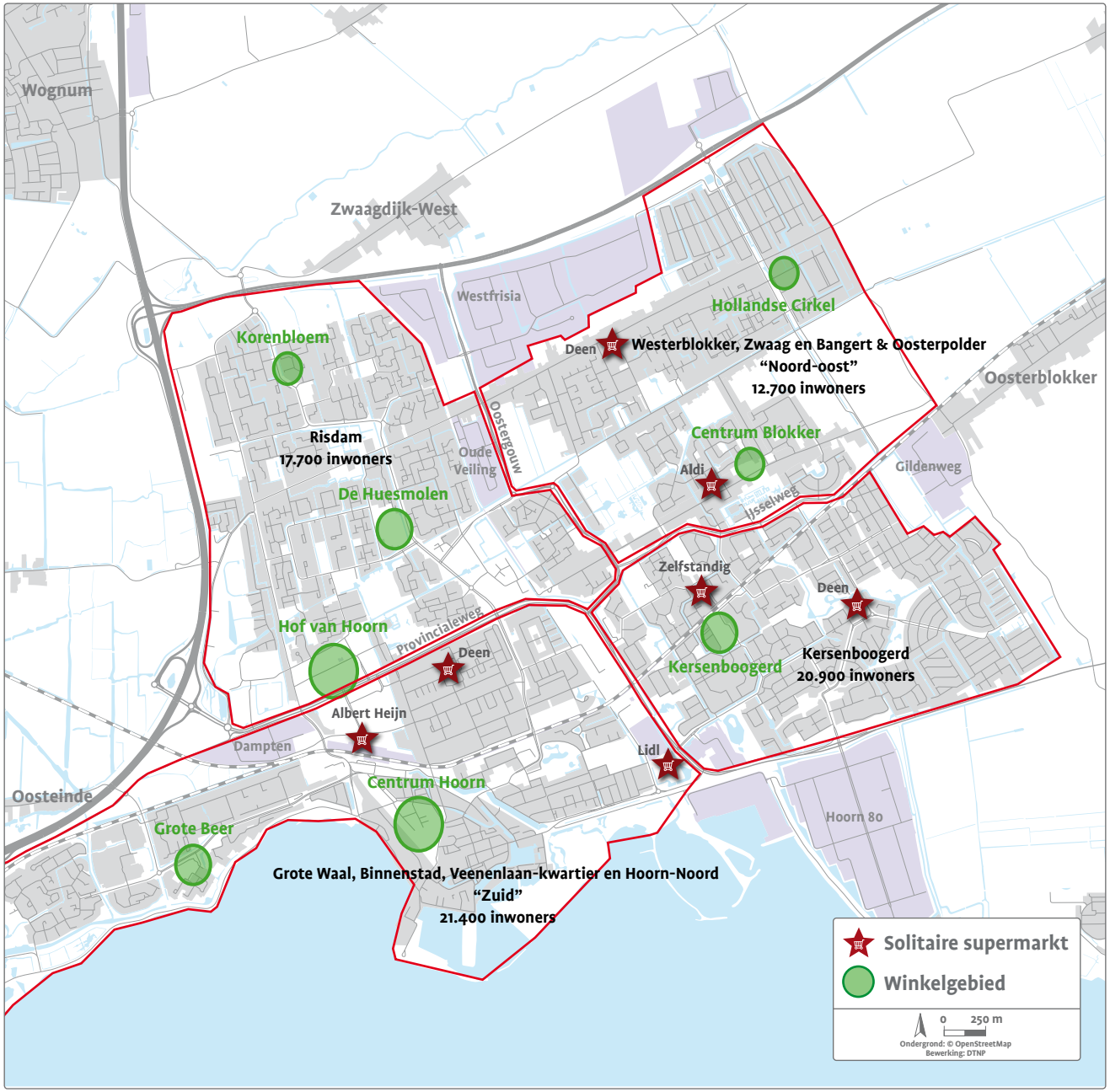
Kersenboogerd heeft compleet aanbod

“Noord-oost” (12.700 inwoners)

Dit gebied bestaat uit twee dorpslinten (Blokker, Zwaag) en een nieuwbouwwijk (Bangert). Dit gebied heeft geen centraal gelegen, compleet wijkwinkelcentrum. Samen is er circa 5.300 m² wvo dagelijks winkelaanbod in het hele gebied. Dat is relatief veel voor het inwonertal.

- Blokker-Centrum: In het dorpscentrum van (Wester)Blokker vindt de consument, naast het basis dagelijkse aanbod met een (vernieuwde) Deen-supermarkt, ook een Action.
- Aldi Blokker: Naast een kleine Aldi (750 m² wvo) is in hetzelfde pand een kapper en een juwelier gevestigd. Dit gebied heeft door de afstand (200 meter) geen ruimtelijk-functionele relatie met Blokker-Centrum.
- Deen Zwaag: Aan de Dorpsstraat van Zwaag zijn verspreid voorzieningen gevestigd. Op de hoek met de Pastoor Nuijenstraat liggen een Deen-supermarkt (± 900 m² wvo) en enkele overige voorzieningen (o.a. horeca).
- Hollandse Cirkel: Dit nieuwe buurtcentrum voor Bangert & Oosterpolder is een compact, modern centrum, met circa tien voorzieningen voor de frequente benodigdheden, waaronder een ruime Deen-supermarkt (1.500 m² wvo).

Verzorgingsgebieden van de dagelijkse voorzieningen in Hoorn met winkelgebieden en solitaire supermarkten



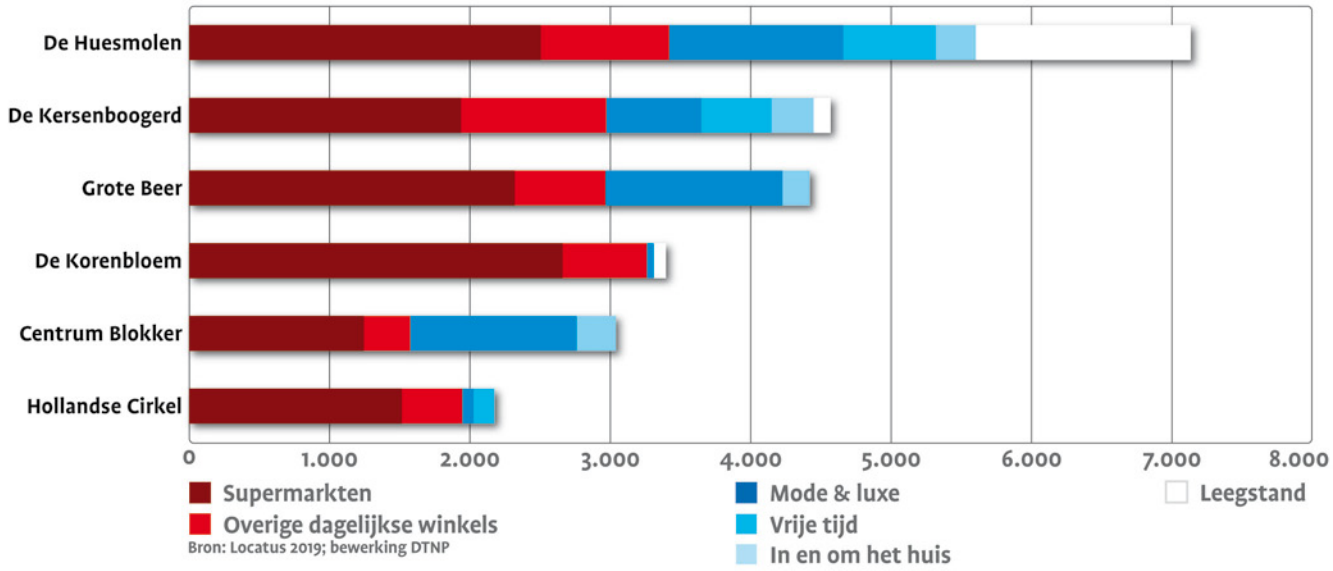
“Zuid” (21.400 inwoners)

Het gebied ten zuiden van de Provincialeweg bestaat uit drie verschillende gebieden: de historische binnenstad, de oude ‘stadswijken’ van Hoorn (tussen singel en Provincialeweg) en de jaren ‘70-wijk Grote Waal (west). “Zuid” heeft veruit het grootste dagelijkse winkelaanbod (12.600 m² wvo)*. Veel aanbod heeft een bovenlokale functie:

- De binnenstad: Het dagelijks winkelaanbod is specialistisch en gericht op inwoners uit de hele gemeente en zelfs daarbuiten (wijn, delicatessen, koffie/thee, taarten, toko, zoetwaren, biologische supermarkt, etc.). Het supermarktaanbod is beperkt met een Deen van circa 400 m² wvo. Bewoners van de binnenstad bezoeken daarom ook dagelijkse winkels buiten het centrum.
- Grote Beer: Dit wijkcentrum is recent totaal vernieuwd. Het centrum heeft o.a. twee moderne supermarkten (Aldi, Deka), verszaken, een drogist en een bloemist, evenals een grote Bristol. Koopstromenonderzoek wijst uit dat driekwart van de bestedingen uit de wijk Grote Waal komt, het overige deel komt zowel van buiten de gemeente (Oosteinde, Scharwoude) als vanuit de binnenstad.
- Albert Heijn Van Dedemstraat: Deze solitaire grote Albert Heijn-supermarkt (± 1.800 m² wvo) ligt nabij de binnenstad, het NS-station en het P+R-terrein. Mede door de omvang en ligging en doordat het de enige Albert Heijn-supermarkt van Hoorn is, heeft deze supermarkt een verzorgingsfunctie voor de bewoners van de binnenstad, overig Hoorn, forenzen en (binnenstads)bezoekers uit Westfriesland.
- Lidl Clausplein: Deze solitaire Lidl-supermarkt is de grootste discountsupermarkt (circa 1.500 m² wvo) van de gemeente. Deze supermarkt ligt solitair op de grens tussen de verzorgingsgebieden Zuid en Kersenboogerd, en is goed bereikbaar.

* Binnenstad 5.000 m² wvo; Lidl / Deen en AH samen 4.700 m² wvo / Grote Beer 3.000 m² wvo dagelijks winkelaanbod.

Boodschappencentra in Hoorn naar branche en omvang



Bron: Locatus 2019; bewerking DTNP



Vernieuwd wijkcentrum Grote Beer

- Deen Vredehofstraat: Deze solitaire supermarkt (circa 1.300 m² wvo) ligt centraal in de buurt 'Hoorn Noord' en heeft daar een belangrijke buurtverzorgende functie.

Verspreide niet-dagelijkse winkels

Op een aantal locaties zijn winkels gevestigd buiten de normale winkelgebieden (zie grafiek bijlage C). De belangrijkste zijn:

- Tuincentrum Overvecht, met een omvang van bijna 6.000 m² wvo. Dit tuincentrum is goed ontsloten (bij afrit A7 aan de Berkhouterweg).
- Op bedrijventerrein Westfrisia liggen aan de straten De Factorij, De Corantijn, De Compagnie en De Marowijne circa 20 winkels van samen circa 10.800 m² wvo. Driekwart van die winkels vallen binnen de woninginrichting (met name keukenwinkels). De grootste winkel is tweehandswinkel Noppes van 3.000 m² wvo.
- Op bedrijventerrein De Oude Veiling zijn circa tien winkels gevestigd, waaronder bouwmarkt Karwei, van circa 3.500 m² wvo. Verder betreft het o.a. fietsen, kringloop en parket.

1.4 Beleid

Voor het toekomstige detailhandelsbeleid zijn een aantal beleidsstukken en besluiten van gemeente, regio en provincie relevant.

Gemeente Hoorn

- In de Poort van Hoorn (de entreezone van de stad) wordt de komende jaren ingezet op de ontwikkeling van een aantrekkelijk stedelijk milieu. De groeiambitie zal vooral in dit gebied worden gerealiseerd (minimaal +1.000 woningen). Om deze ambities te realiseren wordt de grote AH-supermarkt verplaatst naar een andere locatie in de stad en wordt een kleinere 'binnenstadsformule' ontwikkeld, zonder extra parkeerbehoefte, gericht op forensen en bewoners van de binnenstad en de Poort van Hoorn*.
- Ten noorden van het spoor is ruimte voor grote bouwvolumes (zoals ziekenhuis, TOREN, etc.). Ten zuiden van het spoor, rond de historische binnenstad, wordt meer aangesloten bij de historische schaal en maat.* In dit gebied is het versterken van de verblijfskwaliteit door ingrepen in de openbare ruimte (o.a. herstel singelstructuur) een belangrijk

* Gemeente Hoorn (2019), Raadsbesluit Uitgangspunten Gebiedsontwikkeling Poort van Hoorn - 24-9-2019.



Kleine Deen in de binnenstad



Verspreid gelegen winkelvestigingen


Belangrijke ontwikkelingen Poort van Hoorn

doel. Bij de Pelmolenpad-/Prisma-locatie wordt ruimte vrijgehouden voor een eventuele alternatieve ontsluiting naar de binnenstad.

- Voor de Poort van Hoorn en de binnenstad wordt een nieuwe parkeervisie ontwikkeld.*
- In de binnenstadsvisie (2016) wordt ingezet op het principe van de gemengde binnenstad: een aantrekkelijke mix van wonen, werken, voorzieningen en recreatie. Er is een concentratiegebied van winkels aangewezen (kernwinkelgebied). In de aansluitende hoofd- en zijstraten zijn ook winkelactiviteiten mogelijk ('gemengd, kleinschalig').

Regio

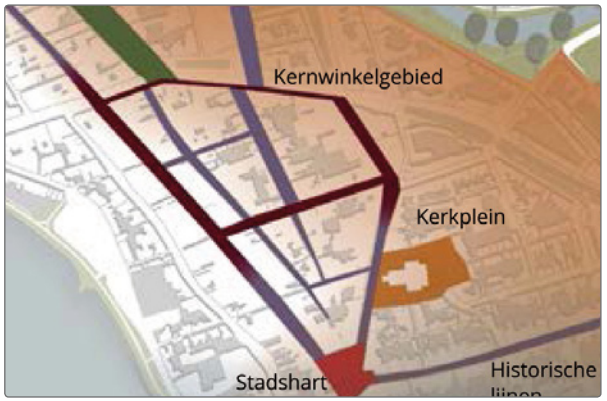
In de regionale detailhandelsvisie Westfriesland worden de binnenstad en Hof van Hoorn als dé twee regionaal-verzorgende winkelcentra van Westfriesland benoemd. Het onderstaande beleidskader is vastgesteld:

- Voor op recreatief gebruik gerichte winkels ligt het primaat bij de binnenstad van Hoorn.
- Concentratie van winkels in volumineus aanbod zo veel mogelijk in Hof van Hoorn. (Verdere) brancheverruiming op deze locatie is niet gewenst.
- Buurt- en wijkcentra: supermarktaanbod passend bij de verzorgingsfunctie, met een moderne omvang.
- Buiten de hoofdstructuur wordt geen medewerking verleend aan initiatieven voor (nieuwe clusters van) detailhandel. Versterking van de structuur vraagt om reductie van verspreide meters.

Provincie**

In het detailhandelsbeleid van de provincie Noord-Holland staat het onderstaande centraal:

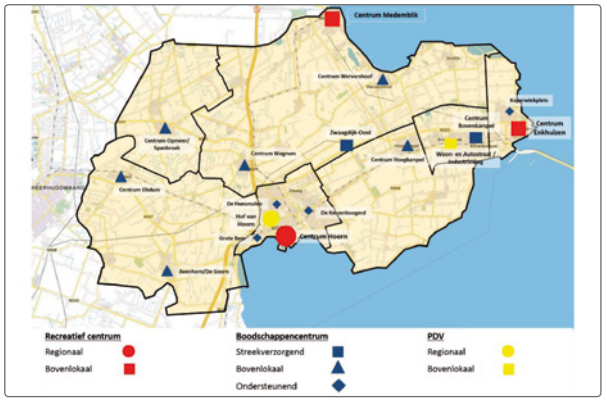
- Noord-Holland Noord, waaronder Westfriesland, heeft te veel winkelaanbod. ***
- Prioriteit bij hoofdwinkelgebieden als Hoorn-Centrum, voorkomen (extra) leegstand;
- Dagelijkse winkels bereikbaar op aanvaardbare afstand, met oog voor leefbare kernen;
- Internet-afhaalpunten situeren in bestaande winkelcentra.



Duiding Kernwinkelgebied Binnenstadsvisie 2016



Parkeervisie: capaciteit op de juiste plek



Detailhandelsvisie Westfriesland 2016

* Met Graumans (2019), Parkeervisie binnenstad en Poort van Hoorn (concept, 06-09-2019).

** Provincie Noord-Holland, Detailhandelsbeleid Noord-Holland 2015-2020 & Structuurvisie Noord-Holland 2040 & Provinciale omgevingsvisie 2019.

*** Provincie Noord-Holland (2019), Monitor Detailhandel.



2 Trends en ontwikkelingen

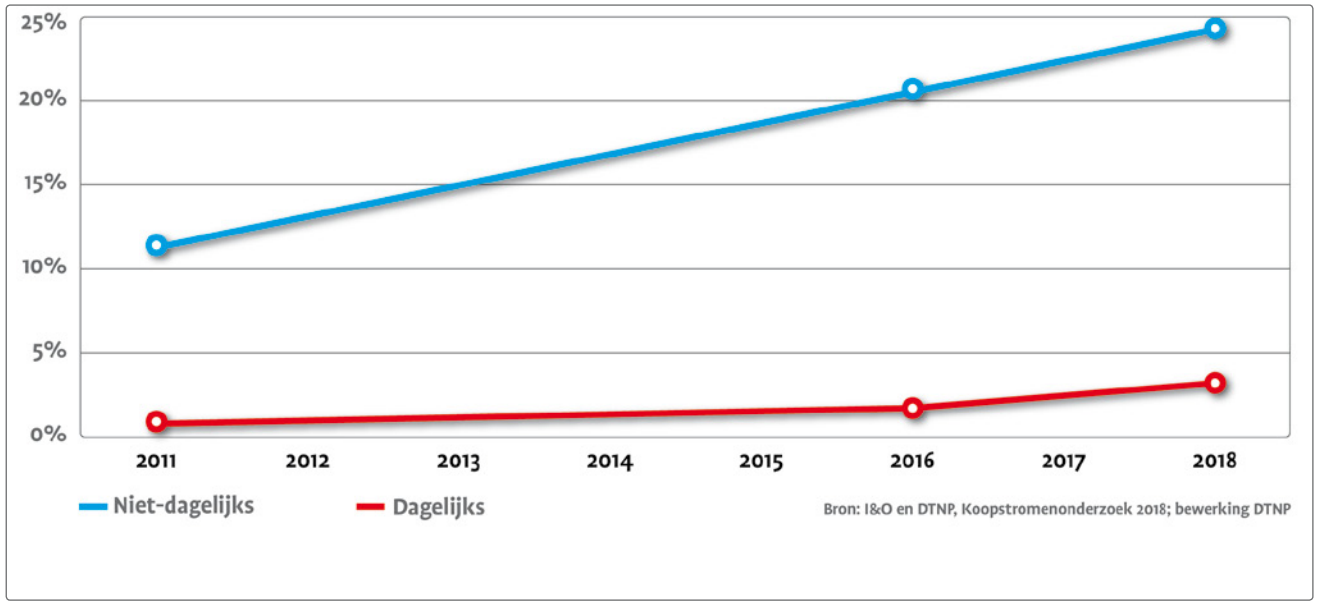
2.1 De Nederlandse winkelmarkt

Naar een vraaggestuurde winkelmarkt

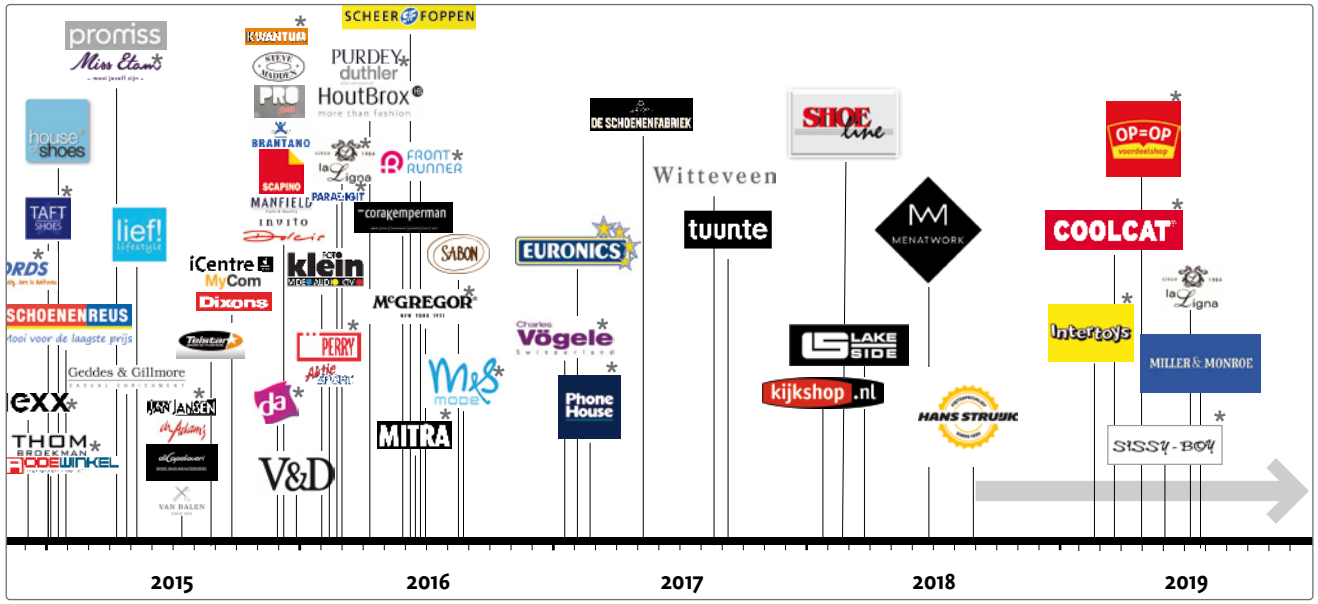
De winkelsector beweegt zich van een aanbod-gestuurde markt naar een vraaggestuurde markt. Mede door de ontwikkeling van online winkelen zijn consumenten niet meer vanzelf-sprekend gericht op het aanbod in hun omge-ving. Dit is tot nu toe vooral het geval in de niet-dagelijkse winkelsector, waar online aanko-pen al goed zijn voor een kwart van de bestedin-gen. In reactie op deze ontwikkeling is de vestigingsstrategie van winkelketens aan het veranderen; minder winkels, alleen op de beste locaties. Nieuwe winkelconcepten worden ontwikkeld om specifieke doelgroepen aan te spreken. Het grijze middensegment (winkelfilia-len) verliest de grip op de consument. Hierdoor verdwijnen winkels, die jaren als vanzelfspre-kend aanwezig waren, uit het straatbeeld.

Levensstijl consument bepalend

De keuzes van de Nederlanders (waar woon ik, hoe beweeg ik me?) zijn leidend in deze vraag-gestuurde winkelmarkt. Zo is de groei van het aantal binnenstadsbewoners aanleiding voor kleinere 'city'- en stationswinkels, specifiek gericht op mensen met een kleine woning, geen auto, en weinig tijd (Praxis-City, Jumbo-City, etc.).



Ontwikkeling online marktaandeel dagelijkse en niet-dagelijkse winkelsector



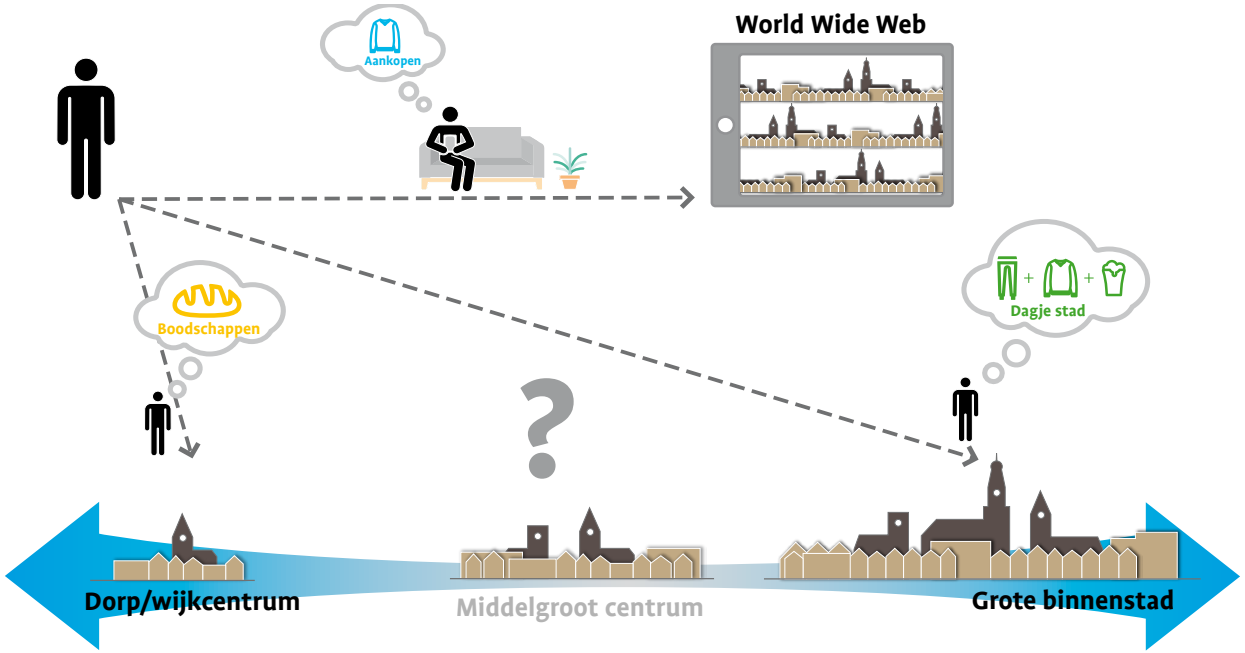
Faillissementen landelijke filialen in het middensegment (sommige met minder vestigingen doorgestart)

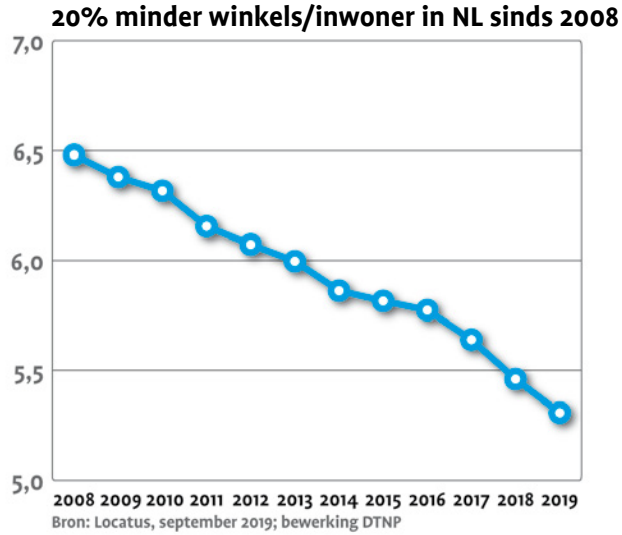
Waar koopt de consument?
Het nieuwe ‘reguliere winkelgebied’ waar Nederlanders dagelijks te vinden zijn is het internet. De groeiende detailhandelsbestedingen (aantrekkende economie, meer mensen) landen voornamelijk online. Bestedingen in veel fysieke winkelbranches dalen. In reactie daarop is er in de fysieke winkelmarkt sprake van polarisatie; kansrijk zijn de kleinere centra met vooral een boodschappenfunctie en daarnaast de grote binnensteden met veel aanbod en vermaak. De middelgrote centra (waaronder Hoorn) zien de niet-dagelijkse winkelbestedingen teruglopen. Deze centra kunnen zich vanwege de nadruk op filiaalbedrijven in het middensegment onvoldoende onderscheiden van internet en van de grote binnensteden. Op veel van deze locaties nemen passantenaantallen af en neemt de leegstand toe, omdat er weinig kansrijke alternatieve functies zijn.

Krimp juist in reguliere winkelcentra
Al jaren neemt het aantal winkels in Nederland, door een toename van online winkelen, maar bijvoorbeeld ook door gebrek aan opvolging, af. Dit geldt vooral voor de niet-dagelijkse sector, daar zijn momenteel al bijna 10.000 winkels minder dan in 2013 (-13%).

In de reguliere winkelgebieden (hoofd-, wijk-, en buurtcentra) is ook de krimp in vloeroppervlak groot (-8%). De ‘klappen’ in de winkelmarkt vallen juist op de plekken die er voor de leefbaarheid toe doen.

Niet-dagelijks: schaalverkleining én -vergroting
Het aanbieden van een groot aantal artikelen in een winkel is in veel niet-dagelijkse branches niet genoeg om onderscheidend te zijn van internet. Online is het aanbod altijd groter en makkelijker te vergelijken (o.a. op prijs). Veel niet-dagelijkse winkelketens willen op de minder kansrijke locaties zelfs kleiner, of sluiten hun vestigingen daar (o.a. Mediamarkt, H&M, Hema, Blokker).





Binnen bepaalde branches is daarentegen een schaalvergroting gaande, zoals bijvoorbeeld bij Intratuin, Hornbach, Decathlon, fietsenwinkels, etc. Deze bedrijven proberen zich veelal buiten reguliere winkelgebieden te vestigen, waarbij ze uitgaan van hun eigen aantrekkingskracht. Dit resulteert vaak in het verdrukken van de kleinere branchegenoten in centrumgebieden.

Woninginrichting, doe-het-zelf, tuin, elektronica

Vanaf circa 2013 trekken de bestedingen in de woninginrichtingsbranche weer aan, maar ze zijn nog niet terug op het niveau van 2008. Deze sector is sterk afhankelijk van de conjuncturele ontwikkeling en woningmarkt. Het totale winkelaanbod in de branche In en om het huis is in m^2 wvo sinds 2013 nagenoeg gelijk gebleven. Elektronica wordt al lang veel op internet gekocht. In de overige branches is internet nog een relatief beperkte factor, maar dat verandert snel.

Ontwikkeling online aandeel
In en om het huis 2016 - 2018

Woninginrichting van 12% naar 15%

Doe-het-zelf van 3% naar 5%

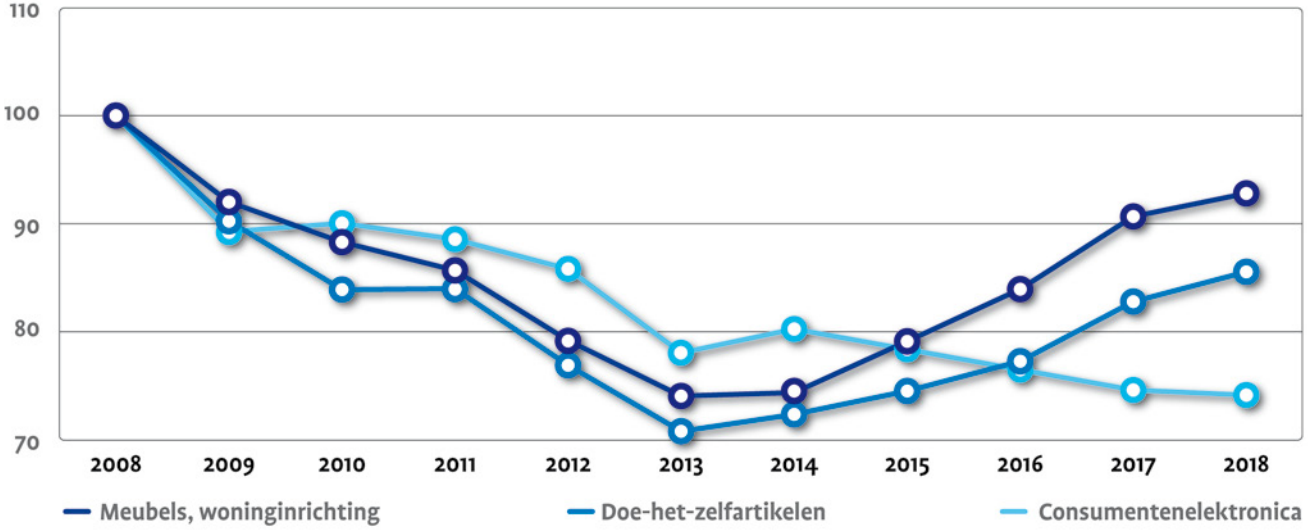
Tuinartikelen van 2% naar 3%.

Elektronica van 35% naar 42%

Supermarkt is grote publiekstrekker

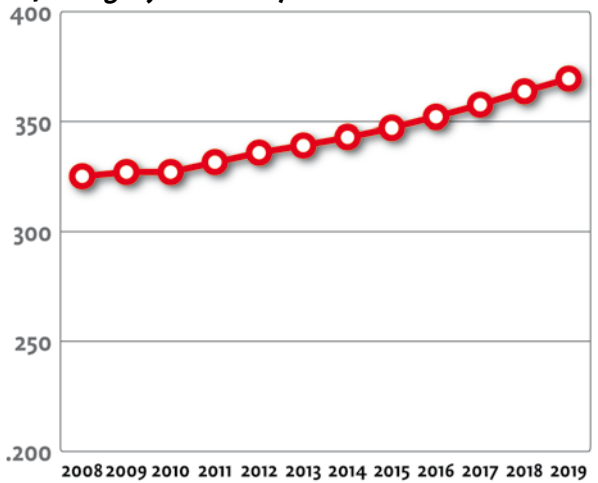
Een gemiddelde supermarkt is tussen de 1.200 en 2.000 m^2 wvo groot. Een dergelijke winkel heeft wekelijks tussen de 8.000 en 15.000 betalende bezoekers. Van die grote aantrekkingskracht kunnen andere winkels profiteren. Supermarkten die goed ingepast zijn in een winkelgebied zorgen voor veel toeloop in andere winkels. De mate waarin combinatiebezoek plaatsvindt, wordt bepaald door de ruimtelijke inpassing, met als belangrijkste factoren afstand en zichtrelatie (zie bijlage E).

Ontwikkeling omzet in fysieke winkels binnen artikelgroepen In en om het huis



Bron: CBS Statline, 2019; bewerking DTNP

+14% dagelijks m^2 wvo/inwoner in NL sinds 2008



Bron: Locatus, september 2019; bewerking DTNP

Heftige concurrentie onder supermarkten

Waar in de niet-dagelijkse sector sprake is van krimp is in de dagelijkse sector nog steeds sprake van groei van het winkelvloeroppervlak. Dit wordt vooral veroorzaakt door de supermarktsector (circa 80% van de dagelijkse sector). De hevige concurrentie onder supermarkten wordt voornamelijk uitgevochten door schaalvergroting van winkels. Supermarkten willen met de mooiste winkel op de beste locatie (bezoekgemak, omvang, etc.) de sterkste positie innemen in de lokale markt. De groei in écht grote supermarkten (2.000+ m² wvo) is beperkt (zie bijlage D). In groeiende binnensteden ontstaan meer city-supermarkten, 'mandjeswinkels', tot 1.000 m² wvo.

Supermarkten nemen een steeds groter 'marktaandeel levensmiddelen' voor hun rekening, waaronder zelfs thuisbezorging van warme maaltijden en consumptie ter plaatse (bijv. La Place bij Jumbo). Door gebrek aan marktruimte ontstaat een kannibaliserende markt voor levensmiddelen, zowel voor supermarkten als voor andere aanbieders van dagelijkse artikelen (o.a. bakkers, slagers, etc.): groei van de één gaat ten koste van de ander.

Online boodschappen

Het online marktaandeel in de dagelijkse sector is nog beperkt (2018: 3%), maar groeit snel. De online boodschappenmarkt is een nieuwe 'arena' waar de concurrentiestrijd wordt voortgezet. Vooral in de supermarktsector stijgt het marktaandeel online snel. De mate waarin boodschappen online worden gedaan verschilt nog sterk per gebied. Vooral in de steden neemt de bezorgdekking snel toe, onder andere door de komst van online supermarkt Picnic. In gemeenten waar Picnic beschikbaar is, lag het marktaandeel van de online dagelijkse bestedingen in 2018 al rond de 5%.



De mandjeswinkel in hoogstedelijk gebied



Trends zichtbaar: ooit zaten hier V&D en La Place..



Online boodschappen doen groeit snel

2.2 Hoe zit dat in Hoorn?

Verlies niet-dagelijkse bestedingen inwoners

De binding van bestedingen aan het Hoornse niet-dagelijkse winkelaanbod neemt de afgelopen jaren af, door een grotere afvloeiing naar online:

- In de niet-dagelijkse sector was in 2018 de koopkrachtbinding van de inwoners van Hoorn aan de eigen winkels nog maar 58%. In 2016 was dat nog 64%. Ondanks de bevolkingsgroei zijn de bestedingen in de eigen winkels ook in absolute zin afgenomen.
- Vooral de afvloeiing naar internet groeit snel. Onder de inwoners van Hoorn waren online aankopen in 2018 al goed voor circa 25% van alle niet-dagelijkse bestedingen. In 2016 was dat nog 20%. Deze groei is vergelijkbaar met de ontwikkeling in de overige Randstad*.
- Binnen branches zijn er verschillen in hoeveel bestedingen afvloeien naar internet. Zo is het online aandeel in Mode & luxe in Hoorn bovengemiddeld (32% t.o.v. 28% in de Randstad) maar is het online aandeel Woninginrichting in Hoorn ondergemiddeld (11% t.o.v. 13%). Dit is verklaarbaar door het grote winkelaanbod in woninginrichting in Hof van Hoorn, terwijl in de mode grote trekkers ontbreken (o.a. H&M, Zara, Sting) ontbreken.

Niet-dagelijkse bestedingen vanuit de omgeving

Van de totale niet-dagelijkse bestedingen in Hoornse winkels kwam in 2018 50% van buiten de gemeente (toevloeiing). Deze bestedingen zijn in absolute zin gelijk gebleven met 2016. Uitgesplitst naar locatie is er wel sprake van een ontwikkeling: de toevloeiing vanuit de omgeving naar Hof van Hoorn is toegenomen, terwijl die naar de binnenstad is afgenomen. De toevloeiing van niet-dagelijkse bestedingen van buiten Hoorn naar de binnenstad komt voornamelijk uit de gemeenten Medemblik (13%), Drechterland (10%) en Koggenland (7%). De regiofunctie van de Hoornse binnenstad beperkt zich derhalve tot de directe omgeving (aangrenzende gemeenten).

Dagelijkse bestedingen

Inwoners van Hoorn doen bijna al hun dagelijkse aankopen in de eigen gemeente (93%). Circa 2% van de bestedingen in de dagelijkse sector vloeide in 2018 af naar internet. Dat ligt iets onder het Randstedelijk gemiddelde.



Gemak ook voor inwoners Hoorn belangrijk



Hof van Hoorn trekt meer bestedingen

* I&O Research/DTNP (2018), Koopstromenonderzoek Randstad 2018.

2015-2019: minder winkels in Hoorn

De landelijke trends zien we één op één terug in de ontwikkeling van het winkelaanbod in Hoorn. In totaal zijn er sinds 2015 circa 40 winkels minder en is het totale winkelvloeroppervlak zo goed als gelijk gebleven. Daarbinnen zijn de ontwikkelingen zoals verwacht:*

- Groei in m² wvo dagelijks aanbod door uitbreiding van supermarkten (+ 2.900 m² wvo, o.a. in Grote Beer en Hollandse Cirkel).
- Krimp in de 'reguliere' niet-dagelijkse winkelbranches, zoals mode, huishoudelijk, sport, etc. (-7.600 m² wvo). De krimp is vooral in de binnenstad te zien, mede door landelijke faillissementen (V&D, Coolcat, etc.).
- Groei in m² wvo in de niet-dagelijkse branche In en om het huis (+4.900 m² wvo), voornamelijk in woninginrichting op Hof van Hoorn.

De moeizame invulling van het voormalige V&D-pand is typerend voor de situatie in Hoorn. Uiteindelijk is deze gevuld door verplaatsingen binnen het centrum van bestaande dagelijkse winkels (Kruidvat, ICI Paris). De bovenliggende etages zijn uit de markt gehaald en getransformeerd naar wonen. Ook in andere middelgrote centra is de invulling van voormalige V&D-panden problematisch.

Verwachting ontwikkeling winkelaanbod

- In de reguliere niet-dagelijkse winkelbranches (mode, huishoudelijk, sport, etc.) nemen bestedingen in winkels verder af, waardoor per saldo winkels verdwijnen (zie Steps en Didi). De verwachte bevolkingsgroei in de gemeente heeft slechts een beperkt dempende invloed op de verwachte krimp in deze markt. Vooral in de binnenstad is sprake van een krimpopgave.
- In de dagelijkse sector nemen winkelbestedingen vooralsnog niet af, maar is de lokale markt van vraag (inwoners) en aanbod (dagelijkse winkels) verzadigd. In Hoorn is anno 2020 sprake van een negatieve marktruimte (zie bijlage G voor marktruimte-indicatie 2025).
- De dagelijkse sector profiteert de komende jaren van de bevolkingsgroei in Hoorn, dit effect wordt echter gedempt door de snelle ontwikkeling van online boodschappen doen. Hierdoor blijft de marktruimte negatief.
- Het aanbod in de sector In en om het huis (woninginrichting, etc.) in Hoorn is recent flink toegenomen. Vanwege de toekomstige groei van inwoners in Hoorn zijn de verwachtingen positief. De sector is wel sterk conjunctuurgevoelig.



Impact faillissementen landelijke winkelketens



Nieuwbouw buurtcentrum Hollandse Cirkel

* Zie bijlage F.



3 Visie winkelstructuur

3.1 Uitgangspunten en ambities

Bij het opstellen van de detailhandelsvisie houden we rekening met de onderstaande ambities en uitgangspunten.

Uitgangspunt: ontwikkeling Poort van Hoorn

- De gemeente Hoorn wil ‘meer stad’ worden. Op grond van provinciaal en gemeentelijk beleid wordt minstens 50% van de nieuwe woningen gerealiseerd binnen 1.200 meter rond OV-knooppunten, waarvan een groot deel in De Poort van Hoorn. Om dit te realiseren is een verplaatsing van Albert Heijn noodzakelijk*. Vooralsnog wordt daarbij gedacht aan een locatie in het gebied Dampen-Berkhouterweg, en aan behoud van de huidige omvang.
- In stationsgebied-noord, stationsgebied-zuid en Pelmolenpad/Prismalocatie wordt uitgegaan van een beperkte omvang aan detailhandel, passend bij het functioneel profiel van deze gebieden*. Voorwaarde is daarnaast dat er geen onevenredige concurrentie mag zijn met de bestaande detailhandel in de binnenstad en dat de marktruimte kan worden aangetoond.
- In stationsgebied-noord wordt uitgegaan van een kleine binnenstadssupermarkt* (500 à 700 m² bvo), vooral gericht op lokale bewoners en bus- en treinreizigers*.

Uitgangspunt: kleinschalige binnenstad

Binnen de historische binnenstad is gekozen om de kleinschaligheid zoveel mogelijk te behouden en de verblijfskwaliteit te versterken.

- De Noorderveemarkt: Dit gebied heeft in de toekomst geen parkeerfunctie meer. Hier wordt de singelstructuur teruggebracht.
- Kerkplein: Herinrichting met meer verblijfskwaliteit en terrasmogelijkheden. Invulling van de kerk met een hotel. Het grootste deel van de parkeercapaciteit blijft behouden.

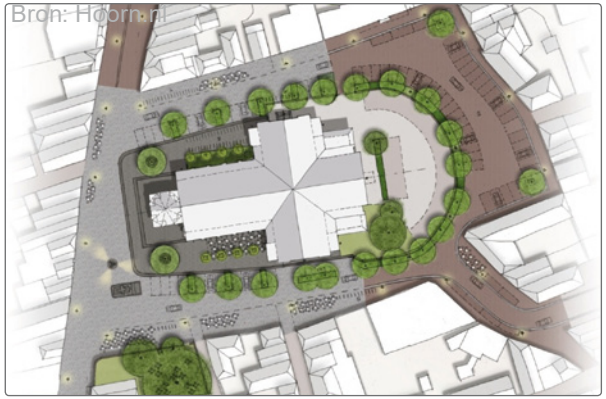
Uitgangspunt: bestaande plannen overig Hoorn

- Holenkwartier: Woningontwikkeling met ruimte voor maximaal 350 m² wvo winkels nabij de Lidl aan het Clausplein.
- Huesmolen: Revitalisering van de Huesmolen door ontwikkeling van de postkantoorlocatie en de noordelijk gelegen ‘versmarkt’-locatie. Onderzoek naar mogelijkheden van verplaatsing en vergroting Lidl, en van vergroting van Deen op huidige locatie.

* Gemeente Hoorn (2019), Raadsbesluit Uitgangspunten Gebiedsontwikkeling Poort van Hoorn - 24-09-2019.



Ontwikkeling in Poort van Hoorn aanstaande


Bron: Hoorn.nl
Ontwerp nieuw Kerkplein met shared space


Investeringen voor de lange termijn

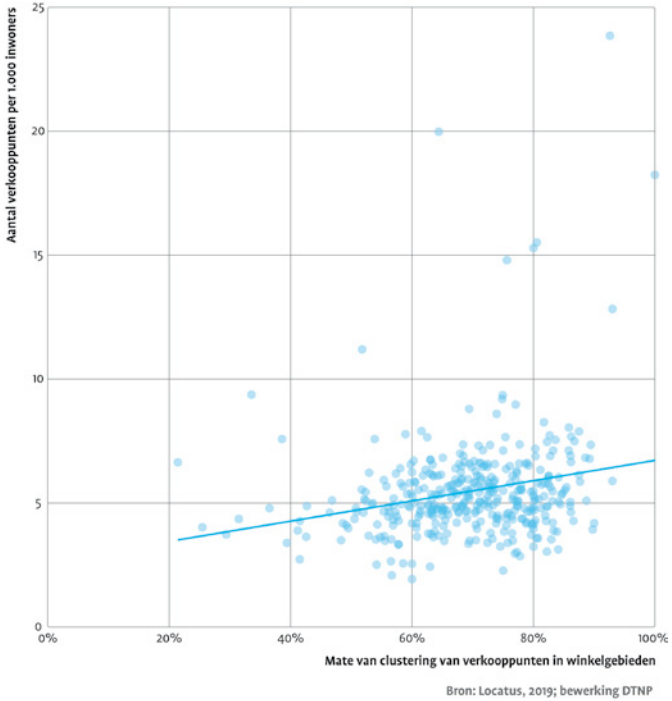
Ambities voor de winkelstructuur

- Een leefbaar stedelijk milieu, waaronder een goed, gevarieerd voorzieningenaanbod.
- Een dynamisch hoofdcentrum met een onderscheidend, kleinschalig profiel, met aantrekkingskracht op lokale bewoners, regiobezoekers en toeristen.
- Het bieden van een compleet winkelaanbod voor dagelijkse benodigdheden in de nabijheid van de bewoners.
- Het beschermen van de vitaliteit in centrumgebieden door het beperken van leegstand.

Concentratie in centrumgebieden

De mate van concentratie van aanbod is een belangrijke factor voor de hoogte van het voorzieningenniveau. Het winkelaanbod wordt daarom zoveel mogelijk geconcentreerd in de reguliere winkelgebieden. Nieuwe winkelontwikkelingen op overige locaties worden voorkomen.

Vanuit de winkelmarkt is er druk om op locaties buiten de reguliere winkelgebieden te vestigen (kosten, bezoekgemak). Gemeenten moeten daarom regelmatig hun detailhandelsbeleid verdedigen. Een belangrijk principe in het handelen van gemeente is het bewaken van de 'leefbaarheid'. Het voorzieningenniveau is daar een belangrijk onderdeel van. In de figuur hiernaast wordt aangetoond dat clustering van detailhandel het voorzieningenniveau van een gebied verhoogt. Bij een hogere mate van clustering van verkooppunten in winkelgebieden (x-as) neemt het totaal aantal verkooppunten (i.r.t. het aanwezige draagvlak) in het verzorgingsgebied (y-as) toe.



Bron: Locatus, 2019; bewerking DTNP


Divers en uniek aanbod binnenstad



Boodschappencentra in wijk en buurt


Woonboulevard Hof van Hoorn

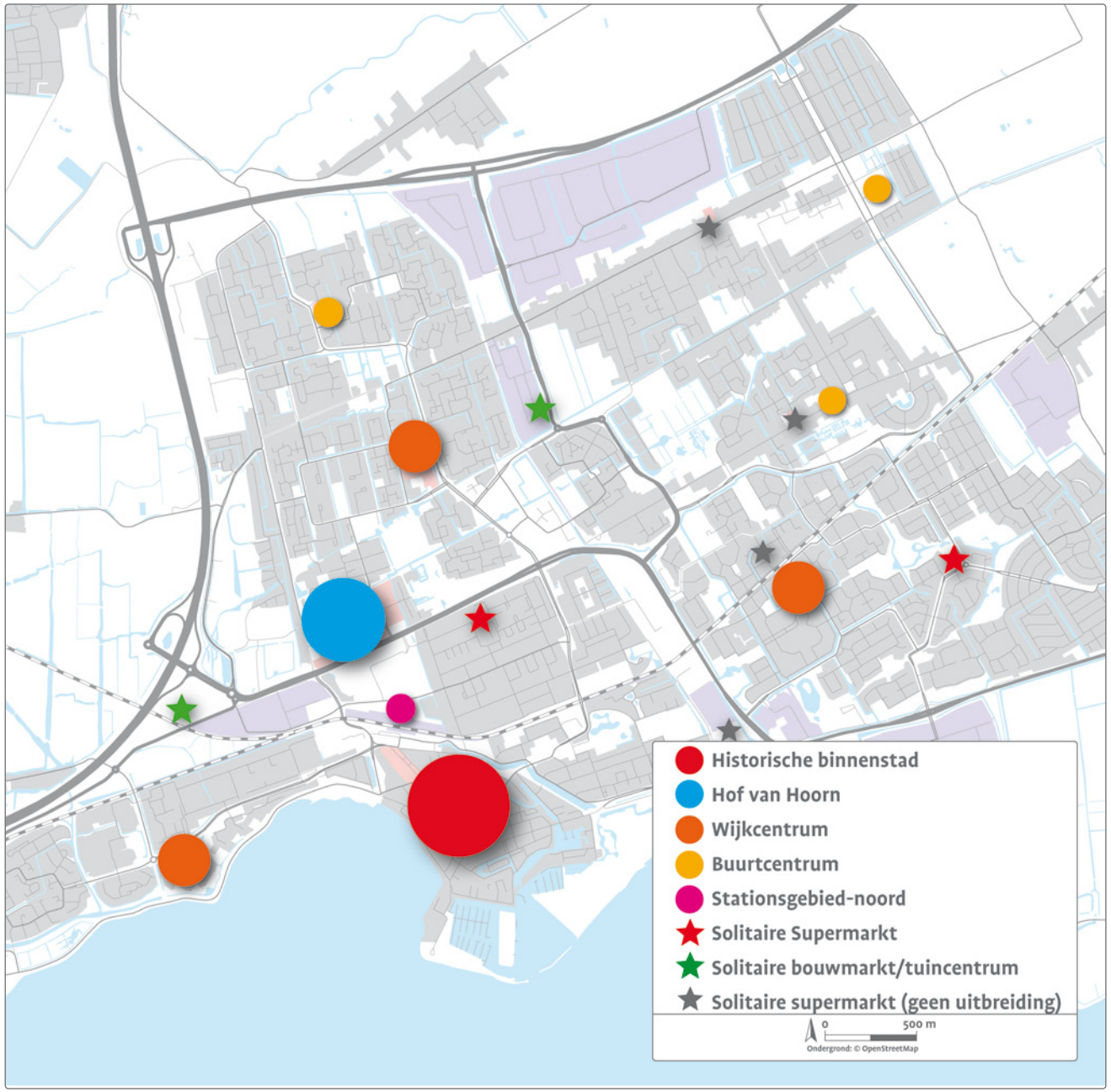
3.2 Gewenste winkelstructuur

Gewenste winkelstructuur

Rekening houdend met lokaal en regionaal beleid, de trends en ontwikkelingen in de winkelmarkt en de voorgaande ambities is er tot 2025 geen reden om in Hoorn aan grote winkeluitbreidingen of nieuwe winkellocaties te denken. Op de lange termijn kunnen andere keuzes wenselijk zijn, afhankelijk van de groei van Hoorn en ontwikkelingen in de winkelmarkt. De komende vijf jaar is de wenselijke ontwikkeling het versterken en toekomstbestendig maken van de winkelgebieden die deel uitmaken van de na te streven structuur:

- De binnenstad: het belangrijkste winkelgebied van de stad met het grootste en meest diverse winkelaanbod. De binnenstad van Hoorn heeft een onderscheidende positie binnen de regio (verblijfskwaliteit en aantrekkelijke aanbodmix winkels, horeca en cultuur).
- Stationsgebied-noord: Ervan uitgaande dat de grote AH-supermarkt vertrekt uit dit gebied en passend bij de ambities voor Poort van Hoorn worden enkele winkels gerealiseerd gericht op trein- en busreizigers, aangevuld met een kleine binnenstadssupermarkt (500 à 700 m² bvo) in stationsgebied-noord voor forensen en bewoners van de binnenstad en de Poort van Hoorn.

Visie op de detailhandelsstructuur in de gemeente Hoorn



- Wijkcentra: Grote Beer, Kersenboogerd en Huesmolen zijn de drie grote boodschappencentra in de gemeente. Door deze centra kwalitatief te versterken heeft iedere bewoner binnen aanvaardbare afstand toegang tot een complete boodschappenlocatie. De wjkcentra beschikken bij voorkeur over twee supermarkten van voldoende omvang. Dit zorgt voor voldoende bezoekersstromen voor het functioneren van aanvullend dagelijks en niet-dagelijks aanbod.
- Buurtcentra: Korenbloem, Hollandse Cirkel en Blokker-Centrum zijn de buurtcentra van Hoorn. Deze buurtcentra beschikken over één moderne supermarkt en enig aanvullend (vooral) dagelijks aanbod. De buurtcentra hebben een boodschappenfunctie voor de omliggende buurten (Risdam-noord, Bangert & Oosterpolder, Blokker), waardoor alle (ook minder mobiele) inwoners toegang hebben tot de primaire voorzieningen in de directe woonomgeving. Het aanbod in deze buurtcentra blijft ook in de toekomst ondergeschikt en aanvullend aan de wijkcentra. Hierdoor kunnen de wijkcentra ook op termijn een gevarieerder aanbod behouden.
- Strategisch gelegen solitaire supermarkten: Op Stan Kentonplein en Vredehofstraat vervullen de solitaire supermarkten, mede door hun centrale ligging in de buurt, een belangrijke rol in het dagelijkse voorzieningenaanbod. Omdat de afstand in deze buurten tot volwaardige buurt- of wijkwinkelcentra voor veel inwoners te groot is en het marktgebied te klein is voor uitbreiding tot een volwaardig buurtwinkelcentrum, maken deze solitaire supermarkten deel uit van de gewenste winkelstructuur.
- Hof van Hoorn: de Hof van Hoorn is de belangrijkste vestigingslocatie voor grootschalige winkels met volumineuze artikelen binnen het thema Wonen, zowel voor de gemeente als voor heel Westfriesland. Hier heeft de regionale consument een compleet aanbod om te kijken en te vergelijken.
- Tuincentrum: een volwaardige tuincentrum op een goed (auto)bereikbare locatie.
- Bouwmarkt Oude Veiling: vanwege het doelgerichte bezoek van bouwmarkten is enige spreiding gewenst. De Oude Veiling is een strategisch goede locatie door de centrale ligging en goede bereikbaarheid.

Terughoudend op overige locaties

Om bovenstaande winkelstructuur niet te ondermijnen adviseert DTNP terughoudend om te gaan met winkelontwikkelingen (nieuwbouw, uitbreiding) buiten deze structuur. Zo kan een zo groot mogelijke variëteit aan aanbod worden behouden in de winkelgebieden die deel uitmaken van de gewens-



Wijkcentra bieden compleet boodschappenaanbod


Vitale winkelstructuur voor de consument

te winkelstructuur en wordt leegstand tegengegaan*. Om dezelfde redenen is de uitbreiding van bestaande solitaire winkels, die geen deel uitmaken van de gewenste detailhandelsstructuur, en/of de verplaatsing van solitaire winkels naar andere solitaire locaties ongewenst.

Indien de gemeente dit beleid vaststelt, mag zij (bijvoorbeeld voor de verplaatsing van de AH-supermarkt) hiervan afwijken op grond van zwaarwegende belangen. Het spreekt voor zich dat de gemeente een dergelijk besluit goed moet motiveren, aangevuld met een afweging van de effecten.

3.3 Binnenstad

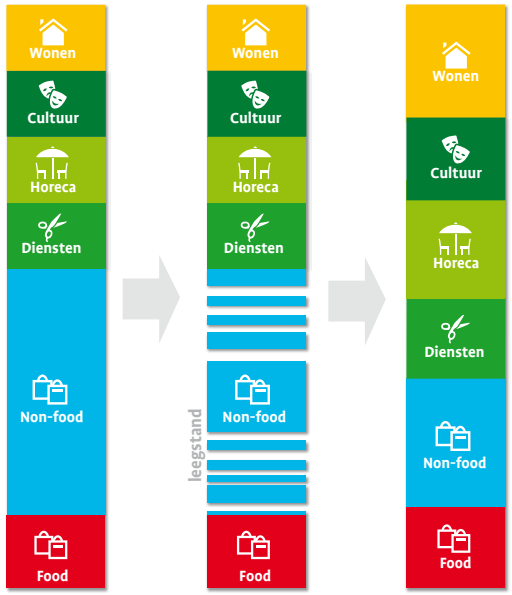
Transitie

Detailhandel blijft ook in de komende jaren een belangrijke economische factor in en een belangrijke reden voor bezoek aan de binnenstad. De binnenstad blijft daarmee het belangrijkste winkelgebied van de gemeente. Het is dan ook van belang dat ondernemers, eigenaren en gemeente intensief samenwerken om de aantrekkingskracht ervan te behouden.

In de binnenstad van Hoorn is al jaren sprake van fikse winkelleegstand (ruim 40 panden). Door het veranderende koopgedrag (toename online bestedingen) zal de behoefte aan winkels in de binnenstad naar verwachting verder afnemen en worden winkels in de binnenstad steeds vaker doelgericht bezocht. De binnenstad heeft echter naast de winkelfunctie in toenemende mate een ontmoetings- en verblijfsfunctie. Mensen bezoeken de binnenstad steeds vaker vanwege de (historische) sfeer en beleving. Daardoor is het belangrijk om ook andere publieksfuncties (o.a. horeca, cultuur, etc.) een meer centrale rol te geven. Door de menging met andere (publieks-) functies kan de binnenstad, ondanks de afnemende winkelfunctie, haar relevantie en aantrekkingskracht binnen en buiten Hoorn behouden.

Kleiner 'publiekshart

Door de verwachte verdere afname van de winkelbehoefte dreigt de winkelleegstand op termijn toe te nemen. Op dit moment is de winkelleegstand behoorlijk verspreid over alle winkelstraten. Ook zien we dat de passantenaantallen in de meeste winkelstraten afnemen**. Vooral in de modische sector (kleding, schoenen, modeaccessoires) is een deel van de bezoekers gericht op



Grotere functiemix in de brede binnenstad

„De winkel is iets groter dan waar we nu zitten, maar dat gaf niet de doorslag. Het ging ons vooral om de plek en de passanten. Mede door de nieuwe invulling van V&D ligt de nadruk steeds meer op het midden van het Grote Noord."

Saskia Ziengs - vastgoedmanager Ziengs
Bron: Noordhollandsdagblad.nl

* Dynamis (2019), Sprekende Cijfers winkelmarkt. In gemeente waar uitbreiding niet expliciet is uitgesloten, neemt de leegstand vaker toe.

** Locatus, Passantentelling 2016 en 2018: in 10 van de 13 straten waar is gemeten waren er per saldo minder passanten in 2018 dan in 2016.

kijken en vergelijken en zijn winkels deels afhankelijk van impulsaankopen. Een grote mate van concentratie van dit type winkels zorgt voor hogere passantenaantallen en een grotere mate van levensvatbaarheid voor deze winkels. Om de concentratie te bevorderen, is het van belang toe te werken naar een kleiner 'publiekshart'* (gebied waar een aaneengesloten front van publieksgerichte voorzieningen wordt nagestreefd) dan het huidige winkelrondje. In dat publiekshart zijn alle publieksfuncties welkom (naast winkels en horeca ook culturele voorzieningen en diensten met een publieksgericht karakter). Zonodig wordt in dit gebied meegewerkt aan schaalvergroting met behoud van het historische karakter van gevels**.

Straten die dan niet langer tot het publiekshart behoren, kunnen een breder (gemengd) profiel krijgen met andere functies, waaronder ook wonen en werken. Hiervoor is het van belang om heldere gebiedsprofielen op te stellen, die aansluiten bij de kwaliteiten en kansen in het gebied en het veranderende bezoekgedrag en bezoekmotief. Keuzes over de begrenzing van het publiekshart en de profielen van de deelgebieden zullen in samenspraak met belanghebbenden gemaakt moeten worden. Met name Nieuwsteeg en Gouw lijken hun positie als onderdeel van het publiekshart te verliezen.

Denken vanuit doelgroepen binnenstad

De binnenstad van Hoorn wordt dagelijks bezocht door mensen met een zeer verschillend bezoekmotief en bezoekgedrag. Voor de inwoners van Hoorn is de binnenstad de plek om een enkele aankoop te doen, soms uitgebreider te winkelen en ook om regelmatig naar toe te gaan voor ontmoeting of verblijf. Voor de regiobezoeker is vooral het uitgebreidere winkelaanbod een reden om de binnenstad te bezoeken. Toeristen komen vooral voor het totale pakket van historische kwaliteit, winkels, horeca, musea en havens.

Op basis van allerlei onderzoek in middelgrote centra zoals Hoorn blijkt enerzijds dat het winkelbezoek steeds doelgerichter en korter wordt (bezoek aan één of enkele winkels per keer), terwijl anderzijds de behoefte aan ontmoeting en horecabezoek in de binnenstad toeneemt.

De eisen die bezoekers vanuit de verschillende bezoekmotieven stellen aan de binnenstad zijn daarom zeer verschillend. De grote groep (lokale) bezoekers die voor een doelgerichte aankoop naar de binnenstad komt, stelt hoge eisen aan gemak in de vorm van goede bereikbaarheid en parkeergelegenheid op relatief korte afstand van



Verschillende doelgroepen...



...met verschillende eisen aan de binnenstad

* In het verleden 'kernwinkelgebied' genoemd.
** Ook eventueel samenvoegingen groter dan 200 m^2.

het bezoekdoel. Recreatief winkelpubliek en toeristen hechten veel meer waarde aan het grote winkel-, horeca- en cultuuraanbod en een goede verblijfskwaliteit. De (ruimtelijke) spanning die bestaat tussen bezoekgemak en verblijfskwaliteit zal moeten aansluiten aan de wensen van de verschillende doelgroepen.

Nadere uitwerking binnenstadsvisie

Deze detailhandelsnota roept op tot een nadere uitwerking en concretisering van de binnenstadsvisie. De nadere uitwerking dient om leegstand te verminderen/voorkomen door heldere keuzes te maken op onder meer de volgende onderwerpen:

- Afbakening van een kleiner publiekshart;
- Gebiedsprofiel van de overige straten en inpassing andere functies op basis van kansen en mogelijkheden;
- Mogelijke toevoegingen van nieuwe/andere publieksfuncties in het publiekshart, en niet-publieksfuncties (waaronder wonen en werken) in de straten met een gemengd profiel;
- Aanwijzen concrete locaties voor (ultra-)kort-, middellang- en langparkeren (op elkaar aansluiten van binnenstadsvisie en parkeervisie).

Voor ondernemers en eigenaren zijn heldere keuzes van belang om vertrouwen te krijgen in nieuwe investeringen en nieuw perspectief Keuzes zullen mede daarom in nauwe samenspraak met belanghebbenden (ondernemers, eigenaren) moeten worden gemaakt. Voor ondernemers kunnen financiële bijdragen in de verplaatsingskosten stimulerend werken. Ook een bijdrage aan de transformatie van (leegstaand) winkelvastgoed naar wonen kan bevorderd werken. In de uitvoeringsparagraaf wordt een aanzet voor dit proces opgesteld (actiepunten, organisatie, etc.).

3.4 Hof van Hoorn

Woonthemacentrum van Westfriesland

De Hof van Hoorn is de 'woonboulevard' van de regio. Hof van Hoorn is in Westfriesland veruit het grootste winkelgebied gericht op de verkoop van volumineuze artikelen binnen het thema wonen. Door dit grote aanbod kan de consument hier kijken en vergelijken.

Hof van Hoorn geen regulier winkelgebied

Vanwege de aard en omvang van de artikelen (volumineus) hebben sommige winkels een grote uitstallingsruimte nodig. Dergelijke winkels zijn daardoor niet goed inpasbaar in reguliere winkelgebieden, zoals de historische binnenstad. Hof van Hoorn is primair voor winkels met volumineuze artikelen binnen het thema wonen (o.a. doe-het-zelf, keukens, sanitair, tapijt, meubels, elektronica). Ook in de toekomst is het van groot belang om vast te houden aan de minimum omvang van winkels van 1.000 m^2 bvo (750 m^2 wvo)*. Hierdoor wordt het bijzondere karakter van de Hof van Hoorn bestendigd en worden kleinere winkels gestimuleerd zich te (blijven) vestigen in reguliere winkelgebieden, zodat daar (extra) leegstand wordt voorkomen.

Geen brancheverruiming

Hof van Hoorn heeft een sterke en onderscheidende positie in Westfriesland. Om deze positie in de dynamische winkelmarkt te behouden, is het regionale beleid gericht op de concentratie van volumineus aanbod op Hof van Hoorn en op het tegengaan van nieuwe perifere winkelontwikkelingen. DTNP adviseert om het gemeentelijk beleid hier op aan te laten sluiten. Het verruimen van de mogelijkheden (branche en omvang) op Hof van Hoorn ondermijnt de ambities voor de gemeentelijke én regionale winkelstructuur door:

- het verwateren van het woonthema en bijbehorende regionale aantrekkingskracht;
- de beperking van de (fysieke) ruimte voor versterking van het woonthema;

* Alleen als de kavel niet voldoende groot is, kan afgeweken worden van de minimum omvang.

- de negatieve (leegstands)effecten op De Huesmolen (nabijheid) en de binnenstad van Hoorn (nabijheid, kleinschaligheid).

Wij adviseren daarom om geen uitzonderingen, zoals speelgoed en dierenbenodigdheden, meer op te nemen in het bestemmingsplan (ook niet onder voorwaarden). De verkoop van fietsen en brommers is wel toegestaan, net als op andere perifere bedrijfslocaties in de gemeente. Grootschalige kringloopwinkels sluiten, vanwege het grote aandeel woninginrichtingsartikelen, juist aan bij het aanbod van Hof van Hoorn. Vestiging hiervan is in de toekomst toegestaan op Hof van Hoorn.

Op de bovenverdiepingen kan eventueel transformatie naar grootschalige leisurefuncties of woon- of kantoorfuncties worden overwogen, in samenhang met de ontwikkelingen in de Poort van Hoorn.

3.5 Boodschappenstructuur

Supermarkt structuurbepalend

Supermarkten zijn structuurbepalende voorzieningen. Vanwege de grote trekkracht leveren supermarkten een bijdrage aan het functioneren van overige winkels in de directe nabijheid en maken daarmee een gevarieerd aanbod op wijkniveau mogelijk. Om die reden is de aanwezigheid van sterke supermarkten in centrumgebieden wenselijk. Aan nieuwe solitaire supermarkten wordt daarom niet meegewerkt.

Ontwikkelingsperspectief

In Hoorn ontbreekt tot 2025 marktruimte voor uitbreiding van het supermarktaanbod. Toevoeging van nieuw supermarktaanbod zorgt voor verdrukking. Desondanks is het gewenst om schaalvergroting van supermarkten in enkele buurt- en wijkcentra toe te staan, om daarmee de gewenste winkelstructuur te versterken. Buiten de gewenste winkelstructuur is uitbreiding of nieuwvestiging niet toegestaan.

Om de wijk- of buurtfunctie van de supermarkten te benadrukken wordt er een maximum omvang gehanteerd, passend bij de omvang van het verzorgingsgebied. Hierdoor wordt een evenwichtige spreiding van supermarkten bereikt. Als stelregel kan worden gehanteerd dat supermarkten in buurtcentra kleiner zijn dan in wijkcentra:

- supermarkt in wijkcentrum 1.200 à 1.800 m^2 wvo;
- supermarkt in buurtcentrum en strategisch gelegen solitaire supermarkten: 1.000 à 1.500 m^2 wvo.

Uitbreiding van niet-dagelijkse winkels is in de boodschappencentra niet gewenst.



Versterking positie Kersenboogerd


Herontwikkeling in De Huesmolen

Per verzorgingsgebied (zie 1.3) worden hierna de gewenste ontwikkelingen geschetst.

Risdam
In Risdam behoeft de positie van De Huesmolen als wijkcentrum aandacht. Het meer kwetsbare, niet-dagelijkse aanbod (schoenen, boeken, kleding, huishoudelijke artikelen, etc.) is afhankelijk van de dagelijkse trekkracht van het boodschappenaanbod. De supermarkten in dit wijkcentrum mogen groter worden om deze trekkracht te versterken. Vooral de Lidl is nu van beperkte omvang. Door deze supermarkten uit te breiden en vastgoed te moderniseren kan de positie van het wijkcentrum worden verbeterd. Voor de Korenbloem wordt uitgegaan van behoud van het huidige aanbod.

Kersenboogerd
Het dagelijkse winkelaanbod in de wijk Kersenboogerd is relatief klein. De supermarkten in het wijkcentrum zijn beide aan de kleine kant (≤ 1.000 m² wvo). Om de wijkverzorgende functie voor ruim 20.000 inwoners te vervullen én voldoende trekkracht voor de overige winkels te genereren is schaalvergroting van deze supermarkten wenselijk. Voor de solitaire supermarkt in het oosten van de wijk wordt uitgegaan van behoud van de huidige buurtverzorgende functie. Het winkelvastgoed bij de Spaarneweg heeft geen positie in de wenselijke detailhandelsstructuur. Uitbreiding van deze supermarkt is ongewenst.

Noord-oost
Het deelgebied Hoorn-Noord-oost heeft momenteel een groot supermarktaanbod. Voor de boodschappenvoorziening van de inwoners van Noord-oost zijn de buurtcentra Blokker-Centrum en Hollandse Cirkel van groot belang. Het gezamenlijke aanbod van Blokker-Centrum en Hollandse Cirkel past bij het draagvlak, hier wordt uitgegaan van behoud van de huidige buurtverzorgende functie. De kleinere, solitaire supermarkten in Zwaag en Blokker hebben geen positie in de wenselijke detailhandelsstructuur, daar wordt daarom niet meegewerkt aan uitbreiding. De inwoners van Oud-Zwaag hebben met De Huesmolen, Korenbloem, Hollandse Cirkel en Blokker-Centrum een ruim boodschappenaanbod in de directe omgeving.

Zuid
De Grote Beer is recent vernieuwd en is klaar voor de toekomst: twee moderne supermarkten en een volledig aanbod (o.a. verszaken, drogist, bloemist, lectuur) in een moderne setting met de nodige faciliteiten (o.a. toiletten).
In de binnenstad is het aanbod versspeciaalzaken divers, maar is het supermarktaanbod kleinschalig: een Deen van 400 m² wvo en kleine



Blokker-Centrum



Deen supermarkt in binnenstad Hoorn

specialistische supermarkten, zoals Ekoplaza en Hilal. De Albert Heijn-supermarkt aan de noordzijde van het spoor heeft in de huidige situatie voor de bewoners van de binnenstad een belangrijke verzorgingsfunctie.

In de binnenstad wonen nu circa 5.500 mensen. Door realisatie van circa 1.000 woningen in Poort van Hoorn en transformatie naar wonen van voormalig winkelvastgoed (zoals De Gruyter) neemt op termijn het aantal inwoners in dit gebied fors toe. Na de verplaatsing van Albert Heijn naar een locatie buiten dit gebied ontstaat in dit verzorgingsgebied (binnenstad, Poort van Hoorn) een onderaanbod in de supermarktsector. In relatie tot de ambities voor Poort van Hoorn is behoefte aan een kleine supermarkt van circa 400 à 600 m² wvo (500 à 700 m² bvo) in stationsgebied-noord, voor zowel de bewoners van dit gebied als de forenzen.

De supermarkt aan de Vredehofstraat is belangrijk als boodschappensteunpunt voor de buurt (Hoorn-Noord, Veenenlaankwartier), hier wordt uitgegaan van behoud van de huidige buurtverzorgende functie. De solitaire supermarkt in Holenkwartier (Lidl) heeft geen positie in de wenselijke detailhandelsstructuur. Daar wordt daarom niet meegewerkt aan uitbreiding.

3.6 Overige locaties

Winkelontwikkelingen horen, zoals beschreven in het voorgaande hoofdstuk, in de wenselijke winkelstructuur te landen. Op overige locaties wordt, om leegstand in de nagestreefde winkelstructuur te voorkomen, niet meegewerkt aan winkelontwikkelingen (zowel uitbreiding, verplaatsing als nieuwe detailhandel).

Detailhandel op bedrijventerreinen

De ambitie om Hof van Hoorn te versterken betekent dat elders geen uitbreiding of nieuwvestiging van volumineuze winkels in het woonthema (inclusief keukens en badkamers) wordt toegestaan. Wel kunnen de bedrijventerreinen blijven voorzien in de behoefte aan vestigingsmogelijkheden voor de zogenaamde ABC-goederen (auto's, boten en caravans). Bouwmarkten worden anders bezocht dan andere woninginrichting, waardoor enige spreiding daarvan wel wenselijk is (Hof van Hoorn, Oude Veiling). Vanwege het gebrek aan marktruimte in de doe-het-zelfsector* is er vooralsnog geen reden om mee te werken aan nieuwe initiatieven voor bouwmarkten.

Ook voor tuincentra ontbreekt marktruimte, door de vestiging van Overvecht aan de Berkhouterweg en Intratuin in Oosterblokker. Vanwege het grote ruimtebeslag van kas en buitenruimte is inpassing in Hof van Hoorn geen optie.

Nieuwe detailhandel en uitbreiding op bedrijventerreinen wordt, exclusief ABC-goederen (auto, boten, caravans), fietsen en brommers, niet meer toegestaan. Detailhandel op bedrijventerreinen (waaronder kringloopwinkels) zorgt voor aanzienlijke consumentenstromen, die zich moeilijk laten mengen met intensief vrachtverkeer en zwaardere milieucategorieën.

Bedrijventerrein Oude Veiling is door de centrale ligging en minder logistiek-gerichte bedrijvigheid een uitzonderingslocatie voor kringloopwinkels van minimaal 1.000 m² bvo (750 m² wvo).

* Zie bijlage H



4 Beleidskader

4.1 Vasthouden aan ruimtelijke keuzes

Voor een duurzame detailhandelsstructuur in de gemeente Hoorn en om inwoners op korte afstand van hun woning te (blijven) voorzien in een basisaanbod voor dagelijkse aankopen zijn en blijven scherpe keuzes noodzakelijk. Door het primaat in het detailhandelsbeleid te leggen bij de bestaande winkelgebieden, en met name de binnenstad, behouden de centra de grootste meerwaarde voor consumenten (en toeristen) en bieden ze de beste kansen voor synergie en een zo sterk mogelijke structuur.

Vasthouden aan de gekozen ruimtelijke detailhandelsstructuur biedt helderheid en duidelijkheid voor alle marktpartijen, zodat er zekerheid voor deze partijen ontstaat en ze van de gemeente weten waar ze van uit mogen gaan als ze overwegen te (blijven) investeren in een van de centra.

Indien de gemeente dit beleid vaststelt, mag zij hiervan afwijken op grond van zwaarwegende belangen. Het spreekt voor zich dat de gemeente een dergelijk besluit goed moet motiveren, aangevuld met een afweging van de effecten.

1. Binnenstad
Om de leegstand in de binnenstad te beperken worden in samenspraak met eigenaren ondernemers keuzes gemaakt over de begrenzing van het toekomstige 'publiekshart' en over functieprofielen van de verschillende centrumstraten. Hiermee wordt invulling met nieuwe en andere (publieks)functies, maar ook wonen, (actief) gestimuleerd. In het toekomstige publiekshart wordt zonodig meegewerkt aan schaalvergroting van winkels met behoud van het historische karakter van gevels.

2. Stationsgebied-noord
Voor stationsgebied-noord is het beleid gericht op enerzijds uitplaatsing van de grote AH-supermarkt en anderzijds de toevoeging van een kleine binnenstadssupermarkt gericht op de bewoners in de directe woonomgeving en forenzen. Daarnaast kunnen enkele kleine detailhandelsvestigingen worden toegevoegd, specifiek gericht op OV-reizigers. Voorkomen wordt dat het winkelaanbod in stationsgebied-noord een omvang en invulling krijgt die het functioneren van de detailhandel in de binnenstad ondermijnt.

3. Wijk- en buurtcentra
Voor de wijk- en buurtcentra is het beleid gericht op behoud van de huidige functie. In Huesmolen en Kersenboogerd wordt meegewerkt aan schaalvergroting van de supermarkten, passend bij de wijkverzorgende functie. Voor nieuwe supermarktontwikkelingen ontbreekt tot 2025 marktruimte. Aan de ontwikkeling van nieuwe solitaire locaties voor (te verplaatsen) supermarkten wordt niet meegewerkt.

4. Woonboulevard Hof van Hoorn
Hof van Hoorn blijft zijn functie behouden als Woonboulevard met een concentratie van woonwinkels en bouwmarkten. Brancheverruiming en schaalverkleining worden niet toegestaan. De bestaande afwijkingsbevoegdheid voor aanvullende branches komt te vervallen, behalve die van fietsen en brommers. Op (leegstaande) verdiepingen kan medewerking worden verleend aan grootschalige leisurefuncties en niet-publieksgerichte functies, zoals kantoren en woningen.

5. Bedrijventerreinen
Op bedrijventerreinen wordt verdere groei (nieuwvestiging en uitbreiding) van detailhandel voorkomen, exclusief ABC (auto, boten, caravans) en fietsen en brommers. Grote kringloopwinkels krijgen eventueel een plek op Hof van Hoorn en Oude Veiling.

6. Internetwinkels en afhaalpunten
Internetwinkels waar alleen sprake is van opslag en logistiek zijn vanzelfsprekend op de bedrijventerreinen toegestaan. Indien consumentenbezoek (bijvoorbeeld voor het afhalen en/of bekijken van artikelen) plaatsvindt, is er sprake van detailhandel. Ook deze vorm van detailhandel dient plaats te vinden in reguliere detailhandelsgebieden. Afhaalpunten voor internetaankopen zijn overwegend kleinschalig en zijn een goede aanvulling op reguliere winkelgebieden (binnenstad, wijk- en buurtcentra). Door het fijnmazige netwerk van winkelgebieden in Hoorn hebben de inwoners van Hoorn zodoende de beschikking over afhaalpunten (al of niet als nevenactiviteit van andere detailhandelsactiviteiten) in hun directe leefomgeving.

7. Ondergeschikte nevenactiviteit
Er zijn situaties waarin detailhandel plaatsvindt als ondergeschikte nevenactiviteit op een locatie met een andere hoofdactiviteit. Een voorbeeld van een detailhandelsactiviteit in deze vorm is het maken en verkopen van een kentekenplaat bij een autogarage. Een aparte detailhandelsbestemming is niet nodig indien aantoonbaar sprake is van ondergeschiktheid aan de hoofdactiviteit. Er is sprake van ondergeschiktheid wanneer er geen ruimtelijke uitstraling van de detailhandelsactiviteiten is (geen reclame, geen verkeersaantrekkende werking, geen zichtbare producten). Dit houdt in dat de ruimtelijke uitstraling en verkeersaantrekkende werking overeenkomen met de hoofdactiviteit van het bedrijf.

4.2 Ladder voor duurzame verstedelijking

Om dynamiek in de winkelmarkt en verbeteringen van het aanbod te stimuleren (pro-actief) kiest de gemeente Hoorn voor de beste locaties in bestaand stedelijk gebied, die reeds gebruikt worden voor detailhandel en andere publieksgerichte commerciële centrumfuncties (duurzaam ruimtegebruik). Deze lijn sluit aan bij het afwegingsprincipe van de Ladder voor duurzame verstedelijking.

4.3 Vertaling naar bestemmingsplannen

Op basis van deze Detailhandelsvisie worden winkelinitiatieven getoetst aan de gewenste detailhandelsstructuur. Het bestemmingsplan (en handhaving) is het meest krachtige (juridische) instrument dat de gemeente tot haar beschikking heeft om ruimtelijk beleid te voeren. Hierin wordt door middel van bestemmingen en voorschriften structureel bepaald waar wel en waar geen detailhandel is toegestaan.

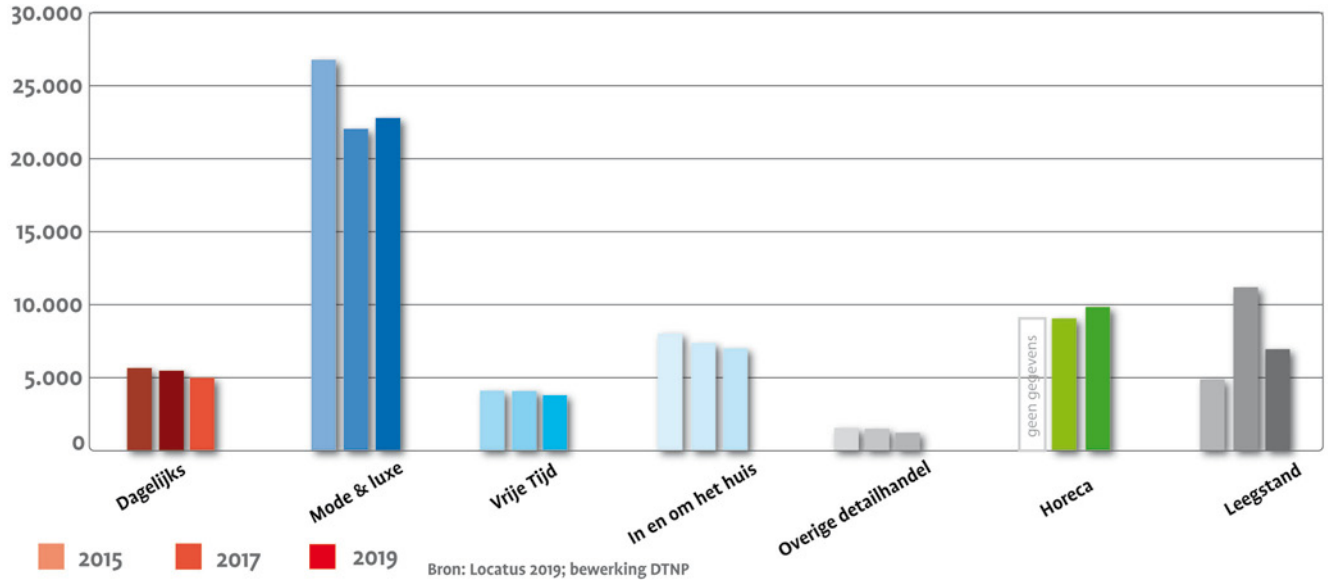
Bestemmingsplannen worden gebaseerd op beleidskaders, waaronder de voorliggende Detailhandelsnota. Bij actualisatie van bestemmingsplannen is het gewenst de regels opnieuw te toetsen aan de dan vigerende beleidskaders.


VIDEO
BEST OI TASTE
MARINA'S haarstudio
DAMES & HEREN KAPSALON
KAPPER
za 2h-18h
i.v.m. markt

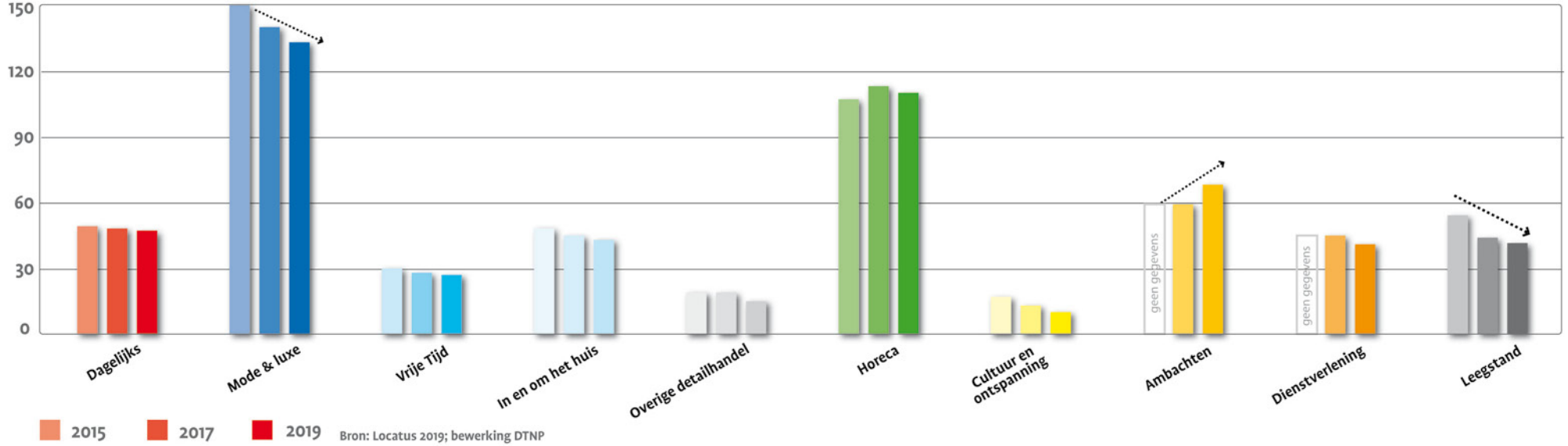
Bijlagen

Bijlage A - Aanbodontwikkeling binnenstad

Aanbodontwikkeling binnenstad Hoorn 2015-2019 in m² winkelvloeroppervlak naar branche



Aanbodontwikkeling binnenstad Hoorn 2015-2019 in aantal verkooppunten naar branche

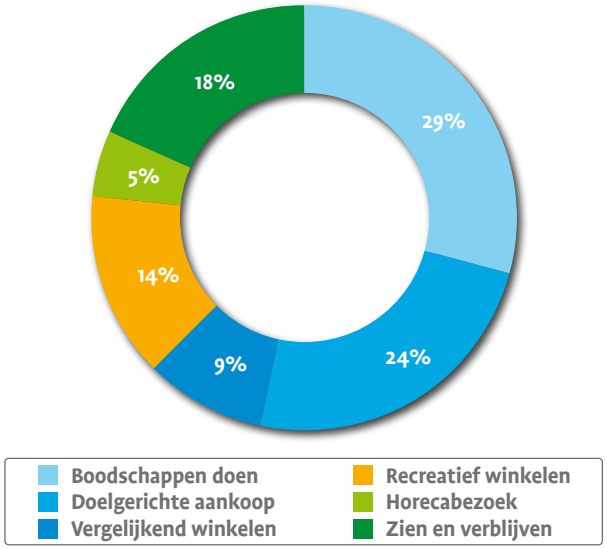


Bijlage B - Bezoekersonderzoek

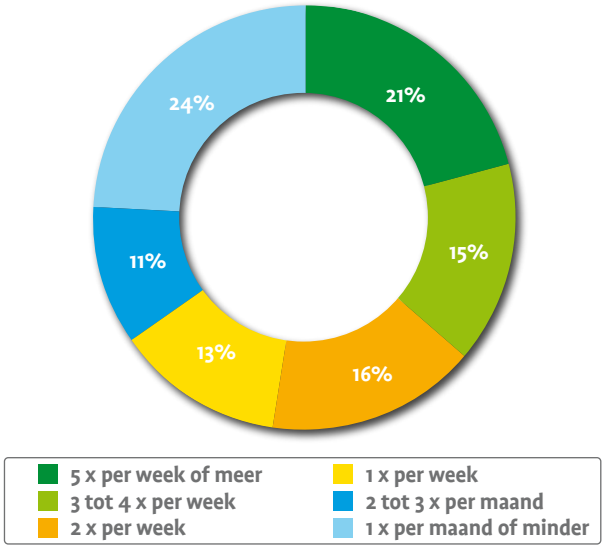
Op 21 en 23 september 2017 is in de winkelstraten van de binnenstad een bezoekersonderzoek uitgevoerd onder in totaal 304 respondenten. Het was mooi weer voor de tijd van het jaar.

- Van de bezoekers komt 73% uit de gemeente zelf. Deze uitkomst geeft net als het KSO Randstad het belang van de lokale doelgroep weer. 65% van de bezoekers komt minstens één keer per week
- Circa 63% van de bezoekers komt voor een relatief doelgerichte aankoop en weet dus wat hij of zij gaat kopen en in veel gevallen ook waar (boodschap, doelgericht, vergelijkend). In andere middelgrote centra is dit gemiddeld tegen de 70%.
- Recreatief winkelen is met 14% maar voor een beperkt aandeel bezoekers de reden om naar het centrum te komen. Dit is vergelijkbaar met de uitkomsten in andere middelgrote centra (daar gemiddeld 15%).
- Horecabezoek of zien en verblijven is, in vergelijking met andere middelgrote centra, voor een relatief groot aandeel het bezoekdoel (23% versus circa 16%).
- Relatief weinig bezoekers komen met de auto (33% van totaal). De fiets wordt veel gebruikt (circa 50%). 8% van de bezoekers komt met het OV (trein). Bezoekers van buiten gebruiken voornamelijk de auto.

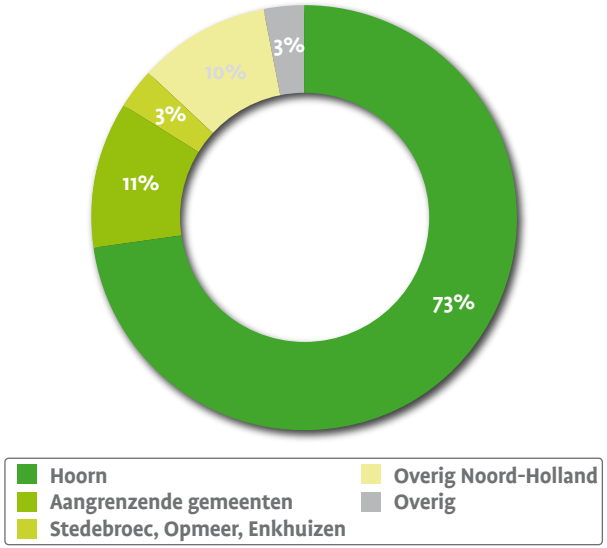
Bezoekmotief bezoekers binnenstad Hoorn



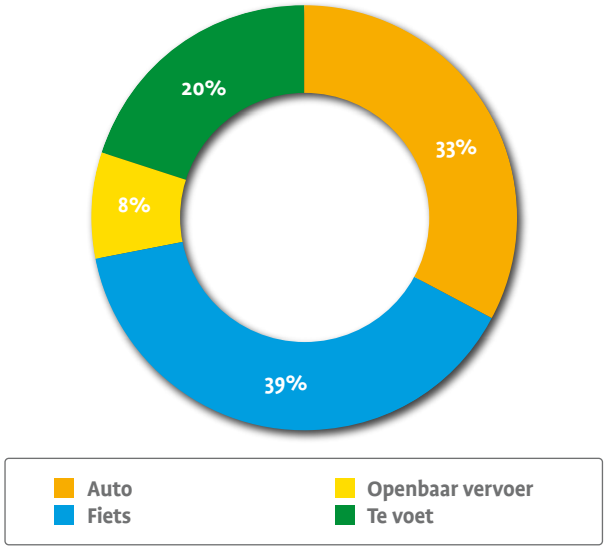
Bezoekfrequentie bezoekers binnenstad Hoorn



Herkomst bezoekers binnenstad Hoorn

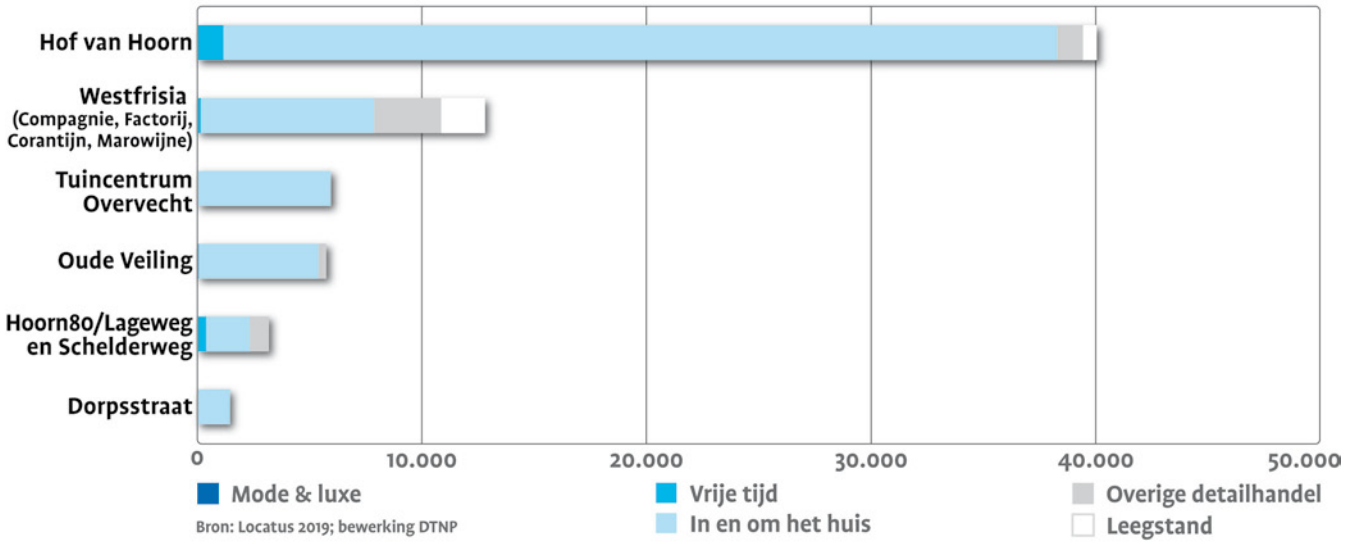


Vervoermiddel bezoekers binnenstad Hoorn



Bijlage C - Verspreid aanbod

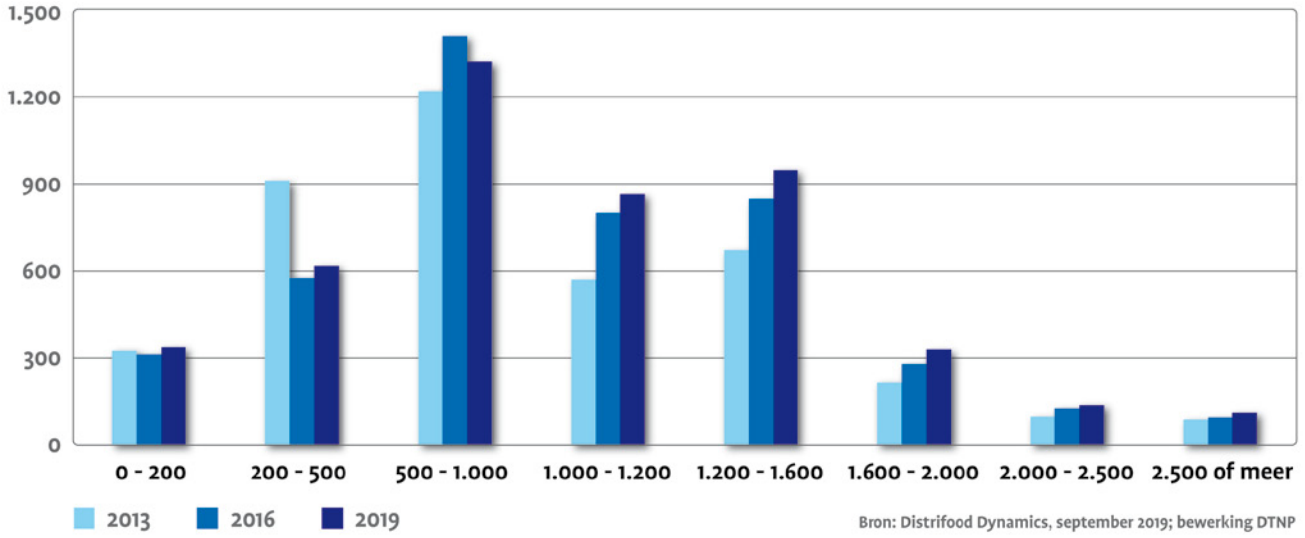
Perifere detailhandelconcentraties naar branche en locatie



Bron: Locatus 2019; bewerking DTNP

Bijlage D - Ontwikkeling omvang supermarkten NL

Ontwikkeling aantal supermarkten in Nederland naar omvangcategorie in m² wvo



Bron: Distrifood Dynamics, september 2019; bewerking DTNP

Bijlage E - Combinatiebezoek

Supermarkten trekkersfunctie

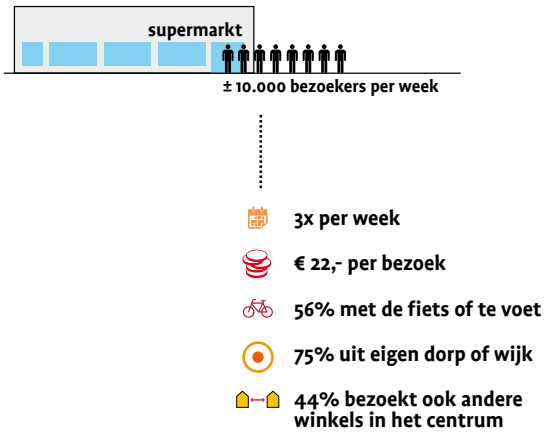
Supermarkten trekken consistent hoge aantallen bezoekers. Andere functies halen dergelijke bezoekersaantallen bij lange na niet. Zij kunnen echter, mits de supermarkt goed is gelegen, wel profiteren van de grote bezoekersaantallen van supermarkten. Onderlinge afstand en zichtrelatie zijn daarbij bepalende factoren.

Nabijheid en zichtrelatie

Uit recent door DTNP uitgevoerd onderzoek onder circa 3.000 respondenten in 20 dorps- en wijkcentra blijkt dat circa 44% van de consumenten het supermarktbezoek combineert met één of meer andere winkels in hetzelfde winkelgebied. Dit geldt zowel voor servicesupermarkten als voor discounters.

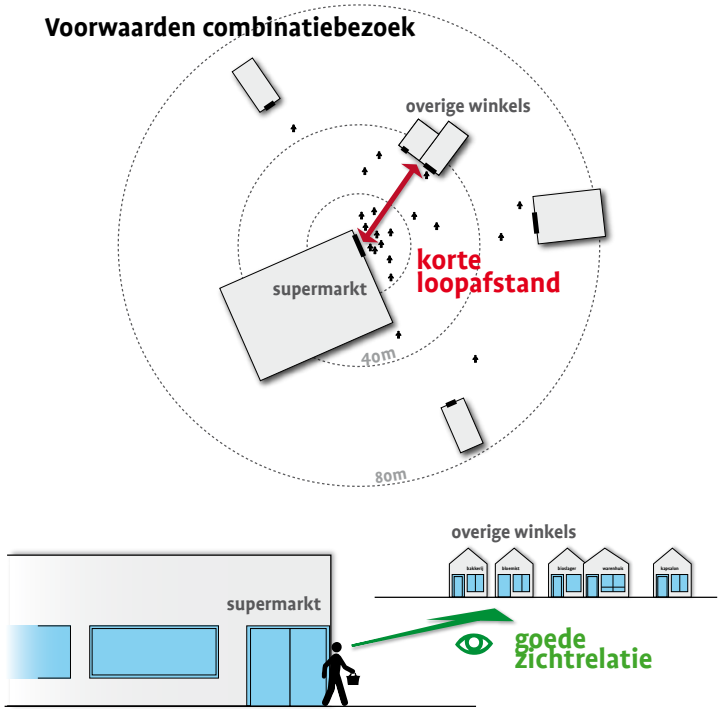
Het onderzoek toont aan dat het aandeel supermarktbezoekers dat ook andere winkels bezoekt, toeneemt naarmate meer winkels dicht bij de supermarkt liggen. Wanneer de eerste (vijf) winkels niet binnen 80 meter van de supermarkt liggen neemt het aandeel combinatiebezoek al snel af. Daarnaast blijkt dat het combinatiebezoek toeneemt naarmate er meer winkels in het zicht van de ingang van de supermarkt liggen. De ligging van een supermarkt met de in- en uitgang in de hoofdwinkelstraat levert vanuit deze uitkomsten optimale resultaten.

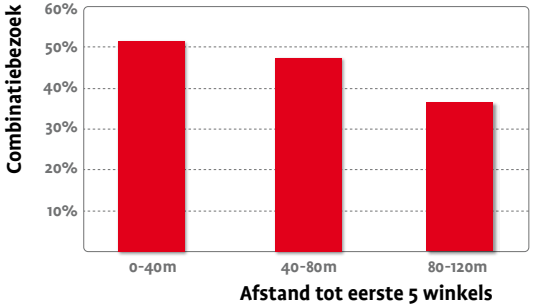
Profiel gemiddelde bezoeker in Nederland

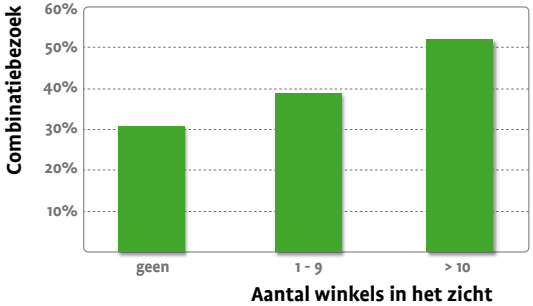


Bron: DTNP (2016), Passantenonderzoek trekkersol supermarkten

Voorwaarden combinatiebezoek

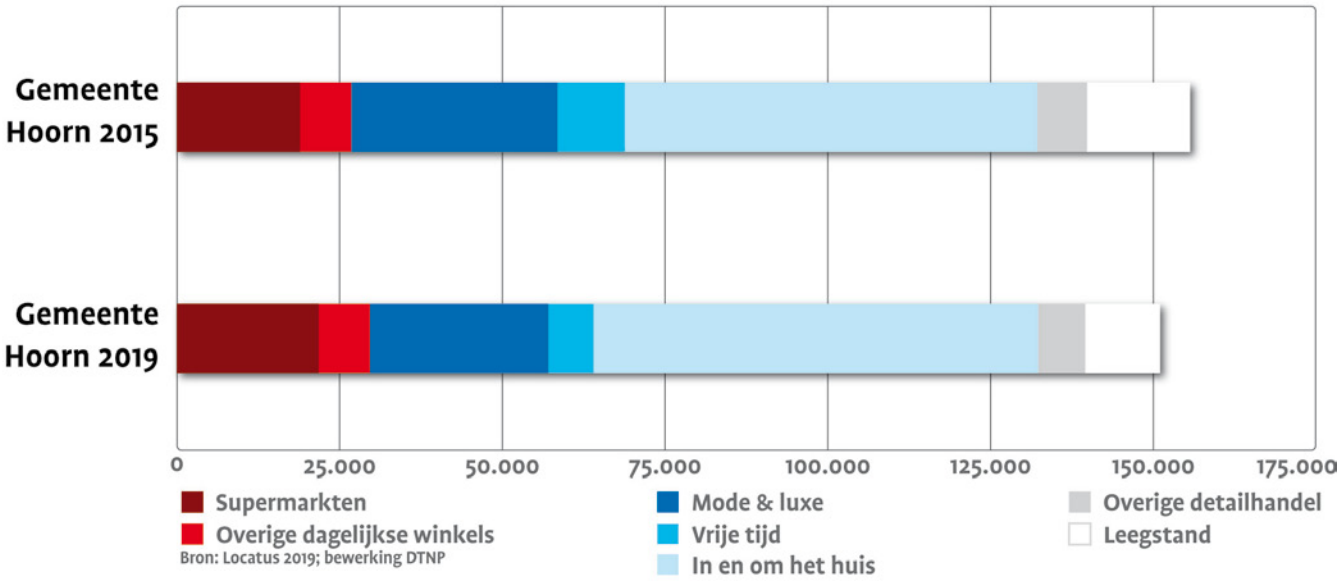






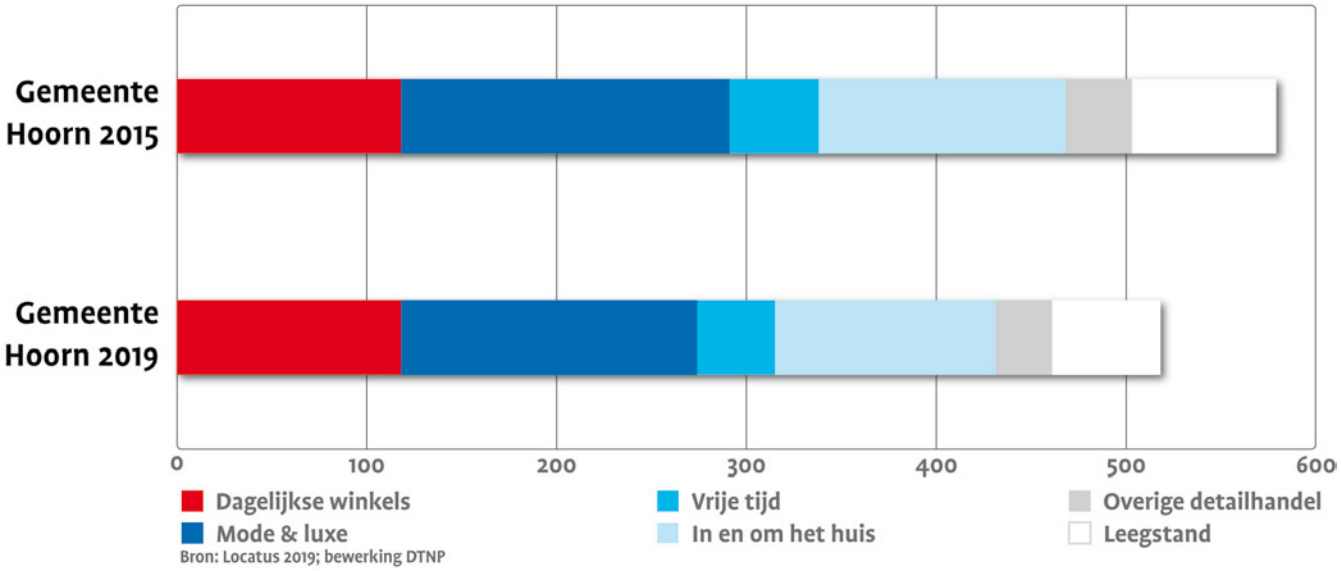
Bijlage F - Aanbodontwikkeling gemeente Hoorn

Ontwikkeling winkelaanbod gemeente Hoorn 2015-2019 naar branche in m² wvo



Bron: Locatus 2019; bewerking DTNP

Ontwikkeling winkelaanbod gemeente Hoorn 2015-2019 naar branche in aantal winkels



Bron: Locatus 2019; bewerking DTNP

Bijlage G - Marktruimte supermarkten

Een methode om het haalbare winkelaanbod in een gebied te achterhalen is een distributie-planologisch onderzoek/DPO. De voorspellende waarde van een distributieve berekening op basis van beschikbare kengetallen uit het recente verleden is in de sterk wijzigende winkelmarkt beperkt. Bovendien moeten door grote onderlinge verschillen in typen winkelgebieden, branches en winkelformules dergelijke berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. Met name in de niet-dagelijkse sector is dit het geval (grote variëteit). De dagelijkse sector bestaat voornamelijk uit supermarkten.

De haalbaarheid van winkelaanbod wordt vooral bepaald door de potentiële functie en kwaliteit van winkelgebieden. Niettemin kan een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod op basis van beschikbare kengetallen een indicatie geven van de mate van overbewinkeling of uitbreidingsmogelijkheden.

Factoren van vraag en aanbod

De marktruimte wordt bepaald door de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de besteding (in fysieke winkels) per hoofd, de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de mate waarin het bestedingspotentieel uit dit verzorgingsgebied terechtkomt in winkels in de eigen gemeente (koopkrachtbinding) en de mate waarin bestedingen van elders toevloeien (aandeel vreemde koopkracht/toevloeiing). Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m² winkelvloeroppervlak) en bestedingen per m² wvo (vloerproductiviteit) een rol.

In deze bijlage worden indicatieve berekeningen gemaakt voor de supermarktsector. De supermarktsector is het overgrote deel van de dagelijkse sector. Daarom zijn beschikbare gegevens over de dagelijkse sector in grote lijnen toepasbaar op de supermarktsector (binding, online aandeel, etc.). Er wordt voor de toekomst een indicatieve berekening gemaakt, waarbij een schatting gedaan wordt van de ontwikkeling van online aankopen.

Besteding per hoofd

In distributieve berekeningen als deze wordt uitgegaan van de landelijk gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking in fysieke winkels per jaar. In de supermarktsector bedraagt deze € 2.111,- (excl. btw, exclusief bestedingen online)*. Dit getal wordt gecorrigeerd voor het inkomensniveau in Hoorn (3% onder landelijke gemiddelde, inkomenselasticiteit van 0,4) resulterend in € 2.085,- supermarktbestedingen per hoofd per jaar in Hoorn.

Verdere groei van het aandeel online in boodschappenbestedingen is aannemelijk. Als het groeitempo tussen 2016 en 2018 in de dagelijkse sector doorzet is er in 2025 al sprake van ruim 8% online bestedingen. Zo kan bijvoorbeeld de komst van Picnic naar Hoorn een effect hebben. Om het effect van toenemende online bestedingen op de fysieke supermarktsector te duiden wordt een voorzichtige schatting gedaan van een online aandeel van 7,5% in de supermarktbestedingen in 2025. Dat betekent dat de bestedingen per inwoner in fysieke supermarkten afnemen naar circa € 1.990,- per jaar.

Inwonerprognose

Marktruimteberekeningen worden gebruikt voor inzicht in de mogelijkheden voor ontwikkeling van aanbod. Het is daarom vooral belangrijk welke ruimte er in de toekomst is. In de dynamische winkelsector is ver vooruit kijken niet realistisch. Deze som richt zich daarom op de situatie in 2025. In 2025 wonen er naar ver-

* Retail Insiders (2019), 'Omzetkengetallen 2018 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'

wachting 76.400 inwoners in de gemeente Hoorn.*

Koopkrachtbinding en toevloeiing

De koopkrachtbinding en -toevloeiing in Hoorn is recent voor de gehele dagelijkse sector gemeten: in 2018 was de binding voor de gemeente Hoorn 93% en de toevloeiing 16%. Aangezien supermarktbestedingen goed zijn voor circa 80% van de dagelijkse sector gaan we ervan uit dat deze dagelijkse koopstromen de meest accurate indicatie zijn voor de supermarkkoopstromen.

Aangezien deze DPO rekent met de bestedingen per hoofd in fysieke winkels moet de afvloeiing naar internet (2% in 2018) uit het totale bestedingspotentieel worden gehaald. Inwoners van Hoorn doen in de dagelijkse sector 95% van hun bestedingen in fysieke winkels in de eigen gemeente (0,93/0,98). Een binding van 95% is voor DPO's maximaal. Er vloeien namelijk altijd wel wat bestedingen weg (woon/werkverkeer, winkelhart Zwaagdijk, weekendje weg, etc.). Door het lokale aanbod in de complete wijkcentra te versterken kan deze hoge binding in de toekomst worden behouden.

* Rigo (2015) Prognose gemeente Hoorn.

De toevloeiing van 16% in de dagelijkse sector is uitgangspunt voor de supermarktsector in de toekomst. De aanbodpositie ten opzichte van Oosterblokker, Scharwoude, Wognum, etc. ondergaat naar verwachting geen grote verandering.

Supermarktaanbod en vloerproductiviteit

Het totale supermarktaanbod in de gemeente Hoorn bestaat uit 25 winkels van samen circa 22.350 m^2 wvo.**

** Locatus (2019) Verkooppuntenbestand checkdatum februari 2019.

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m^2 in de supermarktsector € 8.124,- per jaar (excl. btw)***.

Conclusie

Op basis van deze indicatieve berekening kan geconstateerd worden dat er geen kwantitatieve aanleiding is om in Hoorn supermarktaanbod toe te voegen. De berekende marktruimte/potentie voor supermarktaanbod in 2025 is iets kleiner dan het reeds bestaande supermarktaanbod.

*** Retail Insiders (2019), 'Omzetkengetallen 2018 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'

Indicatieve berekening marktruimte supermarktsector Hoorn 2025

Factoren	Situatie 2025
Supermarktomzet per hoofd (excl. btw en online)*	€ 1.990,-
Inwoners gemeente Hoorn	76.400
Koopkrachtbinding	95%
Omzet uit koopkrachtbinding	€ 144,4 mln.
Toevloeiing koopkracht	16%
Omzet uit toevloeiing	€ 27,5 mln.
Totale supermarktomzet gemeente Hoorn	€ 171,9 mln.
Gemiddelde omzet per m^2 wvo in Nederland*	€ 8.124,-
Indicatie potentieel supermarktaanbod 2025	21.150 m^2 wvo
Aanwezig supermarktaanbod in Hoorn in 2019	22.350 m^2 wvo
Vloerproductiviteit in Hoorn	€ 7.693,-
Indicatie uitbreidingsruimte	-1.200 m^2 wvo

Bron: Detailhandel.info/Panteia (2019), Omzetkengetallen 2018. Bewerking DTNP

Bijlage H - Marktruimte doe-het-zelfsector

Besteding per hoofd

In de doe-het-zelfsector bedragen de bestedingen in winkels per hoofd € 191,- (excl. btw, excl. bestedingen online)*. Na correctie naar inkomensniveau in Hoorn (3% onder NL, inkomenselasticiteit van 0,7 in niet-dagelijkse sector) bedragen de bestedingen € 189,- per hoofd per jaar in Hoorn. Verdere groei van het aandeel online in de doe-het-zelfbestedingen is aannemelijk. In een voorzichtige schatting gaan we uit van een groei van 3,5%** in 2018 naar 7,5% in 2025. De bestedingen per inwoner in fysieke doe-het-zelfwinkels nemen dan af naar circa € 181,- per jaar.

Inwonerprognose

In 2025 wonen er naar verwachting 76.400 inwoners in de gemeente Hoorn.***

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

De koopkrachtbinding en -toevloeiing in Hoorn is recent voor de doe-het-zelfsector gemeten: in 2018 was de binding van de fysieke winkelbestedingen voor de gemeente Hoorn 94% en de toevloeiing 29%**** . Dit ondergaat naar verwachting geen grote verandering, een hogere binding is niet reëel.

Doe-het-zelf en vloerproductiviteit

Het totale doe-het-zelfaanbod in de gemeente Hoorn bestaat uit 14 winkels van samen circa 13.600 m² wvo.***** De grote bouwmarkten Praxis, Karwei en Gamma zijn samen goed voor circa 10.400 m² wvo. In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m² in de doe-het-zelfsector € 1.418,- per jaar (excl. btw)******.

Conclusie

Op basis van onderstaande indicatieve berekening kan worden geconcludeerd dat in 2025 vraag en aanbod ongeveer in balans zijn. Er is geen marktruimte voor uitbreiding.

* Retail Insiders (2019), 'Omzetkengetallen 2018 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'
** I&O Research/DTNP (2018), Koopstromenonderzoek Randstad 2018.
*** Rigo (2015) Prognose gemeente Hoorn.
**** I&O Research/DTNP (2018), Koopstromenonderzoek Randstad 2018.
***** Locatus (2019) Verkooppuntenbestand, checkdatum februari 2019.
****** Retail Insiders (2019), 'Omzetkengetallen 2018 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'.

Indicatieve berekening marktruimte doe-het-zelfsector Hoorn 2025

Factoren	Situatie 2025
Omzet per hoofd (excl. btw en online)*	€ 181,-
Inwoners gemeente Hoorn	76.400
Koopkrachtbinding	94%
Omzet uit koopkrachtbinding	€ 13 mln.
Toevloeiing koopkracht	29%
Omzet uit toevloeiing	€ 5,3 mln.
Totale doe-het-zelf omzet gemeente Hoorn	€ 18,3 mln.
Gemiddelde omzet per m² wvo in Nederland*	€ 1.418,-
Indicatie potentieel aanbod 2025	12.900 m² wvo
Aanwezig aanbod in Hoorn in 2019	13.600 m² wvo
Vloerproductiviteit in Hoorn	€ 1.347,-

Retail Insiders (2019), 'Omzetkengetallen 2018 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'



Droogh Trommelen en Partners (DTNP) - Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109, 6512 BS Nijmegen | T 024 - 379 20 83 | E info@dtnp.nl | W www.dtnp.nl