



Hoorn

van Aalstweggebied
Quickscan uitbreidings- en
ontwikkelingsmogelijkheden

Documentatiepagina

Opdrachtgever(s): Gemeente Hoorn

Titel rapport: Hoorn, Van Aalstweggebied, Quickscan uitbreidings- en ontwikkelingsmogelijkheden Runshoppingcenter

Rapporttype: Eindrapportage

Rapportnummer: 114X00159.012392_1_3

Datum: 3 juni 2005

Contactpersoon op-
drachtgever(s): dhr. G. Visser

Projectteam BRO: Tom Draisma

Beknopte inhoud: De gemeente Hoorn heeft adviesbureau BRO medio 2004 opdracht gegeven om een quickscan uit te voeren naar de uitbreidings- en ontwikkelingsmogelijkheden van het Van Aalstweggebied. Centraal in de aanpak staan het benaderen van de distributieve ruimte voor een zestal detailhandelsbranches in Hoorn, een afweging van de wenselijkheid van een aantal initiatieven, en de gevolgen hiervan op de structuur.

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	3
1.1 Inleiding	3
1.2 Aanleiding en vraagstelling	3
1.3 Opzet van de rapportage	3
2. ONTWIKKELINGSKADER	5
2.1 Uitgangssituatie	5
2.2 Detailhandel en structuur Hoorn	10
2.3 Bevolking en ontwikkeling	12
2.4 Relevante plannen en initiatieven	13
2.5 Actueel detailhandelsbeleid	14
2.6 Trends en ontwikkelingen detailhandel	15
2.7 Conclusie	17
3. ONTWIKKELINGSMOGELIJKHEDEN	19
3.1 Structuurafweging	19
3.2 Distributieve ruimte	20
3.3 Plannen en initiatieven	24
3.4 Conclusies per branche en initiatief	25
4. CONCLUSIE	31
VERANTWOORDING	1
1 Benadering distributieve ruimte per branche	1

1. INLEIDING

1.1 Inleiding

In opdracht van de gemeente Hoorn heeft BRO in 2004 een quickscan uitgevoerd naar de uitbreidings- en ontwikkelingsmogelijkheden voor het Runshoppingcenter op het Van Aalstwegterrein. De cijfermatige ontwikkelingsmogelijkheden in een aantal branches, de toetsing van enkele concrete initiatieven en de effecten van eventuele brancheverruiming staan hierin centraal.

Belangrijke onderdelen zijn een inventarisatie van BRO en een analyse van recente onderzoeksgegevens over de aanwezige detailhandel, het lokale en regionale consumentkoopgedrag en het economisch functioneren van de betreffende branches.

1.2 Aanleiding en vraagstelling

Er zijn voor het Van Aalstweggebied en de directe omgeving, meerdere plannen en initiatieven voor verandering van de functionele invulling en de aanpak van ruimtelijke knelpunten. Om de plannen en initiatieven te kunnen toetsen en het Van Aalstweggebied als geheel ook in de toekomst goed te kunnen laten functioneren, is het gewenst meer zicht te krijgen op de ontwikkelingsmogelijkheden voor het themacentrum als onderdeel van de gehele detailhandelsstructuur van Hoorn. Vooral de relatie met de binnenstad is daarbij belangrijk.

De vraagstelling voor dit onderzoek is zodoende als volgt:

- Wat is de distributieve ruimte in Hoorn voor een eventuele uitbreiding van de branches die zich op het Van Aalstweggebied mogen vestigen, rekening houdend met het lokaal en regionaal aanwezige aanbod, de bevolkingsontwikkelingen en relevante trends en ontwikkelingen?
- In hoeverre is een uitbreiding van dit aanbod in/bij het Van Aalstweggebied, gezien vanuit de hele detailhandelstructuur én het functioneren van dit gebied, haalbaar en gewenst?
- In hoeverre dragen de lopende plannen en initiatieven bij aan het versterken van het Van Aalstweggebied?

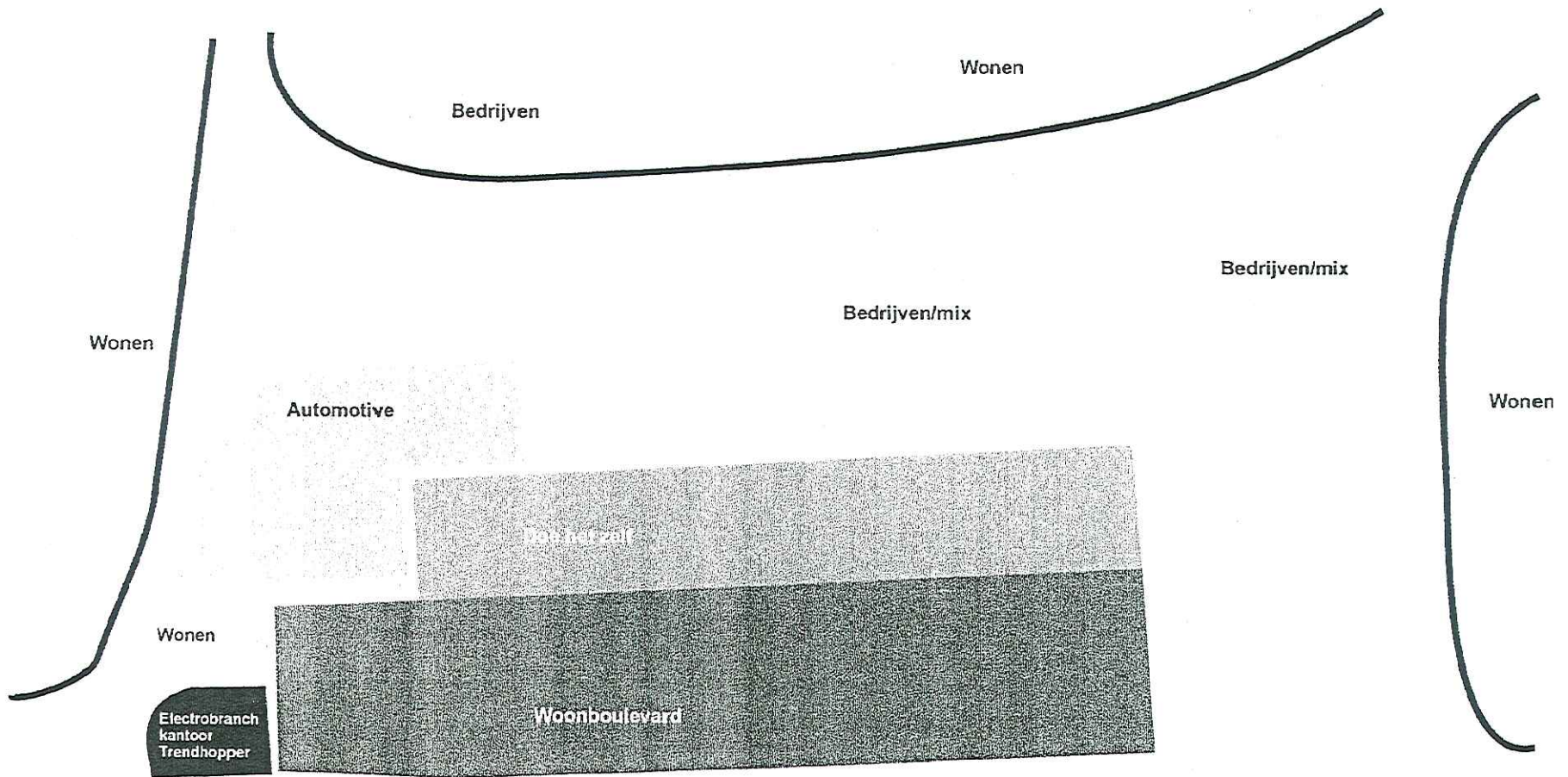
1.3 Opzet van de rapportage

In hoofdstuk 2 wordt het ontwikkelingskader voor het Van Aalstweggebied aangegeven, waarbinnen de ontwikkeling van het Runshoppingcenter e.o. geplaatst moet worden. De bestaande situatie en belangrijke ontwikkelingen voor de nabije toekomst staan hierin centraal. Voor een goed inzicht is een aantal analyses uitgevoerd.

In hoofdstuk 3 worden de functionele ontwikkelingsmogelijkheden voor het gebied aangegeven. Per branche zijn de distributieve mogelijkheden aangegeven. Nadrukkelijk wordt stilgestaan bij de mogelijkheden voor brancheverruiming op het Van Aalstweggebied en de effecten hiervan op de lokale verzorgingsstructuur en de initiatieven.

Hoofdstuk 4, tot slot, vat de belangrijkste conclusies samen.

Functionele inventarisatie



2. ONTWIKKELINGSKADER

2.1 Uitgangssituatie

Het Van Aalstweggebied ligt direct ten noorden van de Provincialeweg en wordt begrensd door het Keern, de Geldelozeweg en het wijkpark 'Risdammerhout'. Voor een goed inzicht in de ontwikkelings(on)mogelijkheden, kansen en bedreigingen rond het Van Aalstweggebied, is een aantal analyses uitgevoerd. Gericht op het Van Aalstweggebied, maar ook op de gehele detailhandelstructuur en ontwikkelingen in Hoorn. Deze zijn hieronder kort samengevat.

Sterke lokale en regionale functie

- Sterk wisselende functies, merendeels grootschalig en ruimte-intensief (zie kaartbeeld).
- Ruim detailhandelsaanbod, thematisering rond 'in en om huis'.
- Trekkers zijn het Runshoppingcenter met een breed pakket aan woninginrichtingzaken en twee middelgrote bouwmarkten.
- Het gebied heeft een belangrijke lokale en regionale functie.
- Ten opzichte van 1999 is de lokale functie toegenomen, met name in de branches electro (+18% koopkrachtbinding), doe-het-zelf (+7%), en woninginrichting (+6%)¹.
- De regionale functie is gering toegenomen voor woninginrichting en electro (+2% à 3%) en afgenomen voor doe-het-zelf en keukens (-5%, respectievelijk -14%)¹.

¹ Consument en winkels Hoorn en de binnenstad 2003, Samenwerkingsorgaan Westersfriesland SOW, Hoorn, februari 2004.

- Grootschalig winkelaanbod wordt door de consument grotendeels doelgericht en laagfrequent bezocht. Het gebied wijkt hiermee duidelijk af van de binnenstad, dat zich vooral richt op recreatief, vergelijkend winkelen (kijken en vergelijken).

Wisselende ruimtelijke kwaliteiten

De fotoanalyse en het kaartbeeld op de volgende pagina benadrukken het volgende:

Extern

- Wisselend beeld en uitstraling naar het Keern.
- Afzijdige oriëntatie ten opzichte van de Rijksweg.
- Matige of onduidelijke markering van het gebied en entrees.

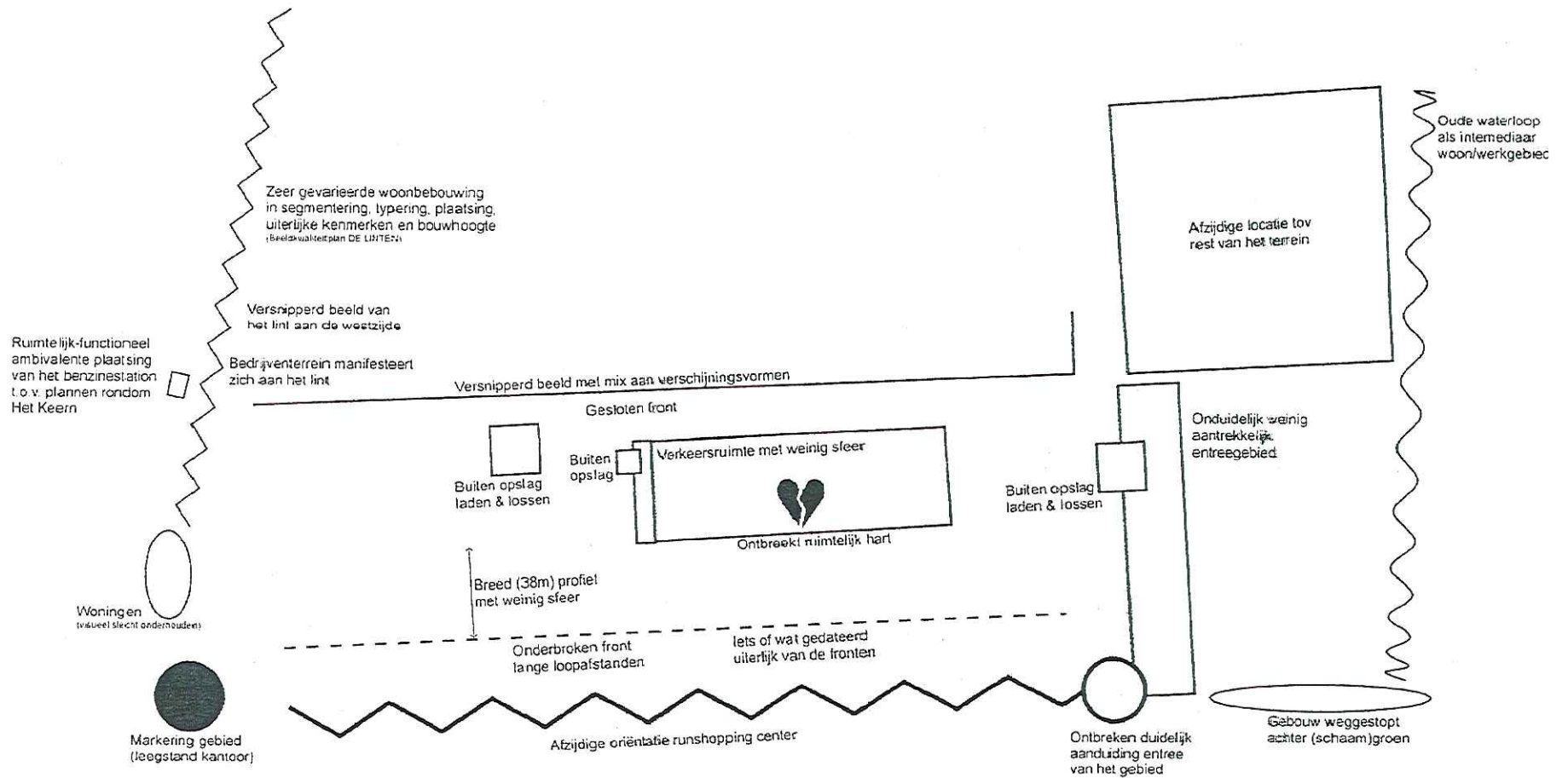
Intern

- Er is een dominante verkeersfunctie, zeer breed wegprofiel en stenig karakter en inrichting. Weinig sfeer en uitstraling.
- Ontbreken van een 'hart', passend bij een winkelgebied.
- Lange afstanden tussen winkels en winkeltrekkers.
- Onderbroken winkel- én ruimtelijk front Runshoppinggedeelte.
- Versnipperd beeld met een mix aan verschijningsvormen.
- Gedateerde uitstraling en deels slecht onderhouden panden.
- Rommelige inrichting en diverse plaatsen met buitenopslag.

Problematische verkeerssituatie

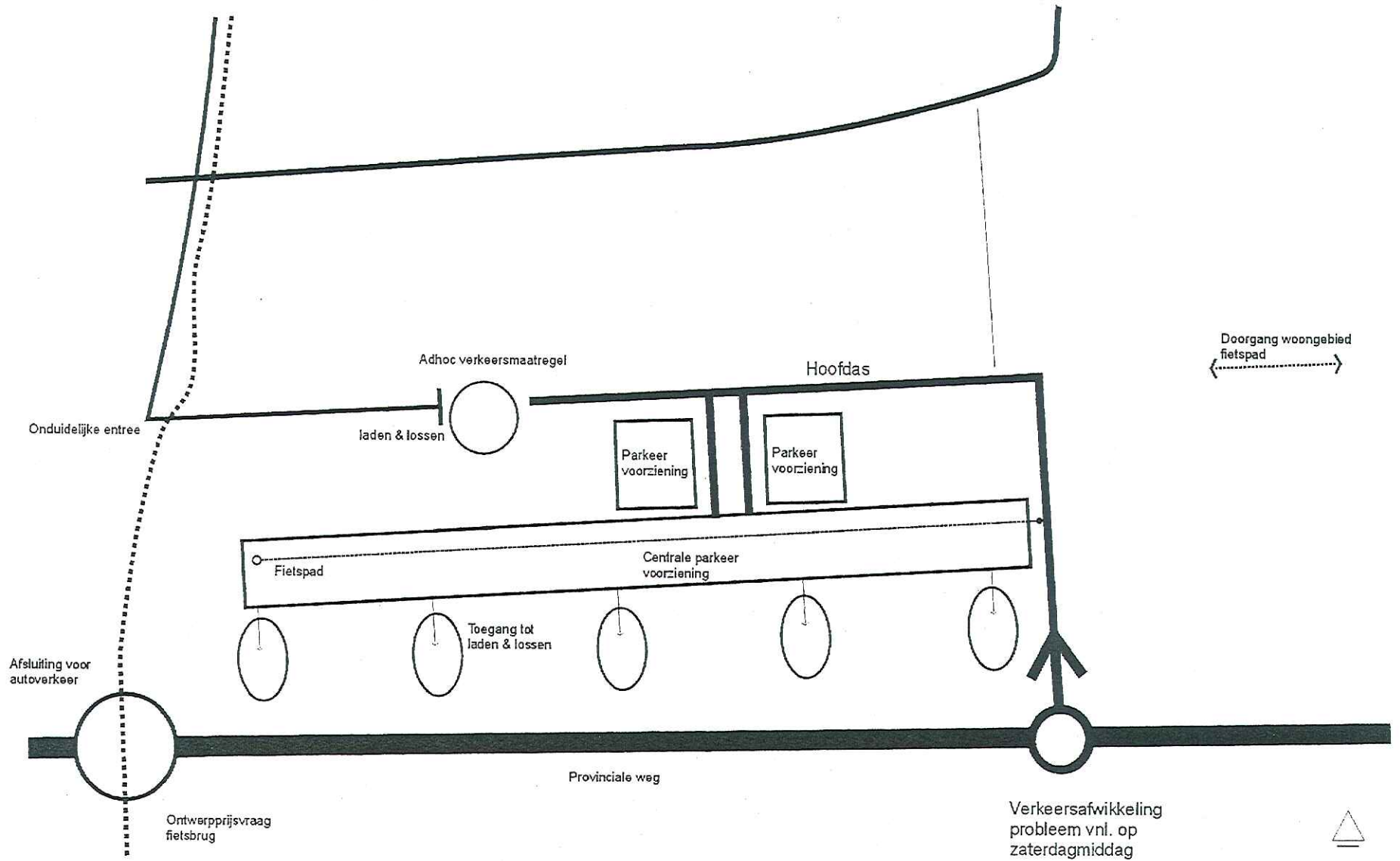
- Er is een matige verkeersafwikkeling naar Provincialeweg, met name zaterdag.
- Matige interne ontsluiting via de hoofdas door het gebied.
- Onduidelijke entree vanaf het Keern.
- Doorsnijdingen front Runshoppingcenter voor laden en lossen.

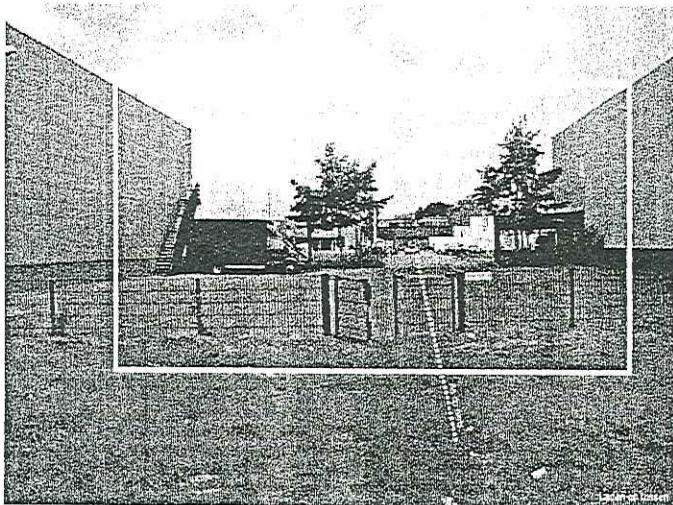
Ruimtelijke inventarisatie





Verkeersinventarisatie





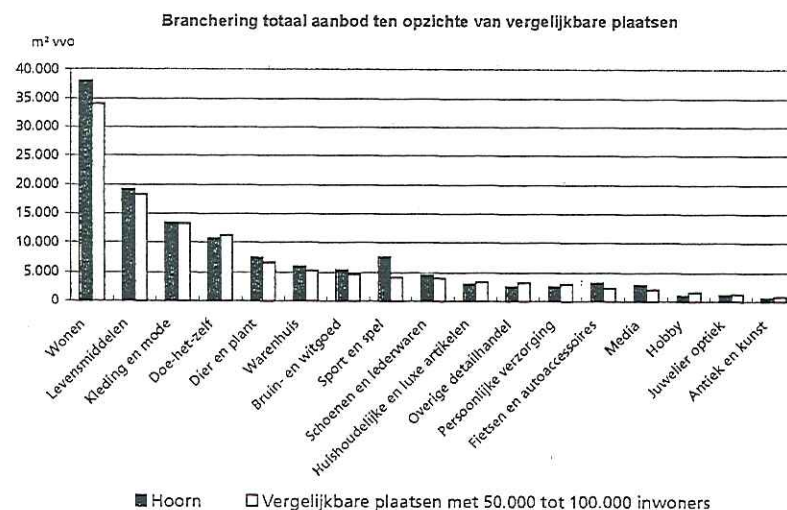
2.2 Detailhandel en structuur Hoorn

Redelijk gemiddeld detailhandelsaanbod

In Hoorn is bijna 130.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo) aan detailhandel aanwezig². De verdeling van het detailhandelsaanbod als geheel, komt redelijk overeen met naar inwonertal vergelijkbare plaatsen. Naar hoeveelheid winkelvloeroppervlak bezien zijn vrijwel alle branches even sterk of zelfs sterker vertegenwoordigd.

Twee branches springen er wat duidelijker uit:

- woonbranche;
- sport en spel (m.n. buitensport en kamperen).



² Locatus retailverkenner 2004, bewerkt door BRO. Het wvo is het voor de consument toegankelijke deel van een winkel.

Grootschalige detailhandel en specifieke branches

Aan grootschalige detailhandel en detailhandel in de branches elektro, sport- en kamperen, rijwielen en speelgoed is in Hoorn het volgende aanbod aanwezig:

Tabel 2.1: Grootschalig aanbod en sport/kamperen, rijwielen en speelgoed

	winkels	m ² wvo	gem. m ² wvo per winkel
Woonbranche	54	36.200	670
- woonwinkels (excl. verlichting en babyart)	41	29.950	730
- keukens- en badkamerspecialzaken	13	6.250	480
Doe-het-zelf	24	10.700	445
- bouwmarkten	3	7.800	2.600
- doe-het-zelf specialzaken/overig dhz	21	2.900	140
Electro	23	5.410	235
- electro algemeen/bruin- en witgoed	11	4.680	425
- telecom/computer/overige electro	12	730	60
Sport en kamperen	15	6.200	415
- algemeen sport/sportspecialzaken	11	2.950	270
- buitensport/kamperen/watersport	4	3.250	815
Rijwielen	16	2.170	135
Speelgoed	9	1.430	160

Bron: Locatus 2004

Ten opzichte van 1994 heeft zich in deze branches de volgende ontwikkeling voorgedaan³:

- Doe-het-zelf: stabiele totaalomvang, wel schaalvergroting en verdwijnen breedpakketzaken.

³ Runshoppingcenter Hoorn, DPO's branches 'Doe-het-zelf en woninginrichting', en 'Sport en RTV/witgoed', BRO, Vught 1994.

- Woonbranche: toename met bijna 20.000 m² wvo, vrijwel geheel door de ontwikkeling van het Runshoppingcenter.
- De electrobranche was in 1994 sterk ondervertegenwoordigd. Inmiddels is het aantal winkels met 10 toegenomen, vooral in de computer en telecombranche. Het wvo nam per saldo toe met 3.800 m² wvo. Door de komst van BCC, maar óók door nieuwe winkels enschaalvergrotingen in het centrum.
- De sportbranche is redelijk stabiel. Er is, net als in 1994, een tiental algemene sport- en sportspeciaalzaak aanwezig. Er is wel een lichte schaalvergroting zichtbaar.
- Voor de rijwielbranche zijn uit het verleden geen goed vergelijkbare gegevens beschikbaar. Anno 2004 zijn er 16 winkels.

Een sterke binnenstad

- Hoorn heeft een historische binnenstad, met een ruim detailhandelsaanbod (347 winkels, ca. 49.000m² wvo,).
- Gevarieerd aanbod, met nadruk op recreatief winkelen (kijken en vergelijken, hoog aandeel modische winkels).
- Combinatie met toeristisch recreatief bezoek.
- Prettige ambiance en winkelondersteunende voorzieningen (horeca, toeristisch-recreatieve voorzieningen).
- In 2003 is voor de niet-dagelijkse artikelensector in de binnenstad een lokale koopkrachtbinding gemeten van 53%⁴. Dit is een redelijk gemiddelde waarde. Er is wel een lichte afname te zien t.o.v. 1999 (-3%, over vrijwel alle branches). Naar branche bezien zijn er grotere afnames in de branches wonen en electrotechnische artikelen.

⁴ Consument en winkels Hoorn en de binnenstad 2003, Samenwerkingsorgaan Westfriesland SOW, Hoorn, februari 2004

- De binnenstad realiseert in de regio een koopkrachtbinding voor niet-dagelijkse artikelen van ca. 27%. Dit is vergelijkbaar met 1999. Enkele branches laten wel een lagere binding noteren, zoals mode, electro en sport/kampeerartikelen⁴.

Verspreid gevestigde grootschalige winkels

Verspreid over de bebouwde kom van Hoorn, de kern Zwaag, en op enkele bedrijventerrein is ook detailhandel aanwezig:

- De Factorij: een cluster van enkele speciaalzaak in keukens, sanitair en bouwmaterialen, deels als nevenactiviteit bij productie en/of installatiebedrijven. De verkoopruimte is van wisselende omvang. Op De Factorij is ook Karsten Tenten en Outdoor gevestigd (3.000 m² wvo).
- De Oude Veiling: detailhandel in de branches doe-het-zelf, keukens en automaterialen. Voornaamste grootschalige trekker is een Karwei bouwmarkt (2.400 m² wvo).
- Verspreid over Hoorn en de kern Zwaag, zijn nog enkele solitaire grootschaliger winkels gevestigd (o.a. Theo Bot slaapkamer-speciaalzaak, Karsten slaapcomfort, Baderie Reus).
- In winkelcentrum De Huesmolen is Intersport Bouchier gevestigd, een relatief grootschalige sportzaak (ca. 1.000 m² wvo).

(Boven)regionale aankoopplaatsen

De binnenstad van Hoorn neemt naar winkeloppervlak bezien, een goede tweede plek in, in hoofdcentra in de kop van Noord-Holland⁵. Op relatief korte afstand van Hoorn zijn ook nog enkele andere sterke aankoopplaatsen gevestigd:

- Amsterdam: na het aanbod in de eigen woonplaats, is Amsterdam als tweede aankoopplaats erg populair bij de inwoners in Hoorn en de regio. Met name de binnenstad, sterk gericht op recreatief winkelen en voor 'een dagje uit'.
- Alkmaar: sterk (boven)regionaal verzorgende stad, met een aantrekkelijke binnenstad en grootschaliger aanbod in de NoorderArcade (o.a. Intersport, Toys 'R' Us, Oilily Outlet, AH). Op korte termijn wordt Kooimeerplaza gerealiseerd (zie 2.5).
- Purmerend: heeft een minder sterke regionale trekkracht dan voornoemde steden in de regio. Wel zijn er enkele sterkere grootschalige winkels.
- Verspreid in de regio zijn er nog enkele sterke winkels in specifieke branches (zoals woninginrichting, keukens en rijwielen).

2.3 Bevolking en ontwikkeling

Hoorn

De gemeente Hoorn telde op 1 januari 2004 ca. 67.900 inwoners. Hoorn heeft een regionale opvangtaak voor de woningbouw. Tot het jaar 2013 groeit de bevolking naar verwachting door tot ruim 73.000 inwoners. Dit is een toename van ruim 5.000 inwoners.

⁵ Noordwest-Holland, Regionale Detailhandelsstructuurvisie, WPM-Groep, 's-Hertogenbosch, 2003.

Tabel 2.2: Bevolkingsontwikkeling Hoorn

	2004	2007	2010	2013 t.o.v. 2004	
Binnenstad c.a.	12.387	12.732	13.627	13.448	8,6%
Grote Waal	8.427	8.336	8.171	8.020	-4,8%
Risdam en Nieuwe Steen	17.874	17.527	17.058	16.669	-6,7%
Zwaag en Blokker	7.461	7.836	7.732	7.430	-0,4%
Kersenboogerd	21.763	21.781	21.433	21.134	-2,9%
Bangert Oosterpolder	-	2.388	5.426	6.372	nvt
Totaal	67.912	70.600	73.447	73.073	7,6%
excl. Bangert Oosterpolder	67.912	68.212	68.021	66.701	-1,8%

Bron: gemeente Hoorn 2004.

West-Friesland

De regio West-Friesland telt begin 2004, bijna 200.000 inwoners. De komende jaren is het een van de snelst groeiende regio's in de kop van Noord-Holland (provincie Noord-Holland):

- 2004: 198.000 inwoners
- 2015: 213.500 inwoners
- 2030: 225.000 inwoners

Tot 2015 neemt het inwonertal buiten Hoorn toe met ca. 10.000 inwoners, door een kleinere groei in vrijwel alle 12 gemeenten.

Inkomensniveau

Het inkomen per hoofd van de bevolking in Hoorn ligt met ca. € 10.900,- ongeveer 1% onder het landelijk gemiddelde van € 11.000,-. Het toepassen van een correctie op de landelijke toonbankbestedingen is vanwege de kleine afwijking niet nodig.

2.4 Relevante plannen en initiatieven

Er zijn voor het Van Aalstweggebied, elders Hoorn en de regio, diverse plannen en initiatieven in ontwikkeling, die van invloed kunnen zijn op de functionele invulling en ruimtelijke opbouw en uitstraling van dit gebied. Deze zijn hieronder kort samengevat.

Van Aalstweggebied

- Herontwikkeling van het Leen Bakkerpand, Bricorama en omgeving met detailhandel.
- Herontwikkeling van de Compas-locatie met detailhandel. Gesproken wordt over een invulling met een Mediamarkt electro-warenhuis.
- Gewenste uitbreiding van de Praxis en de Gamma, mogelijk verplaatsing binnen het gebied.
- Dichtbouwen van de openingen tussen de panden langs de Provincialeweg en plannen voor het beter scheiden van bevoorradend en bezoekend verkeer.
- Het opstellen van een verlichtings- en beplantingsplan voor het Runshoppingcenter.
- Verplaatsing van de garageactiviteiten van Beemsterboer/de Vries en herontwikkeling van het gebied. Verschillende invullingsmogelijkheden worden nog besproken.
- Afsluiting van het Keern-noord voor autoverkeer en de realisatie van een ongelijkvloerse kruising voor langzaamverkeer over/onder de Provincialeweg. Hiervoor is een prijsvraag uitgeschreven.

Hoorn en omgeving

- Verplaatsingswens van een grootschalige sportwinkel naar het Van Aalstweggebied.
- Planontwikkeling voor De Vale Hen/Hooge Vest op de rand van de binnenstad, met mogelijk een (grootschaliger) detailhandelsontwikkeling (5.000 m² wvo).
- Herontwikkeling winkelpassage Blauwe Steen.
- Planvorming voor Westfrisiaweg.
- Ontwikkeling Bandstad Hoorn, Enkhuizen en Stede Broec (HES).

Grotere regio

In totaal zijn er in de regio's West-Friesland, Noord-Kennemerland en Waterland 'harde' plannen voor realisatie van ca. 65.500 m² detailhandel⁶. Voornaamste plannen met een (boven)regionale uitstraling zijn:

- Het multifunctionele complex 'Kooimeerplaza' in Alkmaar, themacentrum rond sport, vrije tijd en recreatie. Bij het stadion is ruimte voor 20.000 m² detailhandel. Tevens is er ruimte voor 40.000 m² commerciële voorzieningen op het gebied van sport, recreatie, vrije tijd en medische voorzieningen. Bijvoorbeeld een sportschool, casino, bowlingbanen, bioscoopzalen en/of een kinderspeelparadijs. Een thematische aanpak moet ontwrichting van de detailhandelsstructuur in de Alkmaarse regio voorkomen. Een meer concrete invulling is nog niet bekend.
- Realisatie 'Stadshart Heerhugowaard' en herontwikkeling winkelcentrum Middenwaard in Heerhugowaard (o.a. 12.000 m² detailhandel).

⁶ Noordwest-Holland, Regionale Detailhandelsstructuurvisie, WPM-Groep, 's-Hertogenbosch oktober 2003.

2.5 Actueel detailhandelsbeleid

Momenteel actualiseert de gemeente Hoorn haar detailhandelsbeleid. Medio 2005 zal de definitieve detailhandelsnota worden opgeleverd. WPM-groep stelt deze visie, samen met de gemeente op. In de rapportage 'Gemeente Hoorn, Visie op de winkelstructuur, Verbindingen tussen kwaliteiten'⁷ zijn de ambitie, doelen en structuurkeuzes gemotiveerd.

De centrale ambitie in het beleid is te 'streven naar een complete en evenwichtige detailhandelsstructuur' in Hoorn. Om deze te bereiken is een aantal doelstellingen geformuleerd.

Naar een evenwichtige structuur

- Streven naar een evenwichtige en hoogwaardige detailhandelsstructuur in Hoorn. Het beleid is er op gericht de stedelijke en regionale functie te behouden en waar mogelijk te versterken. Dit vraagt een actief beleid en aandacht voor continue vernieuwing.
- Voorzieningen, waaronder winkels, horen in de eerste plaats thuis in de binnenstad of wijkcentra. Het accent ligt op de reguliere winkelcentra, waar bij voorkeur ook grootschalige detailhandel gehuisvest dient te worden mits ruimtelijk inpasbaar.

Met een sterke binnenstad

- De gemeente zet nadrukkelijk in op kwaliteitsverbetering van de binnenstad. Functionele versterking van de binnenstad

⁷ Gemeente Hoorn, Visie op de winkelstructuur, WPM-groep, 's-Hertogenbosch 2005.

wordt gezocht in de stedelijke - waar mogelijk regionale - verzorgingskwaliteit, met name in de niet-dagelijkse sector en horeca/vermaak.

Ruimte voor vernieuwing

- Schaalvergroting zal passend gehonoreerd moeten worden. Voor grootschalige detailhandel, inclusief een grootschalige supermarkt, bestaat (met uitzondering van de reeds toegestane branches op het Runshoppingcenter) indien ruimtelijk inpasbaar, in eerste instantie een voorkeur voor vestiging in of aan de rand van de binnenstad.
- Ruimtelijke zet men in op het versterken van het winkelrondje, met als onderdeel een verbetering van deelgebieden in de binnenstad en een passende bereikbaarheid en parkeersituatie.

En een afgewogen groei van het Runshoppingcenter

- Ook het Runshoppingcenter kan profiteren van de bevolkingsgroei. Het centrum is bestemd voor grootschalige detailhandel met een duidelijk herkenbaar profiel van in en om het huis.
- Daarnaast is het gebied een optie voor de opvang van grootschalige winkels waarvoor een plek elders niet geschikt of ongewenst is. De gemeente staat, buiten de huidige branchering op het Runshoppingcenter, winkels pas toe als deze in de binnenstad geen plek kunnen krijgen, dan wel voldoen aan een aantal stringente ruimtelijke eisen. Dat geldt ook voor grootschalige vormen van horeca/vermaak/leisure. De detailhandelsvisie bevat hiervoor een toetsingskader met beoordelingscriteria.

2.6 Trends en ontwikkelingen detailhandel

De belangrijkste trends en ontwikkelingen die voor Hoorn en de ontwikkeling en positionering van het Van Aalstweggebied van belang zijn, zijn hieronder verwoord, inclusief een vertaling naar kansen en bedreigingen.

Van PDV- naar woonthemapcentra

Sinds de jaren '80 en '90 zijn PDV-locaties meer en meer uitgebreid met allerlei vormen van detailhandel die met het wonen in brede zin te maken hebben; woninginrichters, bouwmarkten, keukens, badkamers, bruin- en witgoed en tuincentra. Vooral op nieuwe locaties zijn de afgelopen decennia, efficiënte en voor de consument prettig opgezette 'woonthemapcentra' gerealiseerd. Het Runshoppingcenter is hiervan een voorbeeld.

Het thema centraal

Op PDV-locaties en (woon)themapcentra wordt het puur uitgaan van 'branches' steeds moeilijker. Door de branchevervaging en vermenigving van uiteenlopende branches in met name de grootschalige winkels, kan beter worden gesproken over thema's en formules.

Consequentie is dat het voor de overheid steeds moeilijker wordt 'de branche' als criterium te hanteren bij toestaan van initiatieven of om branchebeperkingen te handhaven. De plannen voor uitbreiding van het Runshoppingcenter, en de brancheverbreiding naar electro en bijvoorbeeld sport, passen binnen deze trend.

Schaalvergroting én brancheverruiming

Naast de woon- en doe-het-zelfbranche, vindt schaalvergroting in toenemende mate plaats in andere dan de PDV-branches. In de markt ontwikkelen zich in steeds meer branches, winkels van 1.000 tot 2.000 m² wvo en groter. Deze zaken bieden een zeer breed en compleet assortiment en ontwikkelen een zeer groot verzorgingsbereik.

Een aantal van deze winkels is van oudsher in binnensteden gevestigd. In de branches electro/computers, sport/vrije tijd/speelgoed en rijwielen krijgen perifere locaties waar vele m² wvo kunnen worden gerealiseerd, tegen lage huurprijzen, steeds meer de voorkeur. Met name in deze branches ontstaan vaak tegenstellingen met vergelijkbaar aanbod in binnensteden.

Bouwmarkten als trekkers

Naast meerdere woonzaken en ruim geassortimenteerde woonwarenhuizen, zijn ook bouwmarkten steeds vaker belangrijke trekkers op PDV-clusters en in (woon)themapcentra. Door de omvang én de locatie gaat het hierbij meestal om regionaal, stadsdeel- en (grote)wijkverzorgende bouwmarkten.

De combinatie van bezoek tussen de aanwezige winkels wordt niet zo zeer gelegd op het bezoekmoment zélf (dat is voor beide branches wisselend en vaak doelgericht), maar de combinatie leidt wel tot meer herhalingsbezoek op andere momenten. Zo ontstaat een positief effect op de beeldvorming voor het themacentrum.

Veranderend rijksbeleid

In de Nota Ruimte, wordt een verandering aangegeven in het Rijksbeleid voor perifere en grootschalige detailhandel en het tot nu toe gehanteerde vestigingsbeleid hiervoor. Dit houdt onder andere in dat het begrip 'perifere detailhandel' en branchebeperkingen vervallen. Gemeenten en provincies krijgen veel meer mogelijkheden om op dit punt zelf beleid te voeren, en bijvoorbeeld aan te geven welke branches wel of niet op perifere locaties gevestigd kunnen worden.

Wisselend perspectief voor de woonboulevard

Het Hoofdbedrijfsschap detailhandel (HBD) heeft recent de huidige positie en het toekomstperspectief voor woonboulevards en themacentra onderzocht⁸. Men concludeert dat:

- er een duidelijk verschil is tussen verschillende generaties woonboulevards en themacentra, hun functioneren en het bezoekgedrag daaraan;
- de verschillen worden bepaald door de aanwezige branches, aanwezigheid van landelijke trekkers en lokale gegevens zoals ligging, bereikbaarheid, uitstraling, sfeer en gezelligheid;
- de markt voor woonthemacentra is vol. Afgelopen jaren is het aanbod sterk gegroeid, met veel vergelijkbaar aanbod op korte afstand, het ontbreken van échte vernieuwing en innovatie in de branche en op de boulevards. Ook zijn de consumentenbestedingen de afgelopen jaren gestabiliseerd en daarna afgenomen. De regie in de ontwikkeling van woonthemacentra is de

afgelopen jaren ook verschoven van aanbieders in de woonbranche naar ontwikkelende partijen in vastgoed;

- de ruimtelijke en functionele synergie verschilt sterk per themacentrum. Daar waar autonome trekkers, megastores en direct aan de woonbranche verwante branches zijn gevestigd (electro, dhz). is sprake van een positief effect. In andere centra combineert de consument nauwelijks bezoeken aan woon- en niet woonbranches. In deze centra bestaat er bij de consument vaak ook geen helder beeld over wat het gemengde concept wel of juist niet te bieden heeft.

Tegen deze achtergrond is het HBD kritisch over het toevoegen van nieuwe winkelruimte in de woonbranche en benadrukt zij de noodzaak voor duidelijke concepten voor perifere themacentra. Voor woonboulevards kiest zij nadrukkelijk voor het behoud van een sterke invulling rond het thema 'In en om huis' en het stimuleren van innovaties in de branche.

Kansen en bedreigingen

Vertaald naar kansen en bedreigingen ontstaat het volgende beeld.

⁸ Woonboulevards, Huidige positie en toekomstperspectief, Hoofdbedrijfsschap Detailhandel, Den Haag, 2004.

Tabel 2.3: Ontwikkelingen vertaald naar kansen en bedreigingen

Kansen	Bedreigingen
- Nota Ruimte: intentie voor veranderend beleid t.a.v. PDV/GDV. Meer kansen op perifere locaties?	- Schaalvergroting gaat samen met verbreding en verdieping van assortimenten en leidt tot branchevervaging
- Schaalvergroting in alle PDV-branches	- Ongestuurde brancheverruiming in themacentra kan leiden tot meer en ongewenste concurrentie voor bestaande winkelcentra.
- Opkomst megastores, m.n. in branches electro, rijwielen, sport en kamperen, zowel in (grotere) binnensteden als perifeer	
- Verruiming winkelopeningstijden (m.n. bouwmarkten)	- Matige wisselwerking tussen branches in 'In en om huis' en niet hieraan gerelateerde winkelbranches en het verwateren van concepten voor thematische centra
- Opkomst specialistische aanbieders in PDV-branches	- Verdichting netwerk filiaalbedrijven.
Verdichting netwerk filiaalbedrijven en bediening steeds kleinere verzorgingsgebieden. Meer winkelaanbod voor consument.	Deze gaan ook kleinere verzorgingsgebieden bedienen.
- Integratie detailhandel, vermaak, dienstverlening.	- De verschillende winkel- en themacentra gaan op elkaar lijken (zelfde formules, zelfde aanbod).
- Opkomst van perifere themacentra heeft ertoe geleid dat flink geïnvesteerd wordt in binnensteden.	- Stabilisering (doe-het-zelf) en afname (woonbranche) van bestedingen in de PDV-branches.
	- Samen met de groei van het aanbod is van een hoge druk op de woonbranche sprake.

2.7 Conclusie

Het Van Aalstweggebied heeft een sterke positie in de eigen plaats en de regio. Het themacentrum heeft een goede positie gekregen in de verzorgingsstructuur. Het centrum biedt een goed en afwisselend aanbod in de branches 'In en om het huis'. De woonbranche is met bijna driekwart van het winkelvloeroppervlak sterk vertegenwoordigd. Aanvulling vindt plaats door winkels in de doe-het-zelfbranche en de electrobranche.

Het Van Aalstweggebied kent ruimtelijk en functioneel wel een aantal knelpunten. Er zijn momenteel meerdere plannen en initiatieven om deze knelpunten structureel aan te pakken. In functionele zin is er behoefte om extra detailhandelsruimte toe te voegen om zo de gewenste ontwikkelingen mogelijk te maken. Deze vallen binnen reeds toegestane branches (m.n. wonen, doe-het-zelf en electro), maar ook in branches die in het huidige beleid niet zijn toegestaan, zoals sport en spel.

Het gemeentelijke detailhandelsbeleid wordt momenteel geactualiseerd. Naar opgaaf van de gemeente Hoorn, blijft de keuze voor een sterke binnenstad een belangrijk uitgangspunt. Uitbreiding van het Van Aalstweggebied binnen de huidige branchering is beleidsmatig mogelijk en ook gewenst. Voor grootschalige initiatieven welke buiten de toegestane branchering van het Runshoppingcenter vallen, zal in de eerste plaats gezocht moeten worden naar locaties in of direct aansluitend op de binnenstad. Zijn deze niet voorhanden dan moet vestiging op het Runshoppingcenter goed gemotiveerd worden.

Er moet in Hoorn zodoende een evenwicht worden gevonden in het:

- inspelen op trends en vernieuwingen, onder andere de voortgaande schaalvergroting;
- in PDV én niet-PDV-branches;
- zowel in de binnenstad als daarbuiten;
- met behoud van een goede verzorgingsstructuur en concentratie van detailhandelsactiviteiten.

Er moet gezocht blijven worden naar een goede plaats voor ieder bedrijf en een duidelijke profilering van aankoopgebieden ten opzichte van elkaar. Uitgangspunt moet zijn dat deze aanvullend zijn op elkaar en niet concurrerend.

De groei van de bevolking biedt goede kansen voor versterking van het detailhandelsaanbod, zowel in de binnenstad als op het Runshoppingcenter. Beide centra verdienen hun eigen ontwikkeling, en kunnen goed bijdragen aan het sterk houden van de stedelijke en regionale verzorgingsfunctie van Hoorn en de uitstraling als eigentijdse centrumgemeente.

3. ONTWIKKELINGSMOGELIJKHEDEN

3.1 Structuurafweging

Afweging ten opzichte van de structuur is belangrijk

Om een goede afweging te kunnen maken over het effect en wenselijkheid van de initiatieven en eventuele verdere verbreding van de branchering, is een afweging ten opzichte van de structuur belangrijk.

De concept-detailhandelsvisie van de gemeente Hoorn beschrijft de keuzes die zij maakt op structuurniveau. Voorliggende 'Quickscan uitbreiding- en ontwikkelingsmogelijkheden Van Aalstweggebied' geeft op hoofdlijnen de ontwikkelingsmogelijkheden voor het Van Aalstweggebied en de mogelijkheden en voors- en tegens van brancheverbreding voor dit specifieke gebied aan.

Een goede plaats voor ieder bedrijf

Er moet gezocht blijven worden naar een goede plaats voor ieder bedrijf en een duidelijke profilering van aankoopgebieden. Het koopgedrag en verwachtingspatroon van de consument en vergelijkingsmogelijkheden voor die aankoop in een compact gebied, worden hiervoor steeds vaker als uitgangspunt gebruikt.

Dit leidt vaak tot een volgende detailhandelsstructuur:

- concentratie van dagelijks bezocht aanbod in de buurt-, wijkcentra en de binnenstad;

- middel- en hoogfrequent bezochte, niet-dagelijkse artikelenwinkels en branches waarvoor men graag wil 'kijken en vergelijken' (recreatief winkelen) in de binnenstad (zoals modisch, cadeau artikelen, warenhuizen, huishoudelijke artikelen e.d.);
- doelgericht, laagfrequent kopen op perifere locaties (zoals doe-het-zelf, woninginrichting, electro, caravans en kamperen).

Aanvullend op elkaar

In de meest ideale situatie zijn de typen aankoopplaatsen zoveel mogelijk aanvullend op elkaar en niet concurrerend. Zowel in aanbod als in verschijningsvorm. De binnenstad en het Van Aalstweggebied moeten zich duidelijk van elkaar onderscheiden en beide gebieden moeten een eenduidige, voor de consument herkenbare invulling hebben.

Een aantal branches is vanuit de gevoerde assortimenten en wisselend bezoekgedrag, minder eenvoudig toe te delen. Bijvoorbeeld:

- sportartikelen (m.n. de modische subbranches);
- speelgoed;
- rijwielen.

Ook in die gevallen moeten er duidelijke keuzes gemaakt en ontwikkelingen gestuurd om een zo aantrekkelijk en divers mogelijke voorzieningenstructuur te behouden of tot stand te brengen. Een voor de consument herkenbare invullingen van winkelgebieden en perspectiefvolle vestigingslocaties voor ondernemers moeten het uitgangspunt zijn.

Voor en nadelen van brancheverruiming

Naast inzicht in de effecten en wenselijkheid van de eerder genoemde initiatieven, wenst de gemeente Hoorn ook inzicht in de voor- en nadelen van eventuele brancheverruiming op het Van Aalstweggebied in enkele andere branches, zoals fietsen/rijwielen en speelgoed.

Voordelen	Nadelen
<ul style="list-style-type: none">- Oplossen knelpunten elders in de structuur (verplaatsingen, schaalvergroting, concentratie en clustering).- Flexibel inspelen op (branche)ontwikkelingen, plannen, initiatieven en nieuwe winkelformules.- Realiseren van een sterk, ruimtelijk en functioneel aantrekkelijk en afwisselend gebied.- Vergroting van de korte termijn ontwikkelingsmogelijkheden rond het Van Aalstweggebied.- Verder verbeteren van de positie en het perspectief van dit gebied, in meerdere branches en voor een grotere doelgroep. Hierdoor kan mogelijke leegstand voorkomen.	<ul style="list-style-type: none">- Ontstaan van spreiding van vergelijkbaar aanbod over meerdere locaties in Hoorn.- Spreiding van omzet en bezoekenstromen over meerdere gebieden.- Toenemende concurrentie tussen (dure) binnenstadlocaties en goedkopere, beter bereikbare perifere locaties.- Onder druk komen staan van vergelijkbaar aanbod in de binnenstad.- Afname van diversiteit in aard en type aanbod in de binnenstad.- Ontstaan van onduidelijk profiel tussen verschillende aankoopplaatsen in Hoorn.- Ontstaan van onduidelijk profiel voor het Van Aalstweggebied en het Runshoppingcenter zelf.

3.2 Distributieve ruimte

Deze paragraaf beschrijft de distributieve mogelijkheden per branche. De verhouding tussen vraag en aanbod wordt cijfermatig benaderd. BRO heeft hiervoor de lokale vraag- en aanbodsituatie geanalyseerd. Belangrijke input is het koopstromenonderzoek van het Samenwerkingsorgaan Westfriesland, zoals dat periodiek wordt uitgevoerd. De laatste meting dateert uit 2003⁹.

Daarnaast wordt uitgegaan van de huidige en toekomstige inwonertallen in de gemeente en regio, het aanwezige detailhandelsaanbod per branche en gemiddelde omzetgegevens, afkomstig uit de brancheschetsen van het HBD of andere betrouwbare bronnen. In verantwoording 1, achter in de rapportage, zijn meer gedetailleerdere benaderingen per branche opgenomen.

Veel kansen voor versterking

Er zijn in Hoorn goede kansen om de detailhandel de komende jaren verder te ontwikkelen. Belangrijke achtergrond daarvoor is;

1. de aanzienlijke bevolkingsgroei, lokaal én regionaal;
2. een grotere aantrekkingskracht per branche en per vestigingsgebied (bijvoorbeeld Van Aalstweggebied en/of binnenstad).

Met de invloed van het groeiende consumentenpotentieel is in de benaderingen hierna rekening gehouden. De mogelijk grotere aantrekkingskracht als gevolg van aanbodverbeteringen wordt per branche en per initiatief aangegeven.

⁹ Consument en winkels Hoorn en de binnenstad 2003, Samenwerkingsorgaan Westfriesland SOW, Hoorn, februari 2004.

Woninginrichting

- Momenteel bedraagt de lokale koopkrachtbinding in de woonbranche ca. 75%. De regionale koopkrachtbinding is ca. 42%. Samen met koopkracht die van buiten de regio toevloeit is dit een omzetaandeel van 60% à 65%. Dit zijn beide normale waarden. De koopkrachtbinding van het Van Aalstweggebied is de afgelopen jaren iets toegenomen met 6% lokaal en ca. 2% regionaal.
- Vraag en aanbod zijn in Hoorn redelijk in evenwicht. De gemiddelde vloerproductiviteit in de woonbranche in Hoorn bedraagt ca. € 1.500,- per m² wvo. Dit is hoger dan het landelijke gemiddelde voor bijvoorbeeld woonboulevards van € 1.100,- à 1.350,- per m² wvo.
- Projectontwikkelaar Bouwfonds heeft aangegeven dat enkele zaken in het Runshoppingcenter matig functioneren. Er is naar hun opgave sprake van een potentiële leegstand van 9.000 m² wvo in het Runshoppingcenter.

Cijfermatige mogelijkheden

Huidig aanbod (m ² wvo)	36.200
Omzetclaim huidig aanbod (mln)	€ 54,3
Reëel benaderde omzet (mln)	€ 52,8 à 57,1
Cijfermatige uitbreidingsruimte 2004	0 à 3.000
Cijfermatige uitbreidingsruimte 2010	2.500 à 7.200

- In de huidige situatie zijn uitbreidingen van meer dan ca. 3.000 moeilijk cijfermatig te onderbouwen, zonder dat uitgegaan wordt van een lagere omzet per m² wvo dan nu behaald wordt (€ 1.500,-/m² wvo) of van een grotere trekkracht op de regio.

- Een toename van de regionale binding voor de Hoornse woonbranche met 5% resulteert in een extra omzet voor ca. 2.700 m² wvo aan woonwinkels in Hoorn. De toevoeging van extra meters moet deze extra omzet genereren. Dit stelt hogere eisen aan de plannen en de invulling van winkelruimte.

Door de bevolkingsgroei ontstaan op termijn betere kansen voor grotere uitbreidingen, zeker als door een goede conceptontwikkeling de hogere lokale en regionale koopkrachtbinding wordt gerealiseerd. Een uitbreiding tot ca. 10.000 m² wvo is dan te onderbouwen. Voorwaarden zijn een compact winkelgebied, goede onderlinge relaties tussen winkels, een prettig verblijfsklimaat en een goede bereikbaarheid en parkeren.

Doe-het-zelf

- Er is een aanzienlijke distributieve ruimte te onderbouwen voor uitbreiding van het doe-het-zelfaanbod.
- Dit komt vooral door de naar eigentijdse begrippen relatief kleine omvang van de 3 bouwmarkten (allen rond 2.500 m² wvo) in combinatie met een hoge lokale koopkrachtbinding.
- Op termijn neemt de ruimte onder de huidige aannames, nog beperkt verder toe.

Cijfermatige mogelijkheden

Huidig aanbod (m ² wvo)	9.650
Omzetclaim huidig aanbod (mln)	€ 16,3
Reëel benaderde omzet (mln)	€ 24,0 à 25,9
Cijfermatige uitbreidingsruimte 2005	4.500 à 5.700
Cijfermatige uitbreidingsruimte 2010	5.700 à 7.000

De cijfermatige mogelijkheden tonen aan dat de bouwmarkten de ruimte geboden kan worden om uit te breiden. Gezien de huidige kleinere omvang van de bouwmarkten is dit ook noodzakelijk.

Electro

- Hoorn beschikt over een relatief ruim electroaanbod. Er is een goede lokale en regionale koopkrachtbinding (respectievelijk 91 en 33%).
- Vraag en aanbod zijn hierdoor momenteel redelijk in evenwicht.
- Er is in de huidige situatie uitbreidingsruimte te benaderen en deze neemt op termijn verder in omvang toe.

Cijfermatige mogelijkheden

Huidig aanbod (m ² wvo)	5.400
Omzetclaim huidig aanbod (mln.)	€ 31,1
Reëel benaderde omzet (mln.)	€ 30,7 à 33,6
Cijfermatige uitbreidingsruimte 2005	0 à 450
Cijfermatige uitbreidingsruimte 2010	350 à 900

Belangrijke aanbieders zijn gevestigd in de binnenstad én op het Van Aalstweggebied. Beide aankoopplaatsen hebben hun eigen rol in de structuur. Uit het koopstromenonderzoek blijkt dat het Van Aalstweggebied met de komst van BCC en EP een goede positie heeft verworven: 20% koopkrachtbinding tegen 68% in de binnenstad.

Met een mogelijke komst van Mediamarkt op het Van Aalstweggebied, zullen de lokale binding en regionale toevloeiing, en daar-

mee de cijfermatige uitbreidingsruimte, verder toenemen. Uitgaande van de toevoeging van ca. 3.500 m² wvo aan electro, zal de lokale koopkrachtbinding - gezien de al hoge waarde - nog beperkt kunnen toenemen (ca. 93%). Voor een goed functioneren van de gehele bestaande én nieuwe aanbod in de electrobranche, zal regionale koopkrachtbinding moeten toenemen van 33% tot ruim 50%. Dit is een forse stijging.

Verwacht mag worden dat de lokale koopstroomverhoudingen zullen verschuiven. De koopkrachtbinding van het Van Aalstweggebied zal aanzienlijk hoger komen te liggen dan de huidige 20%. Dit zal ook een effect hebben op het bestaande aanbod. In de volgende paragraaf wordt de wenselijkheid van het initiatief voor een Mediamarkt aangegeven.

Sport en kamperen

- Hoorn beschikt over een ruim aanbod in deze branche. Dit komt vooral door de aanwezigheid van Karsten Tenten & Outdoor.
- Het aanbod is divers: een grote tenten en kampeerwinkel op De Factorij, een grootschalige algemene sportzaak in De Huesmolen en enkele middelgrote zaken in de binnenstad (Perry, Veldhuis, Bouchier en Equipe Wintersport). Speciaalzaken in sportkleding- en sportschoeisel vallen buiten de sport- en kampeerbranche.
- De lokale én regionale binding ligt op een hoog niveau. Vanwege het specifieke aanbod (m.n. kamperen), vloeit óók nog een aanzienlijk deel van de omzet toe van buiten de regio.
- Vraag en aanbod zijn redelijk in evenwicht. Een redelijke uitbreiding is, nu en op termijn, cijfermatig te onderbouwen.

Cijfermatige mogelijkheden

Huidig aanbod (m ² vvo)	6.180
Omzetclaim huidig aanbod (mln.)	€ 11,7
Reëel benaderde omzet (mln.)	€ 11,1 à 12,5
Cijfermatige uitbreidingsruimte 2005	0 à 300
Cijfermatige uitbreidingsruimte 2010	0 à 700

Binnen de cijfermatige benadering voor deze branche is sprake van ruime marges. Enkele procenten meer koopkrachttoevoeiing resulteert al snel in enkele honderden meters extra 'cijfermatige ruimte'.

Rijwielen (exclusief automaterialen)

- De rijwielbranche in Hoorn (exclusief automaterialenspecialzaken) heeft een sterke lokale en ook regionale trekkracht.
- Er is één grootschalige zaak (Bike Totaal) aanwezig en meerdere middelgrote en kleinere specialzaken.
- Cijfermatig gezien is er in de huidige situatie een lichte uitbreiding te benaderen, oplopend tot ca. 400 m² vvo in 2013.

Landelijk gezien is de verwachting dat de verkoop van fietsen de komende jaren stijgt van 1,3 mln. per jaar naar 1,5 tot 1,7 mln. per jaar. Desondanks is ook een afname te verwachten van het aantal fietswinkels van 2.600 naar 1.000 à 1.300 in het jaar 2010¹⁰. Gezien de marktontwikkelingen moet rekening gehouden worden met een verdere schaalvergroting en een afname van kleinere zaken.

¹⁰ HBD, Rijwielhandel, Branches in detail 2004, Den Haag, 2004.

Cijfermatige mogelijkheden

Huidig aanbod (m ² vvo)	2.170
Omzetclaim huidig aanbod (mln.)	€ 5,1
Reëel benaderde omzet (mln.)	€ 5,3 à 5,6
Cijfermatige uitbreidingsruimte 2005	100 à 250
Cijfermatige uitbreidingsruimte 2010	250 à 400

Speelgoed

- Er zijn 9 speelgoedzaken met een gezamenlijk oppervlak van ca. 1.400 m² vvo. Bekende namen als Intertoys en Bart Smit nemen een aanzienlijk deel voor hun rekening. Aanvulling vindt plaats door enkele gespecialiseerde speelgoed- en modelbouwspecialzaken.
- De grotere algemene speelgoedwinkels en enkele kleinere speelgoedspecialzaken zijn in de binnenstad gevestigd. Ook op wijkniveau zijn nog enkele winkels aanwezig.
- De koopkrachtbinding in deze branche is niet bekend, maar verwacht mag worden dat lokale en regionale koopkrachtbinding op vergelijkbaar niveau zullen liggen als in de branche 'huishoudelijke en luxe artikelen'. Dit betekent een hoge lokale binding (ca. 87%) en een redelijke regionale binding (ca. 30%).

Cijfermatige mogelijkheden

Huidig aanbod (m ² vvo)	1.430
Omzetclaim huidig aanbod (mln.)	€ 4,2
Reëel benaderde omzet (mln.)	€ 5,1 à 5,6
Cijfermatige uitbreidingsruimte 2005	300 à 450
Cijfermatige uitbreidingsruimte 2010	450 à 600

Op basis van de cijfers is een redelijke uitbreiding van het aanbod te verantwoorden. Ook in deze branche is sprake van verdergaande schaalvergroting.

3.3 Plannen en initiatieven

Plannen en initiatieven

Er zijn meerdere initiatieven van partijen om uit te breiden of zich te vestigen op het Van Aalstweggebied. De volgende initiatieven zijn actueel:

- herontwikkeling Leen Bakker-pand en omgeving (Bricorama) met detailhandel (ca. 9.300 m² bvo, incl. 3.500 m² bvo verplaatsing Leen Bakker);
- herontwikkeling Compas-locatie Van Aalstweggebied met detailhandel met een indicatieve omvang van 10.200 m² bvo. Gesproken wordt over een invulling met:
 - een (Mediamarkt) electro-warenhuis (4.000 m² bvo/3.500 m² wvo)
 - andere grootschalige winkels (6.200 m² bvo/5.300 m² wvo)
- verplaatsingswens van grootschalige sportzaak Bouchier uit winkelcentrum De Huesmolen naar het Van Aalstweggebied. De initiatiefnemer denkt aan 2 opties:
 - a. zaak met volledig assortiment (sport, ski, outdoor, vrije tijd);
 - b. zaak met beperkt assortiment (ski, outdoor en vrije tijd);
 De omvang wordt ingeschat op ca. 1.750 tot 3.500 m² bvo (1.500 tot 3.000 m² wvo).
- komst van een megaspeelgoedwinkel (Toys 'R' Us), indicatieve omvang 2.500 m² bvo (2.000 m² wvo);

- Bouwfonds wenst uitbreiding van beide bouwmarkten op de bestaande locatie, met gezamenlijk 3.000 m² bvo (ca. 2.500 m² wvo). Relocatie in een ruimer gebied is een andere optie. In dat geval worden waarschijnlijk meer m² wvo toegevoegd;
- ruimtelijke en stedenbouwkundige aanpak van het Runshoppingcenter in het Van Aalstweggebied. Inclusief dichtbouwen van de openingen tussen de panden langs de Provincialeweg. Bouwfonds gaat hierbij op korte termijn uit van 3.100 m² bvo. Op langere termijn maakt men een reservering van ca. 6.500 m² bvo om de open tussenruimten in het Runshoppingcenter te ontwikkelen.
- er is een vestigingsverzoek voor een kunstgalerie op het Van Aalstweggebied (ca. 700 m² bvo).

Verdeeld naar ontwikkelingslocatie hebben de plannen de volgende indicatieve omvang:

Tabel 3.1: Ontwikkelingslocaties Van Aalstweggebied tot ca. 2010

	m ² bvo	m ² wvo (ca. 85%)
Compaslocatie	10.200	8.700
Leen Bakker/Bricorama e.o.	6.000	5.100
Runshoppingcenter/Bouwfonds	6.100	5.200
Beemsterboer	1.000	850
Totaal	23.300	19.850

3.4 Conclusies per branche en initiatief

Voorgaande initiatieven zijn deels uitvoerbaar binnen het bestaande detailhandelsbeleid, zoals de branches wonen, doe-het-zelf en electro. In een enkel geval gaat het om initiatieven en functies die in het gemeentelijke detailhandelsbeleid nog niet zijn toegelaten op perifere locaties.

Samenvattend ontstaat het volgende beeld van de indicatieve uitbreidingsruimte in Hoorn afgezet tegen de initiatieven zoals die nu bekend zijn. Waar mogelijk is een verdeling naar branche aangegeven. De cijfers geven inzicht in de verhouding tussen vraag en aanbod bij realistische uitgangspunten en geven aan wat op structuurniveau globaal de speelruimte is.

Tabel 3.2: Indicatieve uitbreidingsruimte (uitgaande van huidige trekkraft)

	2005		2010		plannen*
Wonen	nihil	3.000	2.500	7.200	nb
Doe-het-zelf	4.500	5.700	5.700	7.000	2.500
Electro	nihil	450	350	900	3.500
Sport/kamperen	nihil	300	0	700	500 à 2.000
Rijwielen	100	250	250	400	nb
Speelgoed	300	450	450	600	2.000
Overig grootschalig	nvt	nvt	nvt	nvt	9.850
Totaal (afgerond)	5.000	10.000	9.000	17.000	19.850

* Uitbreidingsmeters tov bestaande situatie

In totaliteit zijn de plannen ruimer dan de benaderde marktruimte. Per branche bestaan er in enkele gevallen grotere verschillen. In de cijfers in het overzicht is nog geen rekening gehouden met het versterkende effect van de aanpak van het Van Aalstweggebied, de uitbreiding van het aanbod en de mogelijke komst van landelijk bekende trekkers.

Wordt hiermee wel rekening gehouden dan is in bepaalde branches een grotere uitbreidingsruimte te onderbouwen. Dit geldt met name in de woninginrichtingsbranche (door een grotere regionale aantrekkingskracht, ontstaat in 2010 ruimte tot ca. 10.000 m² vwo) en in de electrobranche (komst Mediamarkt).

Het is belangrijk te constateren dat een aanzienlijk deel van de gewenste uitbreiding geprojecteerd wordt in branches waar naar de toekomst toe een beperkte cijfermatige uitbreidingsruimte aanwezig is. Dit betekent dat bij toevoeging op korte termijn, rekening gehouden moet worden met een grotere concurrentie in Hoorn. Een afweging per branche ten opzichte van de gewenste detailhandelstructuur in Hoorn moet duidelijk maken of dit tot gewenste (vergroting keuzemogelijkheden en inspelen op de dynamiek) of ongewenste effecten (druk op bestaand aanbod, concurrentie tussen aankoopplaatsen) leidt.

Deze afweging en de voors- en tegens daarbij, is per branche op de volgende pagina's verwoord.

Doe-het-zelf: verder versterken

In de doe-het-zelfbranche is een zeer ruime distributieve ruimte te onderbouwen. Oorzaak is de wat achterblijvende omvang van de drie bouwmarkten en een hoge lokale en regionale koopkrachtbinding.

Versterking van het cluster bouwmarkten op het Van Aalstweggebied verdient de voorkeur. De hier gevestigde bouwmarkten moet ruimte geboden worden om uit te breiden. Naar eigentijdse begrippen beslaan grotere stads- en deels regioverzorgende bouwmarkten 4.000 tot 6.000 m² wvo.

De Karwei bouwmarkt op De Oude Veiling kan in de toekomst een meer wijk of stadsdeelverzorgende functie krijgen. Hierbij past een wat kleinere omvang dan het cluster met grootschalige bouwmarkten. Op termijn kan overwogen worden de Karwei te verplaatsen naar een andere locatie in de structuur. Dit kan samengaan met een beperkte schaalvergroting.

Aan de initiatieven voor modernisering en uitbreiding van de bouwmarkten op het Van Aalstweggebied kan medewerking worden verleend. De initiatieven versterken de doe-het-zelfstructuur en zijn positief voor het functioneren van het Van Aalstweggebied als geheel.

Woonbranche: versterken rond het Van Aalstweggebied

De cijfermatige uitbreidingsruimte in de woonbranche is met ca. 3.000 m² wvo momenteel relatief beperkt. Tot 2010 neemt deze wel aanzienlijk toe. Als hierbij rekening wordt gehouden met een gro-

tere trekkracht van het vernieuwde Van Aalstweggebied is een uitbreiding tot ca. 10.000 m² wvo in 2010 te onderbouwen.

Het Van Aalstweggebied is binnen de verzorgingsstructuur in Hoorn de aangewezen plek voor vestiging en versterking van winkels in de woninginrichtingbranche. Gezien de cijfermatige uitbreidingsruimte en om de aanbodstructuur in de woonbranche op termijn verder te versterken, moet voor een aanzienlijke versterking van het Van Aalstweggebied óók uitgegaan worden van verplaatsingen van bestaand aanbod vanuit elders in Hoorn.

Verspreid en in de binnenstad gevestigde woonwinkels komen hiervoor in aanmerking. Dit geldt ook voor verspreid en op De Factorij gevestigde keuken- en badkamer/sanitairzaken, hoewel dit in het laatste geval vanwege de kleine clustering die hier is ontstaan, niet eenvoudig zal zijn. Concentratie van deze branche versterkt de voorzieningenstructuur in Hoorn, het Van Aalstweggebied als doelgericht koopcentrum en de (boven)regionale functie van Hoorn als koopstad.

De verwachting is dat pas op langere termijn (na 2010) behoefte zal ontstaan aan aanzienlijk grotere uitbreidingen dan benaderd, bijvoorbeeld bij de ontwikkeling van de noordelijke zijde van het Van Aalstweggebied of het dichtbouwen van de ruimten van het Runshoppingcenter aan de zijde van de Provincialeweg.

Voor een succesvol functioneren van het Van Aalstweggebied moet een sterk ruimtelijk- en functioneel concept ontwikkeld worden dat ook werkelijk in staat is een hogere lokale én regionale binding te realiseren. De mogelijkheden hiervoor zijn zeker aanwezig. Een

goede situering van de detailhandelsuitbreidingen en aanhaking hiervan op het bestaande Runshoppingcenter is essentieel. Een ontwikkeling direct nabij of met een zo kort mogelijk functionele relatie met het Runshoppingcenter heeft de voorkeur,

Wordt gekozen voor een ontwikkeling met een meer gespreid woonaanbod, dan zal de huidige omzet over meer winkels gespreid worden, hetgeen leidt tot een lager omzetriveau in de woonwinkels op het Van Aalstweggebied.

Electrobranche: grotere trekkracht, mogelijk effecten

In de electrobranche bestaat enige uitbreidingsruimte. Deze neemt in de toekomst verder toe. Deze uitbreidingsruimte kan aangewend worden om de twee belangrijkste aankooplocaties verder te versterken: de binnenstad en het Van Aalstweggebied.

In de toekomst zullen in beide centra, grootschalige en gespecialiseerde aanbieders aanwezig zijn. Aan modernisering en optimalisering van winkels kan in beide centra medewerking worden verleend. De keuze voor beide centra sluit aan op het gemeentelijke detailhandelsbeleid zoals dat momenteel wordt opgesteld.

Net als rond het Van Aalstweggebied, is in de binnenstad op termijn een verdere schaalvergroting te verwachten en nodig voor perspectiefvolle winkels. Bij bestaande winkels en bijvoorbeeld rond 'De Vale Hen'. Gezien de relatief beperkte marktruimte zal in de binnenstad vooral uitgaan moeten worden van verplaatsing van bestaande winkels.

De vestiging van een electrowarenhuis zoals bijvoorbeeld Mediamarkt in de binnenstad is zeer moeilijk inpasbaar. Alleen de Vale Hen lijkt een optie, die pas op termijn beschikbaar komt. Wil men op korte termijn een dergelijke aanbieder in Hoorn vestigen dan is vestiging op het Van Aalstweggebied, binnen het huidige detailhandelsbeleid al mogelijk.

Dergelijke grootschalige en landelijk bekende trekkers zullen de lokale koopkrachtbinding en regionale koopkrachttoevoering doen toenemen. Eerder is al aangegeven dat bij de komst van een Mediamarkt vooral de regionale koopkracht aanzienlijk moet toenemen en dat lokaal rekening gehouden moet worden met het verschuiven van het koopgedrag naar het Van Aalstweggebied.

Gezien de meer beperkte cijfermatige uitbreidingsruimte moet wel rekening gehouden worden met het toenemen van de concurrentie binnen Hoorn. Aanbieders in de binnenstad én op het Van Aalstweggebied zullen hiervan de effecten ondervinden. De diversiteit in het aanbod kan hierdoor afnemen.

Positief effect van de komst van Mediamarkt is dat de aantrekkingskracht van Hoorn als geheel zal toenemen. Ook het Van Aalstweggebied zal profiteren van de grotere aantrekkingskracht. Marktpartijen geven aan dat vestiging van Mediamarkt essentieel is voor een succesvolle ontwikkeling van het Van Aalstweggebied.

Sport en kamperen: varianten afwegen

Vraag en aanbod zijn in deze branche in de huidige situatie redelijk in evenwicht. Er is momenteel echter wel wat ruimte voor versterking en op termijn neemt deze verder toe. De marge in de cijfermatige uitbreidingsruimte is in deze branche bovendien relatief groot en gevoelig voor de ontwikkeling van specifieke winkelconcepten, met bijvoorbeeld een grotere lokale en regionale trekkracht.

In Hoorn komen in principe de binnenstad, grotere wijkcentra en perifere locaties als het Van Aalstweggebied in aanmerking voor uitbreiding of vestiging van deze branche.

Sportartikelen, en met name de modegevoelige subbranches als kleding en schoeisel, worden vaak tijdens recreatief winkelen gekocht. Vooral speciaalzaken in sportkleding en -schoeisel, en grote sportzaken met een ruim assortiment in deze subbranches, zijn daarmee aanvullend op de binnenstad. Grotere en meer specialistische sport- en outdoorartikelen worden meer laagfrequent en doelgericht gekocht. Dit laatste geldt bij uitstek voor kampeerartikelen. Dit soort zaken is vaak in aanloopgebieden of op een perifere locatie gevestigd (bijvoorbeeld ook Karsten Tenten en Outdoor).

Algemene sportzaken en megasportzaken zijn aanvullend op het functioneren van binnensteden. Gezien het koopgedrag van de consument, de combinatie met andere binnenstadsfuncties en de diversiteit in de binnenstad, heeft voor vestiging van grootschalige, algemene sportzaken, waarbij een groot deel van het assortiment bestaat uit kleding en schoeisel, de binnenstad de voorkeur.

Ook hiervoor geldt echter dat grootschaliger ontwikkelingslocatie moeilijk in de binnenstad zijn te vinden. Locatie 'De Vale Hen' biedt wellicht mogelijkheden, bijvoorbeeld in combinatie met te verplaatsen sportwinkels in de binnenstad of vanuit winkelcentrum De Huesmolen. Blijkt de versterking van deze branche hier op korte termijn niet haalbaar, dan moet worden uitgeweken naar het Van Aalstweggebied. Voor en nadelen hiervan zijn:

- een onduidelijker profilering van het Van Aalstweggebied als geheel;
- spreiding van grote, recreatief bezochte winkels over de binnenstad én het Runshoppingcenter;
- op korte termijn ruimte bieden aan ontwikkelingswensen op het Van Aalstweggebied;
- vergroten van de aantrekkingskracht van dit gebied;
- verplaatsen van de reeds gevestigde sportzaak uit De Huesmolen.

Deze afweging moet in de lijn van de detailhandelsvisie gemaakt worden. Voor het Van Aalstweggebied kan wel nu reeds de mogelijkheid geboden worden voor grootschaliger winkels in boten, caravans en kampeerartikelen. Variant b van initiatiefnemer Intersport Bouchier (ski, outdoor en vrije tijd) is hier in principe in inpasbaar, omdat de modische artikelgroepen (kleding, schoeisel) meer beperkt blijven. De concurrentie met de recreatieve en modische branches in de binnenstad is dan meer beperkt.

Rijwielen: grootschalige initiatieven?

Cijfermatig bezien is er in deze branche in de huidige situatie een lichte uitbreidingsruimte te benaderen, oplopend tot ca. 400 m² wvo op termijn. De verwachting is dat in deze branche verdere schaalvergroting zal optreden en dat kleinschalig aanbod op buurt- en wijkniveau zal verdwijnen. Ook hierdoor ontstaat enige markt-ruimte.

Gezien het bezoekgedrag (laagfrequent en doelgericht) komen meerdere gebieden als vestigingslocatie in aanmerking; de binnenstad, aanloopgebieden, grotere wijkwinkelcentra en solitaire of perifeer gelegen locaties, zoals rond het Van Aalstweggebied.

Vanuit de aanbodstructuur bezien blijft de binnenstad een aantrekkelijke vestigingsplaats voor deze branche. Enerzijds vanwege de hoge bezoekersaantallen, anderzijds vanwege de gewenste diversiteit in aard en type winkels in en rond de binnenstad. Toch zullen ook in deze branche echt grootschalige concepten wellicht moeilijk inpasbaar blijken, zeker op de korte termijn.

Mocht de ontwikkeling van voldoende grootschalige initiatieven in de binnenstad of andere bestaande centra niet realiseerbaar blijken dan komen andere locaties aan de orde, zoals het Van Aalstweggebied. Deze optie komt nadrukkelijk alleen aan de orde als er sprake is van een naar aard en omvang van de winkel, onderscheidend concept. Het stellen van een minimale winkelomvang kan hiervan onderdeel uitmaken, bijvoorbeeld groter dan 1.000 of 1.500 m² wvo.

Speelgoed

Op basis van de huidige vraag- en aanbodverhouding is een redelijke uitbreiding van het aanbod te verantwoorden. In de toekomst neemt deze ruimte nog iets verder toe.

Speelgoedwinkels zijn door de aard en type van het aanbod, en het bezoekgedrag en bezoekmoment van de consument, aanvullend op het aanbod in de binnenstad en de grotere wijkcentra. Gezien de wenselijke diversiteit in de binnenstad, het recreatieve bezoek aan speelgoedwinkels en combinatiebezoek met andere winkels, gaat de voorkeur voor de vestiging van echt grootschalige speelgoedwinkels (+1.500 m² wvo), uit naar de binnenstad.

Het toestaan van een grotere speelgoedzaak buiten de binnenstad, op bijvoorbeeld het Van Aalstweggebied, heeft voor- en nadelen. In de detailhandelsnota kiest de gemeente er ook voor deze branches niet buiten de binnenstad te vestigen, behalve als in de binnenstad geen goede alternatieven beschikbaar zijn. Naar de mening van BRO, wegen de voordelen (schaalvergroting, meer divers aanbod op deze locatie, goede bereikbaarheid, lagere huren), niet op tegen de nadelen (versnippering vergelijkbaar aanbod, concurrentie met vergelijkbaar aanbod in de andere centra).

De huidige koopkrachtbinding in de speelgoed branche ligt met ca. 87% op een aanzienlijk niveau. Om de komst van een Toys 'R' Us te onderbouwen zonder effecten op het bestaand aanbod zal de lokale en regionale koopkrachtbinding moeten toenemen. Om in totaal 2.000 m² wvo rendabel te kunnen exploiteren, zal de lokale koopkrachtbinding in 2010 moeten toenemen richting 90% en de regionale koopkracht van ca. 30% naar meer ca. 60%.

Dit zijn flinke stijgingen. Verwacht mag daarom worden dat vestiging op een perifere locatie een effect heeft op onder andere de speelgoedzaken in de binnenstad en daarmee de diversiteit van de binnenstad. Voor een goed functionerend Van Aalstweggebied is de toevoeging van deze branche niet direct essentieel. De voordelen van dynamiek wegen in deze branche naar de mening van BRO niet op tegen de mogelijke effecten.

Overige initiatieven

Er is interesse van een ondernemer om op het Van Aalstweggebied een kunsthandel/galerie/kunstuitleen/lijestemakery te realiseren, grenzend aan woonwinkel Bedo. Dit soort functies, zeker bij grotere omvang, vestigen zich doorgaans in binnenstedelijke en toeristische milieus. Zij versterken daarmee de toeristische en recreatieve structuur in (binnen)steden. De synergie met andere functies is in die gebieden ook groter dan met de grootschalige functies zoals op het Van Aalstweggebied zijn gevestigd.

Bezien vanuit de aanbodstructuur in Hoorn, haar toeristisch-recreatieve kwaliteiten, de positie van en het bezoekgedrag aan de binnenstad en het grootschalige aanbod en doelgerichte bezoekgedrag aan het Van Aalstweggebied, heeft de vestiging van een dergelijk initiatief in of rond de binnenstad de voorkeur. Met de ontwikkeling van 'De Vale Hen' komt mogelijk ook een verplaatsingscarrousel op gang waardoor de gewenste ruimte vrij komt.

4. CONCLUSIE

Streven naar een complete en evenwichtige detailhandelsstructuur

Het Van Aalstweggebied heeft een sterke positie in de eigen plaats en de regio. Het themacentrum heeft de afgelopen jaren haar positie in de verzorgingsstructuur verder versterkt. Het centrum biedt een goed en afwisselend aanbod in de branches 'In en om het huis'. De woonbranche is met bijna driekwart van het winkelvloeroppervlak sterk vertegenwoordigd. Aanvulling vindt plaats door winkels in de doe-het-zelfbranche en de electrobranche.

Ruimtelijke en functioneel kent het gebied wel een aantal knelpunten. Er zijn meerdere plannen en initiatieven om deze knelpunten structureel aan te pakken. In functionele zin is er behoefte om detailhandelsruimte te voegen om ontwikkelingen mogelijk te maken. In de reeds toegestane branches, maar ook in branches die in het huidige beleid niet zijn toegestaan. Marktpartijen benadrukken dat dit noodzakelijk is voor een goed perspectief van het centrum.

Het gemeentelijke beleid wordt momenteel geactualiseerd. Een belangrijk uitgangspunt blijft de keuze voor een sterke binnenstad. Uitbreiding van het Runshoppingcenter binnen de huidige branchering is beleidsmatig mogelijk en ook gewenst.

Het gemeentelijke beleid geeft aan dat voor grootschalige initiatieven welke buiten de huidige toegestane branchering van het Runshoppingcenter vallen, zal in de eerste plaats gezocht moeten wor-

den naar locaties in of direct aansluitend op de binnenstad. Zijn deze niet voorhanden dan moet vestiging op het Runshoppingcenter goed gemotiveerd worden.

Er zal in Hoorn een evenwicht worden gevonden in het:

- inspelen op trends en vernieuwingen, onder andere de voortgaande schaalvergroting;
- in PDV én niet-PDV-branches;
- zowel in de binnenstad als daarbuiten;
- met behoud van een goede verzorgingsstructuur en concentratie van detailhandelsactiviteiten.

Er moet gezocht blijven worden naar een goede plaats voor ieder bedrijf en een duidelijke profilering van aankoopgebieden. De groei van de bevolking biedt goede kansen voor versterking van het detailhandelsaanbod, in de binnenstad én op het Runshoppingcenter.

Goede kansen voor versterking

Puur cijfermatig bezien, zijn er in diverse branches mogelijkheden voor versterking en modernisering van het aanbod. Door de geplande woningbouw nemen deze op termijn verder toe.

In totaliteit zijn de voorgestelde uitbreidingsplannen iets ruimer dan de benaderde marktruimte. Er is ook geconstateerd dat een de invulling van de plannen nu nog niet bekend is of dat de gewenste uitbreiding geprojecteerd wordt in branches waar naar de toekomst toe, een beperkte cijfermatige uitbreidingsruimte aanwezig is.

Dit betekent dat bij toevoeging op korte termijn, rekening gehouden moet worden met een grotere concurrentie in Hoorn. Een afweging per branche ten opzichte van de gewenste detailhandelsstructuur in Hoorn moet duidelijk maken of dit tot gewenste (vergroting keuzemogelijkheden en inspelen op de dynamiek) of ongewenste effecten (druk op bestaand aanbod, concurrentie tussen aankoopplaatsen) leidt.

Bij deze afweging van initiatieven wordt vooral uitgegaan van het bezoekgedrag en verwachtingspatroon van de consument en het behouden en waar mogelijk versterken van de voorzieningsstructuur, met daarin centra die elkaar versterken.

De aankoopplaatsen in Hoorn moeten voldoende onderscheidend zijn van elkaar en vooral profiteren van de eigen sterke punten. Dit biedt voldoende en goede kansen voor versterking van het Van Aalstweggebied als onderdeel van de detailhandelsstructuur in Hoorn.

Duidelijke keuzes maken

Voor een gestructureerde ontwikkeling van het Van Aalstweggebied zullen wel duidelijke keuzes gemaakt moeten worden:

1. kiezen voor het thema 'In en om huis';
2. verbreden van het thema tot 'doelgericht en vergelijkend kopen'.

Er bestaan op het Runshoppingcenter goede mogelijkheden om het concept en het programma verder te versterken rond het thema 'In en om het huis'. In feite is daarmee al sprake van een ruime bran-

chering (woninginrichting, doe-het-zelf, electro). Als tweede optie kan in het Runshoppingcenter ruimte worden geboden aan modernisering en uitbreiding van winkels rond doelgericht, laagfrequent vergelijkend kopen.

Voor en nadelen van brancheverruiming

Aan de keuze voor een eventuele brancheverbreiding voor het Van Aalstweggebied tot 'doelgericht en vergelijkend kopen' zijn voor- en nadelen verbonden.

Belangrijkste voordelen zijn:

- de mogelijkheid in te spelen op grootschalige initiatieven
- het oplossen van (schaal)problemen elders in Hoorn
- en het versterken van het gebied op korte termijn.

Voornaamste nadelen zijn:

- het ontstaan van versnipperd aanbod op meerdere locaties
- een minder duidelijke invulling van aankoopplaatsen
- het toenemen van concurrentie tussen aankoopplaatsen
- en een minder eenduidig profiel van het Runshoppingcenter.

Ruimte voor versterking 'In en om huis'

De keuze voor het thema 'In en om huis' resulteert in een voor de consument en ondernemer eenduidige invulling van aankoopplaatsen. Er ontstaat een duidelijk onderscheid naar aard, assortimenten en bezoekgedrag tussen meerdere locaties (m.n. binnenstad en Van Aalstweggebied).

Er is op het Runshoppingcenter in de huidige situatie ruimte voor versterking van de doe-het-zelfbranche en de woonbranche. In de woonbranche zijn vraag en aanbod redelijk in evenwicht, maar gezien lokale en regionale verhoudingen is een versterking mogelijk. Bij grotere uitbreidingen en na 2010, moet wel een grotere trekkracht op de lokale en regionale bevolking worden uitgeoefend, hetgeen eisen stelt aan de vorm en inhoud van de plannen die momenteel worden ontwikkeld.

Er zijn ook goede mogelijkheden de electrobranche in dit gebied te optimaliseren. De komst van Mediamarkt zal een trekker zijn voor het gebied, waarbij de invulling aansluit bij het bestaande thema en de landelijke ontwikkelingen voor brancheverruiming op perifere locaties. Wel zijn in deze branche effecten te verwachten in de binnenstad door het verder verschuiven van de omzet naar het Runshoppingcenter.

Afweging voors- en tegens van aanvullende branches

Voor de branches boten, caravans, kamperen en outdoor kunnen rond het Van Aalstweggebied goede mogelijkheden gebonden worden. Het in assortiment meer beperkte 'scenario b' van Intersport Bouchier speelt hier op in en is zondermeer inpasbaar

Met het ruimere sportconcept uit 'scenario a' is de verplaatsing van Bouchier uit De Huesmolen waarschijnlijk eenvoudiger te realiseren en zijn deelgebieden op het Van Aalstweggebied wellicht sneller te herontwikkelen. Nadeel van deze variant is wel dat het assortiment zal bestaan uit een uitgebreider, meer algemeen sportartikelenassortiment, met een grotere omvang aan kleding en schoeisel. Ge-

zien de al hoge lokale en regionale binding zullen eerder effecten merkbaar zijn in de binnenstad.

In de speelgoedbranche is een redelijke uitbreiding van het aanbod te verantwoorden. In de toekomst neemt deze ruimte nog iets verder toe. Om de komst van een Toys 'R' Us te onderbouwen, zonder effecten op het bestaand aanbod, zal de lokale en regionale koopkrachtbinding echter nog sterker moeten toenemen. Op basis van de uitgevoerde berekening mag verwacht worden dat vestiging op een perifere locatie een effect heeft op andere speelgoedzaken in de binnenstad en daarmee de diversiteit van dit winkelgebied.

Voor een goed functionerend Van Aalstweggebied is de toevoeging van deze branche naar de mening van BRO niet direct essentieel. De voordelen van dynamiek wegen in deze branche naar de mening van BRO niet op tegen de mogelijke effecten.

Voor rijwielen kan ingezet worden op zowel de binnenstad als de andere bestaande winkelgebieden. Alleen voor meer bijzondere en grootschalige winkelconcepten (>1.000 à 1.500 m² vvo) komt het van Aalstweggebied in aanmerking.

Met betrekking tot de aanvraag voor een kunstgalerie op het Van Aalstweggebied heeft de vestiging in of nabij de binnenstad de voorkeur.

Tot slot

Om het Van Aalstweggebied de komende jaren met succes verder te ontwikkelen is een aanpak op verschillende fronten noodzakelijk. De inzet zou een duidelijk herkenbaar thematisch winkelgebied moeten zijn, waarmee de sterke lokale en regionale functie verder uitgebouwd kan worden. Het gebied moet ook aan de noodzakelijke randvoorwaarden voor een succesvol functioneren voldoen. Een goede bereikbaarheid, voldoende parkeren en een prettig winkelklimaat.

In functioneel opzicht is een versterking van een aantal functies noodzakelijk (doe-het-zelf) of mogelijk (wonen, electro). De huidige sterke marktpositie en de groei van de lokale en regionale bevolking maken deze versterkingen ook haalbaar. In beide gevallen zijn er wel grenzen aan de groei.

Dit geldt ook voor de brancheverbreiding. Enerzijds biedt dit kansen om het gebied en onderdelen daarbinnen te versterken, anderzijds kan dit een effect hebben op de binnenstad of op het concept van het Runshoppingcenter zoals de consument dat verwacht.

De binnenstad krijgt, net als in het nieuwe gemeentelijke detailhandelsbeleid, de voorkeur voor versterking in meer recreatief bezochte branches. Op korte, overzienbare termijn moet de inpassing hiervan onderzocht worden en moet in het beleid en de uitvoering ook daadwerkelijk actie ondernomen om deze ontwikkelingen op gang te krijgen. Blijkt dit niet haalbaar dan is vestiging op het Van Aalstweggebied wellicht alsnog een optie.

VERANTWOORDING

1 Benadering distributieve ruimte per branche

A: WOONBRANCHE

Tabel: Omzetclaim woninginrichtingsbranche Hoorn

	m ² wvo	gemiddelde omzet per m ² wvo*	Omzetclaim (in mln.)
Meubelspeciaalzaken	9.505	€ 1.000,-	€ 9,5
Woningtextielspeciaalzaken	1.935	€ 1.488,-	€ 2,9
Gemengde zaken	14.110	€ 988,-	€ 13,9
Slaapkamerspeciaalzaken	3.520	€ 1.035,-	€ 3,6
Keuken en badkamerspeciaalzaken	6.260	€ 3.308,-	€ 20,7
Spec.zaken in parket, kurk, laminaat	875	€ 4.129,-	€ 3,6
Totaal	36.205	€ 1.500,-	€ 54,3

* EIM/HBD, Woonzaken, Branches in detail 2004 (incl. BTW).

Tabel: Confrontatie vraag en aanbod woninginrichtingsbranche Hoorn

	2005	2010
Aantal inwoners	67.900	73.000
Besteding per hoofd	€ 415,00	€ 415,00
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 28,2	€ 30,3
Koopkrachtbinding	75%	75%
Gebonden bestedingen	€ 21,1	€ 22,7
Omzetaandeel toevloeiing	60 à 63%	60 à 63%
Koopkrachttoevloeiing (mln.)	31,7 à 36,0	34,1 à 38,7
Totale omzet	€ 52,8 à 57,1	€ 56,8 à 61,4
Omzetclaim	€ 54,3	€ 54,3
Verschil	- € 1,4 à 2,8	€ 2,5 à 7,1
Distributieve ruimte (bij gem. € 988,- per m ² wvo)*	0 à 3.000	2.500 à 7.200

* gemiddelde vloerproductiviteit voor 'gemengde zaken' (incl. BTW).

B: DOE-HET-ZELFBRANCHE

Tabel: Omzetclaim doe-het-zelfbranche Hoorn

	m ² wvo	gemiddelde omzet per m ² wvo*	Omzetclaim (in mln.)
Bouwmarkten	7.825	€ 1.668,-	€ 13,1
Breedpakketzaken	215	€ 1.194,-	€ 0,3
IJzerwarenzaken	300	€ 1.720,-	€ 0,4
Verf- en behangzaken	1.310	€ 1.883,-	€ 2,5
Totaal	9.650	€ 1.688,-	€ 16,3

* EIM/HBD, Doe-het-zelf, Branches in detail 2002, geactualiseerd door BRO 2004 (incl. BTW).

Tabel: Confrontatie vraag en aanbod doe-het-zelfbranche Hoorn

	2005	2010
Aantal inwoners	67.900	73.000
Besteding per hoofd	€ 253,00	€ 253,00
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 17,2	€ 18,5
Koopkrachtbinding	98%	98%
Gebonden bestedingen	€ 16,8	€ 18,1
Omzetaandeel toevloeiing	30 à 35%	30 à 35%
Koopkrachttoevloeiing (mln.)	7,2 à 9,1	7,8 à 9,7
Totale omzet	€ 24,0 à 25,9	€ 25,9 à 27,8
Omzetclaim	€ 16,3	€ 16,3
Verschil	€ 7,8 à 9,6	€ 9,6 à 11,6
Distributieve ruimte (bij gem. € 1.668,- per m ² wvo)*	4.500 à 5.700	5.700 à 6.900

* gemiddelde vloerproductiviteit voor een bouwmarkt (incl. BTW).

C: ELECTROBRANCHE (witgoed, bruingoed, computers en electro)

Tabel: Omzetclaim electrobranche Hoorn

	m ² wvo	gemiddelde omzet per m ² wvo*	Omzetclaim (in mln.)
Bruin-, wit- en grijsgoedzaken	4.910	€ 5.500	€ 27,0
Telecomwinkels	385	€ 9.530	€ 3,7
Computerzaken	120	€ 3.760	€ 0,5
Totaal	5.415	€ 5.750	€ 31,1

* EIM/HBD, Wit, bruin- en grijsgoedzaken, Branches in detail 2004 (incl. BTW)

Tabel: Confrontatie vraag en aanbod electrobranche Hoorn

	2005	2010
Aantal inwoners	67.900	73.000
Besteding per hoofd	€ 293,00	€ 293,00
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 19,9	€ 21,4
Koopkrachtbinding	91%	91%
Gebonden bestedingen	€ 18,1	€ 19,5
Omzetaandeel toevloeiing	41 à 46%	41 à 46%
Koopkrachttoevloeiing (mln.)	12,6 à 15,4	13,5 à 16,6
Totale omzet	€ 30,7 à 33,6	€ 33,0 à 36,1
Omzetclaim	€ 31,1	€ 31,1
Verschil	- € 0,4 à 2,5	€ 1,9 à 5,0
Distributieve ruimte (bij gem. € 5.500,- per m ² wvo)*	0 tot 450	350 à 900

* gemiddelde vloerproductiviteit voor een bruin-, wit- en grijsgoedzaak (incl. BTW).

D: SPORT EN KAMPEERBRANCHE

Tabel: Omzetclaim Sport- en kampeerbranche Hoorn

	m ² wvo	gemiddelde omzet per m ² wvo*	Omzetclaim (in mln.)
Outdoor en kamperen/watersport	3.250	€ 1.250	€ 4,1
Sportzaken	2.930	€ 2.600	€ 7,6
Totaal	6.180	€ 1.890	€ 11,7

* EIM/HBD, Sport- en kampeerezaken, Branches in detail 2004 (incl. BTW). Opgesplitst naar subbranches en heringeschat door BRO.

Tabel: Confrontatie vraag en aanbod sport en kampeerbranche Hoorn

	2005	2010
Aantal inwoners	67.900	73.000
Besteding per hoofd	€ 73,00	€ 73,00
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 5,0	€ 5,3
Koopkrachtbinding	83%	83%
Gebonden bestedingen	€ 4,1	€ 4,4
Omzetaandeel toevloeiing	63 à 67%	63 à 67%
Koopkrachttoevloeiing (mln.)	7,0 à 8,4	7,5 à 9,0
Totale omzet	€ 11,1 à 12,5	€ 12,0 à 13,4
Omzetclaim	€ 11,7	€ 11,7
Verschil	- € 0,5 à 0,8	€ 0,3 à 1,7
Distributieve ruimte (bij gem. € 2.600,- per m ² wvo)*	0 tot 300	0 tot 700

* gemiddelde vloerproductiviteit voor een sportzaak (incl. BTW).

E: FIETSEN/RIJWIELEN

Tabel: Omzetclaim Fietsen/rijwielenbranche Hoorn

	m ² wvo	gemiddelde omzet per m ² wvo*	Omzetclaim (in mln.)
Rijwielzaken	2.170	€ 2.330	€ 5,1
Totaal	2.170	€ 2.330	€ 5,1

* EIM/HBD, Rijwielhandel, Branches in detail 2004 (incl. BTW).

Tabel: Confrontatie vraag en aanbod fietsen/rijwielenbranche Hoorn

	2005	2010
Aantal inwoners	67.900	73.000
Besteding per hoofd	€ 66,00	€ 66,00
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 4,5	€ 4,8
Koopkrachtbinding	91%	91%
Gebonden bestedingen	€ 4,1	€ 4,4
Omzetaandeel toevloeiing	23 à 27%	23 à 27%
Koopkrachttoevloeiing (mln.)	1,2 à 1,5	1,3 à 1,6
Totale omzet	€ 5,3 à 5,6	€ 5,7 à 6,0
Omzetclaim	€ 5,1	€ 5,1
Verschil	€ 0,2 à 0,5	€ 0,6 à 0,9
Distributieve ruimte (bij gem. € 2.330,- per m ² wvo)*	100 tot 250	250 tot 400

* gemiddelde vloerproductiviteit voor een rijwielzaak (incl. BTW).

F: SPEELGOED

Tabel: Omzetclaim Speelgoedbranche Hoorn

	m ² wvo	gemiddelde omzet per m ² wvo*	Omzetclaim (in mln.)
Speelgoed	1.430	€ 2.950	€ 4,2
Totaal	1.430	€ 2.950	€ 4,2

* EIM/HBD, Speelgoedzaken, Branches in detail 2004 (incl. BTW).

Tabel: Confrontatie vraag en aanbod speelgoedbranche Hoorn

	2005	2010
Aantal inwoners	67.900	73.000
Besteding per hoofd	€ 52,00	€ 52,00
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 3,5	€ 3,8
Koopkrachtbinding**	87%	87%
Gebonden bestedingen	€ 3,1	€ 3,3
Omzetaandeel toevloeiing**	40 à 45%	40 à 45%
Koopkrachttoevloeiing (mln.)	2,1 à 2,5	2,2 à 2,7
Totale omzet	€ 5,1 à 5,6	€ 5,5 à 6,0
Omzetclaim	€ 4,2	€ 4,2
Verschil	€ 0,9 à 1,4	€ 1,3 à 1,8
Distributieve ruimte (bij gem. € 2.950,- per m ² wvo)*	300 tot 450	450 tot 600

* gemiddelde vloerproductiviteit voor een speelgoedzaak (incl. BTW).

** voor deze branche zijn geen koopstromen bekend. BRO heeft deze ingeschat op basis van het koopstromenonderzoek SOW 2003, o.a. op basis van de branche huishoudelijke- en cadeauartikelen.