

**Branchering Van Aalstweg Hoorn:
analyse, uitgangspunten en
ontwikkelingsrichtingen**

OPGESTELD IN OPDRACHT VAN:

Gemeente Hoorn

DATUM

17 november 2008

OPGESTELD DOOR:

Decisio

VOOR INFORMATIE:

Decisio BV

Adres: Valkenburgerstraat 212
1011 ND Amsterdam
Telefoon: 020 - 67 00 562
Fax: 020 - 47 01 180
E-mail: info@decisio.nl
Website: www.decisio.nl



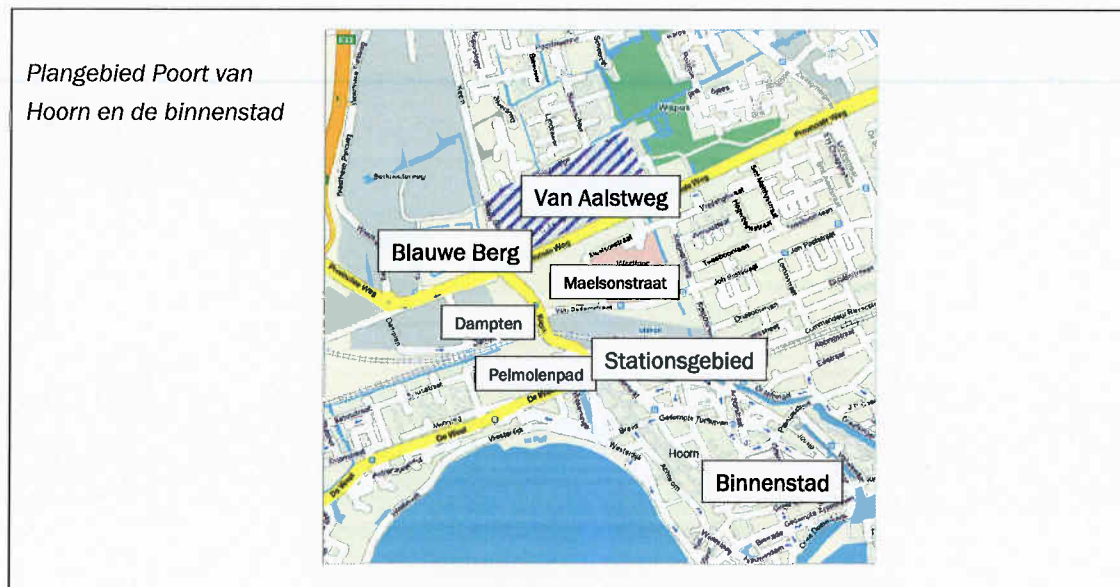
INHOUD

1 Inleiding	1
1.1 Achtergrond en doelstelling	1
1.2 Leeswijzer	2
2 Vertrekpunt: situatie anno 2008	3
2.1 Ontstaan en typering	3
2.2 Ligging, bereikbaarheid en parkeren	4
2.3 Bereik en concurrerende PDV-locaties.....	4
2.4 Zichtbaarheid.....	6
2.5 Uitstraling en functioneren	6
2.6 Leegstand	6
2.7 Plannen	6
3 Kaders	8
3.1 Huidig beleid	8
3.2 Markt.....	10
3.3 'SWOT'	14
4 Ontwikkelingsrichtingen en uitgangspunten	15
4.1 Toetsingscriteria ontwikkelingsmodellen.....	15
4.2 Uitgangspunten	16
4.3 Ontwikkelingsmodellen	16
4.4 Afweging ontwikkelingsmodellen.....	18
5 Conclusies en aanbevelingen	19
Bijlage 1. Bronnen	21
Bijlage 2. Beleid Nota Ruimte en IPO	23

1 Inleiding

1.1 Achtergrond en doelstelling

Momenteel is de gemeente Hoorn bezig met de structuurvisie voor de 'Poort van Hoorn'. Dit gebied omvat in grote lijnen het stationsgebied, de omgeving Maelsonstraat, het Van Aalstweggebied, de Blauwe Berg-Zuid, de omgeving van Dampten en Pelmolenpad en de Vale Hen.



In de voorliggende notitie wordt specifiek ingegaan op het Van Aalstweggebied, waarvoor een nieuw bestemmingsplan in voorbereiding is. Besloten is om de planontwikkeling voor het Van Aalstweggebied naar voren te halen en het beleid hiervoor te beschouwen in de context van de totale detailhandelsontwikkeling van Hoorn.

De gemeente Hoorn heeft tegen deze achtergrond aan Decisio gevraagd een beknopt onderzoek te doen naar het brancheringsbeleid voor de Van Aalstweg en hier een advies over op te stellen. Het doel van de opdracht is om een aantal uitgangspunten voor het bestemmingsplan scherp te krijgen. Hiertoe wordt eerst de huidige situatie in beeld gebracht en geanalyseerd en vervolgens twee mogelijke ontwikkelingsrichting(en) met bijbehorende bandbreedtes, binnen de kaders die het beleid en de markt stellen.

De opdracht aan Decisio is zoals gesteld beknopt van opzet; het betreft geen diepgravend distributieplanologisch onderzoek (DPO) of een onderzoek naar verkeer, fijnstof of geluidhinder.

Dit rapport is gebaseerd op diverse onderzoeken over de detailhandel in Hoorn (zie bijlage 1 voor een bronnenlijst) en gesprekken met betrokkenen binnen de gemeente Hoorn, de Ondernemersvereni-

ging RSC, Heren2, Jones Lang LaSalle, de Kamer van Koophandel Noordwest-Holland en de OSH (binnenstadsondernemers).

1.2 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt de huidige situatie van het Van Aalstweggebied beschreven: ligging, bereikbaarheid, omvang, bedrijvigheid en branches, koopstromen, kwaliteit/uitstraling, nu bekende plannen. In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op de gemeentelijke beleidsprioriteiten en de marktontwikkelingen, die kaderstellend zijn voor de mogelijke en gewenste verdere ontwikkeling van het Van Aalstweggebied. Dit hoofdstuk sluit af met een beknopte SWOT-analyse. Hoofdstuk 4 beschrijft en beoordeelt vervolgens de mogelijke ontwikkelingsrichtingen voor de Van Aalstweg. De notitie wordt afgesloten met de conclusies en aanbevelingen (hoofdstuk 5).

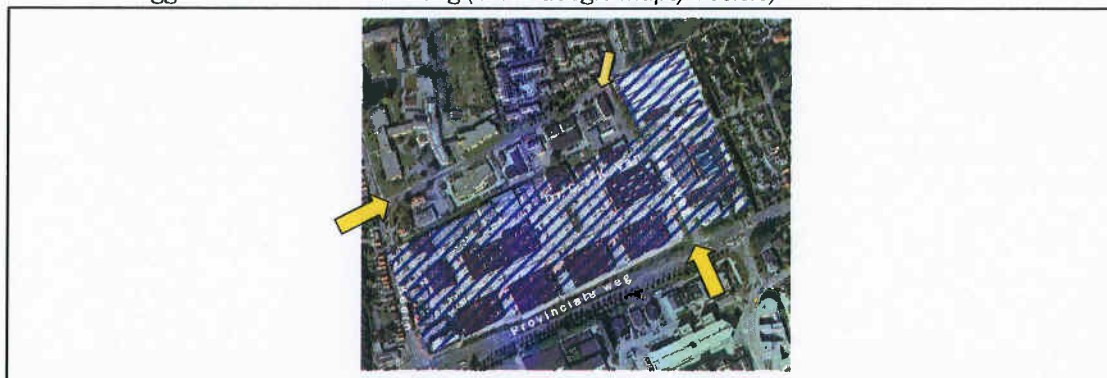
2 Vertrekpunt: situatie anno 2008

Het Van Aalstweggebied in Hoorn is een goed gelegen en bereikbare perifere detailhandelslocatie met een omvang van circa 33.000 m² verkoopvloeroppervlak. Op het terrein bevinden zich bouwmarkten, woon(gerelateerde) winkels, wit- en bruingoedzaken, garagebedrijven, een lunchroom, een fitnesscentrum en enkele niet-detailhandelsbedrijven. De kwaliteit van de openbare ruimte en van de panden op delen van het terrein laat te wensen over. Er is concrete interesse van MediaMarkt en Bouchier om zich in het gebied te vestigen.

2.1 Ontstaan en typering

Het Van Aalstweggebied was oorspronkelijk een bedrijventerrein. In de jaren negentig van de vorige eeuw is het terrein getransformeerd naar een locatie met perifere detailhandelsvestigingen (PDV). Op de Van Aalstweg - volgens het vigerende bestemmingsplan formeel nog steeds een bedrijventerrein - is via een Artikel 19-ontheffing perifere detailhandel toegestaan voor doelgerichte aankopen met een verkoopvloeroppervlakte (vvo) van meer dan 1.000 m². Op het terrein bevinden zich bouwmarkten, woon(gerelateerde) winkels (meubels, woondecoratie, keukens, badkamers, bedden), wit- en bruingoedwinkels, garagebedrijven, een lunchroom, een fitnesscentrum en tot voor kort een binnenspeel-tuin¹. Daarnaast is een aantal niet-detailhandelsbedrijven op het terrein gevestigd. Het assortiment van de meeste winkels bevindt zich in het midden- of lagere segment. Met in totaal circa 33.000 m² verkoopvloeroppervlak (vvo) behoort de Van Aalstweg tot de middelgrote PDV-locaties van Nederland. Van het totale vvo is 30.240 m² doelgericht assortiment en tot voor kort 2.460 m² recreatief². De gemiddelde omvang van de vestigingen is om en nabij 1.500 m² vvo. Om het van Aalstweggebied als detailhandelslocatie te versterken is een grotere omvang gewenst. In het algemeen wordt een minimale omvang van 40 á 50.000 m² aangehouden als kritische massa voor een perifere locatie om succesvol te kunnen zijn.

Van Aalstweggebied Hoorn en ontsluiting (bron: Google Maps/Decisio)



¹ Dit betreft Hokus Spokus, dat sinds 5 november 2008 is gesloten en in februari 2009 verhuist naar een deel van het voormalig Kartingcentrum in Hoorn.

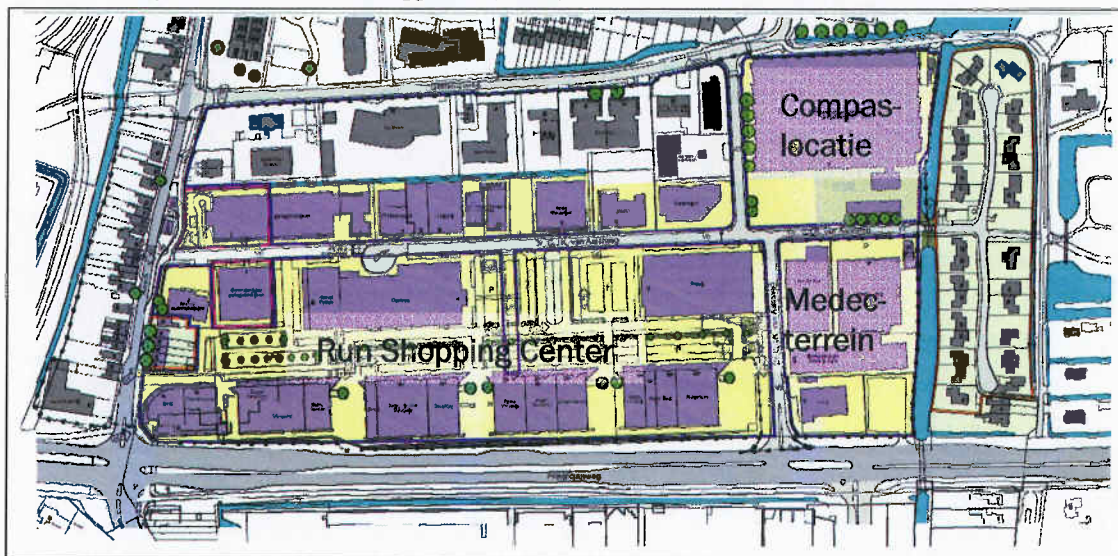
² Bron: I&O Research, West-Friesland; Regionale detailhandelsvisie 2008. Enschede, april 2008.

2.2 Ligging, bereikbaarheid en parkeren

Het Van Aalstweggebied is gelegen aan de Provinciale weg, de invalsweg van Hoorn vanaf de A7. De afstand tot het station en de binnenstad is met 5 minuten lopen (gerekend vanaf de hoek Keern- Provinciale weg) niet groot, waarmee het eigenlijk geen echte *perifere* locatie is. De autobereikbaarheid van het Van Aalstweggebied is voor bezoekers uit zowel Hoorn als de regio goed. Ook is het parkeren bij vrijwel alle winkels (ruime parkeergelegenheid voor de deur) goed geregeld. Uitzondering hierop vormt de BCC, waarvoor een stukje te voet moet worden afgelegd. De BCC wil momenteel een meer centrale plek op het terrein.

Het terrein kan met de auto worden bereikt via de Geldelozeweg en de Provincialeweg. Er zijn plannen om het Keern-Noord voor auto's af te sluiten, waarmee op piekmomenten de druk op de ontsluiting via de Provinciale weg zal toenemen. De besluitvorming hierover zal begin 2009 plaatsvinden.

Kaart: Huidige situatie Van Aalstweggebied (2008)



2.3 Bereik en concurrerende PDV-locaties

De Van Aalstweg heeft een sterke regionale functie. 42 Procent van de niet-dagelijkse aankopen in West-Friesland worden bij de winkels in het Van Aalstweggebied gedaan. Voor Hoorn is deze koopkrachtbinding zelfs 59 procent.

De Van Aalstweg is de enige compacte PDV-locatie van substantiële omvang in West-Friesland. In Stede Broec bevindt zich wel de zogeheten Woon- en Autostraat, maar deze is beperkter in omvang (9.000 m² vvo) en de winkels hier zijn meer verspreid, zodat niet kan worden gesproken van een compacte locatie. De gemeente Stede Broec ziet voor dit gebied vooral een verdere ontwikkeling van de autobranche en niet voor meer woonwinkels. Daarnaast heeft de gemeente Opmeer aangegeven meer perifere detailhandel te willen ontwikkelen en is er in de regio een versnipperd aanbod aan grootschalige al dan niet perifere detailhandelsvestigingen, zoals Intersport Hoorn in de Huesmolen, de Karwei (Oude Veiling) en Karsten Tenten en Outdoor (Factory) in Hoorn; Theo Bot in Zwaag; Kar-

sten slaapcomfort en Baderie Breman Reus (Blokker). Buiten West-Friesland kunnen Overstad in Alkmaar en de Woonstrip in Heerhugowaard als concurrenten worden beschouwd en in de toekomst de Kop van West in Purmerend.

Impressiefoto's Van Aalstweggebied



2.4 Zichtbaarheid

Vanaf de Provinciale weg zijn de namen van de woonwinkels op de gevels te zien, waarbij met name vanuit het (zuid)westen de BCC een blikvanger is. Desondanks maakt het gebied mede door de massieve, gesloten bebouwing langs de Provinciale weg geen uitnodigende indruk. Veel mensen die niet bekend zijn in Hoorn, zullen er derhalve makkelijk voorbij rijden.

2.5 Uitstraling en functioneren

De uitstraling van het gebied ten noorden en ten oosten van de Van Aalstweg laat te wensen over. Het Run Shopping Center (RSC) heeft mede door de recente opknapbeurt een betere kwaliteit van de openbare ruimte. Ook de panden zien er hier beter uit. Ondanks de (collectieve) beveiliging was er vooral in de avonduren overlast van hangjongeren en worden er ruiten ingegooid. Recent is het toezicht geïntensiveerd en zijn de problemen afgenomen.

Ondernemers in het RSC geven aan in het afgelopen jaar een omzetsdaling van 10 procent te hebben, en dat het aantal bezoekers met 15 procent per jaar is afgenomen in de laatste twee jaar. Dit heeft deels te maken met de afzwakkende conjunctuur en de daarmee samenhangende afnemende consumentenbestedingen, maar landelijk is de omzetontwikkeling minder negatief. Desondanks is er weinig leegstand, is het aantal mutaties gering en is er vanuit diverse kanten belangstelling uit de markt om zich op het terrein te vestigen.

2.6 Leegstand

De huidige leegstand is niet groot. Hokus Spokus is recent leeg gekomen (1.600 m² bvo), op de eerste verdieping boven Kvik staat 750 m² bvo leeg. Bedo Meubelen komt leeg (2.200 m² bvo) en na verplaatsing van LeenBakker naar de Compaslocatie komt er 3.000 m² vrij. De geluiden over een mogelijk dreigende verdere toename van de leegstand lopen uiteen. Enkele jaren geleden werd in een brief aan de gemeente Hoorn van de toenmalige eigenaar van het RSC gesproken over een dreigende leegstand van 9.000 m², maar dit is - vooralsnog - niet uitgekomen.

2.7 Plannen

Er loopt momenteel een Artikel 19-procedure voor de vestiging op de Compaslocatie van een MediaMarkt (4.400 m²) en de verplaatsing van LeenBakker (3.000m²) daar naartoe (vanaf het Medec terrein). Daarnaast wil Bouchier zich op de Van Aalstweg vestigen met een winkel van 2.500 á 3.500 m² vvo voor sport- en aanverwante artikelen, waaronder sportmode. Ook een kunstwinkel/galerie/lijstenmaker, die nu in het centrum van Hoorn is gevestigd, heeft te kennengegeven naar de Van Aalstweg te willen verhuizen, maar heeft dit (nog) niet gedaan.

Daarnaast is Heren2 bezig in opdracht van de eigenaar (Rockspring) een ontwikkelingsvisie op te stellen voor het Run Shopping Center. Het gaat hierbij om een revitalisering van het gebied en het dichtbouwen van de open ruimtes tussen de panden aan de Provinciale weg. Daarnaast is een ande-

re ontsluiting van het RSC en uitbreiding van de Praxis en de Gamma voorzien. Heren2 is voor de opvulling van de nieuwe ruimten in contact met diverse potentiële huurders, waarvan een deel van de activiteiten binnen de huidige branches past en een deel ook andere branches betreft. Het onderzoeksbureau Seinpost heeft in opdracht van Heren2 onderzocht dat er momenteel marktruimte is voor 7.000 m² in het Van Aalstweggebied, binnen een brede branchering. Heren2 gaat in haar plannen uit van winkels met een minimale oppervlakte van 1.000 m². Daarnaast onderscheiden ze ook kleinere units voor ondersteunende functies, zoals horeca, een kapper en een hakkenbar. Voorts zijn er ideeën om het bevoorradend en het bezoekersverkeer te scheiden en ontstaan er mogelijkheden om het Medec-terrein, waar de LeenBakker nu is gevestigd, te herontwikkelen na verplaatsing van de LeenBakker naar de Compaslocatie.

3 Kaders

3.1 Huidig beleid

Het detailhandelsbeleid van zowel het rijk als de provincie is gericht op instandhouding van de detailhandelsstructuur in binnensteden en wijken. De invulling en uitvoering van dat beleid wordt aan de regio's en de gemeenten overgelaten. De provincie laat het onderscheid tussen PDV en GDV los en spreekt alleen nog over 'perifere locaties', die levensvatbaar moeten zijn en specifiek zijn bedoeld voor doelgerichte, niet-dagelijkse aankopen. Het aanbod op de perifere locaties moet complementair zijn aan dat in de binnensteden. Voor ontwikkelingen met een bovenlokale, regionale impact is het de bedoeling dat advies wordt ingewonnen bij op te richten regionale winkelplanningscommissies. Het beleid van de gemeente Hoorn sluit hier goed bij aan: versterking binnenstad en de bestemming van de Van Aalstweg als opvanglocatie voor grootschalige ontwikkelingen waar in de binnenstad geen ruimte voor is. Daarnaast streeft Hoorn naar versterking van haar positie als centrumstad in West-Friesland.

3.1.1 Rijks- en provinciaal beleid

Rijk

In de *Nota Ruimte* (februari 2006) heeft het rijk de verantwoordelijkheid en uitwerking van het detailhandelsbeleid bij de provincies en gemeenten neergelegd om 'regionaal beleid op maat' te realiseren (zie ook bijlage 2).

Provincie Noord-Holland (onder voorbehoud/embargo)

De provincie Noord-Holland is van plan om het oude PDV-beleid met zijn branchebeperkingen los te laten. Er zal geen onderscheid meer worden gemaakt tussen perifere en grootschalige detailhandel (PDV en GDV). In plaats daarvan zal worden gesproken over 'perifere locaties'. Het formuleren en handhaven van toegestane branches en minimale omvang van vestigingen wordt gezien als een verantwoordelijkheid van de lokale overheid, in samenspraak met de regio. In de visie van de provincie moet de perifere locatie een levensvatbaar gebied zijn voor specifieke doelgerichte aankopen met een lagere bezoekfrequentie dan een locatie voor dagelijkse boodschappen. Andere opvattingen van de provincie Noord-Holland zijn³:

- perifere locaties moeten in hoofdzaak grootschalige winkelformules accommoderen. Kleinschaliger aanbod past in principe beter in centrumgebieden waar het dominante koopmotief recreatief winkelen is, of in buurt- en wijkcentra. Schaalvergroting moet ook in centrumgebieden kunnen plaatsvinden, zelfs bijvoorkeur, maar dat is in vele historische binnensteden niet altijd een realistische optie - zoals bijvoorbeeld in Hoorn het geval is;
- perifere locaties voorzien in principe in een regionale behoefte;

³ Bron: *Concept-Detailhandels- en leisurevisie Noord-Holland* (oktober 2008). Dit betreft een ambtelijk stuk dat in november 2008 naar GS en PS gaat. Wijzigingen derhalve voorbehouden en er geldt een embargo.

- het aanbod van perifere locaties moet complementair zijn aan dat van de bestaande binnenstedelijke winkelgebieden. Winkels die heel goed inpasbaar zijn in de bestaande winkelgebieden, horen in principe niet thuis op perifere locaties. De perifere locaties mogen niet tot ontwrichting van de bestaande structuur leiden.

Het beleid van de provincie Noord-Holland is inhoudelijk grotendeels in lijn met dat van het Interprovinciaal Overleg (IPO) (zie bijlage 2). De invulling en uitvoering van het beleid wil de provincie aan de gemeenten en regio's overlaten.

3.1.2 West-Friesland

In 2008 heeft de regio West-Friesland een regionale detailhandelsvisie opgesteld. Hierin wordt een aantal beleidskeuzes gemaakt die in grote lijnen regionaal worden gedragen:

- recreatief winkelen vindt plaats in de historische hoofdcentra, waar met modisch aanbod, in combinatie met een historische setting en leisurevoorzieningen wordt ingespeeld op het kijken, vergelijken en verblijven;
- bij binnenstedelijke herontwikkeling wordt aandacht besteed aan grootschalige winkelformules van 600 tot 1.000 m²;
- doelgerichte aankopen vinden plaats in ruimtelijk geconcentreerde en herkenbare winkelgebieden. Er is mede op aandringen van de gemeente Hoorn afgesproken dat er naast de Van Aalstweg in West-Friesland geen ruimte is voor een tweede grootschalig cluster met hetzelfde profiel. Om aantrekkelijk te blijven zijn voor de Van Aalstweg volgens deze visie de uitstraling en omvang een aandachtspunt;
- nieuwe grootschalige ontwikkelingen (>1.500 m²) dienen aan te sluiten bij bestaande concentraties.

De regio is van plan een regionale Commissie voor Winkelplanning oprichten. Nieuwe initiatieven (en uitbreidingen >1.000m²) met gemeenteeverschrijdende effecten moeten worden getoetst door deze commissie.

3.1.3 Beleid gemeente Hoorn

In de *Structuurvisie Buitenstad* (2001) geeft de gemeente Hoorn aan de bewoners een zo breed mogelijk pakket aan detailhandelsvoorzieningen te willen bieden, de positie van Hoorn als regionaal koopcentrum te willen versterken en de dynamiek in de detailhandel te willen bevorderen. Men kiest hierbij voor schaalvergroting en verruiming van de PDV-branches (zoals met electro op de Van Aalstweg is gebeurd), maar dat mag nadrukkelijk niet ten koste gaan van het functioneren van de binnenstad en het voorzieningenniveau in de wijken en buurten.

In 2005 heeft de gemeente een detailhandelsvisie laten opstellen⁴. Hierin is het versterken van de binnenstad het hoofddoel, met daarnaast toekomstgerichte wijk- en buurtwinkelcentra. Het Van Aalstweggebied is een 'opvanglocatie' waar grootschalige ontwikkelingen geclusterd worden waar-

4 WPM (2005), *Gemeente Hoorn - Visie op de winkelstructuur; Verbinding tussen kwaliteiten*.

voor binnen de bestaande detailhandelstructuur onvoldoende ruimte is of waar een vestiging niet haalbaar of wenselijk is. Het mag alleen zoals al eerder gesteld niet ten koste gaan van de bestaande detailhandelstructuur. Ook gelden er stringente eisen met regulering op brancheniveau:

Branchering Van Aalstweggebied 2005

Via Artikel 19-procedures is/wordt voor de Van Aalstweg ontheffing verleend voor:

- bruin- en witgoed, electro;
- tuincentra, doe het zelf, wonen;
- tweede handspartijen, dump, natuursteen (> 1.000 m²);
- automotive;
- horeca (ondersteunend).

Onder voorwaarden van een toets op 'ruimtelijke criteria' zijn in onderstaande categorieën vestigingen van meer dan 1.000 m² toegestaan. Dagelijkse goederen, zowel food als non-food, en mode zijn niet toegestaan:

- sport, spel, kamperen;
- hobby;
- auto- en fietsaccessoires;
- overig plant en dier.

Mogelijke thema's voor de uitbreiding zijn naast de huidige toegestane branches:

- branches passend bij het thema 'in en om het huis';
- doelgericht/bezoekersextensief karakter;
- volumineuze meeneemartikelen;
- verplaatsende vestigingen vanaf knelpuntlocaties en/of vanwege opschaling of onvoldoende functioneren in het huidige gebied.

3.2 Markt

De detailhandelsstructuur in Nederland verandert voortdurend als gevolg van trends als schaalvergroting, hogere eisen aan gemak en kwaliteit, branchevervaging en internetverkoop. De markt speelt hier op in onder meer door nieuwe concepten te ontwikkelen en grote, goed bereikbare perifere detailhandelslocaties te realiseren met een diep en breed aanbod aan artikelen op het gebied van vrije tijd en in en om het huis. De distributieve ruimte in Hoorn en West-Friesland verschilt per branche. In de woninginrichting en doe het zelf is meer ruimte dan in de sport, speelgoed, electro en rijwielen. De concurrentie voor de Van Aalstweg neemt snel toe door ontwikkelingen in Alkmaar, Purmerend en Heerhugowaard.

3.2.1 Trends

De detailhandel in Nederland is continu in verandering, waarbij de wensen van de steeds kritischer en mobieler consument bepalend zijn. De gestelde eisen zijn afhankelijk van het koopmotief. Voor de gerichte niet-dagelijkse aankopen, waar het bij de Van Aalstweg om gaat, zijn bereikbaarheid, en

voldoende parkeergelegenheid cruciaal. De sector speelt in op het veranderende consumentengedrag. Belangrijke trends zijn⁵:

- *schaalvergroting winkels en gebieden én specialisatie/schaalverkleining*. Behalve grootschalige supermarkten, bouwmarkten, meubelzaken en tuincentra, komen formules met een compleet assortiment steeds vaker voor. MediaMarkt, Toys R Us en de superstores van Halfords en Intersport zijn hiervan bekende voorbeelden. Ook winkelgebieden als geheel nemen in omvang toe. De consument wenst ruime keuzemogelijkheden, waarvoor kritische massa en een breed en divers aanbod nodig is. Dit speelt ook voor de gerichte aankopen in de themacentra. De succesvolle woonboulevards groeien door naar 50.000 m² of meer, terwijl de boulevards onder de 20.000 m² problemen hebben om te overleven. Ook de binnensteden moeten veel en bijzondere winkels bieden om de consument tot een bezoek te verleiden. Net als met de meeste trends, staat tegenover de schaalvergroting een tegenbeweging van schaalverkleining en specialisatie. De Mèlangerie (koffie en thee) is een Hoorns voorbeeld, kleinschalige, gespecialiseerde winkels met meerdere vestigingen zijn Kaldi en Simon Lévelt (beiden koffie en thee), Oil&Vinegar en Barrique (wijn, likeur, olie en azijn);
- *branchevervaging*. Drogisterijketens ontwikkelen zich tot kleine warenhuizen, bouwmarkten verkopen fietsen, TV's en drumstellen, bij tuincentra is bijna het hele assortiment huishoudelijke artikelen te vinden en wordt zelfs kleding verkocht. Daarnaast is het onderscheid tussen kleding bij sportwinkels en bij modewinkels onscherp. De modezaken verkopen sportieve kleding, terwijl bij de sportzaken ook 'casual kleding' en 'streetwear' te vinden zijn. Het wordt kortom steeds moeilijker om branches te definiëren en af te bakenen;
- *toename verwevenheid detailhandel en leisure*. Bij een dagje winkelen hoort vermaak en entertainment. Het combinatiebezoek tussen detailhandel en leisure moet echter niet worden overschat. Het combineren van een middagje winkelen met een bezoek aan bioscoop of museum gebeurt niet vaak. De combinatie met horeca, zoals een lunchroom, komt wel regelmatig voor. Omgekeerd zijn bij leisurecentra ook vormen van detailhandel te vinden. Voorbeelden hiervan zijn de winkeltjes met wintersportspullen in overdekte skihallen, de golfwinkel bij de golfbaan en de shop met schaatsspullen op de ijsbaan;
- *nieuwe detailhandelsconcepten*. Het 'factory outlet center' is hiervan een voorbeeld. De outlet centers in Roermond en Lelystad trekken ongeveer twee miljoen bezoekers per jaar, waarmee ze in de top vijf van Nederlandse dagattracties staan;
- *detailhandel op locaties met veel passanten*. De afgelopen jaren zijn steeds meer winkels gekomen op plaatsen waar veel passanten komen, de zogeheten trafficlocaties. Voorbeelden hiervan zijn benzinstations, NS-stations en ziekenhuizen. Deze kleinschalige winkels zijn afgestemd op het motief van de passant en bieden over het algemeen een assortiment aan dag- en weekbladen, voedsel, snoep en tabak;
- *internetverkoop*. Het aanschaffen van goederen via internet wint terrein. De omzet van online aankopen neemt snel toe. In 2006 werd nog 2,8 miljard euro online besteed, in 2007 is dat 3,9 miljard euro, een toename van 38 procent. Er is hierbij een ontwikkeling zichtbaar dat internet-

⁵ Zie ook: Goudappel Coffeng/Decisio, *Bijlagen Bouwsteen detailhandels- en leisurevisie Noord-Holland*. Deventer/ Amsterdam, april 2008

winkels afhaalpunten neerzetten op bedrijventerreinen. Deze afhaalpunten ontwikkelen zich in voorkomende gevallen in de richting van reguliere winkels en vormen zo op 'goedkope meters' concurrentie voor de bestaande winkels in de bestaande winkelgebieden. De gemeente Hoorn heeft in dit kader in haar reactie op de regionale detailhandelsvisie voor West-Friesland aangegeven dat detailhandel op bedrijventerreinen niet verder mag worden toegestaan dan nu gebeurt.

3.2.2 Markt- of distributieve ruimte

De marktruimte wordt bepaald door factoren aan de vraagzijde zoals de ontwikkeling van de bevolking (de verwachting is dat de regionale bevolking tot 2030 met circa 10 procent zal toenemen), de koopkrachtontwikkeling, en veranderingen in koopstromen en lifestyle en daarmee samenhangend koopgedrag. Aan de aanbodzijde is van belang welk concurrerend aanbod er nu is en kan worden verwacht. Onderzoeken in de afgelopen jaren geven verschillende cijfers over de marktruimte in de verschillende branches:

- In 2004 heeft BRO de distributieve ruimte in de verschillende branches onderzocht⁶:
 - **woninginrichting**: in 2004 in evenwicht, op termijn (2013) ruimte voor 3.300 á 6.500 m²;
 - **doe het zelf**: ruimte 6.600 á 7.800 m² (2013);
 - **electro en sport**: zie volgende bullets;
 - **rijwielen**: marktruimte beperkt: 250 á 400 m² (2013);
 - **speelgoed**: marktruimte beperkt: 450 á 600 m² (2013).
- **Electro**. In een onderzoek naar de effecten van een mogelijke vestiging van een MediaMarkt op de winkelstructuur uit maart 2006⁷ blijkt dat vooral de binnenstad hiervan de gevolgen zal ondervinden, en dan in het bijzonder de kleinschalige en verouderde electrowinkels hier. Er zal echter volgens het onderzoek geen sprake zijn van aantasting van de verzorgingsstructuur. De uitbreidingsruimte voor de electrobranche in Hoorn wordt door BRO geraamd op 1.500 á 2.200 m² in 2015. Er werd voor dat onderzoek uitgegaan van 3.000 m². Bij een vvo van 4.400 m² voor de MediaMarkt waar nu sprake van is, zal er zeker geen uitbreidingsruimte meer zijn voor de electromarkt in Hoorn, ondanks dat de Media Markt zal zorgen voor een toename van de lokale en regionale koopkrachtbinding in de electrobranche.
- **Sport**. Het distributie-planologisch onderzoek over de mogelijke vestiging van de Bouchier Sport Megastore is niet eenduidig. Enerzijds wordt gesteld dat er "rekentechnisch niet of nauwelijks uitbreidingsruimte aan te geven is. De toevoeging van minimaal 2.000 m² sport in de vorm van een mega-sportzaak zal een grote druk op de markt leggen, en waarschijnlijk resulteren in de sluiting van een of meer nu aanwezige sportzaken."⁸ Met name worden hier Karsten en Intersport Huesmolen genoemd. Ook zal er versraling optreden van het sportaanbod in het centrum. Anderzijds stelt het onderzoeksbureau dat de vestiging zal bijdragen aan de versterking van het Hoornse winkelapparaat en van de Van Aalstweg, en zal zorgen voor een grotere leven-

⁶ BRO (2004), *Quick scan uitbreidings- en ontwikkelingsmogelijkheden Run Shoppingcenter*.

⁷ BRO (2006), *Gemeente Hoorn - Distributie-planologisch onderzoek Electrobranche*.

⁸ BRO (2007), *DPO Bouchier Sport Megastore*, p. 20.

digheid in het gebied. Hoorn en de Van Aalstweg zullen hierdoor beter kunnen wedijveren met concurrenten als Alkmaar, Purmerend en Heerhugowaard.

3.2.3 Aanbod

Hoorn

De plannen voor detailhandel voor de Vale Hen zijn in de ijskast gezet. Dit betekent dat er alleen in de directe omgeving van het station mogelijk een toevoeging komt van het detailhandelsaanbod in de Hoornse binnenstad. In het kader van de *Assist Taskforce Ruimtewinst* is naar dit aspect gekeken (zie kader). Met name is er behoefte aan middelgrote vestigingen van 600 á 1.000 m² van trekkers als H&M en Zara. De marktruimte voor toevoeging van detailhandel in de binnenstad⁹ wordt geraamd op 5 á 6.000 m². De ontwikkeling van de Vale Hen zal worden gezien in het kader van de ontwikkeling van het stationsgebied. Het gaat dan om detailhandel en voorzieningen die sowieso niet op de Van Aalstweg horen, zoals het genoemde modische segment, een supermarkt en een bibliotheek.

Passage 'Assist TFR Hoorn'

De binnenstad van Hoorn heeft een redelijk sterke positie op het gebied van recreatief winkelen en als plek om te verblijven. Ook toeristen weten Hoorn goed te vinden. De detailhandelspositie staat wel onder druk, zoals blijkt uit de afgenomen regionale oriëntatie. Dit komt door de matige autobereikbaarheid en parkeervoorzieningen en door toename van aanbod elders. Een andere factor hierin is dat bepaalde formules en trekkers ontbreken - uiteraard zijn er trekkers in de binnenstad, maar het hele scala is niet compleet. Dit is mede het gevolg van de situatie dat in de binnenstad van Hoorn detailhandelsvestigingen op de begane maximaal 600 m² vvo mogen beslaan volgens het bestemmingsplan. Uitbreiding moet op de eerste verdieping worden gevonden. Op de Vale Hen zouden wel grotere formules terecht moeten kunnen. Op de Van Aalstweg, formeel nog steeds een bedrijventerrein, is via een artikel-19-ontheffing perifere detailhandel toegestaan voor doelgerichte aankopen met een verkoopvloeroppervlakte van meer dan 1.000 m². De gemeente Hoorn heeft daarmee een probleem om winkels met een oppervlakte van tussen 600 en 1.000 m² een plek in het kerngebied te geven, juist een 'in opkomst zijnde' winkelomvang.

De gemeente heeft in 2007 contact gehad met een modeketen die een belangrijke trekker is voor andere binnensteden, maar die zou zich alleen in de Hoornse binnenstad kunnen vestigen als een aantal panden bij elkaar zouden worden gevoegd. Dit zou het aanzicht van de winkelstraten aantasten. De Hoornse binnenstad is op zich redelijk groot, maar heeft een kleinschalige (lage nokhoogtes, smalle straten) en historische uitstraling. De desbetreffende firma stelt zeer specifieke eisen ten aanzien van locatie en andere winkels in de nabijheid, met als gevolg dat de Vale Hen niet in aanmerking komt en zeer waarschijnlijk een locatie in de nabijheid van het station evenmin. Toch moet in de plannen voor het stationsgebied worden gekeken of er op het stationsplein (bijvoorbeeld ter hoogte van de Connexion-werkplaats) een invulling kan komen met winkels van 600-1.000 m². Indien dit sterke trekkers zijn kan daardoor een nieuwe looproute ontstaan.

Bron: Decisio (2008)

⁹ Het betreft de gehele binnenstad, inclusief de Vale Hen.

Relevante ontwikkelingsplannen buiten West-Friesland

In *Alkmaar* zijn plannen (hard) voor een toevoeging van 38.500 m² op Overstad. Dit betreft vooral perifere detailhandel. In *Heerhugowaard* zijn ontwikkelingsplannen op Westpoort (38.000 m² zacht, GDV en leisure). In *Purmerend* zijn plannen voor de realisatie van 24.000 m² PDV/GDV-voorzieningen op de Kop van West. Hiervan betreft 10.000 m² nieuwe vestigingen en 14.000m² verplaatsing van zaken die elders ruimtelijk klem zitten.

3.3 'SWOT'

In onderstaand schema is een overzicht gegeven van de belangrijkste sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen van/voor de Van Aalstweg.

SWOT Van Aalstweggebied

<p style="text-align: center;">Sterk</p> <p>Ligging, bereikbaarheid, parkeren Grootschalig, doelgericht aanbod 'in en om het huis' Organisatiegraad Regionale functie en bekendheid Ruime opzet Belangstelling uit de markt</p>	<p style="text-align: center;">Zwak</p> <p>Geslotenheid naar Provinciale weg Weinig eenduidige profilering winkels en openbare ruimte Geen herkenbare entree Beperkt onderscheidend vermogen Uitstraling openbare ruimte en panden, m.n. noordelijk en oostelijk deel</p>
<p style="text-align: center;">Kans</p> <p>Uitbreiding vvo (kritische massa) Vestiging trekkers als MediaMarkt en detailhandel op het gebied van sport / leisure Verbreding en verdieping aanbod thema in en om het huis Versterking relatie binnenstad</p>	<p style="text-align: center;">Bedreiging</p> <p>Achterblijven kwaliteitsslag/doorzetting negatieve spiraal (verloedering, leegstand) (Toenemend) overaanbod aan woonboulevards Opkomst (stand alone) grootschalige en/of perifere detailhandel</p>

4 Ontwikkelingsrichtingen en uitgangspunten

4.1 Toetsingscriteria ontwikkelingsmodellen

De toekomstige branchematige ontwikkeling van de Van Aalstweg moet worden beoordeeld aan de hand van een aantal criteria. Hierbij moet worden bedacht dat de markt 'het moet doen', de overheid kan hooguit stimuleren, faciliteren en via onder meer het bestemmingsplan beleidsmatige randvoorwaarden stellen.

De beoordelingscriteria zijn grotendeels gebaseerd op de beleidsdoelen van rijk, provincie, regio en de gemeente Hoorn, zoals beschreven in het vorige hoofdstuk. Zo is een belangrijk criterium dat de voorzieningen- en detailhandelsstructuur niet mag worden ontwricht. Dat een of enkele bedrijven concurrentie krijgen van een ontwikkeling is geen legitimatie voor overheidsingrijpen. Daarnaast gaat het erom beleid te hanteren dat aansluit bij de dynamiek van de markt en om aspecten als duurzaamheid, intensief ruimtegebruik en leefbaarheid. Als bijvoorbeeld met een verdere concentratie op de Van Aalstweg van grootschalige detailhandelsvestigingen in het doelgerichte, niet-dagelijkse segment de ontwikkeling van *stand alone*-vestigingen in het West-Friese buitengebied wordt afgeremd, moet dat worden beschouwd als een maatschappelijk gewenste ontwikkeling.

Op basis van deze overwegingen komen wij tot de volgende toetsingscriteria voor het bepalen en beoordelen van de gewenste branchematige ontwikkeling van het Van Aalstweggebied:

- **versterking positie en perspectief Van Aalstweggebied als 'perifere locatie'**: getalsmatige uitbreiding en een verdieping en verbreding van het aanbod zal de concurrentiepositie van de Van Aalstweg versterken;
- **behoud/versterking positie binnenstad, voorzieningenniveau wijken en (fijnmazige) detailhandelsstructuur Hoorn**. Een verdere brancheverruiming in bepaalde marktsegmenten, zoals die van de recreatieve en/of dagelijkse goederen, zal de positie van de detailhandel in de binnenstad en de wijken aantasten. De discussie over mogelijke verruiming spitst zich dan ook alleen toe op branches in het doelgerichte, niet-dagelijkse segment;
- **aansluiting bij ontwikkelingen in de markt**. Om de Van Aalstweg op termijn perspectief te laten behouden, zal moeten worden aangesloten bij trends en ontwikkelingen in de markt. Schaalvergroting, en het toenemend belang van kritische massa, een breed en diep aanbod en aantrekkelijkheid van gebieden zijn aspecten waarop moet worden ingespeeld om het hoofd te kunnen bieden aan de toenemende concurrentie van perifere locaties elders;
- **versterking centrumpositie Hoorn en lokale economie**. Versterking van de Van Aalstweg en een daarmee gepaard gaande vergroting van de koopkrachttoevloeiing uit de regio, betekent een versterking van Hoorn als centrumstad van West-Friesland;
- **juridisch-planologische houd- en haalbaarheid, precedentwerking**. Het brancheringsbeleid moet wel juridisch-planologisch haalbaar en handhaafbaar zijn en er moet geen precedentwerking van uitgaan waardoor ongewenste ontwikkelingen niet tegengehouden kunnen worden;
- **marktruimte**. Hoewel dit eigenlijk een zaak van de markt is, moeten ontwikkelingen in een segment met weinig distributieve ruimte als ongewenst worden beschouwd vanwege de mogelijke

risico's op verschraling van het aanbod, aantasting van de fijnmazige structuur en het voorzieningenniveau, en leegstand.

4.2 Uitgangspunten

Bij de branchestrategie voor de Van Aalstweg worden de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- gezien de nabijheid van de binnenstad en de Blauwe Berg zal de Van Aalstweg ook in de toekomst een gebied blijven voor perifere, grootschalige detailhandel en niet voor kleinschalige winkels of leisure en horeca. Mogelijke leisure en horeca zijn puur ondersteunend voor deze detailhandel. In feite dus zoals de huidige situatie: een lunchroom voor de bezoekers aan de winkels en tot voor kort een binnenspeeltuin waar men de kinderen kon laten spelen terwijl naar meubels of een nieuwe keuken wordt gekeken. Het nu op het Medec-terrein gevestigde fitnesscentrum past niet in dit concept, maar levert ook geen grote bezwaren op. Een nieuw te realiseren grootschalig fitness/wellnesscentrum zou echter beter op de Blauwe Berg passen;
- zoals eerder gesteld gaat het bij de Van Aalstweg om doelgerichte, niet-dagelijkse aankopen. Winkels in het recreatieve en dagelijkse segment horen hier niet thuis. De stedenbouwkundige en architectonische (omgevings)kwaliteit hoeft daarmee niet het niveau van de binnenstad te halen, zij het dat er wel een kwaliteitsslag nodig is ten opzichte van de huidige situatie;
- hoewel de markt niet of in geringe mate is te sturen, geniet het de voorkeur om functies, winkels en activiteiten die bijdragen aan de aantrekkingskracht van de binnenstad als winkel-, vertier- en verblijfsgebied in de binnenstad te vestigen, dan wel voor de binnenstad te behouden. Dan gaat het om modische artikelen, kleinschalige specialistische winkels (verzorging, koffie en thee, wijn e.d.), (muziek)cafés en restaurants, galleries, musea, theaters, conferentiecentra, filmhuizen etc. Deze horen niet op de Van Aalstweg.

4.3 Ontwikkelingsmodellen

- *Model 1: Voortzetting huidige beleid*

Dit model gaat uit van de realisatie van de vestigings- en verplaatsingsplannen van Mediamarkt en LeenBakker (7.500 m², waarbij ervan wordt uitgegaan dat de huidige 3.000 m² van LeenBakker wordt ingevuld) en van de plannen voor het RSC (7.000 m² in de eerste fase, 5.000 m² tweede fase afhankelijk van marktontwikkelingen). Hiermee komt het totale vvo op 47.500 tot maximaal 52.500 m², waarmee meer kritische massa wordt verkregen.

Bij de verdere ontwikkeling van de plannen voor de Beemsterboerlocatie en het Medecterein zal worden gekeken naar de mogelijkheden die de markt dan biedt. Het Medecterein dat al een gunstige ligging in het zicht en nabij de entree heeft, komt mede door de komst van de MediaMarkt nog beter te liggen (nabijheid, traffic, zicht). De Beemsterboer-locatie ligt redelijk ver vanaf de entree(s), waardoor waarschijnlijk een sterke trekker nodig is om hier voldoende traffic te krijgen. Ook is deze locatie gelegen in het zicht van, en nabij de woningen aan het Keern, zodat hier geen grootschalige massa gerealiseerd kan worden en een achterkantsituatie aan het Keern ongewenst is. Een en ander moet in de komende periode nader worden uitgezocht.

'In en om het huis' is en blijft het hoofdthema. Met de komst van MediaMarkt is de aantrekkingskracht en de traffic vergroot, maar de woonwinkels zullen hier in beperkte mate van profiteren, gezien het beperkte combinatiebezoek. De gecreëerde extra marktruimte is daarmee beperkt.

In dit model wordt het huidige beleid voortgezet. Het omvangscriterium van minimaal 1.000 m² blijft gehandhaafd, evenals de stringente hantering van ruimtelijke criteria. Detailhandel in modische artikelen, en dagelijkse en recreatieve goederen wordt in geen enkel geval toegestaan. Vestigingsaanvragen van 'binnenstads- en wijk- en buurtcentra versterkende' en functies - kunst, cultuur, kleinschalige specialistische winkels, horeca, vermaak en diensten als reisbureaus en kappers e.d. - worden niet gehonoreerd. Met aanvragen voor verkoop van artikelen in segmenten als vrije tijd, fietsen, speelgoed, wordt gezien de beperkte marktruimte zeer terughoudend omgegaan.

- *Model 2: Uitbreiding m² en toegestane branches*

Hierbij wordt ervan uitgegaan dat alle huidige plannen voor de Compaslocatie (toevoeging 7.500 m²) en RSC (toevoeging 12.000 m²) doorgaan en dat nieuwe plannen en herontwikkelingen gerealiseerd gaan worden van het Medecterrein (beperkte toevoeging, herstructurering en kwaliteitsverbetering) en Beemsterboer (uitgaande van een toevoeging van 1.000 á 6.000m²). Het totale vvo van de Van Aalstweg komt hiermee op 53.500 á 58.500 m².

De minimale omvang per vestiging van 1.000 m² voor niet-volumineuze goederen blijft gehandhaafd. De strikte toets op (overige) ruimtelijke criteria wordt losgelaten voor de branches/thema's:

- in en om het huis;
- sport, spel, kamperen;
- hobby;
- (brom)fietsen;
- overig plant en dier.

Hiermee krijgt de Van Aalstweg twee thema's: 'in en om het huis' en 'vrije tijd', waarbij het doelgerichte karakter wel gehandhaafd blijft en moet blijven. Modische artikelen mogen in alle gevallen slechts een klein deel (bijvoorbeeld 10 of 20 procent van het vvo tot een maximum van 300 m²) van het verkoopvloeroppervlak beslaan. Bij ontwikkelingen van meer dan 2.000 m² vvo wordt een DPO gedaan. Binnen een bepaalde branche zouden zich verschillende winkels met een oppervlakte onder de 2.000 m² vvo kunnen vestigen, In dit geval zal indien het totaal vvo van deze vestigingen samen boven de 2.000 m²-grens uitkomt, voor de laatste vestiging die wordt toegevoegd ook een DPO worden gedaan. Bij onvoldoende marktruimte en/of een mogelijk ontwrichtende werking voor de detailhandelsstructuur wordt de aanvraag afgewezen. Ook in dit model wordt voorzichtig omgegaan met het toelaten van winkels en activiteiten die van belang zijn voor het functioneren van de binnenstad, maar het beleid is wel soepeler. Zo kunnen detailhandelsvestigingen die aantoonbaar klem zitten op hun huidige plek in de binnenstad, die een welkome aanvulling zijn op het aanbod op de Van Aalstweg en die anders voor Hoorn verloren gaan, een plek op de Van Aalstweg krijgen.

4.4 Afweging ontwikkelingsmodellen

In beide modellen zijn er voldoende mogelijkheden voor de markt om de Van Aalstweg te versterken als perifere locatie voor detailhandel op het gebied van woninginrichting. Ook in het huidige beleid zijn er immers mogelijkheden voor vestigingen in branches als 'sport/spel/kamperen' en 'hobby' om zich op de Van Aalstweg te vestigen. Ook gaan beide modellen ervan uit dat detailhandel in dagelijkse en/of recreatieve goederen niet zijn toegestaan. In model 1 wordt daarnaast zeer strikt vastgehouden aan criteria als marktruimte en mogelijk ontwrichtende werking voor binnenstad en buurtcentra. Model 2 biedt meer mogelijkheden om de aantrekkelijkheid van de Van Aalstweg te vergroten door bepaalde formules toe te staan en beperkte verkoop van bijvoorbeeld modische artikelen. Hiermee sluit model 2 beter aan bij de ontwikkelingen in de markt. Het aspect van handhaafbaarheid en precedentwerking is in model 2 lastiger. Er zal moeten worden gehandhaafd op zaken als verkoop van modische artikelen en er is het gevaar van precedentwerking als bepaalde formules en/of goederen worden toegestaan.

In onderstaande tabel is de beoordeling van beide modellen schematisch weergegeven.

Beoordeling (tentatief) ontwikkelingsmodellen

	versterking Van Aalst- weg	positie bin- nenstad/ wijken	aansluiting markt- dynamiek	marktruim- te/ kans op leegstand	centrum- positie Hoorn	jur.-plan. haal- baarheid / precedentw.
<i>Model 1.</i>						
<i>Voortzetting huidig beleid</i>	0	+	0	0	0/+	+
<i>Model 2.</i>						
<i>Verruiming branches</i>	+	0	+	-	+	0

5 Conclusies en aanbevelingen

Huidige positie Van Aalstweg

De concurrentiepositie van de Van Aalstweg is goed, maar zeker niet onbedreigd. Als enige compacte PDV-locatie van substantiële omvang in West-Friesland is de positie in de regio sterk. De inwoners van West-Friesland en Hoorn weten hun weg goed te vinden naar de prima bereikbare Van Aalstweg met zijn goede parkeermogelijkheden en ruime aanbod in het segment 'in en om het huis'. Toevloeiing van buiten de regio is echter beperkt als gevolg van de ligging van Hoorn aan het Markermeer en het ruime PDV-aanbod in steden als Alkmaar, Heerhugowaard en Purmerend. Het terrein behoeft verder een verbetering van het verblijfsklimaat, van de zichtbaarheid en de entree, de eenduidigheid in profilering en de (langzaam) verkeerssituatie. Daarnaast is het onderscheidend vermogen beperkt en is door de toenemende concurrentie en de hogere consumenteneisen behoefte aan uitbreiding en verdieping van het aanbod. De komst van een MediaMarkt en een (zwerf)sportwinkel zou in dit opzicht een welkome ontwikkeling zijn. De ruimte in de markt is echter beperkt.

Twee modellen

De twee in deze notitie beschreven modellen voorzien allebei in handhaving van het huidige profiel van de Van Aalstweg als locatie voor grootschalige winkels in het doelgerichte, niet-dagelijkse segment. Het eerste model gaat uit van voorzetting van het huidige brancheringsbeleid voor de Van Aalstweg en van een beperkte uitbreiding van het totaal aantal vierkante meters verkoopvloeroppervlak (naar maximaal 52.500 m²). Dit model is het minst bedreigend voor de binnenstad en voor de buurtwinkelcentra, maar kan ook als 'defensief' worden beschouwd en suboptimaal voor de verdere ontwikkeling van de Van Aalstweg. In dit model zijn wel mogelijkheden om de Van Aalstweg te versterken, maar die zijn minder ruim dan in het tweede model. Model 2 biedt namelijk meer branches de mogelijkheid om zich te vestigen en naast de dagelijkse goederen ook 'recreatieve artikelen' te verkopen. Dit model gaat uit van een uitbreiding naar maximaal 58.500 m². Om geen ontwrichting te krijgen van de voorzieningenstructuur in Hoorn zal bij plannen met een omvang van meer dan 2.000 m² vvo (of binnen een branche in totaal meer dan 2.000 m² nieuwe winkels) een toets op markt-effecten (DPO) gebeuren. Door de vergroting van het totale vvo en de verdieping en verbreding van het aanbod wordt in model 2 de aantrekkingskracht van de Van Aalstweg groter, waarmee het een sterkere positie en meer toekomstperspectief krijgt.

Randvoorwaarde: versterking Van Aalstweg én binnenstad

Ongeacht welke branchering wordt gekozen, in randvoorwaardelijke sfeer zijn diverse ingrepen nodig om de positie van de Van Aalstweg te verbeteren en op termijn perspectief te laten behouden: een betere entree, meer openheid, kwaliteitsverbetering gebouwen en openbare ruimte, een betere verkeersontsluiting. De diverse onderzoeksrapporten over de Van Aalstweg in de afgelopen jaren bevestigen dit beeld. Tegelijkertijd zal de positie van de Hoornse binnenstad moeten worden versterkt. De markttrends- en dynamiek leiden in de richting van toenemende concurrentie van goed bereikbare, perifere locaties met aantrekkelijke winkels die een diep en breed aanbod bieden aan artikelen in de vrijetijds- en electrobranche. De binnenstad moet plaats bieden aan een breed modisch aanbod, aan

winkels in persoonlijke verzorging en kleine aantrekkelijke winkelformules als De Mélangerie en Simon Levelt. De plannen voor de stationsomgeving bieden daarnaast mogelijk kansen om formules in het segment 600-1.000 m² plaats te bieden, waarmee de binnenstad aan aantrekkingskracht wint. Voorts moeten daar vertier- en vermaaksmogelijkheden zijn, zoals aantrekkelijke horeca, kunst- en cultuurvoorzieningen en moet het prettig zijn en blijven om te verblijven en rond te lopen. Tot slot zijn ook voor de binnenstad een goede bereikbaarheid en voldoende parkeermogelijkheden belangrijke succesvoorwaarden.

Bijlage 1. Bronnen

Onderzoeken, beleidsnota's, college- en raadsstukken

- BRO, *DPO Bouchier Sport Megastore*. Vught, februari 2007.
- BRO, *Gemeente Hoorn; Structuurvisie Buitenstad*. Vught, februari 2001.
- BRO, *Gemeente Hoorn - Distributie-planologisch onderzoek Electrobranche*. Vught, maart 2006.
- BRO, *Quick scan uitbreidings- en ontwikkelingsmogelijkheden Run Shoppingcenter*. Vught, september 2004.
- Decisio, *Assist TFR Hoorn: programmatische, financiële en organisatorische aspecten*. Amsterdam, januari 2008.
- Diverse raadsverslagen, raadsvoorstellen e.d. op www.hoorn.nl
- Droogh, Trommelen en Partners, *Hoorn - Beoordeling uitbreiding Van Aalstweggebied*. Nijmegen, mei 2006.
- Gemeente Purmerend/BRO, *Nota detailhandel 2007-2011*. Purmerend/Boxtel, oktober 2007.
- Gemeente Hoorn, *Beleidsagenda Raadsvoorstel 2006-2010*. November 2006.
- Gemeente Hoorn, *Collegeuitvoeringsprogramma 2006-2010*. Augustus 2007.
- Gemeente Hoorn, *Kadernota voor het bestemmingsplan Hoorn-Binnenstad*. Juni 2006.
- Gemeente Hoorn, *Raadsvoorstel Blauwe Berg*. Augustus 2007.
- Gemeente Hoorn, *Raadsvoorstel ontwikkeling Runshopping Centre*. Hoorn, september 2007.
- Gemeente Hoorn, *Ruimtelijke onderbouwing tbv procedure artikel 19.1 WRO Nieuwbouw Media-Markt en LeenBakker*. Hoorn, mei 2007.
- Gemeente Hoorn, *Stadsvisie Hoorn 2005-2025*. Mei 2005.
- Goudappel Coffeng/Decisio, *Bouwsteen detailhandels- en leisurevisie Noord-Holland*. Deventer/Amsterdam, april 2008.
- Grontmij/Marktplan, *Strategisch marketingplan Hoorn*. April 2007.
- Neprom, *Visie detailhandel*. Voorburg, november 2005.
- Provincie Noord-Holland (onder embargo), *Concept-Detailhandels- en leisurevisie Noord-Holland*. Haarlem, oktober 2008.
- Provincie Noord-Holland, *TFR Update nummer 8; Hoorn stationsgebied en omgeving*. Haarlem, juni 2008.
- Samenwerkingsorgaan West-Friesland, *Consument en winkels; Hoorn en de binnenstad 2003*. Hoorn, februari 2004.
- WPM Groep, *Gemeente Hoorn - Visie op de winkelstructuur; 'Verbinding tussen kwaliteiten'*. Den Bosch, juli 2005.
- WPM Groep, *Hoorn - Vale Hen; Distributieve analyse*. Den Bosch, maart 2008.

Begeleidingsgroep en gesproken personen

- de heer E. van Dam, gemeente Hoorn
- de heer E. Voorbij, gemeente Hoorn
- de heer G. Visser, gemeente Hoorn
- mevrouw M. Boogaard, gemeente Hoorn

- de heer M. de Boer, Kamer van Koophandel Noordwest-Holland
- de heer P. Heering, Heren2
- mevrouw M. Bloemink, Vastgoed Totaalbeheer
- de heer W. Pesman, Jones Lang LaSalle
- de heer A. Velthuis, Ondernemersvereniging Runshopping Center Hoorn
- de heer E. van Westerhoven, Ondernemers Stad Hoorn (OSH).

Bijlage 2. Beleid Nota Ruimte en IPO

Tekstpassage *Nota Ruimte* over locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen

“Nederland kende de afgelopen jaren een locatiebeleid, dat bedoeld was om de vestiging van bedrijven en voorzieningen te sturen, in overeenstemming met de aard van hun vervoersbehoefte. Dit ‘ABC-locatiebeleid’ en het locatiebeleid voor perifere en grootschalige detailhandelsvestiging wordt vervangen door een integraal locatiebeleid dat verschillende doeleinden dient: economische ontwikkelingsmogelijkheden, bereikbaarheid en leefbaarheid. Dit beleid wordt gedecentraliseerd naar provincies en WGR-plusregio’s.

De bedoeling is dat elke regio vestigingsmogelijkheden biedt voor bedrijven en voorzieningen, zodat een optimale bijdrage wordt geleverd aan de versterking van steden en dorpen. Daarbij moet voor ieder bedrijf een goede plaats worden geboden. Wat een ‘goede’ plaats is, kunnen provincies en WGR-plusregio’s het beste zelf bepalen. Het rijk beperkt zich tot het aanreiken van een aantal regels die betrekking hebben op de gewenste basiskwaliteit. Zo hecht het kabinet eraan dat wonen en werken zoveel mogelijk worden gemengd.

Ook moet er worden gezorgd voor plekken waar bedrijven en voorzieningen zich kunnen vestigen die om redenen van veiligheid of hinder niet in centra of wijken passen. Provincies en WGR-plusregio’s moeten daarvoor gezamenlijk regels en criteria vaststellen. Voor de detailhandel is uitgangspunt dat nieuwe vestigingslocaties niet ten koste mogen gaan van de bestaande detailhandelstructuur in wijkwinkelcentra en binnensteden. Verder moet aan bedrijven en voorzieningen met omvangrijke vervoersstromen ruimte worden geboden op plekken met een goede aansluiting op verschillende soorten vervoer.”

Bron: *Samenvatting Nota Ruimte* (februari 2006)

Richtlijnen IPO (2006)

1. De positie van de bestaande winkelgebieden heeft prioriteit. De bestaande voorzieningenstructuur niet mag duurzaam wordt aangetast (leegstand, verpaupering en dergelijke).
2. Vernieuwing en uitbreiding vinden plaats binnen of onmiddellijk grenzend aan bestaande winkelgebieden. Zijn er geen geschikte locaties, dan is ontwikkeling van nieuwe locaties in het stedelijke gebied mogelijk.
3. Vestiging van detailhandel in het buitengebied (de zogenaamde “weidewinkels”) is niet toegestaan.
4. Grootschalige winkelvoorzieningen worden bij voorkeur geacommodeerd op binnenstedelijke locaties. Voorzieningen die hier niet ondergebracht kunnen worden, worden met inachtneming van richtlijn 9 geacommodeerd op randstedelijke (perifere) locaties.

Perifeer branchegericht

5. Detailhandel voor niet-frequente doelgerichte aankopen is alleen op perifere locaties toegestaan als deze moeilijk inpasbaar is in bestaande winkelgebieden vanwege de volumineuze aard, brand- en explosiegevaar en de dagelijkse bevoorrading (zoals auto’s, boten, caravans, tuincentra, bouwmarkten, grove bouwmaterialen, keukens en sanitair en woninginrichting waaronder meubels).
6. Thematische ontwikkelingen zijn toegestaan (zoals wonen, outdoor) als aangrenzend aan bestaande centra er geen plek is en het thema specifiek aan de perifere locaties is geboden.

Perifeer omvanggericht

7. Grootschalige detailhandel met een bovenlokale functie/reikwijdte dient aan te sluiten bij bestaande detailhandelconcentraties en goed bereikbaar te zijn met openbaar vervoer en auto. Zijn geen geschikte locaties voorhanden, dan is ontwikkeling van nieuwe locaties in het stedelijke gebied mogelijk.
8. Clusters van grootschalige detailhandelveorzieningen (evt in combinatie met leisure) kunnen alleen worden geconcentreerd in steden nabij centra/knooppunten met een bovenregionale functie.
9. De ontwikkeling van (een cluster van) grootschalige detailhandel mag geen op basis van een te eisen onderzoek aan te tonen ontwrichting van de bestaande detailhandelstructuur tot gevolg hebben.