

An aerial photograph of a coastal region, likely North-Holland, showing a mix of blue water, white clouds, and green land. A white grid pattern with dots at the intersections is overlaid on the entire image. The title 'Kop van Noord-Holland' is written in large, bold, white letters in the upper left quadrant.

Kop van Noord-Holland

Regionale retailvisie
analyserapport

december 2017

Documentatiepagina

OPDRACHTGEVER

Regiogemeenten Kop van Noord-Holland

TITEL RAPPORT

Regionale retailvisie

Analyserapport

DATUM PUBLICATIE

december 2017

STATUS PUBLICATIE

Definitief

PROJECTLEIDER OPDRACHTGEVER(S)

Anke Rolsma

PROJECTTEAM EXPERTTEAM WINKELGEBIEDEN

Marc Majolée
Jaap Kaai
Remko Bak
Hans Zimmer

ONTWERP RAPPORT

Delvorm reclame en vormgeving

Expertteam Winkelgebieden cooperatie U.A.

KvK: 64983064

Cauberg 16

3542 LJ Utrecht

info@expertteam-winkelgebieden.nl

www.expertteam-winkelgebieden.nl

Inhoud

Documentatiepagina	1
Inhoud	3
1. Inleiding	4
2. Huidige situatie	6
3. Trends en ontwikkelingen	39
Factsheets.....	45
Bijlage I: Beleid	83
Bijlage II: Vraag en aanbod	0
Bijlage III: Indeling retailgroepen en -branches.....	0
Bijlage IV: Plannen en ontwikkelingen	1
Bijlage V: Tabellen	3

1. Inleiding

De nota 'Detailhandelsbeleid Noord-Holland 2015-2020' verwoordt het provinciale beleid en verplicht alle regio's een eigen regionale visie op te stellen, waarin inhoudelijke en procedurele eisen worden gesteld. De huidige visie voor de Kop van Noord-Holland (de gemeenten Den Helder, Hollands Kroon, Schagen en Texel) is vastgesteld in 2012 en dient geactualiseerd te worden.

In 2017 is de nieuwe retailvisie opgesteld en uitgeschreven in de rapportage: Regionale retailvisie Kop van Noord-Holland.

De visie is tot stand gekomen via een interactief proces met stakeholders waarin stapsgewijs en gezamenlijk de verschillende onderdelen zijn uitgewerkt:

- 1. Analyse van de vraag en de consumentenbehoefte.**

Op basis van Randstad Koopstromenonderzoek 2016 (KSO 2016)¹, eerdere onderzoeken en provinciale en lokale studies en actuele bevolkingsgegevens is een inschatting gemaakt van het omzetpotentieel voor de detailhandel.

- 2. Analyse van de bestaande detailhandelsstructuur, inclusief harde en zachte plannen.**

Voor deze analyse is gebruik gemaakt van Locatus-gegevens, de Detailhandelsmonitor van de Provincie Noord-Holland en input van lokale ondernemers. Lokale ondernemers weten als beste wat er speelt, wat de knelpunten of mogelijke kansen zijn. Samen met de ambtelijke projectgroep en ondernemers is een schouw verricht van 18 winkelgebieden als aanvulling op de analyse.

- 3. Kwantificering bijdrage verblijfsrecreatie.**

Met name langs de kust en op Texel zijn toeristen verantwoordelijk voor een significant deel van de omzet in de specifieke toeristenplaatsen en winkelgebieden gericht op funshoppes. Informatie uit KSO2016 en de beschikbare lokale informatie, zoals voor Texel de actuele Retailvisie, is meegenomen.

- 4. Vertaling vraag- en aanbodsituatie naar consumentenbehoefte en marktruimte.**

- 5. Terugkoppeling aan ambtelijke werkgroep**

- 6. Werksessies met de verschillende stakeholders**

De terugkoppeling en afstemming van de analyse met de regio hebben plaatsgevonden via werksessies met een vertegenwoordiging van ondernemers (detailhandel, horeca en toerisme), een klankbordgroep (zoals belangenorganisaties, RAC en KHN) en het bestuur (portefeuillehouders gemeenten).

¹ Grootchalig vijfjaarlijks terugkerend onderzoek naar het koopgedrag van consumenten in de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht.

7. Uitwerking en tussentijdse terugkoppeling visie

Op basis van bovenvermelde stappen is de visie uitgewerkt. Daarbij is diverse malen overleg gevoerd met de projectgroep en is de (concept)visie besproken met klankbordgroep en stuurgroep. De visie is ook besproken met het RAC NHN. Zo is een optimale betrokkenheid gerealiseerd. In een raadsbijeenkomst zijn de resultaten gedeeld met de politiek.

Analyserapport

Onderliggende rapportage is de onderlegger voor deze retailvisie geeft de analyse van de huidige retailstructuur in de regio, alsmede de algemene landelijke trends en ontwikkelingen.

Factsheets

Van totaal 18 winkelgebieden in de regio is een factsheet gemaakt. Een factsheet bestaat uit twee pagina's. De eerste gaat in op de kwantitatieve aspecten van het centrum: koopstromen, aanbodgegevens en economisch functioneren. De informatie is gebaseerd op het Locatus-verkooppuntenbestand en het KSO2016.

De tweede sheet gaat in op kwalitatieve aspecten van het centrum. Daarin is een korte kwalitatieve beschrijving geven en is een beoordeling opgenomen. De beoordeling toont drie invalshoeken. Eén de beoordeling van de consument die is onderzocht in het KSO. Twee een gezamenlijk beoordeling door het Expertteam Winkelgebieden, de gemeenten en ondernemers.

2. Huidige situatie

2.1 Bevolking

Bevolkingsontwikkeling: stabiliteit naast krimp

In de regio Kop van Noord-Holland wonen ongeveer 163.500 mensen. Dit inwonertal is min of meer gelijk verdeeld over drie grote en één kleine gemeenten. Van de drie grote gemeenten heeft Den Helder met ruim 56.000 de meeste inwoners. Hollands Kroon en Schagen zijn iets kleiner, respectievelijk 47.500 en 46.000. Texel is met 13.500 inwoners de kleinste gemeente in de regio.

De ontwikkeling van de bevolking is per gemeente anders. In Texel is het inwonertal het meest stabiel. Het aantal inwoners in Schagen en Hollands Kroon is evenzo redelijk stabiel. Tot 2011 was hier nog sprake van enige groei. Inmiddels is de bevolking licht gedaald. Den Helder kent de grootste afname van het aantal inwoners. Hier is de bevolking sinds 2004 met ongeveer 3.500 inwoners (6%) afgenomen.

Binnen de provincie Noord-Holland is de Kop de enige regio waar de bevolkingsomvang daalt. In de andere regio's is de bevolking de afgelopen tien jaar toegenomen met gemiddeld 2% tot 5%. In de regio's Amsterdam en Amstelland-Meerland was er zelfs sprake van een toename van 12%².

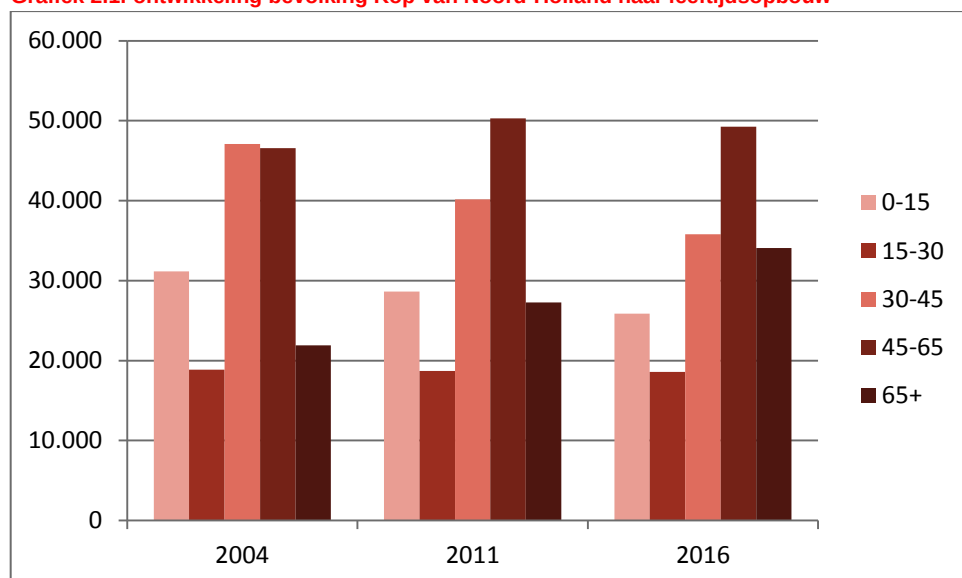
Tabel 2.1: ontwikkeling bevolking Kop van Noord-Holland absoluut

	Den Helder	Hollands Kroon	Schagen	Texel	Regio totaal	Index 2004=100
2004	59.795	46.604	45.446	13.735	165.580	100,0
2011	57.207	47.677	46.427	13.728	165.039	99,7
2016	56.275	47.546	46.159	13.574	163.554	98,8
Verdeling	34%	29%	28%	8%	100%	

Vergrijzing en ontgroening

In de regio is sprake van een duidelijke vergrijzing en ontgroening van de bevolking: het aantal 65-plussers groeit, terwijl het aantal kinderen onder de 15 jaar daalt. Een groep die ook daalt is de leeftijdscategorie 30 tot 45 jaar, de groep van gezinnen met jonge en opgroeiende kinderen. Het aantal jongeren, jong volwassenen en starters, 15 tot 30 jaar, is daarentegen redelijk stabiel.

² Provincie Noord-Holland Monitor Detailhandel, september 2016

Grafiek 2.1: ontwikkeling bevolking Kop van Noord-Holland naar leeftijdsopbouw**Blijvende lichte bevolking afname**

Het aantal inwoners in de regio Kop van Noord-Holland zal licht blijven afnemen. In 2025, is de totale bevolking in de regio met 1% afgenomen. Dit komt neer op een absolute afname van ongeveer 1.500 mensen. In Den Helder is deze afname iets sterker dan in de andere gemeenten. Hollands Kroon is een uitzondering. Hier neemt de bevolking juist iets toe, zij het zeer bescheiden. Op langere termijn blijft de bevolking afnemen en zal ook het aantal inwoners in Hollands Kroon gaan dalen³.

Tabel 2.2: bevolkingsprognose index

	2015	2020	2025	2030	2040
Den Helder	100	99,6	98,2	94,1	91,7
Hollands Kroon	100	100,2	100,1	100,1	99,4
Schagen	100	99,5	98,9	98,3	97,9
Texel	100	100,0	99,6	98,2	96,4
Regio totaal	100	99,8	99,1	97,4	96,1
Nederland	101	103,2	-	-	113,4

Binnen de provincie is de Kop van Noord-Holland een uitzondering. In alle andere regio's is toename van het aantal inwoners te zien. In de meeste regio's is de groei, met enkele procentpunten, bescheiden. De toename van de bevolking is vooral in (hoog) stedelijk gebied. Regio's als Zaanstreek-Waterland, Amstelland-Meerlanden en Amsterdam groeien sterk met 5% of meer. De verwachting is dat Amsterdam in 2025 ongeveer 12% meer inwoners heeft dan in 2015.

³ Uitgegaan is van de provinciale prognoses, gebaseerd op Primos. CBS heeft enzo prognoses gemaakt. Deze laten eenzelfde trend zien. Alleen iets negatiever. De bevolking in de Kop van Noord-Holland zal volgens CBS iets sterker dalen dan Primos verwacht.

Tabel 2.3 geeft per leeftijdscategorie het verschil aan met landelijke gemiddelden. Zo heeft Den Helder in de categorie 0 – 15 jarigen 2% minder inwoners ten opzichte van het landelijk gemiddelde. In de categorie 65+ heeft Den Helder juist 3% meer inwoners.

Tabel 2.3: leeftijdsopbouw Kop van Noord-Holland t.o.v. landelijk

	Den Helder	Hollands Kroon	Schagen	Texel
0-15	-2%	0%	0%	-2%
15-30	-1%	-1%	-1%	-1%
30-45	-2%	-3%	-4%	-5%
45-65	2%	2%	1%	4%
65+	3%	1%	4%	5%

Uit de tabel blijkt dat de sterke afname van de leeftijdscategorie 30 – 45 jarigen in de afgelopen jaren resulteert in een ondervertegenwoordiging van deze categorie ten opzichte van landelijke gemiddelden. Met name in Schagen en Texel wonen naar verhouding weinig mensen van deze leeftijd.

Alle gemeenten in de regio hebben juist een oververtegenwoordiging in mensen van 45 jaar en ouder. Met name op Texel is de bevolking relatief vergrijsd. De categorie 45 – 65 is 4% groter dan landelijk gemiddelde en 65+ 5%.

Jonge kinderen (tot 15 jaar) zijn er relatief weinig in de regio in Den Helder en Texel. In de gemeenten Hollands Kroon en Schagen is deze categorie vergelijkbaar aan het landelijk gemiddelde.

Relatief veel kleine huishoudens

De samenstelling van de huishoudens in de regio is wisselend. Den Helder heeft naar verhouding veel huishoudens van één-persoon. Meerpersoonshuishoudens met en zonder kinderen zijn hier minder vertegenwoordigd. Hollands Kroon heeft naar verhouding de grootste huishoudens. 37% van de huishoudens is met kinderen, tegen 34% als gemiddelde voor de regio en 33% landelijk. Het aantal kleine huishoudens is hier juist 'zeer' laag.

Texel heeft relatief veel één en twee persoons huishoudens, beide 35%. Het aandeel huishoudens met kinderen is relatief klein.

Deze huishoudenssamenstelling komt overeen met de bevolkingsopbouw naar leeftijd. Er wonen in de regio relatief veel ouderen en weinig jongeren en jonge gezinnen. De huishoudens zijn daardoor relatief klein, één tot twee personen.

Tabel 2.4: huishoudenssamenstelling

	Eenpersoons	Meerpersoons zk	Meerpersoons mk	Overig	
Den Helder	38%	30%	31%	0%	100%
Hollands Kroon	29%	34%	37%	0%	100%
Schagen	32%	33%	35%	0%	100%
Texel	35%	35%	30%	0%	100%
Regio totaal	34%	32%	34%	0%	100%
Nederland	37%	29%	33%	1%	100%

Het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner ligt in de regio Kop van Noord-Holland gemiddeld 2,6% lager dan het landelijk gemiddelde. Binnen de provincie is de Kop daarmee

één van de regio's met een laag inkomensniveau, vergelijkbaar aan West-Friesland. Gooi- en Vechtstreek en Zuid-Kennemerland zijn voorbeelden van regio's met een hoog inkomensniveau.

Tabel 2.5: gemiddeld besteedbaar inkomen

	2012	Vershil t.o.v. Nederland
Den Helder	14.500	-4,0%
Hollands Kroon	14.500	-4,0%
Schagen	15.200	0,7%
Texel	14.600	-3,3%
Regio totaal	14.700	-2,6%
Provincie Noord-Holland	16.000	6,0%
Nederland	15.100	-

Binnen de Kop van Noord-Holland is Schagen een uitzondering. Hier ligt het inkomensniveau juist op een hoog niveau. Het gemiddelde inkomen is hier weliswaar net (0,7%) iets hoger dan het landelijk gemiddelde, ten opzichte van de andere gemeenten is het fors: 4-5%.

2.2 Koopgedrag dagelijkse sector

In het Randstad Koopstromenonderzoek 2016⁴ (KSO2016) is het koopgedrag van de inwoners in de Randstad in beeld gebracht. Het onderzoek geeft goed inzicht in het koopgedrag van de inwoners in Randstad, de provincie en de regio, en het functioneren van het detailhandelsaanbod. Behalve informatie over de huidige situatie in de regio is ook een vergelijking met andere regio's en winkelgebieden te maken en zijn de uitkomsten afgezet tegen de situatie in 2011.

Koopkrachtbinding dagelijkse sector

In het KSO2016 wordt geconcludeerd dat bestedingen aan dagelijkse producten weer meer in de eigen gemeente terecht komen. In 2011 lag de gemiddelde koopkrachtbinding, het aandeel bestedingen door inwoners van een gemeente dat in de eigen gemeente terecht komt, op 85,3%. In 2016 is dat toegenomen tot 88,8%.

⁴ In 2016 is een grootschalig koopstromenonderzoek uitgevoerd in de Randstad door I&O research in opdracht van drie provincies (Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht). In februari 2017 zijn de resultaten bekendgemaakt. Zie ook www.kso2016.nl

Tabel 2.6: koopkrachtbinding dagelijkse sector

	Den Helder	Hollands Kroon	Schagen	Texel
2011	95%	82%	81%	97%
2016	95%	85%	81%	95%
benchmark 2016	89%	87%	87%	75%

Mensen doen hun boodschappen ten opzichte van 5 jaar geleden weer wat meer lokaal. In de Kop van Noord-Holland is deze trend alleen terug te zien in Hollands Kroon, waar de koopkrachtbinding iets toegenomen van 82% naar 85%. In Den Helder en Schagen is de binding gelijk gebleven en op Texel zelfs iets gedaald.

Texel en ook Den Helder hebben daarentegen nog steeds een zeer hoge lokale binding. Voor Texel is dit te verklaren doordat Texel een eiland is en mensen niet de boot nemen om de dagelijkse boodschappen te doen. Den Helder heeft ook een hoge lokale binding, 95% tegen 89% in de benchmark van KSO2016. Naast het ruime dagelijkse aanbod verspreid over de vele buurt- en wijkcentra kan de geografisch geïsoleerde ligging hiervoor een verklaring zijn: de afstand tot overige gemeente en winkelgebieden is groot. De uitwisseling van dagelijkse koopstromen met omliggende gemeenten is daardoor zeer beperkt.

Hollands Kroon en Schagen hebben een dergelijke uitwisseling juist wel. De binding is vergeleken met de benchmark relatief laag: 85% tegen 87% voor Hollands Kroon en 81% tegen 87% voor Schagen. Bijna een vijfde van de dagelijkse koopkracht in Schagen vloeit af naar omliggende gemeenten.

Koopkrachttoevloeiing dagelijkse sector

De koopkrachttoevloeiing naar de vier gemeenten is in de afgelopen vijf jaar nauwelijks veranderd. Het gaat hier om bestedingen in een gemeente gedaan door mensen woonachtig buiten die gemeente (elders in het onderzoeksgebied van KSO2016). Hollands Kroon en Schagen hebben een relatief hoge koopkrachttoevloeiing. In Den Helder is de toevloeiing gering.

Daarnaast zijn in KSO2016 -voor het eerst- de toeristische bestedingen onderzocht⁵. Drie typen toeristische bestedingen zijn onderscheiden: door buitenlandse toeristen, door inwoners van Nederland tijdens vakanties (met overnachting(en)) en door inwoners van Nederland tijdens toeristisch-recreatieve activiteiten. Binnen de reguliere toevloeiing zal in de praktijk een deel als toeristisch aangemerkt kunnen worden. Dit komt door de yesterday-methode in het onderzoek. De laatste aankoop kan namelijk (toevallig) zijn gedaan naar aanleiding van een toeristische of recreatieve activiteit. Naar verwachting zal deze ruis vrij beperkt zijn en vooral van toepassing voor echt toeristische gemeenten en gebieden, zoals Texel en de Noordzeekust, met plaatsen als Julianadorp, Callantsoog en Petten.

⁵ De toeristische bestedingen zijn op hoofdlijnen benaderd op basis van externe data. De toeristische bestedingen zijn niet meegenomen in de enquêtevragen en zodoende niet empirisch op gemeentelijk niveau onderzocht.

Tabel 2.7: koopkrachttoevloeiing dagelijkse sector

	Den Helder	Hollands Kroon	Schagen	Texel
2011	6%	10%	13%	9%
2016	5%	10%	14%	11%
Toerisme 2016	3%	2%	4%	23%

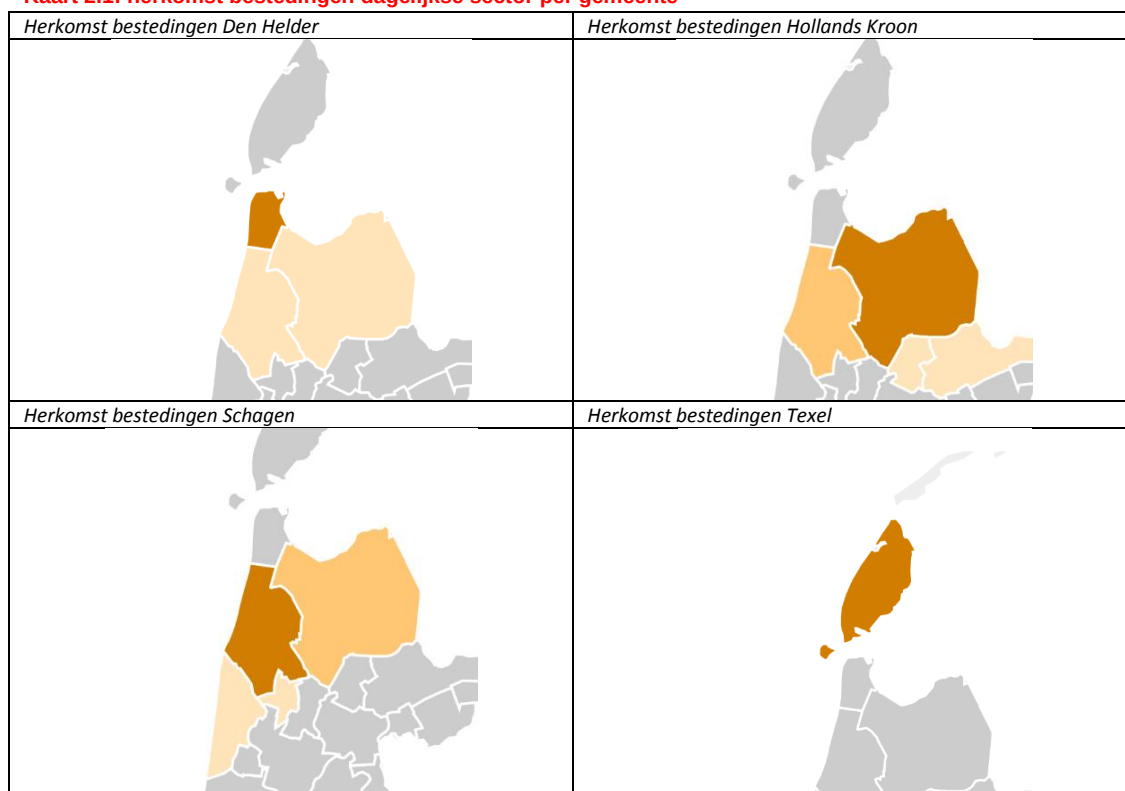
Met name Texel heeft een grote toeristische toevloeiing. Zoals hiervoor geschetst zal juist op Texel een groot deel van de reguliere toevloeiing een toeristische grondslag hebben. Niet aannemelijk is namelijk dat mensen van het vaste land de boot nemen naar Texel om hier boodschappen te doen. Dit blijkt ook uit KSO2016: de koopkrachttoevloeiing in de dagelijkse sector komt niet uit een van de andere gemeenten in de Kop van Noord-Holland. In de overige gemeenten heeft (het echte) toerisme een zeer beperkte invloed op de bestedingen. Tegelijk is het goed te beseffen dat de hier gemeten toevloeiing alleen de toevloeiing van binnen de Randstadregio betreft (onderzoeksgebied KSO). Terwijl juist Texel een toeristische functie heeft voor heel Nederland en ook daarbuiten (vooral Duitsers).

Intergemeentelijke koopstromen dagelijks

Uit de koopkrachttoevloeiing en –afvloeiing blijkt ook een intergemeentelijke uitwisseling van koopstromen in de dagelijkse sfeer⁶.

- Den Helder: heeft een hoge koopkrachtbinding, de afvloeiing naar andere gemeenten is zeer gering. Enige koopkrachttoevloeiing (1 à 2%) is afkomstig uit Hollands Kroon en Schagen.
- Hollands Kroon: de koopkracht vloeit vooral af naar Den Helder (2%) en Schagen (5%). Richting gemeenten in het zuiden (Medemblik en Opmeer) is er nauwelijks tot geen afvloeiing. Terwijl uit deze gemeenten wel enige koopkracht toevloeit (ca. 1%).
- Schagen: heeft de grootste intergemeentelijke koopkrachtuitwisseling. Naar alle omliggende gemeenten vloeit 3% tot 4% koopkracht af, ook naar Langedijk (4%) en Alkmaar (3%). Tegelijk vloeit ook weer koopkracht uit deze gemeenten terug naar Schagen.
- Texel: heeft buiten de toeristische (en toeristisch gerelateerde) koopkrachttoevloeiing een zeer geringe koopkracht uitwisseling met de regiogemeenten.

⁶ Het percentage van koopkrachttoevloeiing en –afvloeiing is gesteld vanuit de totale bestedingen in betreffende gemeente. De totale bestedingen in een gemeente zijn afhankelijk van het aantal inwoners en het inkomensniveau. Dit leidt ertoe, als voorbeeld, dat 1% afvloeiing van Den Helder naar Texel, niet gelijk hoeft te zijn aan 1% toevloeiing voor Texel uit Den Helder. In absolute zin is 1% afvloeiing uit Den Helder namelijk groter dan 1% toevloeiing in Texel. Aangezien de totale bestedingen in deze laatste gemeente lager is.

Kaart 2.1: herkomst bestedingen dagelijkse sector per gemeente

2.3 Koopgedrag niet-dagelijkse sector

Koopkrachtbinding niet-dagelijkse sector

De gemeentelijke koopkrachtbinding (aan fysieke aankoopplaatsen) in de niet-dagelijkse sector daalt in het gehele KSO2016-gebied. In 2011 was deze nog 54,9% in 2016 nog maar 49,2%. Een afname van ongeveer 10%. De belangrijkste verklaring hiervoor is de toenemende oriëntatie van mensen naar het online verkoopkanaal. Inmiddels vloeit in de niet-dagelijkse sector 21,6% van de bestedingen af naar internet. Een verdubbeling sinds 2011.

In de regio is eveneens sprake van een dalende koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector. De grootste daling is te zien in Den Helder. In 2011 bond het niet-dagelijkse aanbod nog 74%, nu 62% (-12%). In de andere gemeenten is de binding gedaald met 3% tot 7%.

Tabel 2.8: koopkrachtbinding niet-dagelijkse sector

	Den Helder	Hollands Kroon	Schagen	Texel
2011	74%	31%	56%	68%
2016	62%	28%	49%	62%
benchmark 2016	48%	41%	41%	23%

Ondanks de daling is de totale binding in deze sector toch hoger dan de benchmark. Den Helder bindt nu 62% daar waar referentie gemeenten slechts 48% binden. Ook in Schagen en Texel is de binding relatief hoog. Alleen in Hollands Kroon is de binding lager dan in referentie gemeenten.

Koopkrachttoevloeiing niet-dagelijkse sector

De ontwikkeling van de koopkrachttoevloeiing is wisselend. In Den Helder en Texel is de toevloeiing iets gedaald. In Schagen is deze iets toegenomen. Hollands Kroon heeft een relatief grote sprong gemaakt. De koopkrachttoevloeiing is hier bijna verdubbeld.

Tabel 2.9: koopkrachttoevloeiing niet-dagelijkse sector

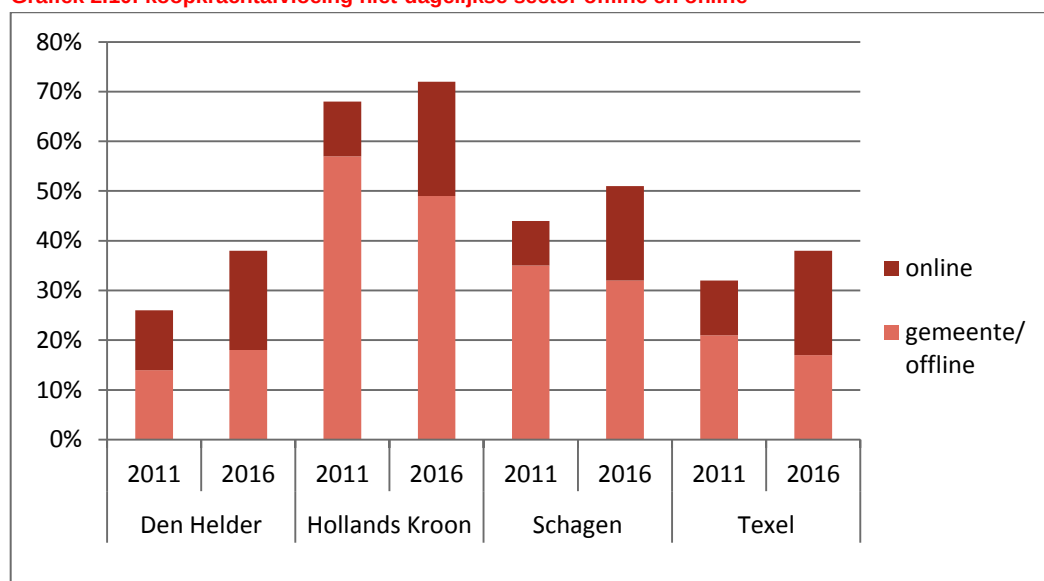
	Den Helder	Hollands Kroon	Schagen	Texel
2011	18%	15%	37%	22%
2016	13%	26%	39%	19%
Toerisme 2016	2%	2%	2%	17%

Toerisme is in de niet-dagelijkse sector nauwelijks een factor van betekenis. De totale koopkrachttoevloeiing is in het algemeen slechts 2%. Texel is als toeristische bestemming hierop een uitzondering: deze gemeente kent een toeristische omzettoevloeiing van 17%.

Koopkrachtafvloeiing niet-dagelijkse sector

Terwijl de koopkrachtafvloeiing in de dagelijkse sector beperkt is, is de afvloeiing in de niet-dagelijkse sector aanzienlijk en is deze bovendien fors gestegen sinds 2011. Dit betreft afvloeiing naar winkelaanbod in andere gemeenten als ook via internet/online.

Grafiek 2.10: koopkrachtafvloeiing niet-dagelijkse sector offline en online



	Afvloeiing naar	Den Helder	Hollands Kroon	Schagen	Texel
2011	Gemeenten	14%	57%	35%	21%
	Online	12%	11%	9%	11%
2016	Gemeenten	18%	49%	32%	17%
	Online	20%	23%	19%	21%
benchmark 2016	Gemeenten	31%	38%	38%	56%
	Online	21%	21%	21%	22%

De toename van de koopkrachtafvloeiing wordt voornamelijk veroorzaakt door de gestegen koop-oriëntatie op internet. In alle gemeenten is de koopkrachtafvloeiing naar internet met zo'n 10% toegenomen. Gemiddeld komt de online afvloeiing uit op ongeveer 20%. Dit is

vergelijkbaar met de benchmark in KSO2016. De online oriëntatie in de regio Kop van Noord-Holland is dus niet hoger of lager dan elders in de Randstad.

De grotere oriëntatie op internet gaat ten koste van de koopkrachtbinding op de eigen gemeente én de koopkrachtafvloeiing naar omliggende gemeenten. In alle gemeenten is de offline koopkrachtafvloeiing naar andere gemeenten namelijk met 4% tot 8% afgenomen. Uitzondering is Den Helder. Hier is zowel de online als de offline koopkrachtafvloeiing groter geworden.

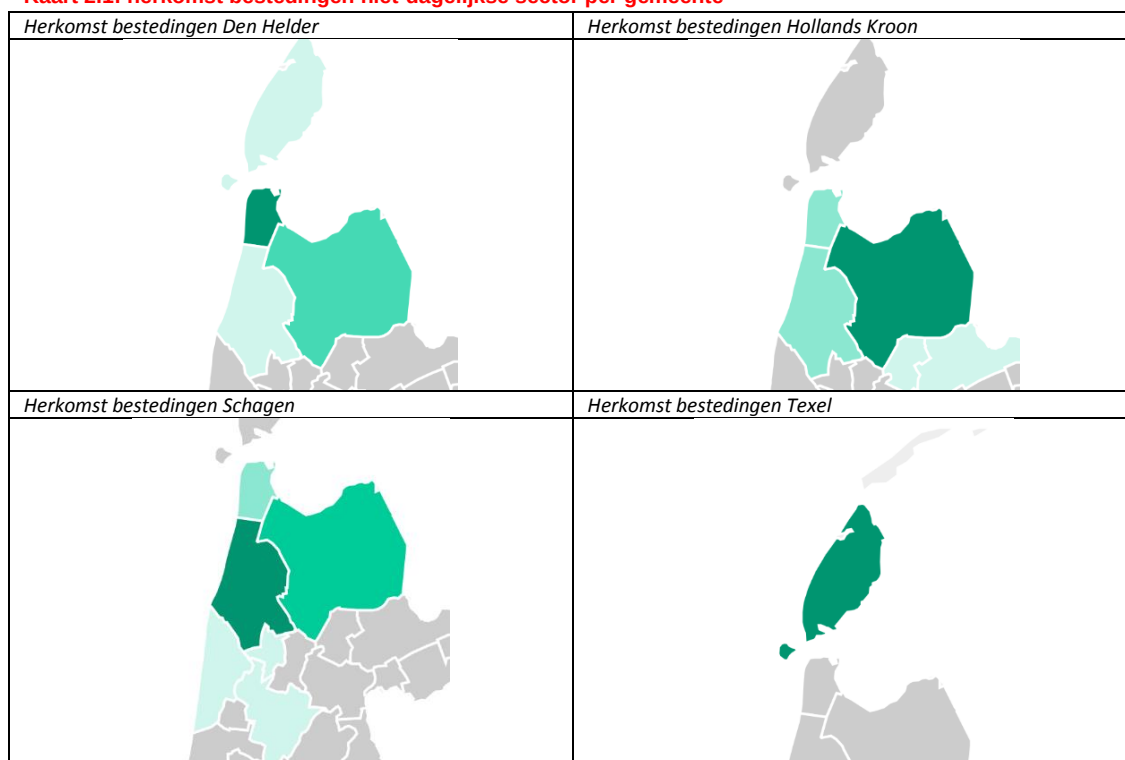
Uit de benchmark cijfers blijkt niet dat het uiteindelijke offline-effect in de regio Kop van Noord-Holland groter of kleiner is dan elders in de Randstad. Den Helder heeft bijvoorbeeld een online-afvloeiing van 20%. In referentiegemeenten is dit vergelijkbaar, 21%. Hetzelfde geldt voor de andere gemeenten in de regio.

Intergemeentelijke koopstromen niet-dagelijks

Naar gemeente bezien is sprake van de volgende intergemeentelijke uitwisseling van koopstromen in de niet-dagelijkse sfeer⁷.

- Den Helder: heeft een beperkte regionale verzorgingsfunctie. Koopkracht vloeit vooral toe uit Hollands Kroon (7%) en een beetje uit Schagen (2%). Inwoners uit Den Helder doen af en toe aankopen in Schagen en Alkmaar. De afvloeiing bedraagt 4%.
- Hollands Kroon: heeft een geringe regionale verzorgingsfunctie, de toevloeiing bedraagt 3%-4%. De afvloeiing is vele malen groter. Vooral naar Schagen (16%) en Den Helder (6%). Buiten de regio gaan inwoners naar Alkmaar (6%) en Hoorn (5%).
- Schagen: heeft vooral een regionale verzorgingsfunctie voor Hollands Kroon (20%). Uit Den Helder komt 5% en uit Langedijk, Bergen en Alkmaar 1% tot 2%. De afvloeiing binnen de regio is gering: 2% naar Den Helder en 2% naar Hollands Kroon. Buiten de regio shoppen de inwoners vooral in Alkmaar (11%), Heerhugowaard (4%) en Amsterdam en Haarlem, beide 2%.
- Texel: heeft geen koopkrachttoevloeiing uit de regio. Enige koopkracht vloeit af naar of Den Helder (3%) of Alkmaar (3%). De afvloeiing naar Schagen is zeer gering.

⁷ Het percentage van koopkrachttoevloeiing en –afvloeiing is gesteld vanuit de totale bestedingen in betreffende gemeente. De totale bestedingen in een gemeente zijn afhankelijk van het aantal inwoners en het inkomensniveau. Dit leidt ertoe, als voorbeeld, dat 1% afvloeiing van Den Helder naar Texel, niet gelijk hoeft te zijn aan 1% toevloeiing voor Texel uit Den Helder. In absolute zin is 1% afvloeiing uit Den Helder namelijk groter dan 1% toevloeiing in Texel. Aangezien de totale bestedingen in deze laatste gemeente lager is.

Kaart 2.1: herkomst bestedingen niet-dagelijkse sector per gemeente

2.4 Detailhandelsaanbod

Het detailhandelsaanbod is in beeld gebracht met als basis Locatus-gegevens d.d. september 2016. Het Locatus-bestand is een landelijk dekkend databestand met uitgebreide informatie over detailhandel, horeca, leisure en diensten. De gegevens die in dit onderzoek zijn gebruikt zijn dezelfde als die in het KSO2016 zijn gebruikt.

Afname winkelaanbod van vooral kleine winkels

De Kop van Noord-Holland telt momenteel bijna 300.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo), verdeeld over ruim 1.000 winkels. Het totale winkeloppervlak is de afgelopen vijf jaar licht gekrompen met een kleine 4%. Het aantal winkels is met 5,4% afgenomen, totaal 61 winkels. Het aantal winkels daalt dus sneller dan het oppervlak.

Samenstelling aanbod

Bijna de helft van het totale winkeloppervlak betreft de branchegroep 'in en om het huis'. Een kwart van het aanbod is dagelijks. Iets minder dan een vijfde is 'mode' en een klein deel 'vrije tijd' en 'overig'.

Deze samenstelling is moeilijk te vergelijken met andere regio's in Noord-Holland. Per regio is de samenstelling van het aanbod namelijk verschillend. In de ene regio is het aandeel 'in en om het huis' relatief groot, in een andere is 'dagelijks' in oppervlak een grote branchegroep. Een duidelijk patroon hierin is niet te duiden. Het enige opvallende is dat 'mode' in Amsterdam een beduidend groter aandeel heeft in het totale aanbod in die regio,

dan in andere regio's. In Amsterdam is van al het winkelloppervlak 29% mode, in alle andere regio's is dat lager (Kop van Noord-Holland 18%).

Uitbreiding en schaalvergroting dagelijkse sector

In alle branchegroepen krimpt het winkelaanbod, behalve in de dagelijkse sector. Het dagelijks aanbod is juist toegenomen, vooral in oppervlak. Er zijn dus vooral 'grotere' dagelijkse winkels bijgekomen en/of bestaande winkels zijn uitgebreid. Dit sluit aan bij de algemene trends. In de andere branchegroepen is deze trend van schaalvergroting minder sterk zichtbaar.

Tabel 2.10: totaal winkelaanbod Kop van Noord-Holland

Branchegroep	Aantal winkels			Oppervlak		
	2016	aandeel	t.o.v. '11	2016	aandeel	t.o.v. '11
Dagelijks	312	29%	0%	74.340	25%	8%
Mode	317	30%	-8%	53.860	18%	-6%
Vrije tijd	79	7%	-28%	15.969	5%	-14%
In om huis	277	26%	-7%	138.745	46%	-4%
Overig	78	7%	22%	15.994	5%	16%
	1.063	100%	-6%	298.908	100%	-1%

Uitbreiding dagelijks aanbod bijna overal

De uitbreiding en schaalvergroting in de dagelijkse sector heeft, met uitzondering van Schagen, in alle gemeenten plaatsgevonden. De schaalvergroting is aanzienlijk, ruim meer dan het de landelijk of provinciaal gemiddelde van rond de 8%. Vooral in Den Helder is het winkelloppervlak sterk uitgebreid: 15% t.o.v. 2011. Met name door schaalvergroting van de bestaande winkels, het aantal winkels is nauwelijks veranderd.

Tabel 2.11: ontwikkeling winkelaanbod dagelijkse sector per gemeente

	2011		2016		Oppervlak t.o.v. '11
	Aantal winkels	Oppervlak	Aantal winkels	Oppervlak	
Den Helder	104	23.820	102	27.357	14,8%
Hollands Kroon	71	16.839	72	18.217	8,2%
Schagen	86	19.043	87	18.678	-1,9%
Texel	51	9.288	51	10.088	8,6%
Kop NH totaal	312	68.990	312	74.340	7,8%
Nederland		5.521.000		5.980.000	8,3%

Toe- en afname aanbod niet-dagelijkse sector

Voor de regio als geheel geldt dat het aanbod in de niet-dagelijkse sector is afgenomen. In 2016 is er 3,8% minder aanbod, bijna 10.000 m² wvo. Deze krimp is iets groter dan landelijk. Gemiddeld is het niet-dagelijkse aanbod in Nederland 2% afgenomen.

Binnen de regio zijn er zeer grote verschillen. In Den Helder en Hollands Kroon is het aanbod sterk afgenomen, terwijl in Texel en met name Schagen het aanbod juist (flink) is toegenomen.

Tabel 2.12: ontwikkeling winkelaanbod niet-dagelijkse sector per gemeente

	2011		2016		Oppervlak t.o.v. '11
	Aantal winkels	Oppervlak	Aantal winkels	Oppervlak	
Den Helder	263	90.059	221	76.586	-15,0%
Hollands Kroon	171	53.282	159	49.415	-7,3%
Schagen	235	62.617	218	69.863	11,6%
Texel	146	27.495	153	28.704	4,4%
Kop NH totaal	815	233.453	751	224.568	-3,8%
Nederland		22.190.000		21.752.000	-2,0%

Veel winkeloppervlak per inwoner

Afgezet tegen het aantal inwoners is er relatief veel winkeloppervlak in de *dagelijkse sector*. In de regio totaal is er 0,45 m² per inwoner, tegen 0,36 m² landelijk. Alle gemeenten zitten hier boven. Vooral Texel, waarbij de toeristische functie van het eiland een verklarende factor is. De andere gemeenten hebben echter ook een ruim aanbod.

In de *niet-dagelijkse sector* zijn de verschillen tussen de gemeenten groot. Texel heeft wederom het meeste aanbod wat net als voor de dagelijkse sector verklaard kan worden door de toeristische functie. Schagen heeft een ruim aanbod. Daaruit blijkt de regionale verzorgingsfunctie van het centrum en Witte Paal. Het aanbod in Den Helder komt redelijk overeen met landelijke gemiddelden. Hollands Kroon heeft weinig aanbod. Wat verklaard kan worden door het landelijke karakter van deze gemeente en de lage bevolkingsdichtheid.

Tabel 2.13: winkeldichtheid naar oppervlak per gemeente per sector

	Inwoners	Dagelijks	Niet-dagelijks	Totaal
Den Helder	56.275	0,49	1,36	1,85
Hollands Kroon	47.546	0,38	1,04	1,42
Schagen	46.159	0,40	1,51	1,92
Texel	13.574	0,74	2,11	2,86
Kop NH totaal	163.554	0,45	1,37	1,83
Nederland		0,36	1,35	1,71

Relatief hoge concentratie

Het winkelaanbod in de regio is relatief sterk geconcentreerd in de grotere winkelconcentraties, te weten de hoofdwinkelcentra (de hoofdcentra van Den Helder, Schagen en Den Burg) en de concentratiegebieden voor grootschalige detailhandel (Ravelijncenter en Witte Paal). In deze eerste categorie is 25% van al het aanbod gevestigd, landelijk is dat 21%. In de tweede categorie 19%, tegen 16% als landelijk gemiddelde.

De landelijke setting van de Kop van Noord-Holland verklaart het zeer lage percentage winkelaanbod in ondersteunende gebieden zoals buurt- en wijkwinkelcentra: 7% tegen Nederland 16%. Alleen Den Helder kent relatief veel van dergelijke centra. In de rest van de regio ontbreekt dit type winkelgebieden of wordt de ondersteunende functie overgenomen door de 'kernverzorgende centra', zoals Julianadorp, Hippolytushoef, Warmenhuizen of De Koog. Het aanbod in deze centra is dan ook relatief ruim.

Tabel 2.14: spreiding oppervlak naar type winkelgebied

	Hoofdcentrum	Kern- verzorgend centrum	Wijk/buurt centrum	Grootschalige concentratie	Verspreid	Totaal
Den Helder	26%	7%	19%	37%	11%	100%
Hollands Kroon	0%	43%	0%	0%	57%	100%
Schagen	34%	14%	1%	21%	31%	100%
Texel	47%	25%	0%	0%	29%	100%
Kop NH totaal	25%	19%	7%	19%	30%	100%
Nederland	21%	16%	16%	16%	31%	

Spreiding voorzieningen

De spreiding van het winkelaanbod in de dagelijkse en de niet-dagelijkse sector volgt goed de concentratie in winkelgebieden. In aantal is een relatief beperkt deel verspreid gevestigd. 19% in de dagelijkse sector en 24% in de niet-dagelijkse sector.

De leisure- en dienstensector zijn daarentegen veel meer verspreid over de regiogemeenten. Bijna de helft is niet gevestigd in één van de winkel- of centrumgebieden. De verschillen tussen de vier gemeenten zijn hierin niet groot. Het gaat hier om een grote diversiteit aan voorzieningen, van een dorpscafé, plaatselijk restaurant, cultuurhuis, galerie tot fitnesscentrum. Deze voorzieningen zijn op heel veel verschillende en willekeurige locaties gevestigd. Soms al van oudsher soms recent. Denk aan recreatiegebieden, kleine kernen (zonder winkelcentrum), langs uitvalswegen of op bedrijventerreinen.

Tabel 2.15: spreiding voorzieningen (in aantal) naar type winkelgebied

	Hoofdcentrum	Kern- verzorgend centrum	Wijk/buurt centrum	Grootschalige concentratie	Verspreid	Totaal
Dagelijks	27%	40%	14%	0%	19%	100%
Niet-dagelijks	41%	24%	4%	7%	24%	100%
Leisure	24%	26%	3%	1%	47%	100%
Diensten	26%	22%	4%	1%	48%	100%
Totaal	31%	27%	5%	3%	35%	100%

Aanbod aan leisure en diensten

Het aanbod aan leisure en diensten in de regio heeft een sterk verband met de bevolkingsconcentratie en het toerisme. Van al het leisure-aanbod is het grootste deel op Texel geconcentreerd (30%). Dit leidt ertoe dat Texel per inwoner het meeste aanbod heeft aan leisure-functies, hoofdzakelijk horeca. Dit komt door de toeristische functie van deze gemeente. Den Helder en Schagen zijn wat betreft leisure-aanbod in relatie tot het aantal inwoners vergelijkbaar. De bevolkingsconcentratie en regiofuncties van Den Helder en Schagen zijn hiervoor verantwoordelijk. Hollands Kroon heeft het minste aanbod aan leisure.

De dienstensector is sterker gericht op de bevolkingsconcentraties en minder op toerisme. Het relatief hoge aantal diensten per inwoner in Texel komt vooral door de verhuur van fietsen e.d. Het aandeel diensten binnen de hele regio dat in Texel is gevestigd is dan ook beperkt (12%). Diensten zijn vooral in Den Helder en Schagen gevestigd, dicht bij de grote bevolkingsconcentraties.

Tabel 2.16: aanbod leisure en diensten per gemeente

	Per inwoner		Aandeel		
	Inwoners	Leisure	Diensten	Leisure	Diensten
Den Helder	56.275	3,1	2,3	27%	34%
Hollands Kroon	47.546	2,4	1,8	17%	22%
Schagen	46.159	3,4	2,6	25%	32%
Texel	13.574	14,5	3,3	30%	12%
Regio totaal	163.554	3,9	2,3	100%	100%

Toename leegstand

De leegstand is fors toegenomen. In vijf jaar tijd is de leegstand in oppervlak en aantal panden bijna verdubbeld. Als percentage van het totale oppervlak stond in 2011 nog 3,9% leeg, nu is dat 6,4%. Ondanks de sterke toename ligt dit onder het landelijk gemiddelde van 7,7% en komt overeen met het provinciale gemiddelde van 6,4%. Opvallend zijn de grote verschillen per gemeente. In Den Helder was de leegstand vijf jaar geleden ook al fors. Bijna 8% van het totale aanbod. Nu is dat verder opgelopen tot bijna 9%.

In 2011 was in de overige gemeenten de leegstand eigenlijk zeer beperkt: met 1 à 2% van het oppervlak veel lager dan het landelijk gemiddelde van 5,9% destijds. In Texel is deze situatie nauwelijks veranderd. In Hollands Kroon en Schagen daarentegen is de leegstand aanzienlijk opgelopen. In Hollands Kroon zelfs zo fors dat het aandeel nu boven het provinciale gemiddelde ligt. In Schagen is de leegstand per saldo nog relatief beperkt.

Tabel 2.17: ontwikkeling leegstand per gemeente

	2011			2016			
	Aantal panden	Oppervlak	Aandeel (Locatus)	Aantal panden	Oppervlak	Aandeel	Aandeel (Locatus)
Den Helder	56	12.652	7,7%	75	15.185	12,7%	8,9%
Hollands Kroon	12	1.940	1,9%	32	7.114	9,5%	6,6%
Schagen	16	2.101	1,7%	33	7.313	7,6%	5,2%
Texel	7	730	1,3%	7	1.061	2,7%	1,8%
Kop NH totaal	91	17.423	3,9%	147	30.673	9,3%	6,4%
Nederland			5,9%				7,7%

Leegstand naar type winkelgebied

De leegstand manifesteert zich vooral in de winkelgebieden. Ruim 60% van het oppervlak is in één van de centrale winkelgebieden (hoofdcentra en kernverzorgende centra) in de regio. Vooral Den Helder-centrum springt hier uit. In Schagen manifesteert de leegstand zich juist vooral buiten de centrale winkelgebieden, in de grootschalige concentratiegebieden.

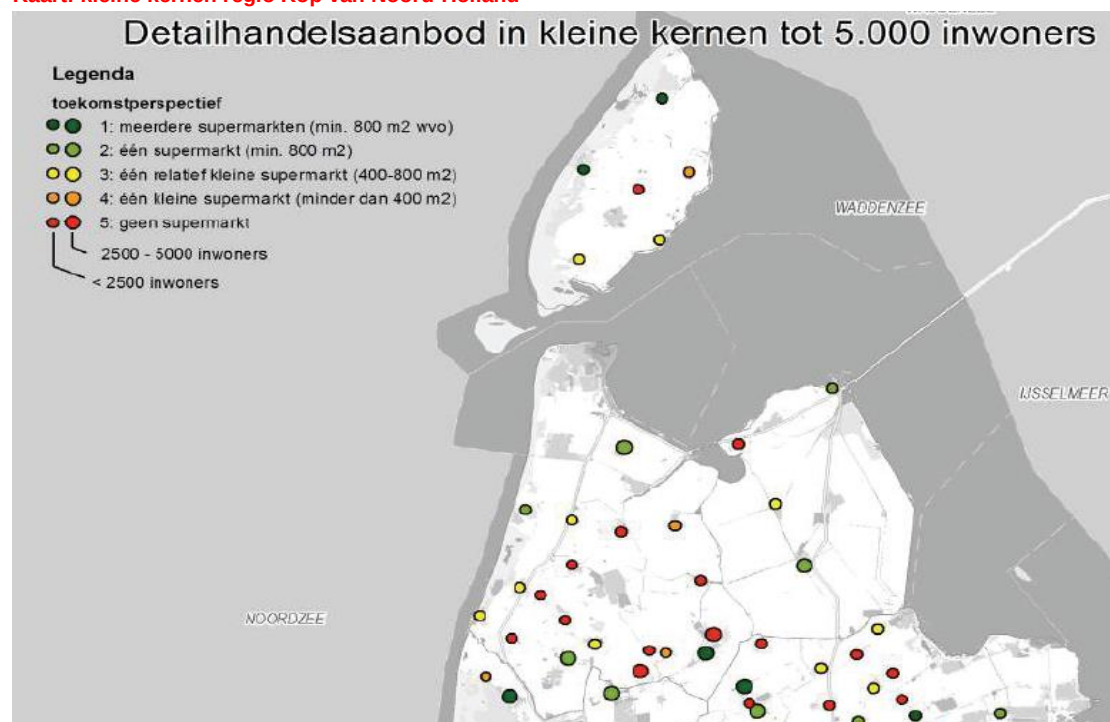
Tabel 2.18: aandeel leegstand oppervlak naar type winkelgebied 2016

	Hoofdcentrum	Kern-verzorgend centrum	Wijk/buurt centrum	Grootschalige concentratie	Verspreid	Totaal
Den Helder	55%	5%	14%	19%	6%	100%
Hollands Kroon	0%	69%	0%	0%	31%	100%
Schagen	39%	15%	4%	42%	1%	100%
Texel	6%	85%	0%	0%	9%	100%
Kop NH totaal	37%	25%	8%	20%	11%	100%

Kleine kernen

Voor kleine kernen is relevant hoe krachtig en daarmee toekomstbestendig het huidige winkelaanbod is (bron: Detailhandelsmonitor Provincie NH 2016). Dit wordt in deze kernen primair bepaald door de aanwezigheid van een (of meerdere) supermarkten. Gezien de huidige trend van schaalvergroting zijn steeds grotere supermarkten nodig. Voldoende kritische massa in de vorm van vierkante meters is noodzakelijk om een supermarkt met voldoende aanbod te hebben voor een rendabele exploitatie. Op basis van de kracht van het aanbod is per kern geclassificeerd wat het toekomstperspectief van de detailhandel per kern is. In bijgaande figuur zijn de kernen met minder dan 5.000 inwoners op kaart weergegeven. Aan de hand van deze classificatie zijn een aantal kleinere kernen in Hollands Kroon (6) en Schagen (6) waardoor ontbreken van supermarktaanbod de verzorgingsfunctie nihil is.

Kaart: kleine kernen regio Kop van Noord-Holland



2.5 Detailhandelsstructuur Kop van Noord-Holland

De regio Kop van Noord-Holland telt 31 winkelgebieden. Er zijn drie hoofdwinkelgebieden (Den Helder, Schagen en Den Burg), 25 boodschappencentra (kernverzorgende en ondersteunende centra) en 3 winkelgebieden voor grootschalige detailhandel (Ravelijncenter, Woonplaza en Witte Paal). Daarnaast is sprake van verspreide bewinkeling. Bij de bepaling van deze winkelgebieden is uitgegaan van de definitie en afbakening van Locatus (2016).

Tabel 2.19: de winkelgebieden naar type Kop Noord-Holland

	Hoofdcentra	Kernverzorgend	Ondersteunend	Grootschalig
Den Helder	Centrum Den Helder	Centrum Julianadorp	De Schooten Dorperweerth Duinpassage Marsdiepstraat	Ravelijn Woonplaza
Hollands Kroon		Centrum Anna Paulowna Centrum Breezand Centrum Den Oever Centrum Hippolytushoef Centrum Middenmeer Centrum Nieuwe Niedorp Centrum Slootdorp Centrum Wieringerwerf		
Schagen	Centrum Schagen	Centrum Callantsoog Centrum Dirkshorn Centrum Petten Centrum 't Zand Centrum Tuitjenhorn Centrum Waarland Centrum Warmenhuizen	Waldervaart	Witte Paal
Texel	Centrum Den Burg	Centrum De Cocksdorp Centrum De Koog Centrum Oosterend Centrum Oudeschild		

het totale winkelaanbod in de regio. Van de drie hoofdcentra is Den Burg de kleinste en heeft bijna 10.000 m² minder aanbod dan de andere twee.

Een belangrijk rol hebben alle drie de centra op het vlak van recreatief winkelen getuige de overgrote vertegenwoordiging van mode (> 50%) en in om het huis (ca. 15%). En dit blijkt ook uit het aanbod aan leisuurevoorzieningen (horeca, cultuur, ontspanning en diensten), vooral in Den Helder.

Tabel 2.20: winkelaanbod hoofdcentra

Hoofdcentrum	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
	Aantal winkels	M ² wvo	Aantal winkels	M ² wvo	Aantal winkels	M ² wvo
Den Helder	32	7.096	104	19.815	136	26.911
Schagen	36	9.810	121	19.924	157	29.734
Den Burg	17	4.048	81	14.081	98	18.129

Centrum Den Helder

Met een winkelaanbod van 136 winkels en een gezamenlijk winkelvloeroppervlak van 27.000 m² is Den Helder met recht een 'natuurlijke Kop van de regio'. Voor een hoofdcentrum is de koopkrachtbinding hoog, zowel in de dagelijkse sector als in de niet-dagelijkse sector. Den Helder centrum heeft daarmee een stevige positie voor de 'eigen inwoners'. De toevloeiing in relatie tot omvang van het aanbod beperkt. De verzorgingsfunctie overstijgt daarmee in relatief beperkte mate de gemeentegrenzen. Het winkelaanbod is de laatste jaren fors afgenomen (-19% t.o.v. 2011). Dit betreft vooral de niet-dagelijkse sector. De leegstand is met een derde fors toegenomen, onder meer door het faillissement van V&D. Inmiddels heeft Den Helder de hoogste leegstand van alle grotere centra in de regio. Dit zal een positieve wending krijgen. De gemeente voert namelijk een actief beleid winkelmeters uit de markt te nemen. Onder meer in het kader van revitalisering en compacter maken van het centrum aan de hand van het Uitwerkingsplan Stadshart. Daarnaast zullen de Koningstraat en Spoorstraat aan het winkelgebied worden onttrokken.

Den Helder heeft een aanzienlijk aanbod in de modische sector. Bijna de helft van het totale aanbod in het centrum. In omvang vergelijkbaar aan Schagen. De belangrijkste winkelstraten zijn de Keizerstraat en Spoorstraat en de Kroonpassage. Het horeca aanbod is in omvang eveneens gelijk aan dat van Schagen. De horeca is geconcentreerd in de Koningstraat (nachthoreca), Julianaplein en op Willemsoord. Den Helder kent bovendien een aantal grote publiekstrekkingen als de nieuwe bibliotheek en Willemsoord (met o.a. Nationaal Reddingsmuseum, Marinemuseum, theater en bioscoop).

Wat mensen waarderen aan het centrum is de bereikbaarheid. Vooral per fiets (8,4), maar ook per auto (7,5). Samen met een relatief hoge waardering voor goede mogelijkheden voor fietsenstalling, veiligheid en netheid, maakt dit een centrum waar mensen zich vertrouwd voelen en makkelijk heen gaan. De daadwerkelijke (kwalitatieve) invulling van het winkelaanbod, meer sfeer en uitstraling kunnen daarentegen nog verbeterd worden.

Centrum Schagen

Het winkelaanbod van het historische centrum van Schagen is het grootst van alle plaatsen in de regio en omvat 157 winkels met een gezamenlijk winkelvloeroppervlak van bijna 30.000 m². Het centrum heeft veel dagelijks aanbod met een 'supermarktboulevard' van 4 supermarkten (Albert Heijn, Vomar, Dekamarkt, Aldi) en nog een Deen aan de Zeestraat. De modische sector is ruim vertegenwoordigd in Schagen en beslaat ongeveer 25% van het totale modische aanbod in de regio. Naast landelijke trekkers kent het centrum ook veel zelfstandig aanbod onder meer aan de Gedempte Gracht en het overdekte Makadocentrum.

Het centrum van Schagen vervult nadrukkelijk een regionale functie voor inwoners uit de omliggende dorpen en gemeenten. Vooral uit Hollands Kroon komt relatief veel toevloeiing, dagelijks en niet-dagelijks. In de dagelijkse sector is deze functie sinds 2011 iets afgenomen getuige de afname koopkrachttoevloeiing (zie tabel bijlage). Inwoners uit omliggende dorpen en gemeenten zijn juist wat meer op het eigen aanbod gaan oriënteren. In de niet-dagelijkse sector is de regiofunctie in relatieve zin gelijk gebleven. Twee derde van de omzet is afkomstig van buiten Schagen (zie tabel bijlage). In absolute zin gaat het wel om minder totale omzet. Dit komt door de algemene afname van de consumentenbestedingen in de niet-dagelijkse sector. Redenen voor deze ontwikkelingen zijn sterkere oriëntatie op internet en dagelijkse (lokaal) aanbod in de eigen kern als grotere centra als Alkmaar en Amsterdam de reden. De ruimtelijk-functionele situatie zoals de toegenomen leegstand, matige koppeling van Makado op Nieuwstraat en Gedempte Gracht en uitstraling van aanloopstraten die buiten het winkelrondje vallen kunnen hierin ook een rol spelen.

De zwakkere regionale verzorgingsfunctie komt niet tot uitdrukking in de waardering van het centrum. Op vrijwel alle fronten krijgt Schagen hoge rapportcijfers van de consument, zowel de eigen inwoners als van bezoeker van buiten, zeker voor de parkeertarieven, alleen de bereikbaarheid per openbaar vervoer wordt laag gewaardeerd. Op toeristisch-recreatief vlak heeft Schagen veel te bieden met historie (kasteel en slottorens), evenementen (o.a. Westfriese Markt met veel folklore) en horeca met terrassen aan de Markt.

Centrum Den Burg

Het winkelaanbod van Den Burg is met 98 winkels en gezamenlijk winkelvloeroppervlak van 18.100 m² al jaren vrij stabiel en de afgelopen jaren slechts licht gedaald (ca. 600 m²). Den Burg is het belangrijkste centrum op Texel met 60% van het totale winkelaanbod daar. Het is het hoofdcentrum van Texel met naast de functie als boodschappencentrum (o.a. supermarkten Albert Heijn, Jumbo en Aldi) voor bewoners en toeristen ook een recreatieve en uitgaansfunctie. In de niet-dagelijkse sfeer bevindt zich hier naast typisch Texels aanbod (o.a. Mantje) de nodige filiaalbedrijven. De leegstand is nihil. De winkel- en horecavoorzieningen liggen geconcentreerd aan de 'binnenring' bestaande uit de Weverstraat, Binnenburg en de Parkstraat. De ontbrekende schakel in de ring is het oostelijk deel van de ring: de Groeneplaats-Vismarkt. In 2016 is besloten tot ontwikkeling van winkels en woningen op deze plek. Het aantal horecagelegenheden in Den Burg is weliswaar kleiner dan in de De Koog (qua hotels en uitgaan) maar het aanbod in den Burg is gevarieerder in kaart en prijsniveau en ook breder gericht op meer doelgroepen, inclusief aanbod dat ook

voor Texelaars aantrekkelijk is. Qua identiteit zijn gastvrijheid, kleinschaligheid, authenticiteit, het winkelrondje, dorpsgevoel, gezellig, divers en overzichtelijk, kenmerkend voor Den Burg. Den Burg wil werken aan de verblijfsfunctie en daarbij is kwaliteit en clustering van horeca een aandachtspunt. De consument waardeert echter de Texelse sfeer. Veel minder goed is men te spreken over de bereikbaarheid per openbaar vervoer en parkeermogelijkheden.

Kernverzorgende gebieden

De regionale retailstructuur wordt gekenmerkt door het grote aantal (20) 'kernverzorgende' centra. De vertegenwoordiging van winkelaanbod in deze centra is met 19% hoger dan landelijke gemiddelde, in Hollands Kroon zelfs 45%. Gezamenlijk zijn hier meer leisure-voorzieningen (26%) dan in de 3 hoofdcentra. Ter illustratie De Koog heeft evenveel horeca als Den Helder-centrum.

Tegelijk zijn er hele grote verschillen tussen de kernverzorgende centra. Het oppervlak varieert bijvoorbeeld sterk in een bandbreedte van enkele honderden vierkante meters tot rond de 7.000 tot 8.000 m² wvo. Bij de kleine centra tot 1.000 m² wvo kan in praktijk niet echt (meer) over een 'kernverzorgend' centrum worden gesproken. Daarom delen we de kernverzorgende centra op in drie categorieën naar grootte.

Tabel 2.21: winkelaanbod kernverzorgende centra

Kernverzorgend	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
	Aantal winkels	M ² wvo	Aantal winkels	M ² wvo	Aantal winkels	M ² wvo
Julianadorp*	14	4.558	16	2.649	30	7.207
Anna Paulowna	16	4.665	21	3.500	37	8.165
Breezand	5	1.060	3	540	8	1.600
Den Oever	2	75	10	390	12	465
Hippolytushoef	8	2.352	20	2.161	28	4.513
Middenmeer	5	1.120	11	1.370	16	2.490
Nieuwe Niedorp	10	2.280	10	1.330	20	3.610
Slootdorp	2	430	2	365	4	795
Wieringerwerf	10	3.995	15	3.666	25	7.661
Callantsoog	5	1.293	15	2.184	20	3.477
Dirkshorn	2	420	3	1.120	5	1.540
Petten	3	530	5	860	8	1.390
t Zand	6	780	3	220	9	1.000
Tuitjenhorn	7	1.794	3	1.014	10	2.808
Waarland	3	105	2	135	5	240
Warmenhuizen	7	891	6	694	13	1.585
De Cocksdorp	3	1.164	5	620	8	1.784
De Koog	9	2.391	22	2.934	31	5.325
Oosterend	4	325	2	90	6	415

* Julianadorp; de Riepel en Loopuytpark

Kernverzorgende centra categorie I (4.000 – 8.000 m²)

Dit zijn de grotere kernverzorgende centra met een oppervlak tussen 4.000 m² en 8.000 m² wvo. Deze centra hebben allemaal twee of meer supermarkten, in diverse marktsegmenten. Van discount tot full-service. Daarnaast is er een divers aanbod aan vers speciaalzaken, drogisterijen en een aanvullend niet-dagelijks aanbod. Denk aan een fietsenwinkel,

huishoudelijke artikelen, bloemen, tijdschriften en media. Het gaat hier om de centra van Julianadorp, Anna Paulowna, Wieringerwerf, De Koog en Hippolytushoef.

Anna Paulowna

Dit centrum is met vier winkels het rijkst voorzien aan supermarkten, in wisselende marktsegmenten. Opvallend is dat deze supermarkten naar moderne maatstaven niet groot zijn; Vomar is met 1.000 m² wvo de grootste. Het centrum wordt met cijfers van 8 of hoger op diverse aspecten hooggewaardeerd door bezoekers. Deskundigen geven het ook een ruime voldoende, alleen het horeca-aanbod scoort matig. Het centrum is centraal gelegen in het dorp, heeft een compacte opzet en er is ruim parkeren rondom het centrum. Wel kent het 'harde' overgangen tussen winkelen en wonen. Er zijn plannen voor uitbreiding.

Julianadorp

Dit centrum bestaat uit twee delen: het oude centrum aan het Loopuytpark en het nieuwe deel De Riepel. Dit is een planmatig winkelcentrum aan de rand van het dorp. Het centrum als geheel heeft een goede bereikbaarheid en voldoende parkeermogelijkheden. Drie supermarkten, Aldi, Lidl en Deen zijn samen met de HEMA de trekkers. Het centrum krijgt op alle vlakken hoge tot zeer hoge rapportcijfers van de bezoekers en deskundigen. De openbare ruimte als geheel en tussen de beide centra in verdient een upgrading.

Wieringerwerf

Wieringerwerf is een langgerekt, eenzijdig bewinkeld centrum aan de Terpstraat. Het centrum heeft drie supermarkten, waarvan Deen met 1.500 m² wvo een moderne maatvoering heeft. Het centrum wordt redelijk beoordeeld, niet met hele hoge cijfers, maar wel ruim voldoende. Alleen aspecten als sfeer, faciliteiten en evenementen worden matig beoordeeld. Parkeren is ook een punt van aandacht. Zowel door bezoekers als door deskundigen wordt dit matig beoordeeld. Dit heeft vooral te maken met de slechte inrichting van het terrein en de onlogische routing.

De Koog

De Koog is hét stranddorp van Texel. Veel winkels -in de mode- en vrije tijdsfeer- en vooral de horeca zijn op de strandrecreatie georiënteerd. Tegelijk heeft De Koog een belangrijke boodschappenfunctie met twee, relatief kleine, supermarkten. Het centrum bestaat uit een centrale hoofdwinkel-as. De supermarkten liggen langs de doorgaande weg om het centrum. De centrale as en supermarkten worden via een aantal doorgangen met elkaar verbonden. Het centrum wordt redelijk goed beoordeeld. De bezoekers waarderen vooral de fiets-bereikbaarheid. Deskundigen zijn kritischer, dit heeft vooral te maken met rommelige uitstraling, uitstraling van (horeca)panden en openbare ruimte, de verkeerssituatie voor fietsers en spreiding van stallingsmogelijkheden. De Koog heeft veel hotels en andere overnachtingsmogelijkheden en recreatieve voorzieningen (o.a. Kartbaan) gericht op de toerist. In de Koog is gestart met de grootschalige revitaliseringsaanpak voor heel 'Planet Texel' die zich vooral richt op de uitstraling van de vele horeca- en winkelpanden en de openbare ruimte in de Dorpsstraat naar Texelse waarde.

Kernverzorgende centra categorie II (1.000 – 4.000 m² met full-service supermarkt)

Als tweede categorie zijn de kleinere kernverzorgende centra te onderscheiden. Dit zijn centrumgebieden met een totaal oppervlak van ongeveer 1.000 tot 4.000 m² wvo en één full-service supermarkt van rond de 1.000 m² wvo. Nieuwe Niedorp, Callantsoog en Middenmeer zijn binnen deze categorie de wat grotere centra, met naast een supermarkt, diverse dagelijkse speciaalzaken ook nog enkele niet-dagelijkse winkels. Nieuwe Niedorp (met Action als trekker) en Callantsoog⁸ worden redelijk goed beoordeeld door zowel bezoekers en de deskundigen. Voor Callantsoog springen netheid, sfeer en inrichting er bovenuit. Duidelijk is dat de herinrichting van de openbare ruimte en frisse uitstraling met bankjes etc. wordt gewaardeerd.

Andere winkelgebieden in deze categorie zijn Tuitjenhorn, De Cocksdorp, Breezand en Warmenhuizen. In deze centra draait het eigenlijk hoofdzakelijk om de supermarkt, die veelal ook een functie heeft voor de toerist van nabijgelegen campings. In de Cocksdorp wordt de locatie van de (verplaatste) supermarkt herontwikkeld. Warmenhuizen heeft met een nieuwe Albert Heijn en attractief nieuw cluster. Het aanbod in deze centra beperkt zich verder tot enkele dagelijkse en niet-dagelijkse winkels.

Kernverzorgende centra categorie III (< 2.000 m² met dorpssupermarkt)

De derde categorie van kernverzorgende centra zijn de kleine centrumgebieden met een kleine dorpssupermarkt van nog geen 500 m² wvo, in de meeste gevallen een Spar, omringt door enkele dagelijkse en niet-dagelijkse winkels. De verzorgingsfunctie beperkt zich voornamelijk tot de eigen woonkern. Het gaat hier om de centra van 't Zand, Petten, Oudeschild, Slootdorp, Dirkshorn en Oosterend. Petten en Oudeschild hebben een dubbelfunctie. Petten beschikt over een boodschappencentrum voor de eigen kern en een (geringe) toeristische functie door de ligging aan de kust. Het fraaie waterplein draagt sterk bij aan de verblijfskwaliteit. Oudeschild heeft een nog sterkere toeristische dubbelfunctie door de (jacht)haven en Museum Kaap Skil en de Oude Vismarkt. Hier zijn plannen voor concentratie en uitbreiding van detailhandel in het centrum en een versterking van de recreatieve functie van de haven met beperkte toevoeging van winkels en horeca.

Den Oever en Waarland

Den Oever en Waarland zijn door Locatus gedefinieerd als kernverzorgende centra. De praktijk is echter dat het winkelaanbod in deze centra zeer beperkt is. In beide dorpen zijn alleen enkele kleinschalige winkels gevestigd, geen supermarkt of dorps-super. Bovendien zijn deze winkels matig geclusterd. Er kan dus niet duidelijk worden gesproken over een herkenbaar centrumgebied dat een goede verzorgingsfunctie heeft voor de eigen inwoners gericht op de dagelijkse boodschappen. In Den Oever is aan de rand van het dorp aan de Havenweg een Dekamarkt gevestigd (900 m² wvo). Deze winkel heeft de dagelijkse

⁸ Van Middenmeer is geen beoordeling gemaakt in KSO2016, nog door deskundigen.

verzorgingsfunctie van het oude centrum overgenomen. En zal door de goede bereikbaarheid ook omliggende kleine kernen bedienen.

Ondersteunend

De 5 centra die hiertoe gerekend worden bevinden zich in Den Helder (De Schooten, Dorperweerth, Duinpassage en Marsdiepstraat) en Waldervaart in Schagen. Het gaat hier om wijk- en buurtcentra met primair een functie in de dagelijkse boodschappensfeer. Een bijzondere positie temidden van deze centra is er voor Marsdiepstraat dat zowel een ruim aanbod aan dagelijkse- als niet dagelijks aanbod kent en qua omvang vergelijkbaar is als het centrum van Anna Paulowna.

Tabel 2.22: winkelaanbod ondersteunende centra

Ondersteunend	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
	Aantal winkels	M² wvo	Aantal winkels	M² wvo	Aantal winkels	M² wvo
De Schooten	12	3.567	7	1.105	19	4.672
Dorperweerth	7	2.105	6	879	13	2.984
Duinpassage	6	2.765	3	500	9	3.265
Marsdiepstraat	16	4.415	14	3.960	30	8.375
Walderwaart	3	715	1	65	4	780

De Schooten

Na Marsdiepstraat is dit met bijna 4.700 m² wvo het 2^e ondersteunde centrum in Den Helder. Het is vooral een boodschappencentrum met 4 (!) supermarkten -Albert Heijn, Deka, Aldi en Budgetstore- in de niet-dagelijkse sfeer vooral 2 'in en om het huis' aanbieders. Er zijn nauwelijks andere voorzieningen, wel is er een zorgvoorziening:² 's Heerenloo. De waardering voor dit centrum door de deskundigen is met gemiddeld een 5,9 het laagste van alle centra in de Kop van Noord-Holland. Dit komt vooral doordat de 'basis niet op orde is': kwaliteit openbare ruimte, bestrating, verlichting en gedateerde uitstraling. Ook de opzet (bouwjaar 1964) van een vrijwel volledig naar binnen gekeerd centrum speelt hierbij een rol.

Marsdiepstraat

Dit centrum bestaat uit een lange winkelstraat met 2 zijden en 2 gezichten: aan de ene kant de van oorsprong kleinschalige verkavelde speciaalzaken en er tegenover het nieuw ontwikkelde, overdekte winkelblok met een ondergrondse parkeergarage en er boven woningen. De boodschappenfunctie (16 winkel, ruim 4.400 m² wvo) overheerst met 2 grote supermarkten Albert Heijn (inclusief pick-up point) en Dekamarkt en veel speciaalzaken. Daarnaast is er een divers aanbod in de niet-dagelijkse sfeer (ca. 4.000 m² wvo) met naast mode ook sport, speelgoed etc. en veel dienstverlening inclusief een bibliotheek. Er is hier ook sprake van vrij veel leegstand dat afbreuk doet aan de uitstraling. Op korte (fiets en loop) afstand bevindt zich de Duinpassage met een overdekte passage met twee supermarkten (Lidl en Vomar).

Grootschalige concentraties

In de regio Kop van Noord-Holland zijn 2 locaties waar grootschalige aanbieders in de volumineuze branches woninginrichting, doe-het-zelf en/of tuincentra geconcentreerd zijn: het Ravelijncenter in Den Helder en de Witte Paal (inclusief Lagedijk) in Schagen. De enige

overige concentratie van betekenis is Woonplaza in Den Helder met 7.300 m² verdeeld over 5 winkels. Het totale aanbod aan 'in en om het huis' bedraagt bijna 139.000 m² verdeeld over 277 winkels. Dit is respectievelijk 46% en 26% van het totaal winkelaanbod in de regio. Behalve in concentraties is een fors aanbod in het om het huis (20%) verspreid gevestigd. In 'de Kop' is 20% van winkelaanbod gevestigd in grootschalige concentraties tegen Nederland 16%. De gemiddelde omvang per winkelunit bedraagt daarmee 500 m² wvo wat relatief klein is (vergelijk West-Friesland 1.360 m² wvo) en de leegstand bedraagt 17% van het totale aanbod aan m² wvo in de regio. Aandachtspunt is de planvorming voor PDV in zowel Hollands Kroon (Anna Paulowna) als Schagen.

Tabel 2.23: winkelaanbod grootschalige concentraties

Grootschalig	In en om het huis		Overig*		Totaal	
	Aantal winkels	M ² wvo	Aantal winkels	M ² wvo	Aantal winkels	M ² wvo
Ravelijncenter	26	30.306	3	1.320	29	31.626
Woonplaza	4	6.300	1	1.000	5	7.300
Witte Paal/Lagedijk	16	18.593			16	18.593

Ravelijncenter

Het Ravelijn-centrum neemt met 31.626 m² wvo en 29 winkels 38% van het winkelaanbod in Den Helder in beslag. Het overgrote deel (96%) bestaat uit aanbod 'in en om het huis' met vooral woonaanbieders (w.o. de grootste Fameus Wonen met 4.000 m² en De Schakel met 3.400 m²), doet het zelf (Gamma en Praxis) aangevuld met dibevo (Faunaland), bruin & witgoed (BCC), een Action. Action zorgt in zijn eentje voor meer dan een verdubbeling van de bestedingen aan dagelijkse artikelen op Ravelijn t.o.v. 2011. In het algemeen heeft Ravelijn haar regiopositie goed weten te behouden (bestedingen niet-dagelijks -5%). De leegstand is beperkt: Op Ravelijn stonden eind 2016 in totaal 5 panden leeg zijnde 9% van het totale winkelaanbod van Den Helder. De inwoners en overige bezoekers zijn goed te spreken over het aanbod en parkeergelegenheid, minder over de bereikbaarheid per openbaar vervoer, uitstraling en sfeer en vooral het horeca-aanbod en faciliteiten worden als matig tot slecht beoordeeld.

Witte Paal

Op de Witte Paal (inclusief bedrijventerrein Lagedijk) bestaat net als op Ravelijn het aanbod vrijwel volledig uit branches 'in en om het huis'. Er is dan ook veel sprake van overlap als het gaat om het aanbod. Met 18.593 m² wvo verdeeld over 16 winkels is hier 21% van het totale winkelaanbod in Schagen gevestigd. Dit aanbod is in 3 zones grotendeels gevestigd op Witte Paal, op Lagedijk bevindt zich nauwelijks grootschalige detailhandel, wel meerdere autobedrijven. Er wordt wel nagedacht over verruiming van PDV op Lagedijk bij uitbreiding van het terrein. In de woonsfeer zijn de 2 grootste winkels (Wooncenter en Natuurlijk wonen) met 2.000 m² relatief klein. Het doe-het-zelf aanbod kent naast een Gamma een grote Karwei en een Decokay. Een grote trekker is het relatief nieuwe tuincentrum Overvecht met bijna 7.000 m². Naast dit volumineuze aanbod bevinden zich hier ook een fietsenzaak en leisure in de vorm van een bioscoop en McDonalds. De leegstand op Witte Paal/Lagedijk zorgt met ruim 3.000 m² verdeeld over 2 panden voor 44% van de totale leegstand in Schagen. Dezelfde negatieve waardering die Ravelijn kent als het gaat t.a.v. horeca-aanbod, uitstraling en faciliteiten gelden ook voor Witte Paal.

Verspreid

Goed vergelijkbaar met de rest van Nederland is ook in de regio Kop van Noord-Holland ca 30% van het aanbod verspreid gevestigd. Hollands Kroon steekt hier met kop en schouders bovenuit: meer dan de helft is buiten de winkelconcentraties gevestigd. In Den Helder is het tegenovergesteld het geval: hier is maar 11% van het aanbod verspreid gevestigd. In de hele regio gaat om het vooral om aanbod in de categorie 'in en om het huis' en daarbinnen dan vooral woonwinkels, bouwmarkten en tuincentra die buiten de reguliere winkelgebieden gevestigd zijn. Voorbeelden zijn Rataplan en Tuincentrum Den Helder (Den Helder), Hollander en Nuland (Hollands Kroon) en de Gamma en Texels Wooncentrum (Texel).

Tabel 2.24: winkelaanbod verspreid

Verspreid	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
	Aantal winkels	M² wvo	Aantal winkels	M² wvo	Aantal winkels	M² wvo
Den Helder	15	2.851	37	8.752	52	11.603
Hollands Kroon	14	2.240	67	36.093	81	38.333
Schagen	15	2.340	43	25.054	58	27.394
Texel	14	1.660	36	9.464	50	11.124

2.6 Economisch functioneren

In onderliggend paragraaf is een benadering gemaakt van het huidige economisch functioneren van de detailhandel in de Kop van Noord-Holland. Confrontatie van de vraag- en aanbodsituatie geeft een indicatie van het huidige functioneren van het detailhandelsaanbod in de regio, uitgedrukt in omzet per m² wvo ofwel vloerproductiviteit. Bij het huidige functioneren is onderscheid gemaakt naar dagelijkse en niet-dagelijkse sector. De benadering is gebaseerd op de informatie over draagvlak, bestedingen en koopstromen, die uit de vraag- en aanbodanalyse en het KSO2016 naar voren komen.

De volgende parameters zijn gebruikt:

- **Draagvlak:** de totale consumentenbestedingen in een gemeente. Gebaseerd op het aantal inwoners in de gemeente en de gemiddelde consumentenbesteding per hoofd van de bevolking. Bestedingen gecorrigeerd voor het inkomensniveau met een prijselasticiteit van 0,25% voor de dagelijkse sector en 0,5% voor de niet-dagelijkse sector. In de berekening is uitgegaan van de totale bestedingen per gemeente, zoals weergegeven in de factsheets uit het KSO2016
- **Koopkrachtbinding:** het percentage van de totale bestedingen in een gemeente dat wordt uitgegeven in het eigen winkelaanbod van betreffende gemeente. Daartegenover staan de niet-gebonden bestedingen. Dit is de afvloeiing van bestedingen naar winkelaanbod buiten de gemeente en via internet.
- **Koopkrachttoevloeiing:** zijn bestedingen in het winkelaanbod in een gemeente afkomstig van consumenten woonachtig buiten de gemeente, zowel vanuit andere

gemeenten als door toeristen en (dag)recreanten⁹. De koopkrachttoevloeiing wordt uitgedrukt als aandeel van de totale omzet.

- Totale omzet: is de som van de absolute omzet uit koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing. De totale omzet is de gerealiseerd door het winkelaanbod in betreffende gemeente.
- Vloerproductiviteit: is de totale omzet gedeeld door het totale winkelloppervlak, uitgedrukt in euro per vierkante meter.

In de tabel is het huidig economisch functioneren benaderd voor de individuele gemeenten en de regio als geheel. Het functioneren is een bewerking door het Expertteam Winkelgebieden op basis van informatie uit het KSO2016. Door afrondingen kunnen er kleine verschillen zijn met de brondata.

In het KSO2016 zijn de toeristische bestedingen onderzocht. De toeristische bestedingen zijn de bestedingen afkomstig buiten het onderzoeksgebied van KSO2016, te weten de drie provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht en de randgebieden c.q. -gemeenten. In het onderzoek zijn de toeristische winkelbestedingen zo nauwkeurig mogelijk bepaald en toegedeeld aan gemeenten en aankooplocaties in het onderzoeksgebied. Er zijn drie typen toeristische bestedingen in winkels onderscheiden: door buitenlandse toeristen, door inwoners van Nederland tijdens vakanties (met overnachting(en)) en door inwoners van Nederland tijdens toeristisch-recreatieve activiteiten. Bronnen voor deze informatie zijn:

- Het SLA – Statistiek Logiesaccommodaties – van het CBS brengt het inkomend buitenlands verblijfstoerisme in beeld.
- Het CVO - Continu Vakantie Onderzoek - verzamelt informatie over korte en lange binnenlandse (en buitenlandse vakanties) van inwoners van Nederland. Het onderzoek wordt uitgevoerd door het CBS en NBTC. De gebruikte data komen uit de periode 2013-2015 (gemiddeld).

Resultaat is een benadering van de toeristische bestedingen per gemeente.

Voor Texel resulteert dit in een toeristische toevloeiing van € 11,7 mln. in de dagelijkse sector en € 6,0 mln. in de niet-dagelijkse sector. In 2015/16 heeft de gemeente Texel een eigen marktanalyse laten uitvoeren waarin de toeristische bestedingen eveneens zijn onderzocht. Dit door middel van een ondernemersenquête onder de ondernemers in de gemeente. Daaruit kwam dat de gemiddelde koopkrachttoevloeiing zowel in de dagelijkse als in de niet-dagelijkse sector ongeveer 70% is, van de totale omzet. Absoluut bijna € 80 mln. in de dagelijkse sector en € 60 mln. in de niet-dagelijkse sector. Aanzienlijk hoger dan nu uit het KSO2016 naar voren komt.

⁹ Toeristen en recreanten zijn mensen die buiten het onderzoeksgebied wonen van het KSO2016, dus buiten de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht, zowel Nederlanders als buitenlanders. Toeristische bestedingen door mensen uit het onderzoeksgebied worden gezien als koopkrachttoevloeiing uit „andere gemeenten“.

Gezien deze grote verschillen verwachten wij dat de resultaten uit het KSO2016 te grof en te abstract zijn onderzocht. De lokale verdieping zoals in 2015 door de gemeente uitgevoerd resulteert in een veel hogere toevloeiing. Deze informatie is in onderliggende marktanalyse gebruikt om voor Texel een nuance te plaatsen ten opzichte van het KSO2016.

Economisch functioneren dagelijkse sector

Het huidige economisch functioneren in de dagelijkse sector is weergegeven in volgende tabel.

Tabel 2.25: huidig economisch functioneren dagelijkse sector

	Den Helder	Hollands Kroon	Schagen	Texel	Regio totaal
Inwoners	56.275	47.546	46.159	13.574	163.554
Draagvlak (€ mln.)	154	129	127	37	448
Koopkrachtbinding	95%	85%	81%	95%	
Koopkrachtbinding (€ mln.)	146	110	103	35	
Koopkrachtoevloeiing	8%	12%	18%	70%	
Koopkrachtoevloeiing (€ mln.)					
Andere gemeenten	7,0	12,8	17,2	4,3	
Toeristisch	5,1	2,0	5,2	77,0	
Totale omzet (€ mln.)	158	125	125	117	525
Totaal oppervlak (m² wvo)	27.357	18.217	18.678	10.088	74.340
Vloerproductiviteit	5.800	6.900	6.750	11.600	7.100

Het dagelijkse aanbod in de regio functioneert met een gemiddelde omzet van € 7.100,- per m² wvo. Dit is ongeveer 10% lager dan de gemiddelde vloerproductiviteit in de Randstad, zoals die resulteert uit het KSO2016 € 7.952,-. Binnen de regio zijn er de volgende verschillen. Vooral Den Helder functioneert met een lage vloerproductiviteit, ruim een 25% onder het Randstedelijk gemiddelde. Hollands Kroon en Schagen functioneren ook met een lage vloerproductiviteit. Respectievelijk 13% en 15% onder het Randstedelijk gemiddelde. Het relatief lage functioneren kan worden verklaard door het ruime aanbod in de gemeenten. Dit zorgt ervoor dat de totale bestedingen verdeeld worden over een groot winkeloppervlak. Het dagelijkse aanbod in Texel functioneert boven gemiddeld. Voornamelijk vanwege de sterke toeristische functie.

Tabel 2.26: huidig economisch functioneren niet-dagelijkse sector

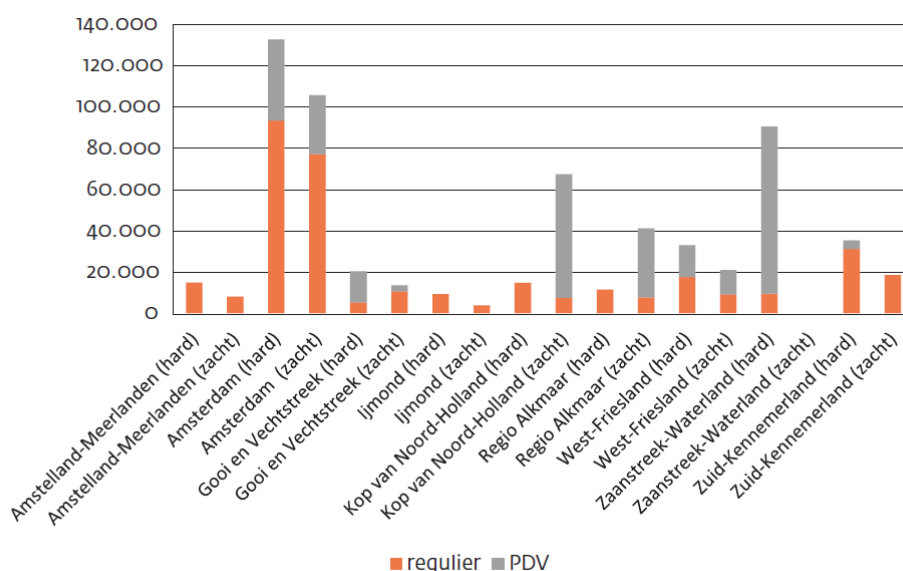
	Den Helder	Hollands Kroon	Schagen	Texel	Regio totaal
Inwoners	56.275	47.546	46.159	13.574	163.554
Draagvlak (€ mln.)	157	133	131	38	459
Koopkrachtbinding	62%	28%	49%	62%	
Koopkrachtbinding (€ mln.)	97	37	64	23	
Koopkrachttoevloeïing	15%	28%	41%	70%	
Koopkrachttoevloeïing (€ mln.)					
Andere gemeenten	14,2	13,6	41,5	5,7	
Toeristisch	2,6	1,0	2,7	50,0	
Totale omzet (€ mln.)	114	52	109	79	353
Totaal oppervlak (m² wvo)	76.586	49.415	69.863	28.704	224.568
Vloerproductiviteit	1.500	1.050	1.600	2.800	1.600

Gemiddeld functioneert de niet-dagelijkse sector in de Randstad met een vloerproductiviteit van ca. € 2.100,-. De vloerproductiviteit in de Kop van Noord-Holland ligt hier met € 1.600,- ver onder, bijna 24%. Vooral het aanbod in Hollands Kroon functioneert met een lage vloerproductiviteit. Den Helder en Schagen functioneren met een min of meer vergelijkbare omzet van rond de € 1.500,- à € 1.600,- per m² wvo. Het aanbod in Texel functioneert daarentegen juist boven gemiddeld, net als in de dagelijkse sector.

2.7 Planontwikkeling

De Kop van Noord-Holland is een regio met een relatief groot aantal planinitiatieven voor nieuw winkelaanbod. Totaal zijn er 21 initiatieven, waarvan bijna de helft hard. Harde plannen zijn vastgelegd in bestemmingsplannen en zachte plannen zitten in een minder vergevorderd stadium (onderzoeksfase, overlegfase, enz.). Dit blijkt uit de detailhandelsmonitor van de provincie Noord-Holland. In aantal neemt de regio de tweede plaats in na Amsterdam (30 planinitiatieven).

Figuur: planinitiatieven provincie Noord-Holland (indicatie plannen en initiatieven in m² per regio)¹⁰



Het totale oppervlak van de planinitiatieven ligt rond de 90.000 m² wvo. Dit is bijna een derde van het bestaande oppervlak aan detailhandelsaanbod. Ongeveer 80% daarvan is zacht. De harde plancapaciteit ligt tussen de 15.000 en 20.000 m²wvo. Allemaal in reguliere winkelgebieden.

Uit het overzicht in bijlage III komt een totaal metrage aan plancapaciteit naar voren van rond de 120.000 m². In dit overzicht zijn de bestemmingsplannen Kruiswijk III (Hollands Kroon) en Lage Dijk (Schagen) het meest opvallend. In deze plannen is een mogelijkheid van theoretische toevoeging respectievelijk 40 en 60 ha aan perifere detailhandel.

¹⁰ Bron: detailhandelsmonitor provincie Noord-Holland, situatie juni 2016

2.6 Distributieve mogelijkheden

In onderstaande paragraaf is een doorkijk gemaakt naar de toekomstige distributieve mogelijkheden. Deze is uitgewerkt in een aantal scenario's is en opgesteld aan de hand van onderstaande uitgangspunten en parameters.

De distributieve mogelijkheden geven weer hoeveel detailhandelsoppervlak in de regio rendabel kan functioneren. Dit is daarmee een kwantitatieve analyse. De mogelijkheden zijn gepresenteerd voor de regio als geheel, zonder verdere uitwerking op gemeentelijk niveau.

Uitgangspunten en parameters

Draagvlak

Het draagvlak in de regio kan volgens prognoses van de provincie en CBS het komende decennium mogelijk licht afnemen met 1% tot 3%. Tegelijk vinden in de regio flinke economische investeringen plaats gericht op een sterkere economie en een aantrekkelijker vestigingsklimaat. Dit kan ertoe leiden dat de regio ook weer meer interessant wordt voor huisvesting en zodoende een mindere daling van de bevolking tot resultaat heeft. In de scenario's is daarom uitgegaan van twee varianten waarin een gelijkblijvend inwonertal en een afname gelijk de bevolkingsprognose.

Grofweg een draagvlak variantie tussen 163.500 in de huidige situatie naar 162.100 in 2025 en 159.300 in 2030

Kooporiëntatie

De kooporiëntatie, koopkrachtbinding en –toevloeiing, werd in distributieplanologisch onderzoek altijd gezien als een beïnvloedbare sturingsvariabele, met een relatie tot het kwantitatieve winkelaanbod. De redenering was dat uitbreiding van het aanbod leidt tot grotere keuze mogelijkheden voor de consument en als gevolg daarvan tot een hogere koopkrachtbinding en vice versa.

Uiteraard is deze relatie aanwezig. Aanbod creëert vraag en andersom. In de praktijk zijn er echter veel meer factoren die de kooporiëntatie beïnvloeden. Het consumentengedrag en de keuze van een aankooplocatie wordt door tal van factoren en omstandigheden bepaald en is steeds minder aanbod gedreven te voorspellen. De landelijke trend is dat de koopkrachtbinding op de eigen gemeente daalt, zowel in de dagelijkse als in de niet-dagelijkse sector. De consument oriënteert zich over een steeds groter geografisch gebied én online.

Kwantitatieve aanbodontwikkelingen hebben in praktijk eigenlijk alleen merkbaar invloed op de kooporiëntatie indien er sprake is van een nieuw winkelcentrum of een substantiële uitbreiding van een winkelcentrum of –gebied. In het laatste geval spreek je op z'n minst over een verdubbeling van het winkeloppervlak. Een uitbreiding die de keuzemogelijkheden voor de consument duidelijk laat toenemen. Kleinere ontwikkelingen hebben marginaal effect op de kooporiëntatie en leiden vooral tot verschuivingen binnen een gemeente.

Uit onderzoek blijkt dat er een duidelijke hiërarchie zichtbaar is in niveaus van kooporiëntatie. Grotere gemeenten hebben een hogere koopkrachtbinding, dagelijks en

niet-dagelijks, dan kleinere gemeenten. Het draagvlak van grote gemeenten is voldoende om ruimte te bieden voor meer winkelaanbod en dus voor keuzemogelijkheden. De hiërarchie wordt bepaald door de inwonersklasse waarin een gemeente valt. Niet door het precieze aantal inwoners.

In de scenario's wordt daarom uitgegaan van een koopkrachtbinding in een bandbreedte, uitgaande van het huidige niveau als middelpunt. Zo maken de scenario's onderscheid in 1) een mogelijke verdere daling van de koopkrachtbinding door het veranderende consumentengedrag en toenemende oriëntatie op winkelaanbod buiten de regio en internet en 2) enige opleving van de binding als gevolg van een kwalitatief aantrekkelijker aanbod.

De koopkrachttoevloeiing op regionaal niveau is voornamelijk afkomstig van toeristen en recreanten. Verdere versterking van deze sector kan leiden tot een hogere toevloeiing. Als variabele wordt dit in de scenario's opgenomen. Hierbij moet worden opgemerkt dat toerisme en recreatie sterk subregionaal is gebonden en het effect binnen de regio sterk kan verschillen.

Bestedingen

De consumentenbestedingen per hoofd van de bevolking zijn het afgelopen decennium geleidelijk gedaald. In hoeverre deze trend doorzet is niet bekend. Feit is dat dit een onafhankelijke macro economische variabele is. In de scenario's wordt uitgegaan van het huidige bestedingsniveau.

Vloerproductiviteit

Ten opzichte van landelijke gemiddelden functioneert het aanbod in de regio met een relatief lage vloerproductiviteit, vooral in de niet-dagelijkse sector. De landelijk gemiddelde vloerproductiviteit is echter een rekenkundig gemiddelde en kan lokaal en regionaal sterk verschillen. De daadwerkelijke rendabiliteit van (individuele) winkels en de benodigde vloerproductiviteit wordt uiteindelijk bepaald door diverse factoren, zoals bedrijfsmodel, de kostenstructuur, de locatie. De landelijk gemiddelde vloerproductiviteit is hier gebruikt als een referentie voor het functioneren.

In de scenario's wordt gebruik gemaakt van de huidige vloerproductiviteit (naar boven afgerond). Eén scenario gaat in op de consequenties indien een verbetering van de vloerproductiviteit wordt nagestreefd. Een verdere daling is niet reëel en kan het functioneren van winkels onder druk zetten.

Vijf scenario's

De variabele in de scenario's zijn de draagvlakontwikkeling en de koopkrachtbinding. Deze twee variabelen zijn de grote onzekerheid voor de toekomst en worden deels beïnvloed door veranderingen in de omgeving. Twee scenario's zijn weergegeven met de verwachting dat de bevolkingsprognose uitkomt en het draagvlak daardoor zal dalen. Dit zijn de scenario's dat de koopkrachtbinding nog verder zal dalen als gevolg van het veranderende consumentengedrag en de invloed van internetaankopen. Twee scenario's zijn weergegeven met de verwachting dat het draagvlak stabiel blijft. Binnen deze scenario's zijn de varianten gemaakt met één dat verwachting dat de koopkrachtbinding nog iets gaat dalen en twee dat

deze juist nog iets kan toenemen, inclusief een toename van de koopkrachttoevloeiing door toerisme en recreatie.

Een vijfde scenario is uitgewerkt waarin het effect van verbetering van de vloerproductiviteit inzichtelijk is gemaakt. De huidige gemiddelde vloerproductiviteit is laag. Versterking van de vloerproductiviteit kan aan de orde zijn om het investeringspotentieel van de detailhandel te verhogen. Een hogere vloerproductiviteit schept financiële ruimte om investeringen in andere zaken, zoals vastgoed, te doen. Dit scenario is extra toegevoegd voor het eerste meest negatieve scenario. Daarbij is uitgegaan van een verbetering van de vloerproductiviteit met ca. 5%.

Uitwerking scenario's

Doorrekening van de variabelen in de vijf scenario's geeft de volgende indicatie van de distributieve mogelijkheden in de regio Kop van Noord-Holland.

Scenario's:

1. Draagvlakontwikkeling conform prognose, lagere koopkrachtbinding en verbetering vloerproductiviteit
2. Draagvlakontwikkeling conform prognose en lagere koopkrachtbinding
3. Draagvlakontwikkeling conform prognose, hogere koopkrachtbinding en hogere koopkrachttoevloeiing door toerisme en recreatie
4. Draagvlakontwikkeling stabiel en lagere koopkrachtbinding
5. Draagvlakontwikkeling stabiel, hogere koopkrachtbinding en hogere koopkrachttoevloeiing door toerisme en recreatie

Tabel 2.27: scenariodoorrekening dagelijkse sector

Scenario	1	2	3	4	5
Inwoners	159.300	159.300	159.300	163.500	163.500
Draagvlak (€ mln.)	436	436	436	448	448
Koopkrachtbinding	85%	85%	90%	85%	90%
Koopkrachtbinding (€ mln.)	371	371	393	381	403
Koopkrachttoevloeiing	25%	25%	27%	25%	27%
Koopkrachttoevloeiing (€ mln.)	124	124	145	127	149
Totale omzet (€ mln.)	494	494	538	507	552
Vloerproductiviteit normatief	7.500	7.100	7.100	7.100	7.100
Haalbaar oppervlak	66.000	69.700	75.800	71.500	77.800
<u>Huidig oppervlak</u>	<u>74.400</u>	<u>74.400</u>	<u>74.400</u>	<u>74.400</u>	<u>74.400</u>
Distributieve ruimte	-8.400	-4.700	1.400	-2.900	3.400

Voor de dagelijkse sector laten de scenario's zien dat er een overcapaciteit is aan detailhandelsoppervlak van rond de 2.900 tot 8.400 m² wvo. Alleen indien de koopkrachtbinding en toevloeiing iets toenamen ontstaat er enige ruimte voor meer oppervlak, rond de 1.400 tot maximaal 3.400 m² wvo.

Tabel 2.28: scenariodoorrekening niet-dagelijkse sector

Scenario	1	2	3	4	5
Inwoners	159.300	159.300	159.300	163.500	163.500
Draagvlak (€ mln.)	447	447	447	459	459
Koopkrachtbinding	45%	45%	50%	45%	50%
Koopkrachtbinding (€ mln.)	201	201	223	206	229
Koopkrachttoevoeiing	37%	37%	38%	37%	38%
Koopkrachttoevoeiing (€ mln.)	118	118	137	121	141
Totale omzet (€ mln.)	319	319	360	328	370
Vloerproductiviteit normatief	1.700	1.600	1.600	1.600	1.600
Haalbaar oppervlak	187.900	199.600	225.300	204.800	231.300
Huidig oppervlak	224.600	224.600	224.600	224.600	224.600
Distributieve ruimte	-36.700	-25.000	700	-19.800	6.700

In de niet-dagelijkse sector is een vergelijkbare situatie. Ook in deze sector is er sprake van overaanbod. De overcapaciteit bedraagt tussen 19.800 en 36.700 m² wvo. Alleen als de koopkrachtbinding versterkt voldoet het bestaande aanbod en is er zelfs enige ruimte voor uitbreiding. In dat laatste geval dienen wel alle seinen op groen te staan en zal dus ook het draagvlak behouden moeten blijven, de binding en toevoeiing moeten toenemen en genoeg moeten worden genomen met een relatief lage vloerproductiviteit.

3. Trends en ontwikkelingen

3.1 Dynamiek in de retailsector

Retail in de breedte beschouwen

Retail is de verzameling van commerciële bedrijven die goederen én diensten direct aan consumenten verkopen. Retail behelst dus naast detailhandel ook horeca en dienstverlening, zoals reparatie, financiële diensten, assurantien en persoonlijke verzorging. Deze bedrijvigheid heeft een sterke ruimtelijke, economische en maatschappelijke verwevenheid, die bovendien steeds sterker wordt. Reden om de retailsector in de breedte te beschouwen.

Grote dynamiek

De sector is dynamisch en sterk aan veranderingen onderhevig. Zeker de laatste jaren verschijnen er steeds meer nieuwe vormen van retail. De 'klassieke' winkel is al lang niet meer het enige kanaal om goederen te verkopen. Vooral internet is een opkomend kanaal dat allerlei nieuwe mogelijkheden biedt om direct aan consumenten te verkopen. Via webwinkels maar ook andere digitale middelen, zoals sociale media en touchscreens. De dynamiek is feitelijk een opeenvolging van acties en reacties, zowel van de vraag als van het aanbod en beïnvloed door trends en ontwikkelingen in de markt.

Kortom er is veel beweging in de retail en er ontstaan steeds meer en andere verschijningsvormen, met eigen kenmerken, locatie-eisen, huisvestigingsbehoeften en ruimtelijke effecten. Dit vraagt een goede ruimtelijke ordening en één overkoepelende visie op de gewenste retailstructuur.

3.2 Landelijke trends en ontwikkelingen

Op hoofdlijnen zijn de volgende trends en ontwikkelingen relevant voor de dynamiek in de retail. Trends die een demografische, technologische en/ of economische grondslag hebben en invloed hebben op de vraagzijde en de aanbodzijde. Trends in de vraagzijde beïnvloeden de consumentenbehoefte en het –gedrag. Trends in de aanbodzijde zijn enerzijds een reactie op dit veranderende gedrag maar tegelijk ook innovaties en intrinsieke vernieuwingen binnen de sector.

Trends en ontwikkeling vraagzijde

- Demografische trend van **vergrijzing** zorgt voor een groeiende groep ouderen, veelal met een lager en ander bestedingspatroon. Vergrijzing vindt ook plaats onder middenstanders. Veel oudere ondernemers hebben problemen met opvolging of kunnen hun bedrijf niet doorverkopen. Wat gebeurt er dan met het bedrijf? Wordt er toch nieuwe invulling gevonden of ontstaat leegstand?
- Inherent aan vergrijzing is **ontgroening**. Er worden steeds minder kinderen geboren, de aanwas van nieuwe consumenten krimpt en de populatie van oudere consumenten gaat domineren. Tegelijk moet worden beseft dat de jonge consument wel de consument van

de toekomst is en dat de oudere cohorten langzamerhand wegvallen. De werkelijke veranderingen in het gedrag worden sterk bepaald door deze nieuwe consumenten. Hun gedrag wordt gevormd en beïnvloed door de nieuwe tijd en technologie.

- De zogenaamde **millennials** zijn deze nieuwe consumenten. Dit zijn digital natives, opgegroeid met laptop en smartphone. Zij weten niet anders dan dat detailhandel zowel online en offline aanwezig is en acteren hiernaar. Voor hen is retail omnichannel.
- Internet is een ongekende **informatiebron**. Mensen kopen natuurlijk via internet. Toch is de impact van internet als informatiebron vele malen groter. Met internet hebben mensen ongekende toegang tot informatie over prijs, assortiment, kwaliteit, specificaties, etc. De geïnformeerde mens weet hij heel goed waar zijn behoefte het best wordt ingevuld. Hij maakt dus bewuste keuzes en kent de alternatieven. Dit heeft invloed op de invulling en inrichting van een winkel of winkelgebied, evenals het personeel.
- Toenemende fysieke en virtuele **mobiliteit**. Mensen hebben een steeds grotere scope voor hun dagelijkse activiteiten. Dit door het grote autobezit, maar ook door de opkomst van de e-bike en pedelec of het low-budget vliegen. Hierdoor kunnen mensen in dezelfde tijd een grotere afstand afleggen en bezoeken eenvoudiger andere of verder weggelegen winkelgebieden. Dit wordt verder gestimuleerd door de virtuele mobiliteit van internet. Dit vergroot de kennis over andere winkelgebieden en vereenvoudigt bovendien kopen op afstand.
- Toenemende **maatschappelijke flexibiliteit**. Flexibilisering van de maatschappij gebeurt op diverse vlakken. Denk aan de toenemende mobiliteit, flexibilisering van de arbeidsmarkt, deeltijdwerken, thuiswerken, zelfstandige professionals. Dit leidt ertoe dat mensen makkelijker andere winkelgebieden bezoeken en dit op andere momenten zullen of kunnen doen.
- De **kritische consument**. Mensen worden steeds kritischer in waar en wat ze kopen. Het wordt voor retailers steeds lastiger klanten te binden. Tegelijk stellen mensen steeds hogere eisen aan kwaliteit, comfort en beleving. Wat belangrijk blijft zijn de behoefte aan gemak en efficiëntie. Winkelen is de ene keer fun de andere keer functioneel.
- **On the move** besteden versus **destinatie**. De toenemende mobiliteit, de grotere flexibiliteit en de steeds betere informatie, in samenhang met de kritische houding, hebben grote invloed in de koop en keuzegedrag. Mensen kopen makkelijker op wisselende locaties óók onderweg: on the move. En mensen kiezen bewust voor een specifiek winkelgebied of stad als shopping-destinatie.
- Op economisch gebied verschuiven de **prioriteiten in bestedingspatroon**. De langjarige trend in de bestedingen van huishoudens is een verschuiving in prioriteiten. Mensen zijn een steeds groter deel van hun inkomen kwijt aan kosten voor diensten, zoals huisvesting en zorg. Dit drukt de bestedingen aan consumptieve goederen, waaronder de bestedingen in de detailhandel.

Trends en ontwikkelingen aanbodzijde

- **Schaalvergroting** naast **schaalverkleining**. Retailers vragen een groter winkeloppervlak. De extra meters worden ingezet voor meer comfort, keuzemogelijkheden en beleving. De ontwikkeling zien we onder meer in de supermarkt, doe-het-zelf en mode. Naast de

schaalvergroting zijn schaalverkleining en specialisatie aan de orde van de dag en is er een blijvende vraag naar kleine tot reguliere winkelunits. Hier gaat het om (startende) zelfstandige ondernemers die zich richten op niches, service en klantcontact. Maar ook (landelijke) ketens blijven kleine tot reguliere vestigingen vragen, te meer om een netwerk over het land te realiseren.

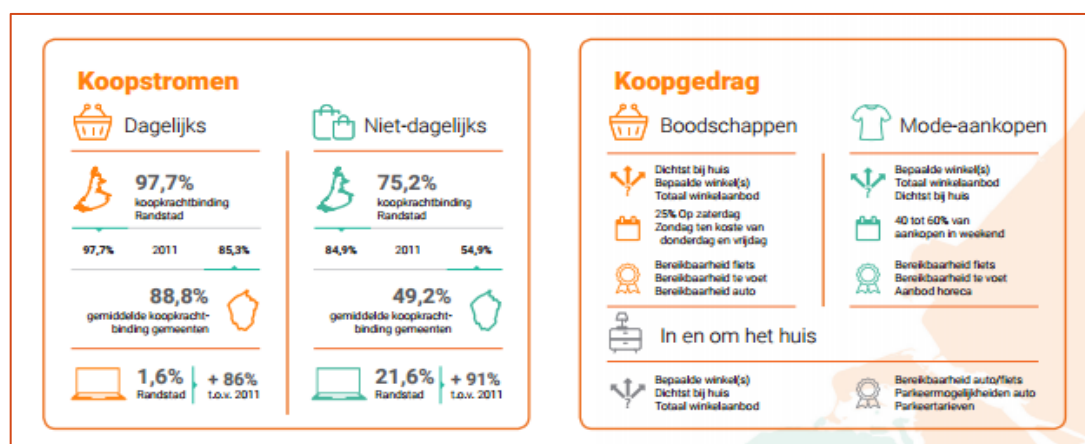
- **Schaalvergroting en diversificatie supermarkten.** Supermarktorganisaties streven naar een (landelijk) dekkend netwerk van vestigingen met verschillende typen winkels. Denk aan grootschalige winkels (> 4.000 m² wvo) die inzetten op bulkaankopen en inspelen op vers en food beleving. Wijkwinkels voor een directe verzorging in de nabijheid van de consument (1.000 tot 2.000 m² wvo). Winkels op traffic-locaties of buurt- en stadswinkel, zogenaamde mandjeswinkels. Deze winkels hebben vaak een beperkt assortiment, afgestemd op de passant of buurtbewoners (< 500 m² wvo). Supermarktorganisaties zijn continue op zoek naar een verdere optimalisatie van hun vestigingen. Daarbij zoeken ze schaalvergroting of een passend oppervlak bij de specifieke formule. Relocatie van winkels naar betere bereikbaarheid, zichtbaarheid, parkeermogelijkheden, etc.
- Opkomst **discount(supermarkt)formules**: Deze formules kenmerken zich door een op prijs gericht aanbod en minder focus op service (Aldi, Lidl, Action). Alle lagen van de bevolking doen hier hun aankopen. De recente ontwikkelingen zijn grotere oppervlakten en meer verse waren.
- Opkomst van **foodmarkten** zowel van (traditionele) supermarktketens als wel foodconcepten met zelfstandige ondernemers.
- **Allochtone retailers**: In 2005 is in de grote steden, vooral in Amsterdam, iets minder dan 50% van alle ondernemingen niet-westers. Dit manifesteert zich in alle branches, maar in afwijkende zin vooral in de markthandel, levensmiddelenpeciaalzaken, elektronica en supermarkten.
- **Branchevervaging**: branches vervagen steeds meer. Retailers zoeken daarbij verbreding van het assortiment om in te spelen op het bezoeks-motief van de consument en productassociaties. Denk aan de verkoop van woonaccessoires en lifestyle artikelen in kledingwinkels. Verbreding wordt ook omzet- of bezoek stimulerend ingezet, bijvoorbeeld actiematige verkoop van computers in een supermarkt.
- Toename **mengvormen**: een ultieme vorm van branchevervaging is 'blurring'. Hier gaat het om vervagen van grenzen tussen branches en kanalen. Er ontstaan mengvormen van concepten waarbij een mix van bijvoorbeeld horeca en detailhandel bestaat, of detailhandel met meerdere branches in combinatie met diensten.
- Met internet als verkoopkanaal verandert de **rol en positionering** van de fysieke winkels, naar een kanaal voor service, beleving, direct klantcontact, productervaring. Nu dat kopen over al kan, verwordt de fysieke winkel tot een onderdeel of schakel in het totale verkoop- en marketingproces. Dit vraagt andere locaties, formules en oppervlakten.
- **Omnichannel** en integratie online en offline. Retailers maken steeds meer gebruik van alle (verkoop)kanalen om in contact te komen met de consument. Deze kanalen worden zo geïntegreerd dat er één beleving is voor de consument en alles op elkaar aansluit. Pure players (retailers met alleen een webwinkel) open daartoe ook steeds vaker fysieke vestigingspunten.

- **Verticalisering en ketenverkorting:** Producenten worden retailers, distributie ketens worden verkort en versneld en kunnen directer met klant communiceren. In feite wordt de klassieke retailer overgeslagen. Deze ontwikkeling is zowel in de virtuele als in de fysieke wereld gaande. Voorbeelden zijn de opening van brandstores, zoals Apple of Miele. Bijkomende is dat deze brandstores anders worden gepositioneerd dan klassieke winkels. Vaak draait het om de merkbeleving en niet om de omzet, transactie en verkoop. In virtuele wereld zijn voorbeelden Picnic, Koop een koe of Van Bommel die de verkoop van haar schoenen zelf ter hand heeft genomen en alleen nog maar verkoopt via internet en eigen winkels.
- **Subscription retail:** Retail in abonnementsvorm waarbij klant bestelde producten regelmatig en min of meer automatisch toegezonden krijgen. Denk aan foodboxen, wijnpakketten, persoonlijke verzorging zoals scheermessen en toebehoren. Voorbeelden Hello Fresh, Marley Spoon, BoldKing, Dollar Shave Club.

3.3 Provinciale en regionale veranderingen

Structurele veranderingen aankoopgedrag

Het consumentengedrag is fundamenteel aan het veranderen. Onder invloed van toenemende fysieke (auto), sociaal-economische (werk en privé) en virtuele (internet) mobiliteit wordt het blikveld van de consument almaar groter. De consument weet steeds beter waar wat, tegen welke prijs te koop is en is minder gebonden (en trouw) aan het 'eigen' winkelcentrum. Het klassiek oriëntatiegedrag verandert daardoor. De consument bezoekt voor zijn niet-dagelijkse aankopen vaker verschillende winkels en winkelcentra en koopt 'verder weg'. Koopstromen worden diffuser en de onderliggende motieven en momenten om winkels te bezoeken worden veelzijdig.



Voor de hele Randstad geldt dat bestedingen t.o.v. 2011 in de dagelijkse sector zijn gestegen (7,8%) en dat de gemiddelde oriëntatie op gemeenten hoog is (88,8%). In de niet-dagelijkse sector daarentegen zijn de bestedingen gedaald (3,9%) en is vooral de koopkrachtorientatie op het eigen aanbod in de gemeente gedaald (met bijna 10% tot 75,2%). Verspreid over de week doen we onze aankopen ook steeds vaker op zondag en minder op de donderdag en vrijdag (inclusief de koopavond). Vooral mode-aankopen worden in het weekend gedaan.

De impact van internet: grootste stijger

De online bestedingen via internet verdubbelden bijna sinds 2011. Het aandeel dagelijkse bestedingen is met 1,6% nog vrij gering, maar is het laatste jaar lokaal soms sterk gestegen. In de niet-dagelijkse sector stegen ze tot 21,6% van de bestedingen (2011: ca. 11%) wat neerkomt op totaal € 5,2 mld. uitgaven via webwinkels. Hiermee is internet het grootste winkelcentrum van Nederland, even groot als het totale winkelaanbod van de Randstad.

Voor de groepen consumenten die zijn opgegroeid met of er mee werken (jongeren 15-30 jaar en groep 30-50 jaar) kopen relatief vaker bij webwinkels, een groep die richting de toekomst steeds groter wordt. De aankopen betreffen inmiddels ook veel keuzegevoelige artikelen als kleding die indien niet passend of leuk 'gewoon' retour gestuurd.

Een verdere groei is te verwachten met ook verdere wijzigingen in koopgedrag en (web)winkellandschap.

Lokaler boodschappen doen

Op Randstad en provinciaal niveau is de dagelijkse koopkrachtbinding beperkt gewijzigd. Op het niveau van (vooral de kleinere) gemeenten (kleiner dan 10.000 m² wvo en wijkcentra tot 5.000 m² wvo) komt een groter deel van de bestedingen terecht in het eigen winkelaanbod. Dit komt vooral door toename van het winkelaanbod en dan met name door grote supermarkten. Nabijheid en bereikbaarheid worden hoog gewaardeerd. Gevolg is ook dat gemeenten minder bestedingen van hun 'buren' (kunnen) trekken.

Minder winkelen in middelgrote centra

In de niet dagelijkse sector wordt niet lokaler maar vooral minder fysiek gewinkeld. Vooral de middelgrote centra (10-40.000 m² wvo) en wijk- en stadsdeelcentra (groter dan 10.000 m² wvo) zien hun regiopositie afnemen als gevolg van minder lokale binding en toevloeiing. Voor het winkelen gaan consumenten vaker naar de grotere centra door aanwezigheid van veel keuze, bepaald aanbod (vooral op vlak van mode) en horeca. Of ze kiezen voor internet. De centra met 40-60.000 m² wvo zitten op de wip en moeten ingrijpen en keuzes maken.

Leegstand gestegen

In de hele Randstad staat bijna 1,35 miljoen m² wvo leeg, verspreid over bijna 6.100 panden. Dat betekent een stijging van 25% van het oppervlak en 14% aan verkooppunten t.o.v. 2011. In de kop van Noord-Holland is de leegstand na IJmond het hoogst van de provincie Noord-Holland. De gemeente Den Helder en vooral het centrum van Den Helder (24% van zowel de verkooppunten als het oppervlak) een groot aandeel in. Op Texel is de leegstand beperkt.

Tabel 3.1: leegstand per provincie (KSO2016)

	Leegstand oppervlak	Leegstand verkooppunten
Zuid-Holland	11,5%	14,8%
Noord-Holland	10,1%	9,7%
Utrecht	10,4%	12,7%

Toerisme: soms een factor van betekenis

In het algemeen is toerisme voor consumenten nauwelijks een factor van betekenis omdat er relatief weinig gemeente zijn met toeristische waarde. Daarnaast zijn winkelbestedingen in 'toeristische gemeente en plaatsen' relatief beperkt in verhouding tot de reguliere verzorgingsfunctie. Voor de Randstad als geheel komen de bestedingen op 2,6% van het totale bestedingspotentieel. De gemeenten Texel (20%) en Schagen (3,3%) zitten daar ruim boven waarbij de dagelijkse aankopen 2x zo hoog zijn als de niet-dagelijkse toeristische bestedingen.

Resumé trends en ontwikkelingen vraag en aanbod

Vraag	Aanbod
• Bevolking ontgroening en vergrijzing • Veranderende samenstelling bevolking • Flexibilisering maatschappij en arbeidsmarkt • Toenemende virtuele en fysieke mobiliteit • Blijvende consumentenbehoefte aan gemak, prijs-kwaliteit, keuze, inspiratie en service • Funshoppen versus functioneel shoppen • In keuze aankooplocatie, moment en motief belangrijk • Boodschappen doen is vooral functioneel efficiënt, nabij, bereikbaarheid, keuze, <i>prijs</i>-kwaliteit... •maar ook steeds meer fun; <i>kwaliteit</i>-prijs, nieuwe smaken, beleving, blurring, inspiratie, foodhallen. • Winkelen wordt steeds meer vrijetijdsbesteding en moet concurreren met sporten, weekendje weg etc. • 'Eten is het nieuwe winkelen' • Klantreis vanaf de bank tot terugkeer thuis moet de hele kooptrip optimaal zijn	• Schaalvergroting: flagship stores, warehouses, beleving, blurring, foodhall • Schaalverkleining: specialisatie, service • Internet: omni-channeling, pure players en fysieke winkels • Verandering functie fysieke winkel: van verkoopkanaal naar beleving, inspiratie en service • Verticalisering en ketenverandering: ketenverkorting, rechtstreeks van producent naar consumenten snel wisselende collectie, flexibiliteit (FOC's, merk/outletwinkels etc. • Shopping 2020: 5 typen winkelgebieden variërend van <i>centra voor functioneel</i> (compact, bereikbaar, nabij, efficiënt, snel) tot <i>centra voor fun</i> (beleving, sfeer, mix, verblijf) en <i>traffic-locaties</i> (daar waar publiek is, stations, luchthavens, wegen) • Omgeving van de winkel wordt belangrijker; openbare ruimte, beleving, sfeer, authenticiteit, uniciteit, bereikbaarheid • Het vroegere middensegment wordt of 'discount' of juist 'luxer'

Factsheets

Toelichting

Van totaal 18 winkelgebieden in de Kop van Noord-Holland is een factsheet gemaakt. De factsheet bestaat uit twee pagina's. De eerste gaat in op de kwantitatieve aspecten van het centrum: koopstromen, aanbodgegevens en economisch functioneren. De informatie is gebaseerd op het Locatus-verkooppuntenbestand en het KSO2016.

De tweede sheet gaat in op kwalitatieve aspecten van het centrum. Daarin is een korte kwalitatieve beschrijving geven en is een beoordeling opgenomen. De beoordeling toont drie invalshoeken. Eén de beoordeling van de consument die is onderzocht in het KSO. Twee een gezamenlijk beoordeling door het Expertteam Winkelgebieden, de gemeenten en ondernemers.

Factsheets:

- Den Helder centrum
- Centrum Julianadorp
- Winkelcentrum Marsdiepstraat
- Winkelcentrum De Schooten
- Ravelijn
- Centrum Anna Paulowna
- Centrum Hippolytushoef
- Centrum Wieringerwerf
- Centrum Nieuwe Niedorp
- Centrum Schagen
- Witte Paal
- Centrum Warmenhuizen
- Centrum Tuitjenhorn
- Centrum Callantsoog
- Centrum Den Burg
- Centrum De Koog
- Centrum De Cocksdorp
- Centrum Oudeschild

Factsheets Den Helder

Centrum Den Helder

Den Helder Type centrum	Centrum Hoofdwinkelgebied	Gemeente Inwoners	Den Helder 56.275					
Koop-oriëntatie	Dagelijks		Niet-dagelijks					
	2011	2016	2011	2016				
Binding	28%	27%	54%	44%				
Toevloeiing	8%	3%	22%	15%				
Herkomst omzet								
Den Helder	92%	89%	73%	82%				
HK Anna Paulowna	2%	2%	5%	8%				
HK Wieringen	0%		4%					
HK Wieringermeer	0%		1%					
HK Nieuwe Niedorp	0%		0%					
S. Schagen	1%		0%	2%				
S. Harenkarspel	0%		0%					
S. Zijpe	0%		2%					
Texel	0%		3%	1%				
Elders	5%	1%	12%	3%				
Toerisme	-	9%	-	4%				
Aanbod	Aantal winkels		m² wvo					
	2016	'11-'16	2016	'11-'16				
Branches								
Dagelijks	32	-6	7.096	-377				
Niet-dagelijks	104	-29	19.815	-6.007				
Mode en luxe	65	-9	12.715	-3.589				
Vrije tijd	12	-13	2.328	-1.497				
In en om huis	15	-10	1.722	-2.281				
Overig	12	3	3.050	1.360				
Totaal detailhandel	136	-35	26.911	-6.384				
Horeca	54	-	-	-				
Leisure overig	5	-	-	-				
Diensten	42	-	-	-				
Leegstand	44	18	8.354	2.015				
% Leegstand	24%	11%	24%	8%				
Omzet (ex. toerisme)	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Branches								
Dagelijks	36,0	2,9	38,9	40,4	1,2	41,6	€ 5.205	€ 5.862
Niet-dagelijks	59,0	16,2	75,2	41,9	7,3	49,2	€ 2.912	€ 2.483
Mode en luxe	35,0	11,6	46,6	27,1	5,3	32,4	€ 2.858	€ 2.548
Vrije tijd	9,3	1,4	10,7	6,0	0,6	6,6	€ 2.797	€ 2.835
In en om huis	10,4	2,0	12,4	5,3	0,8	6,1	€ 3.098	€ 3.542
Overig	4,3	1,2	5,5	3,5	0,6	4,1	€ 3.254	€ 1.344
Totaal	95,0	19,1	114,1	82,3	8,5	90,8		
Inclusief toerisme	Omzet							
	Totaal	Toerisme		Vloerproductiviteit				
Dagelijks	41,6	4,0		€ 6.429				
Niet-dagelijks	49,2	2,0		€ 2.585				

Centrum Den Helder

Centrum Den Helder		Gemeente		Den Helder	
Type centrum	Hoofdwinkelcentrum klein			Kaartje ligging centrum	
Beschrijving • Kernwinkelgebied van Den Helder met mix van ketens en zelfstandige ondernemers zowel in steeds compacter gebied • Leegstand (o.a. V&D) met ruim 10% fors • Keizerstraat kwaliteitsslag gevels en winkelen in Spoorstraat wordt ingeperkt • Bijzonder aanbod ontbreekt en leegstand fors; ondermijnt attractiviteit centrum (overall 6,5) • Aanpak OR en overige centrumvoorzieningen vormen trekkers toekomst • Ontwikkeling hoek Beatrixstraat-Keizerstraat en halter met parkeren kans voor centrum • daghoreca op meerdere pleinen kans om verblijfstijd centrum te vergroten					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
	Compleetheid	7,5	6,8	6,0	7,5
	Sfeer/uitstraling	6,3	6,6	6,8	7,4
	Veiligheid	6,6	7,2	6,3	7,7
	Daghoreca	7,2	7,3	6,3	7,7
	Autoparkeren	6,6	7,2	6,7	7,6
	Autobereikbaarheid	7,5	7,5	6,7	7,8
	OV-bereikbaarheid	7,6	7,4	-	7,2
	Fietsbereikbaarheid	-	8,4	6,0	8,4
	totaal	7,0	7,3	6,4	7,7
					
					

Ravelijn

Den Helder Type centrum	Ravelijn Grootschalig	Gemeente Inwoners	Den Helder 56.275					
Koop-oriëntatie	Dagelijks		Niet-dagelijks					
	2011	2016	2011	2016				
Binding	0%	1%	24%	29%				
Toevloeiing	17%	11%	15%	13%				
Herkomst omzet								
Den Helder	82%	100%	84%	87%				
HK Anna Paulowna	18%		6%	9%				
HK Wieringen	0%	-	4%					
HK Wieringermeer	0%		0%					
HK Nieuwe Niedorp	0%		0%					
S. Schagen	0%		0%	2%				
S. Harenkarspel	0%	-	0%					
S. Zijpe	0%		2%					
Texel	0%	-	1%	2%				
Elders	0%	0%	3%	1%				
Toerisme	-	-	-	-				
Aanbod	Aantal winkels		m² wvo					
	2016	'11-'16	2016	'11-'16				
Branches								
Dagelijks	0	0	0	0				
Niet-dagelijks	29	5	31.626	2.627				
Mode en luxe	1	0	1.235	551				
Vrije tijd	0	0	0	0				
In en om huis	26	4	30.306	2.036				
Overig	2	1	85	40				
Totaal detailhandel	29	5	31.626	2.627				
Horeca	1	-	-	-				
Leisure overig	1	-	-	-				
Diensten	1	-	-	-				
Leegstand	0	-2	2.949	859				
% Leegstand	0%	-8%	9%	2%				
Omzet (ex. toerisme)	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Branches								
Dagelijks	0,5	0,1	0,6	1,2	0,2	1,4	-	-
Niet-dagelijks	28,5	5,1	33,6	27,8	4,3	32,1	€ 1.159	€ 1.015
Mode en luxe	1,4	0,2	1,6	1,2	0,2	1,4	€ 2.339	€ 1.134
Vrije tijd	0,1	0,0	0,1	0,7	0,1	0,8	-	-
In en om huis	24,9	4,5	29,4	23,6	3,6	27,2	€ 1.040	€ 898
Overig	2,1	0,4	2,5	2,3	0,4	2,7	€ 55.556	€ 31.765
Totaal	29,0	5,2	34,2	29	4,5	33,5		
Inclusief toerisme	Omzet							
	Totaal	Toerisme		Vloerproductiviteit				
Dagelijks	1,4			-				
Niet-dagelijks	32,1			€ 1.013				

Ravelijn

Ravelijn		Gemeente		Den Helder	
Type centrum		Grootschalige concentratie		Kaartje ligging centrum	
Beschrijving		• Omvangrijk perifeer centrum in vooral 'In en om het huis' aangevuld met bruin & witgoed, fietsen • Action branchevreemd, wel sterke trekker • Goed bereikbaar en ruim parkeren • Uitstraling panden redelijke uniform. Openbare ruimte ondermaats, hangt samen met verdeling Ondernemersvereniging (OVR) en gemeente • Geen 2-zijdige bewinkelings, horeca beperkt • Verzorgingsgebied kop NH t/m Schagen en Wieringermeer • Overlap met Witte Paal			
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
Compleetheid		-	7,8	7,0	7,5
Sfeer/uitstraling		-	7,2	6,6	6,9
Veiligheid		-	7,7	7,7	7,5
Daghoreca		-	4,7	-	5,4
Autoparkeren		-	8,5	7,3	8,4
Autobereikbaarheid		-	8,7	8,2	8,5
OV-bereikbaarheid		-	6,8	-	6,3
Fietsbereikbaarheid		-	8,5	6,0	8,1
totaal		-	7,5	7,1	7,3
 					

De Schooten

Den Helder Type centrum		De Schooten Ondersteunend		Gemeente Inwoners		Den Helder 56.275		
Koop-oriëntatie		Dagelijks		Niet-dagelijks				
		2011	2016	2011	2016			
Binding		15%	17%	5%	6%			
Toevloeiing		1%	2%	11%	13%			
Herkomst omzet								
Den Helder		-	98%	-	88%			
HK Anna Paulowna		-	2%	-	5%			
HK Wieringen		-		-				
HK Wieringermeer		-		-				
HK Nieuwe Niedorp		-		-				
S. Schagen		-		-				
S. Harenkarspel		-	-	-	-			
S. Zijpe		-		-				
Texel		-	-	-	-			
Elders		-	0%	-	5%			
Toerisme		-	-	-	-			
Aanbod		Aantal winkels		m² wvo				
		2016	'11-'16	2016	'11-'16			
Branches								
Dagelijks		12	2	3.567	542			
Niet-dagelijks		7	0	1.105	-85			
Mode en luxe		0	-	0	-			
Vrije tijd		1	-	230	-			
In en om huis		4	-	600	-			
Overig		2	-	275	-			
Totaal detailhandel		19	19	4.672	4.672			
Horeca		4	-	-	-			
Leisure overig		0	-	-	-			
Diensten		5	-	-	-			
Leegstand		1	1	100	100			
% Leegstand		5%	5%	2%	2%			
Omzet (ex. toerisme)	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Branches								
Dagelijks	21,1	0,3	21,4	25,5	0,6	26,1	€ 7.074	€ 7.317
Niet-dagelijks	5,8	0,7	6,5	5,4	0,8	6,2	€ 5.462	€ 5.611
Mode en luxe	0,9	0,2	1,1	0,6	0,2	0,8	-	-
Vrije tijd	0,4	0,0	0,4	0,4	0,0	0,4	-	€ 1.739
In en om huis	4,1	0,4	4,5	4,0	0,5	4,5	-	€ 7.500
Overig	0,4	0,1	0,5	0,4	0,1	0,5	-	€ 1.818
Totaal	26,9	1,0	27,9	30,9	1,4	32,3		
Inclusief toerisme		Omzet						
	Totaal	Toerisme		Vloerproductiviteit				
Dagelijks	26,1	0,0		€ 7.309				
Niet-dagelijks	6,2	0,0		€ 5.638				

De Schooten

De Schooten		Gemeente	Den Helder		
Type centrum	Wijkcentrum klein		Kaartje ligging centrum		
Beschrijving • Boodschappencentrum uit 1964 • 4 supermarkten: Deka, AH, Aldi en Budgetstore • Beperkt aanvullende voorzieningen • Wel zorgvoorziening 's-Heerenloo • Naar binnen gekeerd, veel 'achterkanten' • Uitstraling buitenzijde redelijk • Kwaliteit openbare ruimte -bestrating, verlichting-matig en gedateerd • Gelegen aan doorgaande route • Laagste overall-score (5,9) alle centra Kop NH					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
	Compleetheid	-	7,5	7,5	7,1
	Sfeer/uitstraling	-	7,4	5,5	6,9
	Veiligheid	-	8	6,5	7,4
	Daghoreca	-	6,5	5,5	6
	Autoparkeren	-	8,3	6,2	7,7
	Autobereikbaarheid	-	8,5	6,8	8,1
	OV-bereikbaarheid	-	7,9	-	7,4
	Fietsbereikbaarheid	-	8,5	5,5	8,5
	totaal	-	7,8	6,2	7,4
					
					

Marsdiepstraat

Den Helder Type centrum	Marsdiepstraat Ondersteunend	Gemeente Inwoners	Den Helder 56.275					
Koop-oriëntatie	Dagelijks		Niet-dagelijks					
	2011	2016	2011	2016				
Binding	25%	18%	3%	6%				
Toevloeiing	1%	1%	9%	6%				
Herkomst omzet								
Den Helder	-	-	-	-				
HK Anna Paulowna	-	-	-	-				
HK Wieringen	-	-	-	-				
HK Wieringermeer	-	-	-	-				
HK Nieuwe Niedorp	-	-	-	-				
S. Schagen	-	-	-	-				
S. Harenkarspel	-	-	-	-				
S. Zijpe	-	-	-	-				
Texel	-	-	-	-				
Elders	-	-	-	-				
Toerisme	-	-	-	-				
Aanbod	Aantal winkels		m² wvo					
	2016	'11-'16	2016	'11-'16				
Branches								
Dagelijks	16	2	4.415	-24				
Niet-dagelijks	14	-3	3.960	-705				
Mode en luxe	6	-	2.185	-				
Vrije tijd	2	-	1.030	-				
In en om huis	2	-	175	-				
Overig	4	-	570	-				
Totaal detailhandel	30	30	8.375	8.375				
Horeca	6	-	-	-				
Leisure overig	1	-	-	-				
Diensten	2	-	-	-				
Leegstand	6	0	1.025	287				
% Leegstand	17%	17%	11%	11%				
Omzet (ex. toerisme)	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Branches								
Dagelijks	34,5	0,4	34,9	27,8	0,4	28,2	€ 7.862	€ 6.387
Niet-dagelijks	4,4	0,5	4,8	6,2	0,4	6,6	€ 1.029	€ 1.667
Mode en luxe	-	-	2,0	-	-	3,0	-	€ 1.373
Vrije tijd	-	-	0,6	-	-	2,2	-	€ 2.136
In en om huis	-	-	1,8	-	-	0,9	-	€ 5.143
Overig	-	-	0,3	-	-	0,5	-	€ 877
Totaal	-	-	39,7	34,0	0,8	34,8		
Inclusief toerisme	Omzet							
	Totaal	Toerisme	Vloerproductiviteit					
Dagelijks	28,2	0,0	€ 6.397					
Niet-dagelijks	6,6	0,0	€ 1.649					

Marsdiepstraat

Marsdiepstraat		Gemeente	Den Helder		
Type centrum	Wijkcentrum Groot		Kaartje ligging centrum		
Beschrijving • Boodschappencentrum + pick-up point • Trekkers: AH, Deka, Bristol • Op afstand gelegen Duinpassage Deka+Lidl • Veel speciaalzaken in food en non-food • Sportspecialzaak solitair aan rotonde • Veel leegstand • Combinatie van nieuw naar binnen gekeerd supercluster met roltrap naar ondergronds parkeergarage en er tegenovergelegen gedateerde winkelstrip • Winkeliersvereniging i.o. wenst wijkmanifestatie terug en meer evenementen					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
	Compleetheid	-	7,7	8,0	7,3
	Sfeer/uitstraling	-	7,5	6,4	7,1
	Veiligheid	-	7,4	7,0	7,5
	Daghoreca	-	5,1	6,1	6,6
	Autoparkeren	-	8,7	7,4	7,8
	Autobereikbaarheid	-	8,6	7,8	8,1
	OV-bereikbaarheid	-	7,3	-	7,7
	Fietsbereikbaarheid	-	8,8	6,3	8,5
	totaal	-	7,6	7,0	7,6
					
					

Julianadorp

Den Helder Type centrum	Julianadorp Kernverzorgend	Gemeente Inwoners	Den Helder 56.275					
Koop-oriëntatie	Dagelijks		Niet-dagelijks					
	2011	2016	2011	2016				
Binding	14%	15%	4%	4%				
Toevloeiing	14%	11%	8%	4%				
Herkomst omzet								
Den Helder	-	-	-					
HK Anna Paulowna	-		-					
HK Wieringen	-		-					
HK Wieringermeer	-	-	-	-				
HK Nieuwe Niedorp	-		-					
S. Schagen	-		-					
S. Harenkarspel	-	-	-	-				
S. Zijpe	-		-					
Texel	-	-	-	-				
Elders	-	-	-	-				
Toerisme	-	-	-	-				
Aanbod	Aantal winkels		m² wvo					
	2016	'11-'16	2016	'11-'16				
Dagelijks	14	5	4.558	1.397				
Niet-dagelijks	16	4	2.649	689				
Mode en luxe	9	-	1.517	-				
Vrije tijd	1	-	230	-				
In en om huis	6	-	902	-				
Overig	0	-	0	-				
Totaal detailhandel	30	30	7.207	7.207				
Horeca	10	-	-	-				
Leisure overig	1	-	-	-				
Diensten	7	-	-	-				
Leegstand	4	2	775	485				
% Leegstand	12%	12%	10%	10%				
Omzet (ex. toerisme)	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Dagelijks	16,7	2,8	19,5	21,2	2,6	23,8	€ 6.169	€ 5.222
Niet-dagelijks	4,5	0,4	4,9	4,6	0,2	4,8	€ 2.500	€ 1.812
Mode en luxe	-	-	2,2	-	-	1,5	-	€ 989
Vrije tijd	-	-	0,8	-	-	1,2	-	€ 5.217
In en om huis	-	-	1,4	-	-	1,7	-	€ 1.885
Overig	-	-	0,4	-	-	0,4	-	-
Totaal	21,2	3,2	24,4	25,8	2,8	28,6		
Inclusief toerisme	Omzet							
	Totaal	Toerisme	Vloerproductiviteit					
Dagelijks	23,8	0,9	€ 5.398					
Niet-dagelijks	4,8	0,4	€ 1.989					

Julianadorp

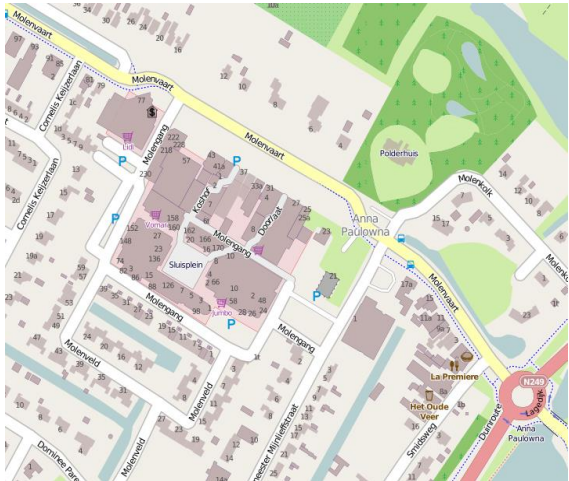
Julianadorp/De Riepel		Gemeente	Den Helder		
Type centrum	Kernverzorgend klein		Kaartje ligging centrum		
Beschrijving • Centrum Julianadorp bestaat uit een overdekt en naar binnen gekeerd wijkcentrum • Trekkers: Aldi, Deen, DA, Hema • Modern en efficiënt, elke zondag koopzondag • 3x per week een viskraam • Goed bereikbaar en ruim, gratis parkeren • Direct daaraan grenzend via 2 bruggen bereikbaar ligt het oorspronkelijke dorpscentrum Loopuytpark • Trekker Blokker, aanbod beperkt, 3 leeg • Aanpak openbare ruimte noodzakelijk • Achter het Loopuytpark aan parkeerterrein aan Schoolweg wordt een nieuwe Lidl ontwikkeld. Daarnaast is een budgetfoodstore aanwezig • Openbare ruimte tussen beide centra onaantrekkelijk en scheidt beide centra. Bovendien hier veel autoverkeer. Watergang zo overdekt kunnen worden met terras etc..					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
	Compleetheid	-	8,0	8,0	7,2
	Sfeer/uitstraling	-	8,0	7,3	7,3
	Veiligheid	-	8,1	8,0	7,9
	Daghoreca	-	7,8	7,0	7,0
	Autoparkeren	-	8,6	7,5	7,8
	Autobereikbaarheid	-	8,4	8,1	8,1
	OV-bereikbaarheid	-	7,9	-	6,8
	Fietsbereikbaarheid	-	8,1	7,3	8,6
	totaal	-	8,1	7,6	7,6
 		 			

Factsheets Hollands Kroon

Anna Paulowna

Hollands Kroon Type centrum	Anna Paulowna Kernverzorgend		Gemeente Inwoners	Hollands Kroon 47.546				
Koop-oriëntatie	Dagelijks		Niet-dagelijks					
	2011	2016	2011	2016				
Binding	31%	28%	22%	16%				
Toevloeiing	16%	12%	15%	17%				
Herkomst omzet								
Den Helder	-	1%	-	2%				
HK Anna Paulowna	-	87%	-	82%				
HK Wieringen	-		-					
HK Wieringermeer	-		-					
HK Nieuwe Niedorp	-		-					
S. Schagen	-	10%	-	6%				
S. Harenkarspel	-		-					
S. Zijpe	-		-					
Texel	-	-	-	-				
Elders	100%	2%	100%	10%				
Toerisme	-	-	-	-				
Aanbod	Aantal winkels		m² wvo					
	2016	'11-'16	2016	'11-'16				
Branches								
Dagelijks	16	1	4.665	-96				
Niet-dagelijks	21	-5	3.500	-508				
Mode en luxe	11	-	2.165	-				
Vrije tijd	4	-	590	-				
In en om huis	6	-	745	-				
Overig	0	-	0	-				
Totaal detailhandel	37	-4	8.165	-604				
Horeca	10	-	-	-				
Leisure overig	1	-	-	-				
Diensten	8	-	-	-				
Leegstand	7	5	1.390	1.122				
% Leegstand	16%	11%	15%	12%				
Omzet (ex. toerisme)	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Branches								
Dagelijks	28,2	5,3	33,5	30,6	4,3	34,9	€ 7.036	€ 7.481
Niet-dagelijks	9,3	1,6	10,9	7,0	1,4	8,4	€ 2.720	€ 2.400
Mode en luxe	4,5	0,9	5,4	3,1	1,0	4,1	-	€ 1.894
Vrije tijd	2,1	0,2	2,3	1,4	0,1	1,5	-	€ 2.542
In en om huis	2,0	0,4	2,4	1,9	0,2	2,1	-	€ 2.819
Overig	0,7	0,1	0,8	0,6	0,1	0,7	-	-
Totaal	37,5	6,9	44,4	37,6	5,7	43,3		
Inclusief toerisme	Omzet							
	Totaal	Toerisme		Vloerproductiviteit				
Dagelijks	34,9	0,2		€ 7.521				
Niet-dagelijks	8,4	0,1		€ 2.447				

Anna Paulowna

Anna Paulowna Centrum		Gemeente	Hollands Kroon		
Type centrum	Kernverzorgend klein		Kaartje ligging centrum		
Beschrijving • Groot boodschappencentrum met meerdere supermarkten • Centraal gelegen in de kern, wel harde overgang winkels en wonen • Trekkers: 4 supermarkten in verschillende segmenten Jumbo, Lidl, Deen, Vomar • Hoogwaardig ingericht centraal plein (Sluisplein) met rondom winkels • Rondom parkeren • Verbinding tussen Molenvaart en Sluisplein matig, via smalle straatjes • Weinig ondersteunende dag-horeca, matige terrasfunctie • Wisselwerking met sociaalmaatschappelijke functie, w.o. gemeentehuis, bibliotheek					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
	Compleetheid	8,0	8,1	8,5	7,2
	Sfeer/uitstraling	7,6	7,5	7,0	7,3
	Veiligheid	8,0	8,1	7,3	7,9
	Daghoreca	5,9	5,6	5,9	7,0
	Autoparkeren	7,7	8,2	7,2	7,8
	Autobereikbaarheid	8,3	8,6	7,7	8,1
	OV-bereikbaarheid	4,9	3,8	-	6,8
	Fietsbereikbaarheid	-	8,2	6,3	8,6
	totaal	7,2	7,3	7,1	7,6







Hippolytushoef

Hollands Kroon Type centrum	Hippolytushoef Kernverzorgend		Gemeente Inwoners	Hollands Kroon 47.546				
Koop-oriëntatie	Dagelijks		Niet-dagelijks					
	2011	2016	2011	2016				
Binding	10%	10%	9%	6%				
Toevloeiing	2%	3%	1%	3%				
Herkomst omzet								
Den Helder	-	-	-	-				
HK Anna Paulowna	-	94%	-	89%				
HK Wieringen	-		-					
HK Wieringermeer	-		-					
HK Nieuwe Niedorp	-		-					
S. Schagen	-	-	-	2%				
S. Harenkarspel	-		-					
S. Zijpe	-		-					
Texel	-	-	-	-				
Elders	-	6%	-	9%				
Toerisme	-	-	-	-				
Aanbod Branches	Aantal winkels		m² wvo					
	2016	'11-'16	2016	'11-'16				
Dagelijks	8	0	2.352	50				
Niet-dagelijks	20	-1	2.161	-305				
Mode en luxe	7	-	710	-				
Vrije tijd	3	-	145	-				
In en om huis	7	-	1.171	-				
Overig	3	-	135	-				
Totaal detailhandel	28	-1	4.513	-255				
Horeca	8	-	-	-				
Leisure overig	0	-	-	-				
Diensten	7	-	-	-				
Leegstand	4	4	1.100	1.100				
% Leegstand	13%	13%	20%	20%				
Omzet (ex. toerisme) Branches	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Dagelijks	11,2	0,2	11,4	11,7	0,3	12	€ 4.952	€ 5.102
Niet-dagelijks	4,5	0,0	4,5	2,8	0,1	2,9	€ 1.825	€ 1.342
Mode en luxe	2,1	0,0	2,1	1,4	0,1	1,5	-	€ 2.113
Vrije tijd	0,7	0,0	0,7	0,5	0,0	0,5	-	€ 3.448
In en om huis	1,4	0,0	1,4	0,7	0,0	0,7	-	€ 598
Overig	0,3	0,0	0,3	0,2	0,0	0,2	-	€ 1.481
Totaal	15,7	0,2	15,9	14,5	0,4	14,9		
Inclusief toerisme	Omzet			Vloerproductiviteit				
	Totaal	Toerisme						
Dagelijks	12,0	0,5		€ 5.315				
Niet-dagelijks	2,9	0,3		€ 1.463				

Hippolytushoef

Hippolytushoef		Gemeente	Hollands Kroon		
Type centrum	Kernverzorgend klein		Kaartje ligging centrum		
Beschrijving					
• Zeer gemixt winkelaanbod, met dagelijkse winkels en speciaalzaken • Trekkers: Aldi en Dekamarkt • Centraal gelegen in de historische kern • Parkeren verspreid in de straat en 2 matig bereikbare kleine clusters • Kleine smalle straten met dubbelfunctie; verkeer en voetgangers • Verzorgingsfunctie is bovenlokaal maar ook toeristisch • Sommige winkels tussen de middag dicht • Enkele sterke lokale trekkers w.o. conceptstore Tutto • Horeca met dag- en avondfunctie en sfeervolle terrassen					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
Compleetheid		-	6,0	7,5	7,2
Sfeer/uitstraling		-	6,7	7,7	7,3
Veiligheid		-	7,5	7,3	7,9
Daghoreca		-	6,5	7,6	7,0
Autoparkeren		-	7,2	6,8	7,8
Autobereikbaarheid		-	7,5	6,8	8,1
OV-bereikbaarheid		-	4,4	-	6,8
Fietsbereikbaarheid		-	8,3	6,4	8,6
totaal		-	6,8	7,1	7,6







Nieuwe Niedorp

Hollands Kroon Type centrum		Nieuwe Niedorp Kernverzorgend		Gemeente Inwoners		Hollands Kroon 47.546		
Koop-oriëntatie		Dagelijks		Niet-dagelijks				
		2011	2016	2011	2016			
Binding		15%	16%	6%	6%			
Toevloeiing		10%	16%	17%	23%			
Herkomst omzet								
Den Helder		-	-	-	2%			
HK Anna Paulowna		-	83%	-	76%			
HK Wieringen		-		-				
HK Wieringermeer		-		-				
HK Nieuwe Niedorp		-		-				
S. Schagen		-	1%	-	5%			
S. Harenkarspel		-		-				
S. Zijpe		-		-				
Texel		-	-	-	-			
Elders		-	16%	-	17%			
Toerisme		-	-	-	-			
Aanbod		Aantal winkels		m² wvo				
		2016	'11-'16	2016	'11-'16			
Branches								
Dagelijks		10	1	2.280	57			
Niet-dagelijks		10	-2	1.330	-172			
Mode en luxe		8	-	1.160	-			
Vrije tijd		0	-	0	-			
In en om huis		2	-	170	-			
Overig		0	-	0	-			
Totaal detailhandel		20	-1	3.610	-115			
Horeca		2	-	-	-			
Leisure overig		1	-	-	-			
Diensten		5	-	-	-			
Leegstand		2	1	295	175			
% Leegstand		9%	5%	8%	4%			
Omzet (ex. toerisme)	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Branches								
Dagelijks	14,5	1,6	16,1	16,3	3,2	19,5	€ 7.242	€ 8.553
Niet-dagelijks	2,6	0,6	3,2	2,2	0,7	2,9	€ 2.097	€ 2.143
Mode en luxe	1,1	0,3	1,4	0,9	0,4	1,3	-	€ 1.078
Vrije tijd	0,2	0,1	0,3	0,5	0,1	0,6	-	-
In en om huis	1,1	0,2	1,3	0,6	0,1	0,7	-	€ 4.118
Overig	0,2	0,0	0,2	0,2	0,1	0,3	-	-
Totaal	17,1	2,2	19,3	18,5	3,9	22,4		
Inclusief toerisme		Omzet						
	Totaal	Toerisme	Vloerproductiviteit					
Dagelijks	19,5	0,1	€ 8.565					
Niet-dagelijks	2,9	0,0	€ 2.178					

Nieuwe Niedorp

Nieuwe Niedorp		Gemeente	Hollands Kroon		
Type centrum	Kernverzorgend klein		Kaartje ligging centrum		
Beschrijving • Centrumgebied met uitstraling van planmatig wijkwinkelcentrum en harde overgang winkel wonen • Naast Action 1 supermarkt Jumbo als trekker, Aldi op 'grote' afstand in Dorpsstraat gevestigd • Netjes en verzorgde uitstraling winkels en openbare ruimte • Matig routing, winkels rondom gelegen, geen centraal punt • Weinig daghoreca en zwakke terrasfunctie • Parkeren ruimte en rondom • Gelegen nabij woonzorgcentrum en huisartsenpraktijk					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
	Compleetheid	-	7,1	8,0	7,0
	Sfeer/uitstraling	-	7,0	7,1	7,4
	Veiligheid	-	7,8	7,5	7,9
	Daghoreca	-	5,2	5,8	6,5
	Autoparkeren	-	8,1	7,8	7,7
	Autobereikbaarheid	-	8,5	8,1	8,2
	OV-bereikbaarheid	-	5,2	-	6,4
	Fietsbereikbaarheid	-	8,4	6,8	8,7
	totaal	-	7,2	7,3	7,5
					

Wieringerwerf

Hollands Kroon Type centrum	Wieringerwerf Kernverzorgend		Gemeente Inwoners	Hollands Kroon 47.546				
Koop-oriëntatie	Dagelijks		Niet-dagelijks					
	2011	2016	2011	2016				
Binding	23%	20%	17%	15%				
Toevloeiing	6%	5%	7%	11%				
Herkomst omzet								
Den Helder	-	-	-					
HK Anna Paulowna	-	95%	-					
HK Wieringen	-		-					
HK Wieringermeer	-		-					
HK Nieuwe Niedorp	-		-					
S. Schagen	-		-					
S. Harenkarspel	-	-	-	1%				
S. Zijpe	-		-					
Texel	-	-	-					
Elders	-	5%	-	10%				
Toerisme	-	-	-					
Aanbod	Aantal winkels		m² wvo					
	2016	'11-'16	2016	'11-'16				
Branches								
Dagelijks	10	1	3.995	203				
Niet-dagelijks	15	0	3.666	732				
Mode en luxe	10	-	2.401	-				
Vrije tijd	1	-	165	-				
In en om huis	4	-	1.100	-				
Overig	0	-	0	-				
Totaal detailhandel	25	1	7.661	935				
Horeca	9	-	-	-				
Leisure overig	2	-	-	-				
Diensten	11	-	-	-				
Leegstand	2	-1	615	265				
% Leegstand	7%	-4%	7%	2%				
Omzet (ex. toerisme)	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Branches								
Dagelijks	23,1	1,5	24,6	23,2	1,1	24,3	€ 6.487	€ 6.083
Niet-dagelijks	8,0	0,6	8,6	7,1	0,9	8,0	€ 2.931	€ 2.182
Mode en luxe	2,6	0,3	2,9	2,6	0,4	3,0	-	€ 1.249
Vrije tijd	1,2	0,0	1,2	1,3	0,2	1,5	-	€ 9.091
In en om huis	3,6	0,3	3,9	2,6	0,2	2,8	-	€ 2.545
Overig	0,6	0,0	0,6	0,6	0,1	0,7	-	-
Totaal	31,1	2,1	33,2	30,3	2,0	32,3		
Inclusief toerisme	Omzet							
	Totaal	Toerisme	Vloerproductiviteit					
Dagelijks	24,3	0,1	€ 6.134					
Niet-dagelijks	8,0	0,1	€ 2.170					

Wieringerwerf

Wieringerwerf		Gemeente	Hollands Kroon		
Type centrum	Kernverzorgend klein		Kaartje ligging centrum		
Beschrijving • Langgerekt centrumgebied met eenzijdige bewinkeling • Centrumgebied opgeknipt in 2 delen; Terpstraat en Brinkweg. Beide delen geen visuele of functionele wisselwerking • Terpstraat belangrijkste deel met Kruidvat en supermarkten Deen en Lidl • Brinkweg zeer zwak, Hema hier niet op zijn plek • Parkeren ruim en voor de deur, echter zwakke inrichting met veel loze ruimte en slechte routing • Weinig dag-horeca • Geen centraal punt of hart binnen het centrum • Wisselwerking sociaal-maatschappelijke functies gering					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
Compleetheid		-	7,4	8,5	7,2
Sfeer/uitstraling		-	6,8	6,0	7,3
Veiligheid		-	7,4	6,5	7,9
Daghoreca		-	6,4	5,7	7,0
Autoparkeren		-	6,3	6,3	7,8
Autobereikbaarheid		-	7,8	7,5	8,1
OV-bereikbaarheid		-	7,2	-	6,8
Fietsbereikbaarheid		-	8,7	6,8	8,6
totaal		-	7,3	6,8	7,6
					
					

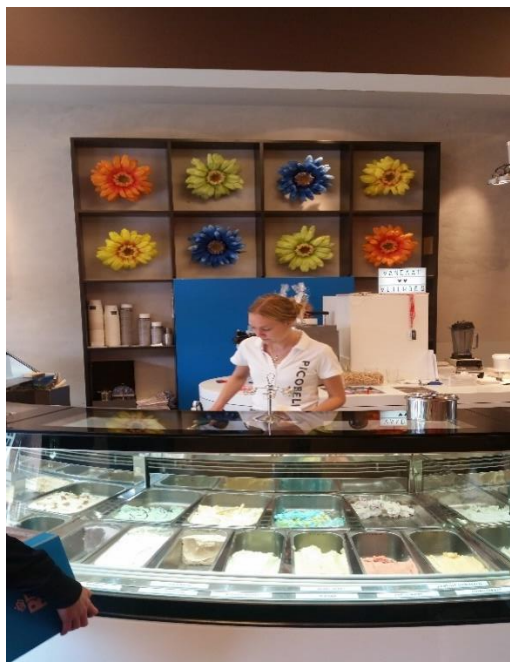
Factsheets Schagen

Centrum Schagen

Schagen Type centrum	Centrum Hoofdwinkelgebied	Gemeente Inwoners	Schagen 46.159					
Koop-oriëntatie	Dagelijks		Niet-dagelijks					
	2011	2016	2011	2016				
Binding	59%	50%	71%	62%				
Toevloeiing	17%	13%	40%	42%				
Herkomst omzet								
Den Helder	0%	-	4%	7%				
HK Anna Paulowna	2%	10%	6%	24%				
HK Wieringen	0%		2%					
HK Wieringermeer	0%		4%					
HK Nieuwe Niedorp	10%		14%					
S. Schagen	57%	86%	34%	58%				
S. Harenkarspel	10%		14%					
S. Zijpe	16%		15%					
Texel	0%	-	0%	-				
Elders	5%	3%	7%	11%				
Toerisme	-	1%	-	0%				
Aanbod	Aantal winkels		m² wvo					
	2016	'11-'16	2016	'11-'16				
Branches								
Dagelijks	36	-4	9.810	-415				
Niet-dagelijks	121	-10	19.924	-848				
Mode en luxe	83	4	13.860	1.547				
Vrije tijd	13	-4	2.414	-426				
In en om huis	20	-10	2.890	-2.447				
Overig	5	0	760	478				
Totaal detailhandel	157	-14	29.734	-1.263				
Horeca	50	-	-	-				
Leisure overig	7	-	-	-				
Diensten	42	-	-	-				
Leegstand	19	14	2.824	1.921				
% Leegstand	11%	8%	9%	6%				
Omzet (ex. toerisme)	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Branches								
Dagelijks	53,2	10,7	63,9	52,3	7,5	59,8	€ 6.249	€ 6.096
Niet-dagelijks	51,4	33,9	85,3	38,2	27,5	65,7	€ 4.106	€ 3.298
Mode en luxe	27,6	23,1	50,7	21,9	19,9	41,8	€ 4.118	€ 3.016
Vrije tijd	7,6	3,3	10,9	6,5	3,2	9,7	€ 3.838	€ 4.018
In en om huis	12,5	5,0	17,5	6,6	2,1	8,7	€ 3.279	€ 3.010
Overig	3,7	2,5	6,2	3,2	2,3	5,5	€ 21.986	€ 7.237
Totaal	104,6	44,6	149,2	90,5	35	125,5		
Inclusief toerisme	Omzet							
	Totaal	Toerisme		Vloerproductiviteit				
Dagelijks	59,8	0,8		€ 6.186				
Niet-dagelijks	65,7	0,4		€ 3.320				

Centrum Schagen

Centrum Schagen		Gemeente		Schagen	
Type centrum	Hoofdwinkelcentrum klein			Kaartje ligging centrum	
Beschrijving • 2-deling: historisch (Markt en Gedempte Gracht) en planmatig (Makado) • Supermarktboulevard (4 supers) met grote parkeervlakte (en parkeerprobleem) • Molenstraat kleinschalig en lage kwaliteit, wel bereikbaar per auto • Aanloopstraten van oudsher Rensgars en Loet bijzonder aanbod, maar doet niet mee; Noord • Planvorming Makado (incl AH, 3.600 m2) • Planvorming Wibra+Action in postkantoor • Uitstraling panden divers, openbare ruimte en verkeersrouting niet op orde					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
	Compleetheid	8,2	8,0	8,0	7,7
	Sfeer/uitstraling	8,1	8,0	7,8	7,4
	Veiligheid	8,0	8,1	8,0	7,7
	Daghoreca	8,2	8,4	8,6	7,7
	Autoparkeren	7,8	8,0	7,8	7,6
	Autobereikbaarheid	8,0	8,1	7,8	7,8
	OV-bereikbaarheid	6,4	6,6	-	7,2
	Fietsbereikbaarheid	-	8,4	7,0	8,4
	totaal	7,8	8,0	7,8	7,7





Tuitjenhorn

Schagen Type centrum	Tuitjenhorn Kernverzorgend	Gemeente Inwoners	Schagen 46.159					
Koop-oriëntatie	Dagelijks		Niet-dagelijks					
	2011	2016	2011	2016				
Binding	9%	11%	2%	1%				
Toevloeiing	2%	5%	10%	5%				
Herkomst omzet								
Den Helder	-	-	-					
HK Anna Paulowna	-		-					
HK Wieringen	-	-	-					
HK Wieringermeer	-	-	-	-				
HK Nieuwe Niedorp	-		-					
S. Schagen	-		-					
S. Harenkarspel	-	-	-	-				
S. Zijpe	-		-					
Texel	-	-	-	-				
Elders	-	-	-	-				
Toerisme	-	-	-	-				
Aanbod	Aantal winkels		m² wvo					
	2016	'11-'16	2016	'11-'16				
Branches								
Dagelijks	7	1	1.794	331				
Niet-dagelijks	3	-5	1.014	-381				
Mode en luxe	2	-	174	-				
Vrije tijd	0	-	0	-				
In en om huis	1	-	840	-				
Overig	0	-	0	-				
Totaal detailhandel	10	-4	2.808	-50				
Horeca	4	-	-	-				
Leisure overig	1	-	-	-				
Diensten	6	-	-	-				
Leegstand	2	1	350	78				
% Leegstand	17%	10%	11%	2%				
Omzet (ex. toerisme)	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Branches								
Dagelijks	9,6	0,2	9,8	12,6	0,7	13,3	€ 6.699	€ 7.414
Niet-dagelijks	2,4	0,3	2,6	1,0	0,1	1,1	€ 1.864	€ 1.036
Mode en luxe	-	-	0,6	-	-	0,3	-	€ 1.724
Vrije tijd	-	-	0,2	-	-	0,0	-	-
In en om huis	-	-	1,6	-	-	0,6	-	€ 714
Overig	-	-	0,2	-	-	0,1	-	-
Totaal	12,0	0,5	12,4	13,6	0,8	14,4		
Inclusief toerisme	Omzet							
	Totaal	Toerisme	Vloerproductiviteit					
Dagelijks	13,3	1,0	€ 7.968					
Niet-dagelijks	1,1	0,5	€ 1.526					

Tuitjenhorn

Centrum Tuitjenhorn		Gemeente	Schagen		
Type centrum	Kernverzorgend klein		Kaartje ligging centrum		
Beschrijving • Beperkt winkelaanbod aangevuld met horeca • Deen-concentratie = trekker met eigen parkeren en ‘seizoenssuper’ • Bakker-slager-cluster, maar werken niet samen • Geen echt centrum, daardoor wordt alles doelgericht bezocht • Toeristische trekkers Holle Boom (camping) en Blankendaalpark (dierentuin) buiten centrum • ‘DHZ-aanbieder’ gekoppeld aan installatiebedrijf; plein verdient herinrichting gericht op parkeren en verblijven					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
	Compleetheid	-	7,6	6,5	7,0
	Sfeer/uitstraling	-	8,1	6,7	7,4
	Veiligheid	-	8,3	7,0	7,9
	Daghoreca	-	7,2	6,8	6,5
	Autoparkeren	-	8,2	6,8	7,7
	Autobereikbaarheid	-	8,5	7,0	8,2
	OV-bereikbaarheid	-	7,0	-	6,4
	Fietsbereikbaarheid	-	8,9	7,0	8,7
	totaal	-	8,0	6,8	7,5
					
					

Warmenhuizen

Schagen Type centrum	Warmenhuizen Kernverzorgend	Gemeente Inwoners	Schagen 46.159	
Koop-oriëntatie	Dagelijks		Niet-dagelijks	
	2011	2016	2011	2016
Binding	12%	11%	1%	2%
Toevloeiing	4%	8%	6%	6%
Herkomst omzet				
Den Helder	-	-	-	-
HK Anna Paulowna	-		-	
HK Wieringen	-		-	
HK Wieringermeer	-	-	-	-
HK Nieuwe Niedorp	-		-	
S. Schagen	-		-	
S. Harenkarspel	-	-	-	-
S. Zijpe	-		-	
Texel	-	-	-	-
Elders	-	-	-	-
Toerisme	-	-	-	-
Aanbod	Aantal winkels		m² wvo	
	2016	'11-'16	2016	'11-'16
Branches				
Dagelijks	7	1	891	-15
Niet-dagelijks	6	-1	694	-66
Mode en luxe	4	-	255	-
Vrije tijd	0	-	0	-
In en om huis	2	-	439	-
Overig	0	-	0	-
Totaal detailhandel	13	0	1.585	-81
Horeca	5	-	-	-
Leisure overig	1	-	-	-
Diensten	5	-	-	-
Leegstand	2	2	95	95
% Leegstand	13%	13%	6%	6%

Omzet (ex. toerisme) Branches	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Dagelijks	12,3	0,5	12,8	11,7	1,1	12,8	€ 14.128	€ 14.310
Niet-dagelijks	1,4	0,1	1,5	2,2	0,1	2,3	€ 1.974	€ 3.357
Mode en luxe	-	-	0,3	-	-	1,3	-	€ 5.098
Vrije tijd	-	-	0,2	-	-	0,4	-	-
In en om huis	-	-	0,9	-	-	0,4	-	€ 911
Overig	-	-	0,1	-	-	0,2	-	-
Totaal	13,7	0,6	14,3	13,9	1,2	15,1		

Inclusief toerisme	Omzet		
	Totaal	Toerisme	Vloerproductiviteit
Dagelijks	12,8	0,2	€ 14.571
Niet-dagelijks	2,3	0,1	€ 3.480

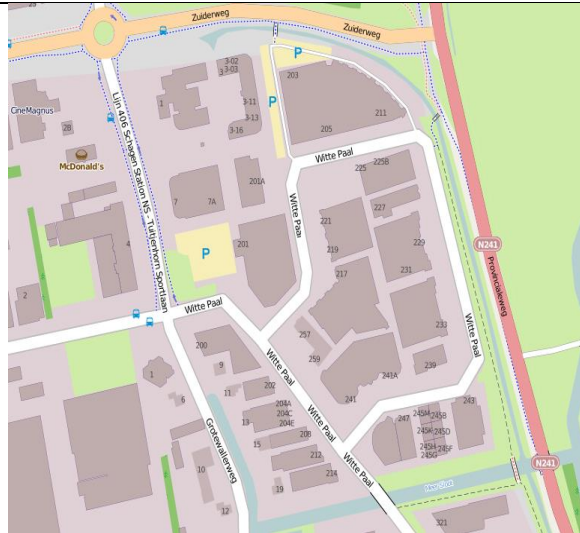
Warmenhuizen

Centrum Warmenhuizen		Gemeente	Schagen		
Type centrum	Kernverzorgend klein		Kaartje ligging centrum		
Beschrijving • Toeristisch, attractief centrum • Relatief groot aantal verspreide zelfstandige winkels en horeca aan Dorpsstraat • Parkeren versnipperd/voor de deur • Blurring ‘modecafé’ • 1 nieuwe concentratie rondom AH, Gall&Gall en er boven woningen met ruim parkeren achterzijde; vanaf doorgaande route niet direct zicht- en herkenbaar • Openbare ruimte matige kwaliteit • Actieve en betrokken winkeliersvereniging					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
	Compleetheid	-	7,7	8,0	6,7
	Sfeer/uitstraling	-	8,2	7,8	7,3
	Veiligheid	-	8,3	7,0	8,0
	Daghoreca	-	7,4	6,9	6,4
	Autoparkeren	-	8,5	7,6	8,0
	Autobereikbaarheid	-	8,5	6,8	8,4
	OV-bereikbaarheid	-	7,0	-	6,3
	Fietsbereikbaarheid	-	8,9	6,7	8,8
	totaal	-	8,1	7,2	7,5
					

Witte Paal

Schagen Type centrum		Witte Paal Grootschalig		Gemeente Inwoners		Schagen 46.159		
Koop-oriëntatie		Dagelijks		Niet-dagelijks				
		2011	2016	2011	2016			
Binding		-	-	-	18%			
Toevloeiing		-	-	-	25%			
Herkomst omzet								
Den Helder		-	-	-	2%			
HK Anna Paulowna		-		-	}	20%		
HK Wieringen		-	-	-				
HK Wieringermeer		-	-	-				
HK Nieuwe Niedorp		-	-	-				
S. Schagen		-		-	}	75%		
S. Harenkarspel		-	-	-				
S. Zijpe		-		-				
Texel		-	-	-	-			
Elders		-	-	-	3%			
Toerisme		-	-	-	-			
Aanbod Branches		Aantal winkels		m² wvo				
		2016	'11-'16	2016	'11-'16			
Dagelijks		0	0	0	0			
Niet-dagelijks		16	1	18.593	2.579			
Mode en luxe		0	-	0	-			
Vrije tijd		0	-	0	-			
In en om huis		16	-	18.593	-			
Overig		0	-	0	-			
Totaal detailhandel		16	1	18.593	2.579			
Horeca		1	-	-	-			
Leisure overig		1	-	-	-			
Diensten		2	-	-	-			
Leegstand		2	2	3.060	3.060			
% Leegstand		11%	11%	14%	14%			
Omzet (ex. toerisme) Branches	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Dagelijks	-	-	-	0,2	0,0	0,2	-	-
Niet-dagelijks	-	-	-	14,2	4,8	19,0	-	€ 1.022
Mode en luxe	-	-	-	0,2	0,1	0,3	-	-
Vrije tijd	-	-	-	1	0,1	1,1	-	-
In en om huis	-	-	-	11,8	4,2	16,0	-	€ 861
Overig	-	-	-	1,2	0,4	1,6	-	-
Totaal	-	-	-	14,4	4,8	19,2	-	-
Inclusief toerisme		Omzet						
	Totaal	Toerisme	Vloerproductiviteit					
Dagelijks	0,2	0,0	-					
Niet-dagelijks	19,0	0,0	€ 1.029					

Witte Paal

Witte Paal		Gemeente	Schagen		
Type centrum	Grootschalige concentratie		Kaartje ligging centrum		
Beschrijving					
• Combinatie bedrijventerrein en PDV • Zonering in PDV1, PDV2 en PDV3 met solitaire Karwei en Leisure (bioscoop, McDonalds) • Zones doorkruist door autobedrijven • Branchering detailhandel hoofdzakelijk PDV, aangevuld met fietsenzaak (Bike Totaal) • Uitstraling Provinciale weg N241 matig. Hier ook leegstand • Bedrijventerrein Lagedijk bevat beperkt consumentgerichte detailhandel. Wel enkele autobedrijven					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
	Compleetheid	-	7,5	6,5	7,5
	Sfeer/uitstraling	-	7,0	6,5	6,9
	Veiligheid	-	7,6	7,0	7,5
	Daghoreca	-	4,7	-	5,4
	Autoparkeren	-	8,5	7,8	8,4
	Autobereikbaarheid	-	8,6	8,0	8,5
	OV-bereikbaarheid	-	5,5	-	6,3
	Fietsbereikbaarheid	-	8,1	-	8,1
	totaal	-	7,2	7,2	7,3

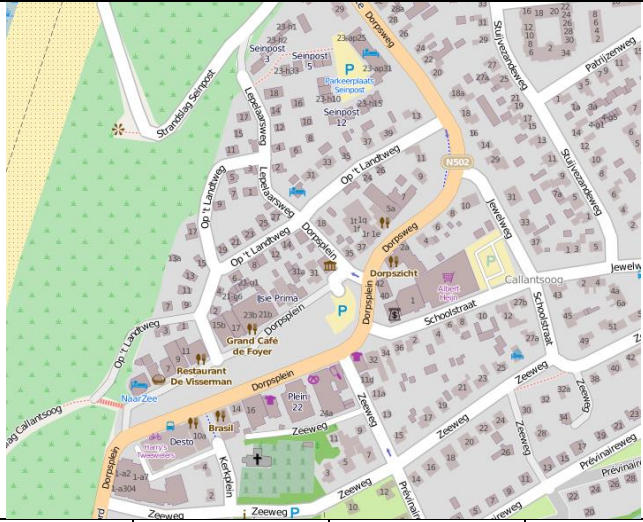




Callantsoog

Schagen Type centrum	Callantsoog Kernverzorgend	Gemeente Inwoners	Schagen 46.159					
Koop-oriëntatie	Dagelijks		Niet-dagelijks					
	2011	2016	2011	2016				
Binding	4%	5%	1%	1%				
Toevloeiing	15%	27%	55%	54%				
Herkomst omzet								
Den Helder	-	-	-	-				
HK Anna Paulowna	-		-					
HK Wieringen	-	-	-	-				
HK Wieringermeer	-		-					
HK Nieuwe Niedorp	-		-					
S. Schagen	-		-					
S. Harenkarspel	-	-	-	-				
S. Zijpe	-		-					
Texel	-	-	-	-				
Elders	-	-	-	-				
Toerisme	-	-	-	-				
Aanbod	Aantal winkels		m² wvo					
	2016	'11-'16	2016	'11-'16				
Branches								
Dagelijks	5	0	1.293	-1				
Niet-dagelijks	15	2	2.184	878				
Mode en luxe	11	-	1.519	-				
Vrije tijd	1	-	120	-				
In en om huis	2	-	495	-				
Overig	1	-	50	-				
Totaal detailhandel	20	2	3.477	877				
Horeca	10	-	-	-				
Leisure overig	2	-	-	-				
Diensten	6	-	-	-				
Leegstand	2	1	215	-85				
% Leegstand	9%	4%	6%	-5%				
Omzet (ex. toerisme)	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Branches								
Dagelijks	3,7	0,7	4,4	4,0	1,5	5,5	€ 3.362	€ 4.254
Niet-dagelijks	0,7	0,8	1,5	0,7	0,8	1,5	€ 1.149	€ 701
Mode en luxe	-	-	1,0	-	-	0,9	-	€ 592
Vrije tijd	-	-	0,2	-	-	0,1	-	€ 833
In en om huis	-	-	0,2	-	-	0,4	-	€ 808
Overig	-	-	0,1	-	-	0,1	-	€ 2.000
Totaal	4,4	1,5	5,9	4,7	2,3	7,0		
Inclusief toerisme	Omzet						Vloerproductiviteit	
	Totaal	Toerisme						
Dagelijks	5,5	1,2		€ 5.131				
Niet-dagelijks	1,5	0,6		€ 973				

Callantsoog

Centrum Callantsoog		Gemeente		Schagen	
Type centrum	Kernverzorgend klein			Kaartje ligging centrum	
Beschrijving • Toeristische kustplaats • Authentieke EN moderne uitstraling • Dagelijks-+ aanbod in vorm van AH (gaat vergroten op plaats bibliotheek) en Blokker • Overdekte passage met strand- en cadeauartikelen en souvenirwinkels en • Basis meer dan op orde: schoon, heel, veilig. • Nieuwe inrichting openbare ruimte met inrichtingselementen (speeltoestellen, straatmeubilair • Langsparkeren en shared space					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
	Compleetheid	-	7,3	8,5	7,0
	Sfeer/uitstraling	-	7,7	8,5	7,4
	Veiligheid	-	8,2	8,0	7,9
	Daghoreca	-	8,1	8,8	6,5
	Autoparkeren	-	7,4	8,2	7,7
	Autobereikbaarheid	-	8,4	7,5	8,2
	OV-bereikbaarheid	-	7,1	-	6,4
	Fietsbereikbaarheid	-	8,3	8,0	8,7
	totaal	-	7,8	8,2	7,5
					
					

Factsheets Texel

Den Burg

Texel Type centrum		Den Burg Hoofdcentrum		Gemeente Inwoners		Texel 13.581		
Koop-oriëntatie		Dagelijks		Niet-dagelijks				
		2011	2016	2011	2016			
Binding		67%	62%	72%	65%			
Toevloeiing		6%	3%	19%	19%			
Herkomst omzet								
Den Helder		-	-	-	2%			
HK Anna Paulowna		-		-				
HK Wieringen		-		-				
HK Wieringermeer		-	-	-	-			
HK Nieuwe Niedorp		-		-				
S. Schagen		-		-				
S. Harenkarspel		-	-	-	-			
S. Zijpe		-		-				
Texel		-	90%	-	76%			
Elders		100%	10%	100%	22%			
Toerisme		-	-	-	-			
Aanbod		Aantal winkels		m² wvo				
		2016	'11-'16	2016	'11-'16			
Branches								
Dagelijks		17	-3	4.048	-148			
Niet-dagelijks		81	-7	14.081	-351			
Mode en luxe		50	50	9.160	9.160			
Vrije tijd		9	9	1.438	1.438			
In en om huis		14	14	2.993	2.993			
Overig		8	8	490	490			
Totaal detailhandel		98	-10	18.129	-499			
Horeca		27	-	-	-			
Leisure overig		9	-	-	-			
Diensten		14	-	-	-			
Leegstand		2	1	60	-74			
% Leegstand		2%	1%	0%	0%			
Omzet (ex. toerisme)	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Branches								
Dagelijks	22,6	1,5	24,1	24,0	0,7	24,7	€ 5.744	€ 6.102
Niet-dagelijks	19,2	4,5	23,7	15,3	3,7	19,0	€ 1.642	€ 1.349
Mode en luxe	8,2	3,7	11,9	7,8	3,2	11,0	€ 1.281	€ 1.201
Vrije tijd	2,8	0,3	3,1	2,1	0,1	2,2	€ 1.648	€ 1.530
In en om huis	6,8	0,2	7,0	4,1	0,1	4,2	€ 2.382	€ 1.403
Overig	1,4	0,3	1,7	1,3	0,3	1,6	€ 5.329	€ 3.265
Totaal	41,8	6,0	47,8	39,3	4,4	43,7		
Inclusief toerisme		Omzet						
	Totaal	Toerisme		Vloerproductiviteit				
Dagelijks	24,7	2,0		€ 6.601				
Niet-dagelijks	19,0	1,0		€ 1.430				

Den Burg

Centrum Den Burg		Gemeente		Texel	
Type centrum	Hoofdwinkelcentrum klein			Kaartje ligging centrum	
Beschrijving • Kernwinkelgebied van Texel • Meeste mensen (inwoners en toeristen) komen hier voor boodschappen, winkelen en uit eten; kwart gebeurt op zaterdag • Attractief, historisch centrum met mooie gevels • Plaveisel gedateerd; nieuwe bestrating+inrichting kans om autovrij winkelgebied vorm te geven • Aanbod veel van hetzelfde • Parkeren auto's en fietsenstalling matig tot slecht • Venstertijden laden en lossen nodig+handhaven • Planontwikkeling Groeneplaats locatie Oude gemeentehuis 950 retail en horeca tbv 'rondje centrum'. • Steenenplaats leent zich voor verdere ontwikkeling tot horeca-plein					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
Compleetheid		8,0	7,9	8,5	7,4
Sfeer/uitstraling		7,8	7,7	6,5	7,4
Veiligheid		8,4	8,3	7,1	7,9
Daghoreca		8,1	8,2	6,5	7,5
Autoparkeren		6,9	6,6	5,7	7,7
Autobereikbaarheid		7,6	7,2	7,3	8,0
OV-bereikbaarheid		6,5	5,8	-	7,1
Fietsbereikbaarheid		-	8,6	7,1	8,6
totaal		7,6	7,5	7,0	7,7
					
					

De Koog

Texel Type centrum		De Koog Kernverzorgend		Gemeente Inwoners		Texel 13.581		
Koop-oriëntatie		Dagelijks		Niet-dagelijks				
		2011	2016	2011	2016			
Binding		10%	15%	4%	5%			
Toevloeiing		15%	32%	40%	50%			
Herkomst omzet								
Den Helder		-	-	-				
HK Anna Paulowna		-		-				
HK Wieringen		-		-				
HK Wieringermeer		-	-	-	-			
HK Nieuwe Niedorp		-		-				
S. Schagen		-		-				
S. Harenkarspel		-	-	-	-			
S. Zijpe		-		-				
Texel		-	-	-	-			
Elders		-	-	-	-			
Toerisme		-	-	-	-			
Aanbod Branches		Aantal winkels		m² wvo				
		2016	'11-'16	2016	'11-'16			
Dagelijks		9	0	2.391	145			
Niet-dagelijks		22	2	2.934	267			
Mode en luxe		12	-	1.739	-			
Vrije tijd		3	-	530	-			
In en om huis		6	-	635	-			
Overig		1	-	30	-			
Totaal detailhandel		31	2	5.325	412			
Horeca		55	-	-	-			
Leisure overig		3	-	-	-			
Diensten		8	-	-	-			
Leegstand		1	-1	550	215			
% Leegstand		3%	-3%	9%	3%			
Omzet (ex. toerisme) Branches	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Dagelijks	3,1	0,6	3,7	4,1	1,9	6,0	€ 1.647	€ 2.509
Niet-dagelijks	0,8	0,5	1,3	0,8	0,8	1,6	€ 487	€ 545
Mode en luxe	-	-	1,0	-	-	0,9	-	€ 518
Vrije tijd	-	-	0,1	-	-	0,4	-	€ 755
In en om huis	-	-	0,1	-	-	0,2	-	€ 315
Overig	-	-	0,1	-	-	0,1	-	€ 3.333
Totaal	3,9	1,1	5,0	4,9	2,7	7,6		
Inclusief toerisme		Omzet						
		Totaal	Toerisme	Vloerproductiviteit				
Dagelijks		6,0	4,9	€ 4.556				
Niet-dagelijks		1,6	2,5	€ 1.399				

De Koog

De Koog		Gemeente	Texel		
Type centrum	Kernverzorgend klein		Kaartje ligging centrum		
Beschrijving • Het stranddorp van Texel • Combinatie supermarkten, mode, kleine speciaalzaken en veel dag- en avondhoreca • Dorpsstraat is de hoofdstraat; uitstraling open bare ruimte en terrassen mist kwaliteit en ‘allure’; plan ‘Planet Texel’ wil dit aanpakken. • Parallelstraat Nikadel heeft geen goede visuele en functionele relatie met Dorpsstraat • Nikadel kent veel leegstand en kwaliteit matig • Veel hotels en overnachtingsmogelijkheden • Veel toeristische voorzieningen (o.a. fietsverhuur) • Voldoende parkeermogelijkheden, spreiding vooral oost- en zuidzijde en nabij strand • Actieve leisure rond parkeerterrein Nikadel; verdubbeling p-capaciteit in planning					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
	Compleetheid	-	7,9	8,5	7,2
	Sfeer/uitstraling	-	7,5	6,0	7,3
	Veiligheid	-	8,3	6,8	7,9
	Daghoreca	-	7,0	5,9	7,0
	Autoparkeren	-	8,0	6,8	7,8
	Autobereikbaarheid	-	7,7	7,1	8,1
	OV-bereikbaarheid	-	5,2	-	6,8
	Fietsbereikbaarheid	-	8,6	5,8	8,6
	totaal	-	7,5	6,7	7,6
					

De Cocksdorp

Texel Type centrum		De Cocksdorp Kernverzorgend		Gemeente Inwoners		Texel 13.581		
Koop-oriëntatie		Dagelijks		Niet-dagelijks				
		2011	2016	2011	2016			
Binding		5%	8%	1%	1%			
Toevloeiing		32%	44%	80%	50%			
Herkomst omzet								
Den Helder		-	-	-				
HK Anna Paulowna		-		-				
HK Wieringen		-	-	-				
HK Wieringermeer		-	-	-	-			
HK Nieuwe Niedorp		-		-				
S. Schagen		-		-				
S. Harenkarspel		-	-	-	-			
S. Zijpe		-		-				
Texel		-	-	-	-			
Elders		-	-	-	-			
Toerisme		-	-	-	-			
Aanbod Branches		Aantal winkels		m² wvo				
		2016	'11-'16	2016	'11-'16			
Dagelijks		3	0	1.164	348			
Niet-dagelijks		5	-2	620	-288			
Mode en luxe		3	-	320	-			
Vrije tijd		0	-	0	-			
In en om huis		1	-	170	-			
Overig		1	-	130	-			
Totaal detailhandel		8	-2	1.784	60			
Horeca		11	-	-	-			
Leisure overig		1	-	-	-			
Diensten		1	-	-	-			
Leegstand		2	2	355	355			
% Leegstand		20%	20%	17%	17%			
Omzet (ex. toerisme) Branches	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Dagelijks	1,1	0,5	1,6	1,8	1,4	3,2	€ 2.083	€ 2.749
Niet-dagelijks	0,1	0,2	0,3	0,2	0,2	0,4	€ 330	€ 645
Mode en luxe	-	-	0,0	-	-	0,0	-	-
Vrije tijd	-	-	0,1	-	-	0,2	-	-
In en om huis	-	-	0,1	-	-	0,2	-	€ 1.176
Overig	-	-	0,0	-	-	0,0	-	-
Totaal	1,2	0,8	2,0	2	1,6	3,6		
Inclusief toerisme		Omzet						
		Totaal	Toerisme	Vloerproductiviteit				
Dagelijks		3,2	2,5	€ 4.941				
Niet-dagelijks		0,4	1,3	€ 2.635				

De Cocksdorp

De Cocksdorp		Gemeente		Texel	
Type centrum		Kernverzorgend klein		Kaartje ligging centrum	
Beschrijving					
Meest noordelijk gelegen dorp					
Moderne Plussupermarkt tegenover parkeerterrein aan zuidzijde/entree					
Aantrekkelijke openbare ruimte is schoon, heel en veilig, groen en moderne inrichtingselementen; bijna 'on-Texels' irt Den Burg en De Koog (hoogste score!)					
Kikkerstraat mengeling winkels, horeca, museum en woningen met mooie gevels en oude huizen					
Planvorming winkels en/of horeca op oude locatie supermarkt ca. 200 m2; moet niet te lang duren, aanblik stoot bezoekers af/lopen niet door					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
Compleetheid		-	7,6	7,0	6,7
Sfeer/uitstraling		-	7,8	7,3	7,3
Veiligheid		-	8,7	8,0	8,0
Daghoreca		-	7,3	7,0	6,4
Autoparkeren		-	8,3	7,6	8,0
Autobereikbaarheid		-	9,2	7,3	8,4
OV-bereikbaarheid		-	5,8	-	6,3
Fietsbereikbaarheid		-	9,1	6,7	8,8
totaal		-	8,0	7,3	7,5
					
					

Oudeschild

Texel Type centrum		Oudeschild Kernverzorgend		Gemeente Inwoners		Texel 13.581		
Koop-oriëntatie		Dagelijks		Niet-dagelijks				
		2011	2016	2011	2016			
Binding		4%	3%	3%	6%			
Toevloeiing		0%	0%	0%	2%			
Herkomst omzet								
Den Helder		-	-	-				
HK Anna Paulowna		-		-				
HK Wieringen		-		-				
HK Wieringermeer		-	-	-	-			
HK Nieuwe Niedorp		-		-				
S. Schagen		-		-				
S. Harenkarspel		-	-	-	-			
S. Zijpe		-		-				
Texel		-	-	-	-			
Elders		-	-	-	-			
Toerisme		-	-	-	-			
Aanbod Branches		Aantal winkels		m² wvo				
		2016	'11-'16	2016	'11-'16			
Dagelijks		4	3	500	460			
Niet-dagelijks		7	1	1.515	694			
Mode en luxe		1	-	260	-			
Vrije tijd		2	-	310	-			
In en om huis		3	-	775	-			
Overig		1	-	170	-			
Totaal detailhandel		11	4	2.015	1.154			
Horeca		0	-	-	-			
Leisure overig		2	-	-	-			
Diensten		0	-	-	-			
Leegstand		0	0	0	0			
% Leegstand		0%	0%	0%	0%			
Omzet (ex. toerisme) Branches	2011			2016			Vloerproductiviteit	
	Binding	Toevloeiing	Totaal	Binding	Toevloeiing	Totaal	2011	2016
Dagelijks	1,4	0,0	1,4	1,1	0,0	1,1	€ 35.000	€ 2.200
Niet-dagelijks	1,0	0,0	1,0	1,8	0,0	1,8	€ 1.218	€ 1.188
Mode en luxe	-	-	0,0	-	-	0,0	-	€ 0
Vrije tijd	-	-	0,0	-	-	0,2	-	€ 0
In en om huis	-	-	0,9	-	-	1,5	-	€ 1.935
Overig	-	-	0,1	-	-	0,2	-	€ 1.176
Totaal	2,4	0,0	2,4	2,9	0,0	2,9		
Inclusief toerisme		Omzet						
	Totaal	Toerisme	Vloerproductiviteit					
Dagelijks	1,1	0,5	€ 3.356					
Niet-dagelijks	1,8	0,3	€ 1.378					

Oudeschild

Oudeschild		Gemeente		Texel	
Type centrum		Kernverzorgend klein		Kaartje ligging centrum	
Beschrijving					
• DE haven van Texel • Vlamkast: combinatie boodschappen doen (Spar) bruin & witgoed, vishoreca • Heemskerckstraat: attractief, autoluw; museum trekker, lunchroom met terras ontbreekt (verblijfsfunctie) • 4 sfeergebieden zijn ‘los zand’ • Haven en dorp niet een; dijk er tussen. Wens is coupure in dijk • Veel planvorming in de maak om haven eigentijds en toeristisch aantrekkelijker te maken. Plan met lange scope: – Toekomstvisie 20 jaar vooruit – Detailhandel aan haven – Centralere locatie supermarkt bij P					
Beoordeling		KSO 2011	KSO 2016	ET 2016	KSO2016 Benchmark
Compleetheid		-	6,8	7,0	6,7
Sfeer/uitstraling		-	7,9	6,4	7,3
Veiligheid		-	9,0	6,3	8,0
Daghoreca		-	8,2	6,5	6,4
Autoparkeren		-	9,3	6,3	8,0
Autobereikbaarheid		-	9,2	7,1	8,4
OV-bereikbaarheid		-	6,0	-	6,3
Fietsbereikbaarheid		-	9,0	6,1	8,8
totaal		-	8,2	6,5	7,5
					
					

Bijlage I: Beleid

Ladder voor duurzame verstedelijking

In de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (SVIR) in 2012 is de ladder duurzame verstedelijking geïntroduceerd. Deze ladder was gebaseerd op de SER-ladder voor bedrijventerreinen. De ladder is per 1 oktober 2012 als motiveringseis in het Besluit ruimtelijke ordening opgenomen via artikel 3.1.6 lid 2. Het Bro bepaalt dat voor alle ruimtelijke plannen, waaronder bestemmingsplannen, de treden van de ladder moeten worden doorlopen. Het doel van de ladder is een zorgvuldige ruimtelijke ordening, in termen van benutting van de ruimte in het stedelijk gebied. Via de motie De Rouwe is ook detailhandel als stedelijke functie aan deze ladder toegevoegd.

De ladder kent op hoofdlijnen het volgende afwegingskader:

1. Is er sprake van een actuele behoefte aan de nieuwe ontwikkeling? Dit aan de hand van marktonderzoek. Indien dit niet het geval is stop de planprocedure. Anders volgt trede 2
2. Is (een deel van) de behoefte op te vangen binnen het bestaand stedelijk gebied binnen de regio, door de transformatie of herstructurering hiervan? Zo ja, dan wordt het initiatief daar in beginsel gerealiseerd. Indien herstructurering of transformatie van bestaand gebied onvoldoende mogelijkheden biedt om aan de behoefte te voldoen volgt trede 3.
3. Indien nieuwbouw echt noodzakelijk is, dient een locatie buiten bestaand stedelijk gebied gezocht te worden die multimodaal ontsloten is of kan worden voor het opvangen van de behoefte.

Op 1 juli 2014 is een wijziging van het Bro in werking getreden. Dit om te voorkomen dat de ladder voor duurzame verstedelijking in strijd is met de Europese Dienstenrichtlijn. Doel is een goede ruimtelijke ordening. Het aantonen dat er geen behoefte is, is op zich geen grond om geen medewerking te verlenen. Indien als gevolg van de ontwikkeling onaanvaardbare leegstand ontstaat of het woon- en leefklimaat onevenredig wordt aangetast, zijn dat wel relevante ruimtelijke argumenten om geen medewerking te verlenen. De volgende stap is dat de ladder geïncorporeerd wordt in de nieuwe Omgevingswet. Belangrijk is de jurisprudentie zoals in de zaak Emmeloord en daarnaast Sugar City, De Marne en Bergen met betrekking tot het aspect duurzame ontwrichting. De afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State heeft bijvoorbeeld duidelijk gesteld dat het aspect duurzame ontwrichting alleen relevant is in de dagelijkse sector. Tevens mogen gemeenten alleen sturen op basis van ruimtelijke overwegingen en niet op economische.

Provinciaal Beleid

December 2014 heeft de provincie Noord-Holland haar detailhandelsbeleid 2015-2020 vastgesteld¹¹. Kern van het beleid is dat de provincie ruimte wil blijven bieden aan de verdere ontwikkeling van detailhandel, om ook op langere termijn een vitale, dynamische en concurrerende structuur te huisvesten. Een vitale en aantrekkelijke detailhandelsstructuur sluit aan op de behoefte van bewoners en bezoekers aan de provincie.

De provincie hanteert de volgende drie hoofddoelstellingen:

- Een detailhandelsstructuur die uitgaat van duurzaam ruimtegebruik
- Een detailhandelsstructuur die bijdraagt aan een vitale regionale economie
- Een detailhandelsstructuur die bijdraagt aan een aantrekkelijke woon- en leefomgeving

Deze hoofddoelstellingen zijn uitgewerkt in zes beleidsdoelen:

- Prioriteit geven aan hoofdwinkelgebieden
- Voorkomen van extra leegstand
- Internet-afhaalpunten bij voorkeur situeren in bestaande winkelcentra
- Een vitale, dynamische en concurrerende detailhandelsstructuur, ruimte geven aan kwaliteit
- Primaire detailhandel bereikbaar op een aanvaardbare afstand, met oog voor leefbare dorpskernen
- Detailhandel die bijdraagt aan aantrekkelijke binnensteden.

Specifieke regelgeving

- *Verbod op vestiging van weidewinkels*
- *Verbod op detailhandel bedrijventerreinen met uitzondering van bepaalde branches*

Provinciale verordening

Op 12 december 2016 hebben Provinciale Staten een wijziging van de Provinciale Ruimtelijke Verordening (PRV) vastgesteld. De nieuwe PRV trad in werking op 1 maart 2017.

Gedeputeerde Staten hebben op 28 februari 2017 de uitvoeringsregeling met betrekking tot regionale afspraken over nieuwe stedelijke ontwikkelingen in Noord-Holland vastgesteld.

Het verbod op weidewinkels en detailhandel op bedrijventerreinen is in deze versie gehandhaafd. De rest valt onder nieuwe stedelijke ontwikkeling en regionale afspraken. Hierover zijn nadere regels opgesteld, waarvan de inhoud grotendeels hetzelfde is als in de oude PRV. Toegevoegd is de verplichting dat regio's regionale afspraken dienen te maken over nieuwe detailhandel, zoals door middel van onderhavige regionale visie. De nadere regels ten aanzien van Detailhandel zijn verwoord in artikel 4 en gaan over het maken van regionale afspraken ten aanzien van detailhandelslocaties, procesafspraken zoals het belang van het advies van de regionale adviescommissie en inhoud en opzet van de regionale visie.

¹¹ Detailhandelsbeleid Noord-Holland 2015-2020, Provincie Noord-Holland (2014)

Beleid Kop Noord-Holland

De huidige Detailhandelsvisie Kop van Noord-Holland is oktober 2011 vastgesteld. Als uitgangspunten voor de opgave werden geformuleerd een duurzame detailhandelsstructuur, balans tussen clustering en spreiding, regionale kaders en afstemming.

Voorop in het regiobeleid staat een positieve grondhouding tegenover kwalitatieve detailhandelsontwikkelingen in of aansluitende bij de benoemde bestaande centra. In de zoektocht naar de balans is het volgende van toepassing:

- Blijvende investering in regionale en subregionale hoofdwinkelgebieden
- Voor algemene dagelijkse behoeften en voorzieningen zijn nabijheid, bereikbaarheid en spreiding over de centra in de regio en dorpskernen van belang
- Versterking via verdere clustering grootschalig en perifere detailhandelsgebieden zonder aantasting overige centra
- Ontwikkeling nieuwe locaties in principe niet gewenst. Uitzondering kan worden gemaakt als een nieuwe ontwikkeling een zeer grote toegevoegde waarde heeft voor de detailhandelsstructuur in de regio en daar geen afbreuk aan doet.
- Bijzondere detailhandel wordt zoveel mogelijk gekoppeld aan de bestaande detailhandelsstructuur en verkooplocaties (zoals stationslocaties en tankstations).

In de regio ligt de primaire verantwoordelijkheid voor het toetsen van detailhandelsontwikkelingen bij de lokale overheid, de gemeente. Regionale afstemming en toets aan de regionale beleidskaders is nodig als van het detailhandelsinitiatief op basis van primair omvang en secundair locatie en assortiment regionale effecten verwacht wordt. Hierbij is dan advies van de regionale Adviescommissie Noord-Holland Noord (RAC) nodig.

Gemeentelijk beleid

Den Helder

Het huidige beleid van de gemeente Den Helder stamt uit 2001 in de vorm van de nota 'Nieuwe tijden, nieuwe kansen', een evaluatie van de Kadernota Detailhandel 2007, gaat in de basis uit van de speerpunten van de regionale nota uit 2011.

De belangrijkste punten van het huidige beleid zijn:

1. Vergroten compactheid en kwaliteit van de uitstraling van de binnenstad, o.a. door inzetten op gelijk houden of verminderen van het totaal aantal m² wvo detailhandel
2. Afwegingskader voor Ravelijncenter conform regionaal beleid via een branchelijst voor perifere locaties met als verschil dat de minimale omvang van 1.000 m² bvo is opgehoogd naar 1.500 m² bvo voor dibevo, (bromfietsen en fitness. Dit sluit aan bij de behoefte leegloop van het centrum te voorkomen en tegelijk dynamiek mogelijk te maken.
3. Focus op belevingswaarde Stadshart (o.a. via benutten gevelstimuleringsregeling)
4. Impuls centrummanagement
5. Een winkelstructuur met iedere wijk zijn eigen buurt- of wijkwinkelcentrum
6. Extra solitaire voorzieningen (verspreide bewinkeling) niet toegestaan.
7. Afstemming met externe partijen via FDH

Voor de binnenstad is het Uitwerkingsplan Stadshart leidend. Naast de visie 'Stadshart Den Helder, huiskamer van de stad' uit 2015 is voor de binnenstad in 2014 een Masterplan Den Helder gemaakt dat inzet in op Den Helder-Centrum als regionaal centrum en Den Helder als geheel aantrekkelijk voor toeristen en Texelgangers (Cor Molenaar).

Voor de toeristische functie van Den Helder is in de nota Toerisme en recreatie (2016) opgesteld dat inzet op 'bestemming Den Helder'. Enerzijds vanuit de identiteit die het ontleent aan de ligging en relatie met het water, de cultuurhistorie en de natuur. En daarnaast op de samenwerking tussen toeristische ondernemers, belangengroepen, regionale en landelijke partijen en de gemeente om zo de kwaliteiten uit te nutten.

Schagen

Voor Schagen is geen integrale actuele detailhandelsvisie of beleidsnota beschikbaar. Wel is er veel actuele informatie zoals ontwikkelingsmogelijkheden Detailhandel (BSP, 2012), over het functioneren van de dagelijkse sector (DTNP, 2013), koopstroominformatie gemeente als geheel (Rabobank, 2014), Aanbodgegevens (Locatus 2014), Actieplan De Nieuwe Winkelstraat (PDNWS, 2016), Belevingsmonitor Schagen-centrum (2016) en KSO2016.

Uitgangspunten voor beleid zijn:

- Regionaal verzorgend centrum Schagen
- Dorpscentra met focus op dagelijks aanbod en een eigentijdse servicesupermarkt.

Als beleidskader voor bestaande en toekomstige marktinitiatieven geldt:

- Bijdrage aan gewenste structuur
- Passend bij het verzorgingsgebied
- Goede ruimtelijke inpassing, vooral voor Schagen-centrum

Hollands Kroon

Hollands Kroon heeft haar beleid en visie ten aanzien van detailhandel verwoord in de omgevingsvisie. Dit is een integrale visie voor het beleid van Hollands Kroon en de uitvoering ervan voor de periode tot 2030. Doel is meer samenhang brengen in beleid voor de fysieke leefomgeving om flexibeler in te kunnen spelen op de veranderingen in de maatschappij.

Hoofdrichting van de beleidskeuze ten aanzien van detailhandel is dat Hollands Kroon gaat voor een goede kwaliteit van de voorzieningen en 'meer wil met minder'. Gevolg is een concentratie in de vier grote kernen Anna Paulowna, Hippolytushoef, Nieuwe Niedorp - Winkel en Wieringerwerf. Een uitzondering is het aanbod van culturele voorzieningen. En ondernemers zijn vrij om in de andere kernen initiatieven te behouden en/of op te starten.

Centrale uitgangspunten ten aanzien van retailvoorzieningen zijn:

- In de vier hoofdkernen is uitbreiding van het kernwinkelgebied mogelijk als ergens anders een vrijwel gelijke hoeveelheid winkelruimte verdwijnt. Verplaatsing van detailhandel naar buiten het kernwinkelgebied is niet mogelijk. Den Oever is hierop een uitzondering

- Een webwinkel wordt niet gezien als detailhandel. Binnen Hollands Kroon is het mogelijk om vanuit huis een webwinkel te exploiteren onder voorwaarde dat de goederen niet op een adres in een woonwijk opgehaald kunnen worden. Verzenden vanuit huis is mogelijk
- Afhaalpunten kunnen gevestigd worden in of nabij bedrijventerreinen, voormalige agrarische bedrijfsgebouwen of kernwinkelgebieden. Dit kan ook een positieve invloed hebben op het draagvlak van de bestaande winkels.
- Er is binnen de regelgeving ruimte voor 'het nieuwe winkelen' in de zin van verbreding en beleving van het aanbod zoals maaltijdvoorziening en horecavoorzieningen in winkels, evenementen en vermaak, branchevervaging en pick-up points van supermarkten aan de rand van een snelweg. De grenzen tussen horeca en detailhandel, groothandel en detailhandel en logistiek en detailhandel verschuiven en vervagen. Deze 'blurring' zoals nu veel in de foodbranche voorkomt vraagt om nieuwe oplossingen.

Texel

In april 2016 is de Retailvisie op de voorzieningenstructuur Texel vastgesteld. Dit is een actualisatie van de koers die is uitgezet in de Structuurvisie 2020. Het centrale uitgangspunt is het creëren van een optimaal verblijfsklimaat in elke kern. Met als doel de verblijfswaarde en de verblijfsduur in de kernen te verhogen. De focus in de visie ligt op het inspelen op de veranderende behoeften van de consument, ondernemerschap en samenwerking.

Als centrale aandachtspunten voor de centra zijn geformuleerd:

- de basis op orde. Anders gezegd: schoon, heel en veilig
- en ze dienen compact, compleet en comfortabel te zijn.

Uitbreidingen in detailhandel en/of horeca worden alleen toegestaan als voldaan wordt aan de volgende criteria:

- Kwaliteitsverbetering aanbod
- Toegevoegde waarde/onderscheidend qua aanbod en uitstraling
- Toekomstbestendigheid centra.

Om te kunnen beoordelen en toetsen in hoeverre sprake is van kwaliteit gelden de volgende kwaliteitseisen:

- Verbetering ruimtelijke kwaliteit
- Inspelen op klantbehoefte
- Omgeving en totaalproduct kern en Texel worden versterkt.

Voor alle centra wordt voorgestaan:

- concentratie: ontwikkelingen primair in of direct grenzend aan het kernwinkelgebied
- Kwaliteit en beleving staan centraal bij het (her)inrichten van de winkelgebieden
- De kernen en winkelgebieden hebben baat bij profileren met een eigen identiteit
- Samenwerken is het speerpunt voor de stakeholders betrokken bij en actief op Texel 'Texel als onderneming' staat ten dienste van de individuele belangen, in nauwe samenhang met het gezamenlijk belang
- De toeristische sector dient naast focus op promotie en boekingen ook te investeren in het ondersteunen en vermarkten van de winkelgebieden (o.a. 'local heroes').

Tot slot kan als drijfveer achter de samenwerking tussen retail en toerisme in de centra worden genoemd de mogelijkheid de 'totale taart' te vergroten van de 900.000 jaarlijkse toeristen. Vooral via activiteiten in het voor- en na seizoen.

De eveneens in 2016 vastgestelde Beleidsnota Verblijfsrecreatie zet in op een duurzame, gezonde eilandeconomie waarin toerisme floreert, er wordt geïnvesteerd in economische ontwikkeling en de identiteit en uniciteit van Texel behouden blijven en waar mogelijk versterkt. De economische groei moet komen uit kwaliteitsverbetering en vernieuwing. Kleinschaligheid (de Texelse maat), innovatie en inpasbaarheid zijn sleutelbegrippen.

Bijlage II: Vraag en aanbod

Tabel: retailaanbod per gemeente naar type winkelgebied

	Dagelijks		Mode		vrije tijd		Huis		Overig		Niet-dagelijks		Totaal		Leegstand		Horeca	Leisure overig	Diensten
	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo			
Den Helder																			
Hoofdwinkelgebied																			
Centrum Den Helder	32	7.096	65	12.715	12	2.328	15	1.722	12	3.050	104	19.815	136	26.911	44	8.354	54	5	42
Kernverzorgend																			
Centrum Julianadorp	14	4.558	9	1.517	1	230	6	902			16	2.649	30	7.207	4	775	10	1	7
Ondersteunend																			
De Schooten	12	3.567			1	230	4	600	2	275	7	1.105	19	4.672	1	100	4		5
Dorperweerth	7	2.105	3	500	1	174	1	60	1	145	6	879	13	2.984	2	381	3		3
Duinpassage	6	2.765					3	500			3	500	9	3.265	5	668	1	1	3
Marsdiepstraat	16	4.415	6	2.185	2	1.030	2	175	4	570	14	3.960	30	8.375	6	1.025	6	1	2
Grootschalig																			
Ravelijn			1	1.235			26	30.306	2	85	29	31.626	29	31.626	5	2.949	1	1	1
Woonplaza							4	6.300	1	1.000	5	7.300	5	7.300					
Verspreid	15	2.851	3	362	6	715	19	5.605	9	2.070	37	8.752	52	11.603	8	933	60	29	68
Subtotaal	102	27.357	87	18.514	23	4.707	80	46.170	31	7.195	221	76.586	323	103.943	75	15.185	139	38	131
Hollands Kroon																			
Kernverzorgend																			
Centrum Anna Pauwl.	16	4.665	11	2.165	4	590	6	745			21	3.500	37	8.165	7	1.390	10	1	8
Centrum Breezand	5	1.060					3	540			3	540	8	1.600	8	705	3	1	1
Centrum Den Oever	2	75	3	95	2	55	3	190	2	50	10	390	12	465	2	688	5		2
Centrum Hippolytush.	8	2.352	7	710	3	145	7	1.171	3	135	20	2.161	28	4.513	4	1.100	8		7
Centrum Middenmeer	5	1.120	1	70	3	425	6	830	1	45	11	1.370	16	2.490	1	85	5	1	2
Centrum Nieuwe Niedorp	10	2.280	8	1.160			2	170			10	1.330	20	3.610	2	295	2	1	5
Centrum Slootdorp	2	430					2	365			2	365	4	795			2		3
Centrum Wieringerw.	10	3.995	10	2.401	1	165	4	1.100			15	3.666	25	7.661	2	615	9	2	11
Verspreid	14	2.240	7	563	8	3.030	45	28.295	7	4.205	67	36.093	81	38.333	6	2.236		42	21
Subtotaal	72	18.217	47	7.164	21	4.410	78	33.406	13	4.435	159	49.415	231	67.632	32	7.114		86	27

Tabel: retailaanbod per gemeente naar type winkelgebied

	Dagelijks		Mode		vrije tijd		Huis		Overig		Niet-dagelijks		Totaal		Leegstand		Horeca	Leisure overig	Dien- ten
	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo			
Schagen																			
Hoofdwinkelgebied																			
Centrum Schagen	36	9.810	83	13.860	13	2.414	20	2.890	5	760	121	19.924	157	29.734	19	2.824	50	7	42
Kernverzorgend																			
Centrum Callantsoog	5	1.293	11	1.519	1	120	2	495	1	50	15	2.184	20	3.477	2	215	10	2	6
Centrum Dirkshorn	2	420	1	30			2	1.090			3	1.120	5	1.540			3		2
Centrum Petten	3	530	3	325	1	95	1	440			5	860	8	1.390			3		2
Centrum 't Zand	6	780					2	175	1	45	3	220	9	1.000	2	415	2		3
Centrum Tuitjenhorn	7	1.794	2	174			1	840			3	1.014	10	2.808	2	350	4	1	6
Centrum Waarland	3	105					2	135			2	135	5	240			1		1
Centrum Warmenh.	7	891	4	255			2	439			6	694	13	1.585	2	95	5	1	5
Ondersteunend																			
Waldervaart	3	715					1	65			1	65	4	780	2	274	1		1
Grootschalig																			
Witte Paal							16	18.593			16	18.593	16	18.593	2	3.060	1	1	2
Verspreid	15	2.340	5	270	2	1.270	27	21.275	9	2.239	43	25.054	58	27.394	2	80		48	19
Subtotaal	87	18.678	109	16.433	17	3.899	76	46.437	16	3.094	218	69.863	305	88.541	33	7.313		128	31
Texel																			
Hoofdwinkelgebied																			
Centrum Den Burg	17	4.048	50	9.160	9	1.438	14	2.993	8	490	81	14.081	98	18.129	2	60	27	9	14
Kernverzorgend																			
Centrum De Cocksd.	3	1.164	3	320			1	170	1	130	5	620	8	1.784	2	355	11	1	1
Centrum De Koog	9	2.391	12	1.739	3	530	6	635	1	30	22	2.934	31	5.325	1	550	55	3	8
Centrum Oosterend	4	325	1	25			1	65			2	90	6	415			3		4
Centrum Oudeschild	4	500	1	260	2	310	3	775	1	170	7	1.515	11	2.015				2	
Verspreid	14	1.660	7	245	4	675	18	8.094	7	450	36	9.464	50	11.124	2	96	65	21	18
Subtotaal	51	10.088	74	11.749	18	2.953	43	12.732	18	1.270	153	28.704	204	38.792	7	1.061	161	36	45

Bijlage III: Indeling retailgroepen en -branches

Retail	Groep	Detailhandelsbranche	Voorbeelden
Leegstand	Leegstand		
Detailhandel	Dagelijkse sector	Levensmiddelen	Bakker, slager, delicatessen, supermarkt, etc.
		Persoonlijke verzorging	drogisterij, parfumerie, apotheek
		Warenhuis	
	Mode en luxe	Kleding en mode	Dames en herenmode, kinderkleding, lingerie, etc.
		Schoenen en lederwaren	
		Juwelier en optiek	Juwelier, opticien, etc.
		Huishoudelijke artikelen	Huishoudelijke en cadeau artikelen
		Antiek en kunst	
	Vrije tijd	Sport en spel	Sportwinkel, speelgoedwinkel, etc.
		Hobby	Foto, film, hobbywinkel
		Media	Boekhandel, beeld- en geluid
	In en om huis	Plant en dier	Bloemen en planten, tuincentra, dierenwinkel
		Bruin en witgoed	Elektronica, witgoed, computers, etc.
		Auto en fiets	Automaterialen en fietsen
		Doe-het-zelf	ijzerhandel, doe-het-zelf-speciaalzaak, bouwmarkt
		Wonen	Woninginrichting
	Detailhandel overig		
Leisure	Horeca		Hotel, café, restaurant, lunchroom, etc.
	Cultuur		Bibliotheek, museum, galerie, bioscoop, etc.
Diensten	Ontspanning		Amusementshal, bowling, fitness, binnenspeeltuin, kartbaan, zwembad, etc.
	Verhuur		Fietsenverhuur, etc.
	Ambacht		Kapper, edelsmid, schoenreparatie, schoonheidssalon, etc.
	Financiële instelling		Intermediair, bank, etc.
	Particuliere dienstverlening		Makelaar, stomerij, reisbureau, uitzendbureau, etc.

Bron: Locatus

Bijlage IV: Plannen en ontwikkelingen

Tabel: plannen en ontwikkelingen (bron detailhandelsmonitor provincie Noord-Holland, situatie juni 2016)

Gemeente	Plan (naam)	Indicatie m ²	Planfase	Branche ring	Toelichting
Den Helder	Willemsoord	600	hard	regulier	Nautische detailhandel Gevraagd advies uitgebracht
Den Helder	Binnenstad; 1e Halter Beatrixstraat	2.200	hard	regulier	Twee kerngebieden voor winkels die worden verbonden: 1) Julianaplein, parkzone en stationsgebied en 2) kop Beatrixstraat (haltermodel).
Den Helder	Binnenstad; 2e Halter Beatrixstraat	1.300	hard	regulier	0
Hollands Kroon	Uitbreiding Wieringerwerf	3.000	hard	regulier	Versterken kernen
Hollands Kroon	Uitbreiding LIDL	1.800	zacht	regulier	Het concrete plan is nog niet ingediend en er is ook nog geen procedure opgestart. Als de oude meters niet worden weg bestemd, dan betekent het dat er een toename plaatsvindt van ongeveer 1800m ² . Die toename moet dan ook regionaal worden afgestemd.
Hollands Kroon	Uitbreiding Aldi	350	zacht	regulier	ter vaststelling gemeenteraad
Hollands Kroon	Winkelhart Niedorp	1.800	zacht	regulier	na zomer 2016 ligt een ontwerp bestemmingsplan ter inzage
Hollands Kroon	Anna Paulowna - Kruiswijk III	40.000	hard	PDV	detailhandel mogelijk volgens bestemmingsplan
Schagen	verruiming PDV Lagedijk	60.100	hard ¹²	PDV	ongevraagd advies uitgebracht, bij bestemmingsplanprocedure moet Schagen naar RAC voor advies. Start herziening 2016, gereed uiterlijk 2018 (in beleidsnota PDV)
Schagen	uitbreiding centrum Schagen AH Makado	3.600	hard	regulier	uitbreiding Makado
Schagen	Voormalig postkantoor Schagen	1.250	hard	regulier	Herontwikkeling voormalige postkantoor. N.a.v. vragen PS is advies uitgebracht door RAC. Positief.
Schagen	Warmenhuizen-Centrum	1.750	hard	regulier	Er van uitgaande dat alles wordt aangewend wordt voor detailhandel, gaat het maximaal om 1.750 m ² wvo aan extra detailhandel, waarvan 1.050 m ² voor rekening van de combinatie Albert Heijn, Etos en Gall&Gall.
Schagen	Callantsoog Schoolstraat 3	1.399	zacht	regulier	1e fase uitbreiding supermarkt met 358 m ² . 2e fase met nog eens 1041 m ² . Ontwerpbestemmingsplan ter inzage.
Schagen	Waarland supermarkt	1.400	zacht	regulier	Supermarkt van 800-1.100 m ² wvo, beoogde gebruiker is Deen. Mogelijkheid 300 m ² overige detailhandel eerste concept-bestemmingsplan
Schagen	winkelunits nieuwbouw plein 1945 "Petten Plaza"	680	zacht	regulier	Ontwikkeling Plein Petten (planvorming)
Texel	Den Burg	950	hard	regulier	Plannen worden ontwikkeld voor horeca, detailhandel en leisure op locatie oude gemeentehuis (Groeneplaats)
Texel	De Cocksdorp	200	hard	regulier	supermarkt verplaatst, invulling nieuwe winkels of horeca op oorspronkelijke locatie van de supermarkt.
Texel	Haven Oudeschild	0	zacht	regulier	toekomstvisie voor komende 20 jaar. Dus langdurig traject voor invullingen
Texel	Centrum Oudeschild	0	hard	regulier	WRO-wijzigingsmogelijkheden in centrum naar detailhandel
Texel	Den Hoorn	0	zacht	regulier	Mogelijkheden voor detailhandel in centrum naar detailhandel

¹² In de detailhandelsmonitor staat dit plan als zacht opgenomen. Inmiddels is het bestemmingsplan vastgesteld en het plan hard.

Texel	Oudeschild	0	zacht	regulier	Project Parkeren in Meer fase II waarin een paar detetailhandeslontwikkelingen mogelijk zijn. gedachte is supermarkt meer centraal in dorp te laten zijn, waar parkeermogelijkheden aanwezig zijn.
Texel	Oosterend	0	zacht	regulier	

Bijlage V: Tabellen

Onderstaande tabellen geven de kooporiëntatie in de regio weergegeven naar de oude gemeentelijke indeling voor 2011 en 2016. Bron: Koopstromenonderzoek 2011 en 2016 I&O

Tabel: kooporiëntatie dagelijkse sector

Gemeenten_oud	2011		2016	
	Binding	Toevloeiing	Binding	Toevloeiing
Den Helder	95%	6%	95%	5%
Hollands Kroon				
Anna Paulowna	88%	22%	91%	17%
Wieringen	64%	7%	75%	6%
Wieringermeer	86%	17%	90%	10%
Nieuwe Niedorp	59%	18%	72%	23%
Schagen				
Schagen	94%	40%	94%	35%
Harenkarspel	58%	14%	62%	14%
Zijpe	26%	12%	27%	47%
Texel	97%	9%	95%	11%

Tabel: kooporiëntatie niet-dagelijkse sector

Gemeenten_oud	2011		2016	
	Binding	Toevloeiing	Binding	Toevloeiing
Den Helder	74%	18%	62%	13%
Hollands Kroon				
Anna Paulowna	38%	25%	33%	27%
Wieringen	27%	12%	23%	18%
Wieringermeer	33%	17%	31%	23%
Nieuwe Niedorp	15%	33%	14%	61%
Schagen				
Schagen	68%	66%	57%	67%
Harenkarspel	12%	30%	12%	28%
Zijpe	5%	65%	5%	79%
Texel	68%	22%	62%	19%

