

# DPO centrum Opmeer-Spanbroek

Gemeente Opmeer

Definitief

# DPO centrum Opmeer-Spanbroek

Gemeente Opmeer

Definitief

Rapportnummer:	211X05345_DPO
Datum:	29 april 2016
Contactpersoon opdrachtgever:	Gemeente Opmeer, de heer J. Groot
Projectteam BRO:	Piet Zuidhof, Aiko Mein, Robin van Lieshout
Trefwoorden:	Dagelijkse sector, Niet-dagelijkse sector, Opmeer-Spanbroek, structuur, supermarkten, distributieve mogelijkheden, uitbreiding, effecten
Bron foto kافت:	
Beknopte inhoud:	De huidige situatie en de distributieve mogelijkheden voor een uitbreiding van het aanbod in het centrum van Opmeer-Spanbroek wordt kernachtig in beeld gebracht. Daarnaast worden de effecten van een Lidl supermarkt in het centrum op de detailhandelsstructuur van de gemeente Opmeer aangegeven.

BRO  
Hoofdvestiging  
Bosscheweg 107  
5282 WV Boxtel  
T +31 (0)411 850 400  
E info@bro.nl

<b>Inhoudsopgave</b>	<b>pagina</b>
<b>1. VERTREKSITUATIE</b>	<b>2</b>
1.1 Inleiding	2
1.2 Aanbodanalyse	2
1.3 Vraaganalyse	7
<b>2. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN</b>	<b>9</b>
2.1 Vraag	9
2.2 Aanbod	10
<b>3. ONTWIKKELINGEN OPMEER</b>	<b>14</b>
<b>4. FUNCTIONEREN EN MARKTRUIMTE</b>	<b>15</b>
4.1 Huidig functioneren	15
4.2 Toekomstig functioneren	16
4.3 Marktmogelijkheden extra supermarkt	17
<b>5. CONCLUSIES</b>	<b>23</b>

# 1. VERTREKSITUATIE

## 1.1 Inleiding

De gemeenten Opmeer wenst een herziening van het bestemmingsplan van het centrum van Opmeer-Spanbroek. Naar aanleiding van deze bestemmingsplanherziening is een actuele detailhandelsanalyse en een indicatie van het functioneren van het centrum noodzakelijk. In dit onderzoek staat het centrum van Opmeer-Spanbroek centraal. Om dit binnen de context te plaatsen wordt allereerst kort naar het aanbod op gemeentelijk en kernniveau gekeken. Tevens wordt ingegaan op de vraagaspecten.

Tot slot wordt de mogelijkheid van een extra supermarkt in het centrum verkend. Middels een effectenanalyse en het doorlopen van de 'SER-ladder' wordt de komst van een tweede supermarkt beargumenteerd.

## 1.2 Aanbodanalyse

### Aanbod gemeente Opmeer

De totale omvang van het detailhandelsaanbod in de gemeente Opmeer bedraagt 34.700 m<sup>2</sup> wvo<sup>1</sup>, verspreid over 54 winkels. Naar winkelvestigingen is zowel het dagelijkse als het niet-dagelijkse aanbod grotendeels geconcentreerd in de ruimtelijke met elkaar verweven kernen Opmeer en Spanbroek. Naar winkelvloeroppervlak beschikt de kern Hoogwoud over het meest omvangrijke aanbod (grotendeels te danken aan tuincentrum De Boet van circa 16.000 m<sup>2</sup> wvo).

**Tabel: Aanbod detailhandel in de gemeente Opmeer naar kern**

	Dagelijks		Niet-dagelijks	
	winkels	m <sup>2</sup> wvo	winkels	m <sup>2</sup> wvo
Hoogwoud	4	1.185	11	21.104
- centrum Hoogwoud	3	525	8	18.284
Opmeer	1	105	11	6.611
- centrum Opmeer	1	105	4	2.337
Spanbroek	10	2.294	17	3.395
- centrum Spanbroek	9	2.279	14	2.280
Gemeente Opmeer	15	3.584	39	31.110

Bron: Locatus Retail Verkenner, november 2014

<sup>1</sup> Winkelvloeroppervlak (wvo): winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

### Aanbod kernen Opmeer en Spanbroek

Door de ruimtelijke verwevenheid van de kernen Opmeer en Spanbroek worden deze voor de aanbodanalyse en de aanbodvergelijking als één kern gezien. Uit de vergelijking in de volgende tabel met kernen van vergelijkbare omvang naar inwonertal blijkt dat de inwoners uit Opmeer-Spanbroek over een relatief uitgebreid winkelaanbod beschikken, zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse artikelensector. In de dagelijkse artikelensector beschikken de inwoners uit Opmeer-Spanbroek over 400 m<sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners, in de referentiekernen bedraagt dit 383 m<sup>2</sup> wvo. In de niet-dagelijkse artikelensector scoort Opmeer-Spanbroek eveneens hoog met 1.669 m<sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners ten opzichte van de referentie met 1.207 m<sup>2</sup> wvo.

**Tabel: Aanbod detailhandel kernen Opmeer-Spanbroek vergeleken**

	Kernen Opmeer-Spanbroek (5.997 inwoners)			Vergelijkbare kernen (5.000 tot 7.500 inwoners)*		
	aantal winkels	m <sup>2</sup> wvo	m <sup>2</sup> wvo per 1.000 inw.	aantal winkels	m <sup>2</sup> wvo	m <sup>2</sup> wvo per 1.000 inw.
Dagelijkse artikelen	11	2.399	400	10	2.295	383
Niet-dagelijkse artikelen	28	10.006	1.669	24	7.238	1.207
Totaal	39	12.405	2.069	34	9.533	1.590

### Omvang aanbod centrum Opmeer-Spanbroek

Het hoofdwinkelcentrum binnen de gemeente wordt gevormd door het centrumgebieden van Spanbroek en Opmeer. De twee centrumgebieden worden niet als individuele centrumconcentraties gezien, maar maken deel uit van het totale centrumgebied Opmeer-Spanbroek.

#### Moderne winkelvoorzieningen en openbare ruimte aan de Wuiver





Het totale centrumgebied omvat 10 winkels in de dagelijkse artikelensector met een totale omvang van 2.384 m<sup>2</sup> vwo en 18 winkels in de niet-dagelijkse artikelensector met een totale omvang van 4.617 m<sup>2</sup> vwo. In volgende tabel is het aanbod in het centrumgebied van Opmeer-Spanbroek uitgesplitst naar branche.

**Tabel: Branchering centrum Opmeer-Spanbroek vergeleken**

	Centrum Opmeer-Spanbroek (5.997 inwoners)			Vergelijkbare centrumgebieden (5.000 tot 7.500 inwoners)*		
	aantal winkels	m <sup>2</sup> vwo	m <sup>2</sup> vwo per 1.000 inw.	aantal winkels	m <sup>2</sup> vwo	m <sup>2</sup> vwo per 1.000 inw.
Levensmiddelen	7	1.795	299	6	1.601	267
Persoonlijke verzorging	3	589	98	2	285	48
<i>Subtotaal dagelijkse artikelen</i>	<i>10</i>	<i>2.384</i>	<i>398</i>	<i>8</i>	<i>1.886</i>	<i>314</i>
Warenhuis	1	405	68	0	128	21
Kleding en mode	5	735	123	4	777	130
Schoenen en lederwaren	2	230	38	1	127	21
Juwelier optiek	3	225	38	1	73	12
Huish. en luxe artikelen	2	615	103	1	330	55
Antiek en kunst	-	-	-	0	15	2
Sport en spel	-	-	-	1	108	18
Hobby	-	-	-	0	30	5
Media	1	145	24	1	97	16
Dier en plant	2	535	89	2	254	42
Bruin- en witgoed	-	-	-	1	133	22
Fietsen en autoaccessoires	1	227	38	1	131	22
Doe-het-zelf	-	-	-	1	212	35
Wonen	1	1.500	250	2	626	104
Overige detailhandel	-	-	-	1	92	15
<i>Subtotaal niet-dag. artikelen</i>	<i>18</i>	<i>4.617</i>	<i>770</i>	<i>16</i>	<i>3.133</i>	<i>522</i>
<b>Totaal</b>	<b>28</b>	<b>7.001</b>	<b>1.167</b>	<b>24</b>	<b>5.019</b>	<b>837</b>

\* gecorrigeerd naar het inwonertal van de kernen Opmeer en Spanbroek

Het aanbod in het centrum van Opmeer-Spanbroek is gemiddeld omvangrijker dan centra van kernen van vergelijkbaar inwonertal (5.000 tot 7.500 inwoners), overeenkomstig met de vergelijking van het totale aanbod in deze kernen. Het dagelijkse aanbod is in het centrum relatief uitgebreid, met een supermarkt (Deen supermarkt) van moderne omvang, een volledig pakket aan versspeciaalzaken (bakker, slager, groenteboer) en een uitgebreide branche persoonlijke verzorging met een apotheek en een tweetal drogisten (Etos en Kruidvat). Ook de niet-dagelijkse artikelensector is relatief uitgebreid. Met name de aanwezigheid van het warenhuis Hema valt op dit niveau op, alsook het aantal aanbieders in de modische en luxe branches (kleding, schoenen, juwelier & optiek en huishoudelijke artikelen).

Het dagelijks aanbod in het centrum is te vergelijken met centrumgebieden in woonplaatsen met 8.000 à 8.500 inwoners. In de niet-dagelijkse artikelensector ligt de referentie nog wat hoger met 9.500 à 10.000 inwoners. Binnen deze referenties zijn geen specifieke branches aan te wijzen die momenteel ondervertegenwoordigd zijn in het centrum van Opmeer-Spanbroek. Pas in de centra van woonplaatsen met meer dan 10.000 inwoners neemt de omvang van de modische en luxe branches verder toe boven het niveau van Opmeer-Spanbroek centrum.

### **Ruimtelijk-functionele structuur centrum Opmeer-Spanbroek**

De winkelvoorzieningen in het Spanbroekse gedeelte vormen het zwaartepunt van het centrumgebied en het Opmeerse gedeelte vormt als het ware het overloopgebied. De deelgebieden sluiten via de Koninginneweg op elkaar aan.

De Wuiver vormt de doorgaande winkelroute in het winkelgebied en via het centrale plein sluiten de Gruttostraat en de Herenweg hier op aan. De belangrijkste trekkers in het centrum bevinden zich aan de Wuiver, met aan de ene kop supermarkt Deen en aan de andere kop warenhuis Hema. Hiertussen bevinden zich onder meer Etos, Kruidvat en verschillende speciaalzaken in de dagelijkse en niet-dagelijkse artikelensector.

In Spanbroek zijn bovendien diverse niet-winkelvoorzieningen in het centrum gevestigd (apotheek, postkantoor, bank kappers), waardoor sprake is van een aaneengesloten voorzieningenaanbod.

Spanbroek-centrum kent een overwegend aantrekkelijke inrichting van de openbare ruimte, hetgeen de uitstraling van winkelgebied ten goede komt. De voetganger krijgt ruim baan door de inrichting van de Wuiver.

De winkelvoorzieningen in het Opmeerse gedeelte kennen een meer versnipperd karakter, van een eenduidig winkelgebied is geen sprake. Van sommige winkels is de winkeluitstraling van matige kwaliteit (gedateerd) en op een prominente plek (aan een van de entrees tot het centrum van Spanbroek via de N241) staat al geruime tijd het oude Mars-

kramer pand leeg. Partigoederenwinkel in huishoudelijke artikelen Action kan als trekker worden gezien, maar door de afzijdige ligging ten opzichte van het overige aanbod in het centrum is de wisselwerking met de andere winkelvoorzieningen beperkt.

De leegstand in het centrum van Opmeer-Spanbroek is sinds 2012 fors toegenomen van enkel één leegstaand pand naar 6 panden. Totale omvang van de leegstand in het centrum bedraagt 1.351 m<sup>2</sup> wvo.

Voor het centrumgebied Spanbroek en Opmeer geldt een blauwe zone. De parkeerplaats aan de achterzijde van supermarkt Deen wordt intensief gebruikt. Van de parkeerplaats aan de achterzijde van de winkels aan de Capellehof (aan de achterzijde van de Rabobank) wordt aanzienlijk minder intensief gebruik gemaakt.

#### Winkelvoorzieningen aan de Herenweg



#### Verspreide winkelvevestigingen en leegstand in Opmeer





### 1.3 Vraaganalyse

#### Inwoners en woningvoorraad

De gemeente Opmeer telt 11.370 inwoners<sup>2</sup>, waarvan ongeveer 80% in de drie grotere kernen Opmeer (2.279), Spanbroek (3.718) en Hoogwoud (3.994).

De gemeente telt op 1 januari 2014 4.608 woningen, waarvan 915 in de kern Opmeer, 1.530 in Spanbroek en 1.661 in Hoogwoud. De gemiddelde gezinsgrootte in de kernen Opmeer/Spanbroek bedraagt daarmee 2,45.

#### Bestedingen

Het inkomensniveau in de gemeente Opmeer bedraagt circa € 14.600,- per hoofd van de bevolking per jaar en ligt daarmee precies op het niveau van het landelijk gemiddeld inkomen (CBS, Regionale Inkomensverdeling, 2013). Het inkomen is van invloed op de bestedingen. De landelijke detailhandelsbestedingen per hoofd van de bevolking op jaarbasis bedragen voor de dagelijkse artikelensector € 2.462,- en voor de niet-dagelijkse artikelensector € 2.151,-. Voor Opmeer wordt van de landelijke bestedingscijfers uitgegaan.

<sup>2</sup> Gemeente Site: Opmeer.nl

## Koopstromen

De gemeente Opmeer maakt deel uit van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011<sup>3</sup>. Hieruit komt naar voren dat:

- de gemeente Opmeer een koopkrachtbinding heeft van 87% in de dagelijkse artikelensector en 43% in de niet-dagelijkse artikelensector.
- 26% van de omzet in de dagelijkse artikelensector van buiten de gemeente komt; in de niet-dagelijkse artikelensector is dit 50%.
- de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo in dagelijkse artikelensector boven niveau functioneert (€ 9.342 t.o.v. € 7.180 Noord-Holland), terwijl de niet-dagelijkse artikelensector achter blijft (€ 744 t.o.v. € 1.660 Noord-Holland)<sup>4</sup>.

De resultaten van het koopstromenonderzoek zijn niet verder uitgesplitst naar kern<sup>5</sup>. Om deze reden heeft BRO een inschatting gemaakt op basis van referenties en landelijke kengetallen.

Het centrum van Opmeer-Spanbroek heeft een belangrijke verzorgingsfunctie binnen de gemeente. Binnen de kernen Opmeer en Spanbroek is er dan ook sprake van een hoge binding in de dagelijkse artikelensector. Wij schatten deze in op 70 à 75%. Een gedeelte van de inwoners zal namelijk ook voor boodschappen naar elders gaan (bezoek discounters in Hoogwoud of grootschaligere supermarkten in de omgeving). Vanwege de sterke centrumfunctie zal de toevloeiing van vreemde omzet als aandeel van de totale omzet van buiten de twee kernen eveneens op een relatief hoog niveau liggen. Rekening houdend met het aantal inwoners in de omliggende kernen en de aanbod aldaar, gaan wij uit van een toevloeiing van circa 45%.

In de niet-dagelijkse artikelensector heeft het centrum van Opmeer-Spanbroek een belangrijke functie binnen de gemeente voor het recreatieve winkelaanbod. De gemeente binding van 25% binnen deze sector zal voor een belangrijke gedeelte terecht komen in het centrum. Voor de binding binnen de kernen Opmeer en Spanbroek gaan we uit van een binding van 35% en een relatief hoge toevloeiing van 55% vanwege de sterke verzorgingsfunctie binnen de gehele gemeente. Mede door de aanwezigheid van warenhuis Hema en partijgoederenwinkel Action.

---

<sup>3</sup> I&O Research (2011) Koopstromenonderzoek Randstad

<sup>4</sup> Cijfers inclusief BTW

<sup>5</sup> Wel is het centrum van Spanbroek als winkelgebied onderscheiden, maar deze afbakening komt niet overeen met de afbakening van de gebiedsvisie.

## 2. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

### 2.1 Vraag

Allereerst aandacht voor een aantal algemene ontwikkelingen die zich afspelen aan de vraagzijde van de markt.

#### *Toenemende leegstand*

Nederland kent ruim 31 miljoen vierkante meters winkelvloeroppervlakte, verdeeld over zo'n 222.000 winkels. De gemiddelde winkelleegstand in verkooppunten was in 2013 6,4%, oftewel ruim 14.000 winkels. Gemeten in winkelvloeroppervlakte was dit 6,9%, oftewel ruim 3,1 miljoen m<sup>2</sup>. Sinds 2006 is de winkelleegstand langzaam aan het oplopen. De meeste experts verwachten dat deze ontwikkeling voorlopig doorzet. Naast marktomstandigheden en veranderend consumentengedrag ligt hier tevens de vergrijzing van het ondernemersbestand aan ten grondslag. Immers, in veel gevallen is er geen opvolging, waardoor veel winkels zullen gaan sluiten.

#### *Nieuwe winkelconcepten*

Naast de traditionele winkels verrijzen webwinkels, 'multi'- of 'omnichannel' aanbieders, afhaalpunten en pop-up stores. Bij afhaalpunten kan de klant de internethandel bezoeken om de bestelde artikelen af te halen of te retourneren. Ook zijn er afhaalpunten waar producten gepresenteerd worden en artikelen gekocht of besteld kunnen worden; de webwinkel. Meerdere supermarktorganisaties zijn momenteel bezig om een netwerk van afhaalpunten (pick up points) op te zetten. Deels gebeurt dat bij bestaande winkels, deels op goed bereikbare locaties zoals bij tankstations of op bedrijventerreinen. Daarnaast zijn pop-up stores erg in trek. Kortstondige (internet)winkels die letterlijk als paddenstoelen uit de grond schieten om tijdelijk een leegstaand pand te betrekken. Het voordeel is drieledig; de consument wordt verrast met nieuw aanbod, de uitstraling van het pand verbetert en de internetwinkel genereert meer naamsbekendheid.

#### *Concurrentie tussen steden en winkelgebieden neemt toe*

Winkelgebieden hebben te maken met toenemende concurrentie als gevolg van veranderend consumentengedrag en de eerder genoemde toenemende leegstand. Landelijk concentreert de toename van de leegstand zich vooral in krimpgebieden, de centra van middelgrote plaatsen, kleine dorpen, buurtwinkelcentra en zoals gezegd de randgebieden van grotere binnensteden. De concurrentie is in deze winkelgebieden het hevigst.

De dagelijkse artikelsector, en de supermarktenbranche in het bijzonder, is de laatste jaren sterk in beweging. Een aantal trends en ontwikkelingen zijn relevant om te vermelden.

- De trend tot schaalvergroting zet ook de komende jaren door. Voor een rendabel functioneren is een steeds groter vloeroppervlak nodig. In grote steden maken supermarkten een schaa sprong naar megasupermarkten, maar ook in kleinere plaatsen is een schaa sprong zichtbaar.
- Het aantal supermarkten daalt, de gemiddelde omvang van supermarkten neemt toe en ook de diversiteit van het productenpakket binnen de supermarkt stijgt. Een moderne fullservice supermarkt heeft tegenwoordig doorgaans een winkelvloeroppervlak van minimaal 1.500 m<sup>2</sup>, voor een discounter ligt dit iets lager; rond de 1.200 m<sup>2</sup> wvo.
- Branche- en sectorvervaging doen zich voor in diverse branches, waaronder de supermarktbranche. In supermarkten wordt in toenemende mate non-food artikelen aangeboden, vaak op actiematige wijze. Vooral discounters bieden deze non-food artikelen aan.
- Het marktaandeel van supermarkten in de dagelijkse artikelensector neemt toe. Het aandeel van discounters groeit overigens sterker dan van de reguliere supermarkten.
- De omzet van de supermarktsector blijft stabiel. Ondanks de gevolgen van de economische crisis wisten de supermarkten tussen 2012 en 2014 een stabiele omzet te behalen van circa 32,3 miljoen euro.
- De kleine buurt- en wijkcentra staan sterk onder druk. De kleinschaligheid van het aanbod, het veelal ontbreken van trekkers en een veranderd consumentengedrag zijn hiervan de oorzaak. Indien versterking en uitbreiding van het aanbod niet mogelijk zijn, wordt steeds vaker op zoek gegaan naar functieverandering van deze centra. Combinaties met maatschappelijke voorzieningen (welzijn, zorg) kunnen mogelijkheden bieden om een bepaald voorzieningenniveau te blijven bieden.
- Tegelijkertijd is er een opleving van grote dorps-, wijk-, en stadsdeelcentra zichtbaar. Het aanbod wordt meer geconcentreerd en supermarkten in deze centra maken waar mogelijk een schaa sprong. Zij zijn op dit niveau de publiekstrekkingen.
- Factoren als een ruime overzichtelijke indeling, een breed assortiment, hygiëne en behulpzaam, vriendelijk personeel en extra voorzieningen zoals servicepunt voor post en stomerij spelen een belangrijke rol in de supermarktkeuze van de consument.

## 2.2 Aanbod

Ontwikkelingen aan de aanbodzijde hebben invloed op het koopgedrag van de consumenten, evenzo heeft het veranderende koopgedrag gevolgen voor de aanbodstructuur. Door ervaring en de overvloed aan informatie is de hedendaagse consument kritisch. In het koopgedrag wordt, naast de prijs, rekening gehouden met factoren als tijd, inspanning, gemak en plezier.

### *Economische stagnatie*

Bovendien kijken we terug op jaren van economische tegenspoed waarvan de gevolgen zichtbaar zijn in de samenleving. Het consumentenvertrouwen (en daarmee de koopbereidheid) is in het najaar van 2013 beland op een historisch dieptepunt. Inmiddels hebben

ons de eerste positieve signalen bereikt. Het vertrouwen in de woningmarkt neemt toe en voorzichtig stijgt het uitgavenpatroon. Het herstel is echter broos en invloedrijke economen voorspellen nog jaren economische stagnatie.

#### *Veranderd consumentengedrag*

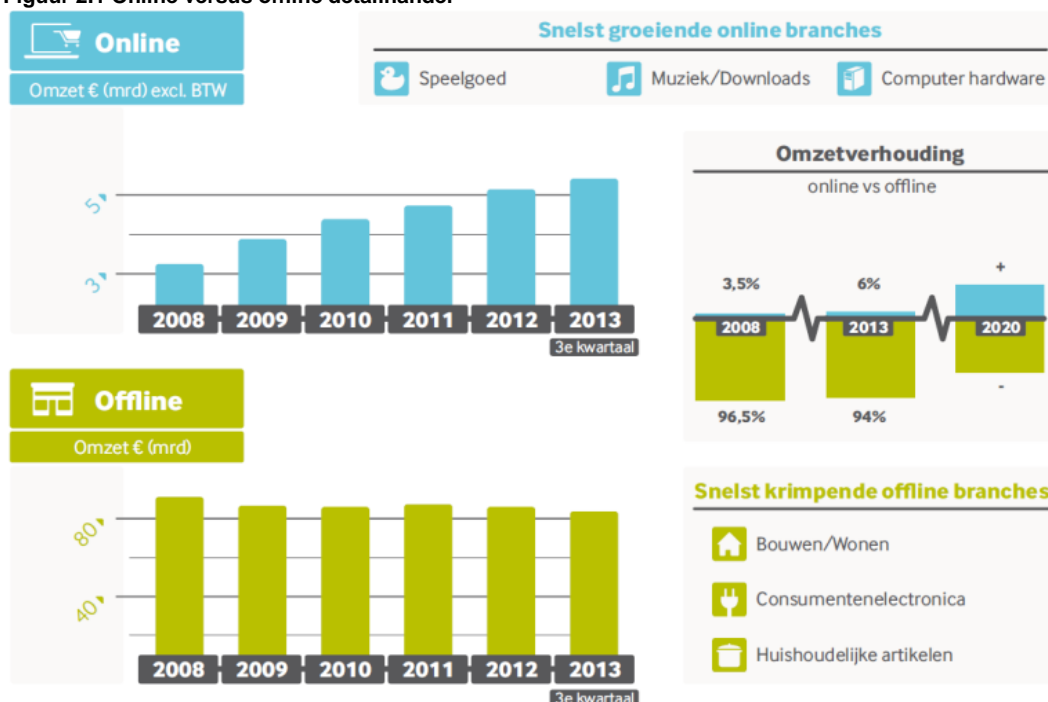
- Gemiddeld wordt minder tijd besteed aan winkelen en boodschappen doen, ook bij de supermarkt, wel is het bestede bedrag per bezoek toegenomen.
- De consument bezoekt steeds vaker grotere winkels en winkelcentra (het gemak van ruime keuze).
- Door een grotere mobiliteit is het referentiekader van consumenten in de afgelopen jaren ruimer geworden. Aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling en interne (winkelinrichting, uitstraling) en externe (omgevingskwaliteit) verschijningsvorm worden als gevolg hiervan belangrijker.
- De consument stelt steeds hogere eisen aan de (volledige assortimenten), maar de prijs heeft wel aan belang gewonnen. Deze prijsbewuste consument is sterk op discounters georiënteerd. We zien dit terug in het straatbeeld met formules als Action en Big Bazar.

#### *Omzetstijgingen via internet*

De detailhandelsomzet via internet beslaat in 2013 ruim € 5 miljard, ofwel 6% van de totale detailhandelsomzet. De omzet van online detailhandel groeide de laatste jaren snel, met meer dan 10% per jaar tot en met 2010, en iets trager de laatste jaren. Zoals afbeelding 4.1 weergeeft, stijgen de online verkopen het hardst in de branches speelgoed, muziek/downloads en computer hardware. Een verdere stijging van de online omzet wordt verwacht.

Specifiek voor de supermarktbestedingen werd in het voorjaar van 2014 2,1% online gedaan. Een jaar eerder ging het nog om niet meer dan 0.7%. Ruim 5% van de consument heeft in onderzoek van Deloitte laten weten wel eens online boodschappen te kopen. Het gemiddelde bonbedrag daarbij is € 76,-.

Figuur 2.1 Online versus offline detailhandel<sup>6</sup>



De consument kijkt en koopt tegenwoordig wanneer dat hem het beste uitkomt en steeds vaker is dat via internet. Het aankoopmoment is door internet immers 24/7 mogelijk. Om hier goed op in te kunnen spelen is het aanbieden van aanbod via één kanaal, niet meer voldoende. Uit onderzoek is gebleken dat steeds meer retailers zich bewust zijn van multichanneling. Begin 2013 doet 91% van de onderzochte 188 retailers aan online verkoop, tegenover 80% in 2012<sup>7</sup>. Alléén multichanneling is overigens niet voldoende, het gaat erom dat alle voor de consument relevante kanalen in samenhang worden aangeboden: winkels ('bricks'), webwinkels ('clicks'), mobiele websites ('ticks'), folders ('flicks') en sociale media ('smicks')<sup>8</sup>.

#### Demografische transitie

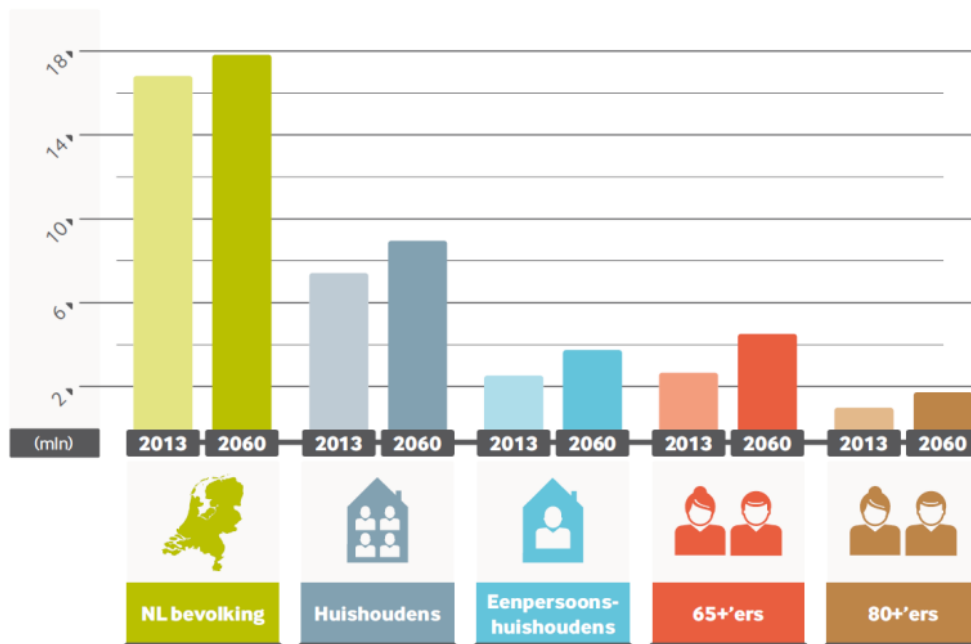
Een structurele factor in de ontwikkeling van winkelgebieden vormen de demografische transitie die in verschillende delen van Nederland plaatsvinden. Het gaat met name om vergrijzing, ontgroening en de toe- en afname van huishoudens- en bewonersaantallen. Deze demografische veranderingen hebben onder meer gevolgen voor de lokale werkgelegenheid en het draagvlak voor en betaalbaarheid van maatschappelijke voorzieningen.

<sup>6</sup> Bron: Winkelgebied van de toekomst: bouwstenen voor publiek-private samenwerking. Platform 31, 2014.

<sup>7</sup> Afbeelding door Kate Snow Design  
Bron: Etailtrends, uitgave 1 (2013)

<sup>8</sup> Bron: Retailtrends (2013)

Figuur 2.2 Visuele weergave demografische transitie<sup>9</sup>



<sup>9</sup> Bron: Winkelgebied van de toekomst: bouwstenen voor publiek-private samenwerking. Platform 31, 2014. Afbeelding door Kate Snow Design

### 3. ONTWIKKELINGEN OPMEER

#### **Woningbouw Heerenweide**

Aan de oostzijde van de gemeente is een nieuwe wijk gepland. In deze wijk worden circa 400 woningen gebouwd. Fase 1a is begin 2014 afgerond, de bouw van de overige woningen (fase 1b) is september 2014 gestart. Het plan wordt ontwikkeld ten oosten van de woonwijk Wijde Klaver Oost en komt te liggen tussen de A.C. de Graafweg (N241) en de woningen langs de Spanbroekerweg. De uitbreidingswijk sluit daarmee direct aan op de bebouwde omgeving van de kern Spanbroek.

#### **Centrumplan Hoogwoud**

De gemeente Opmeer heeft een centrumplan in ontwikkeling voor de kern Hoogwoud, waarbij het concentreren van (bestaande) voorzieningen een belangrijk thema vormt. De Aldi supermarkt zou hierbij verplaatsen in de richting van het centrumgebied.

#### **Bevolkingsprognose**

De bevolkingsprognoses voor de gemeente Opmeer laten geen krimp zien, maar wel een veranderende samenstelling van de bevolking. Ook in de gemeente Opmeer zal de vergrijzing van de bevolking toenemen en het aantal jongeren in verhouding afnemen. Binnen de gemeente zullen zich overigens wel verschuivingen op het gebied van inwonertal voordoen (hiervoor zijn geen officiële gegevens bekend). Met de realisatie van de uitbreidingswijk Heerenweide met maximaal 400 woningen wordt de woningvoorraad in de kern Spanbroek aanzienlijk uitgebreid. Hiermee kan minimaal de algemene trend van gezinsverdunding worden opgevangen. Het inwonertal zal daarnaast specifiek in deze kernen naar verwachting wat toenemen.

Met de bouw van 400 woningen neemt de woningvoorraad toe met circa 18%. Wanneer de gemiddelde woningbezetting nog wat verder af zal nemen, overeenkomstig met de landelijke trend van gezinsverdunding, zal dit niet tot een evenredige toename van het inwonertal leiden. Bij een afname van de gemiddelde woningbezetting tot 2,00 à 2,05 leidt de toevoeging van de 400 woningen tot een netto toename van het inwonertal met circa 500 personen; een toename van circa 9%. Aangezien circa 50% van het woningbouwproject begin dit jaar is afgerond en het grootste gedeelte van deze woningen meteen verkocht was, is het aannemelijk dat deze stijging verwerkt is in de huidige inwoneraantallen. Op basis van de resterende woningen wordt een groei verwacht van 250 personen in 2020.



## 4. FUNCTIONEREN EN MARKTRUIMTE

### 4.1 Huidig functioneren

Op basis van de hiervoor aangegeven aspecten van vraag en aanbod wordt in navolgende tabel de omzet per m<sup>2</sup> wvo (vloerproductiviteit) berekend. Dit is een indicator voor het functioneren van de detailhandel in Opmeer-Spanbroek centrum.

**Tabel 5.1 Huidig functioneren detailhandel centrum Opmeer-Spanbroek**

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Aantal inwoners Opmeer-Spanbroek	5.997	5.997
Bestedingen per hoofd (in €)	2.462	2.151
Bestedingspotentieel (€ mln.)	14,8	12,9
Koopkrachtbinding	70%	35%
Totaal gebonden bestedingen (€ mln.)	10,3	4,5
Koopkrachttoevoeiing (in % totale bestedingen)	45%	55%
Omzet door toevoeiing (€ mln.)	8,5	5,5
Totale besteding (€ mln.)	18,8	10,0
Totaal m <sup>2</sup> wvo	2.384	4.617
Vloerproductiviteit (€ per m <sup>2</sup> wvo)	7.900	2.175
Landelijk gemiddelde (€ per m <sup>2</sup> wvo) <sup>10</sup>	7.467	1.824

De dagelijkse artikelensector in Opmeer-Spanbroek centrum functioneert boven het landelijk gemiddelde. Dit kan worden verklaard doordat het aanbod in dagelijkse artikelen zeer compleet is, met een grote supermarkt, diverse versspeciaalzaken en een Etos en Kruitvat. Op basis van deze benadering is er sprake van een gezond functioneren van de dagelijkse artikelensector. Zodra de dagelijkse artikelensector wordt gecorrigeerd blijkt € 7.100 een betere referentie. Dit kan worden verklaard door het redelijk aanzienlijke aanbod in de dagelijkse sector.

De niet-dagelijkse artikelensector functioneert eveneens boven het landelijk gemiddelde voor deze sector. Dit heeft alles te maken met de samenstelling van het aanbod. Groot-schalig aanbod zoals woonzaken, bouwmarkten en tuincentra maken geen deel uit van het centrumaanbod. Het landelijk gemiddelde is dan ook geen goede referentie. Voor centra op het niveau van Opmeer-Spanbroek vormt een omzetgemiddelde van € 2.100,- per m<sup>2</sup> wvo een goede referentie. Op basis van deze referentie functioneert het niet-dagelijkse aanbod in het centrum van Opmeer-Spanbroek rond het referentiegemiddelde.

<sup>10</sup> Bron: Detailhandelinformatie.nl: Bestedingscijfers 2014

## 4.2 Toekomstig functioneren

Voor het toekomstig functioneren gaan we uit van een toename van het inwonertal binnen Opmeer en Spanbroek. Door een uitbreiding en versterking van het aanbod kan bovendien de binding nog wat hoger uitkomen. In volgende benadering van het toekomstig functioneren zijn wij uitgegaan van een toename van de binding in de dagelijkse artikelensector tot 75 à 80% en in de niet-dagelijkse artikelensector tot 37%. Het toevloeiingspercentage in de dagelijkse sector zal bij de komst van een tweede supermarkt in het centrum toenemen, naar schatting tot 50%. Het toevloeiingspercentage van de niet-dagelijkse artikelensector wordt gelijk gehouden aangezien in de omliggende kernen geen toename van het draagvlak wordt verwacht. In absolute zin neemt de toevloeiing van vreemde omzet wel toe aangezien dit een resultante is als aandeel van de totale omzet.

**Tabel 4.2 Toekomstig functioneren detailhandel centrum Opmeer-Spanbroek**

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Aantal inwoners Opmeer-Spanbroek (2020)	6.247	6.247
Bestedingen per hoofd	2.462	2.151
Bestedingspotentieel (€ mln.)	15,4	13,4
Koopkrachtbinding	75%-80%	35%-37%
Totaal gebonden bestedingen (€ mln.)	11,5-12,3	4,7-5,0
Koopkrachttoevloeiing (in % totale bestedingen)	50%	55%
Omzet door toevloeiing (€ mln.)	11,5-12,3	5,7-6,1
Totale besteding (€ mln.)	23,1-24,6	10,5-11,0
Totaal m <sup>2</sup> wvo	2.384	4.617
Vloerproductiviteit (€ per m <sup>2</sup> wvo)	9.700-10.300	2.275-2.400
Landelijk gemiddelde (€ per m <sup>2</sup> wvo) <sup>11</sup>	7.182	2.100
Uitbreidingsruimte in m <sup>2</sup> wvo (afgerond)	800-1.050	350-650

Uit bovenstaand rekenschema blijkt dat er naar de toekomst toe ruimte bestaat het detailhandelsaanbod in het centrum uit te breiden. De marktruimte in de dagelijkse artikelensector bedraagt 800 à 1.050 m<sup>2</sup> wvo en in de niet-dagelijkse artikelensector 350 à 650 m<sup>2</sup> wvo. Hierbij is uitgegaan van een toename van de binding, een toename van de toevloeiing in de dagelijkse sector en de absolute toevloeiing van vreemde omzet. Indien we de koopstromen onveranderd laten en alleen uitgaan van een toename van het draagvlak door de toevoeging van maximaal nogmaals 250 woningen bedraagt de marktruimte in de dagelijkse artikelensector circa 350 m<sup>2</sup> wvo en in de niet-dagelijkse artikelensector eveneens circa 350 m<sup>2</sup> wvo.

<sup>11</sup> Bron: HBD, Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, augustus 2011

### 4.3 Marktmogelijkheden extra supermarkt

Voor het centrum van Opmeer-Spanbroek wordt al langere tijd gekeken naar de mogelijkheid van een tweede supermarkt (in het geldend bestemmingsplan, gebaseerd op een DPO uit 2000, wordt ruimte gelaten voor een extra supermarkt van 1.000 m<sup>2</sup> bvo). Recent is door de Westfriese gemeenten de Regionale detailhandelsvisie West-Friesland (30 september 2015) opgesteld. De gemeenteraad van Opmeer heeft de detailhandelsvisie vervolgens op 17 maart 2016 vastgesteld. Uit de detailhandelsvisie blijkt dat in het centrum Opmeer-Spanbroek, dat als bovenlokaal boodschappencentrum kan worden gekenmerkt, ruimte bestaat voor een tweede supermarkten. In het centrum bestaat is nog een inspanning vereist op het dorpscentrum completer te maken qua aanbod. Bij een bovenlokaal boodschappencentrum past een aanbod van twee supermarkten van moderne omvang (ca. 1.000 tot 1.500 m<sup>2</sup>). Een grotere omvang of meer supermarkten zijn echter uitdrukkelijk niet gewenst.

Een gedeelte van de inwoners uit Opmeer en Spanbroek zal momenteel elders de dagelijkse boodschappen doen, onder meer bij discounters in de omgeving (zoals de Aldi in Hoogwoud) of bij de grotere supermarkten als Dekamarkt in Hoorn of Heerhugowaard. Met de toevoeging van een tweede supermarkt aan het aanbod in Opmeer-Spanbroek (bij voorkeur complementair aan elkaar voor wat betreft segment) is het echter wel goed mogelijk een groter gedeelte van de koopkracht uit de eigen kernen aan het eigen aanbod te binden.

De omzet in supermarkten bedraagt gemiddeld € 7.898,- per m<sup>2</sup> wvo (excl. BTW). Op basis van deze norm heeft supermarkt Deen in het centrum een omzetclaim van € 10,3 mln. Bij de komst van een harddiscount-formule, met een kleinere omvang van circa 750 m<sup>2</sup> wvo, neemt de omzetclaim toe met € 5,9 mln tot € 16,2 mln. Met de komst van een tweede supermarkt naar Opmeer-Spanbroek centrum komen de omzetten in de dagelijkse artikelensector 10 - 15% onder het landelijke gemiddelde te liggen.

Wij zijn echter van mening dat er geen sprake zal zijn van blijvende negatieve effecten op de detailhandelsstructuur of 'duurzame ontwrichting'. Navolgend zullen we dit toelichten.

### **Duurzame ontwrichting**

In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of nieuwe initiatieven resulteren in duurzame ontwrichting van de voorzieningenstructuur. Het gaat hierbij om de effecten op de structuur, dus het geheel van de winkelvoorzieningen. Een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven is geen ruimtelijk relevant argument<sup>12</sup>. Bij haar besluitvorming behoort een overheid zich niet te mengen in onderlinge concurrentieverhoudingen.

Pas als het verdwijnen van één of meerdere winkels als gevolg van een initiatief een onevenredige aantasting van de distributieve voorzieningen tot gevolg heeft, is er sprake van duurzame ontwrichting. Het gaat hierbij om aantasting gedurende langere tijd (b.v. als het leidt tot langdurige leegstand en verpaupering). Bij duurzame ontwrichting gaat het dus om het directe consumentenbelang op lange termijn. Dit is het geval indien er wezenlijke beperkingen ontstaan voor de inwoners van een kern bij het doen van hun aankopen, door het te verwachten wegvallen van één of meerdere winkels. In concreto gaat het om een onaanvaardbare afname van de in een verzorgingsgebied aanwezige variatie in het aanbod van een bepaalde branche. Hiervan is bijvoorbeeld sprake als door uitbreiding van een supermarkt, de supermarkten in de omliggende wijken/ kernen omvallen, en de consument een fors grotere reisafstand heeft om boodschappen te kunnen doen. De consument dient een voldoende voorzieningenniveau te behouden op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats<sup>13</sup>. De definitie van 'aanvaardbare afstand' is in de rechtspraak echter nog niet eenduidig. Dit is onder meer afhankelijk van de regio en de branche.

Bij duurzame ontwrichting gaat het er dus om of voor de inwoners van het verzorgingsgebied een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft in die zin dat zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun dagelijkse en niet-dagelijkse inkopen kunnen doen. Overaanbod in het verzorgingsgebied en mogelijke sluiting van bestaande detailhandelsvestigingen is geen doorslaggevend criterium.

### **Duurzame ontwrichting en Opmeer**

In het gemeentelijk detailhandelsbeleid zijn de centrumgebieden van Opmeer-Spanbroek en Hoogwoud benoemd als onderdeel van de gemeentelijke detailhandelsstructuur. Uitsluitend wanneer er effecten op deze centrumgebieden optreden, zou er sprake kunnen zijn van duurzame ontwrichting, wanneer er sprake is van een onaanvaardbare reisafstand voor de consument. Dit heeft met name betrekking op de frequent benodigde artikelen, zoals levensmiddelen (dagelijkse artikelensector). Echter gezien de korte reisafstand tussen de drie kernen, zal hier geen sprake van zijn.

Op basis van voorgaand juridisch kader zijn wij van mening dat toevoeging van een tweede supermarkt in het centrum van Spanbroek-Opmeer vanuit juridisch oogpunt niet zal leiden tot duurzame ontwrichting:

- In de dagelijkse artikelensector is het planvolume groter dan de geraamde uitbreidingsruimte. Hierdoor komt er druk op de omzetten te staan, alhoewel de effecten zich ook zullen spreiden over de verschillende aanbieders in de gemeente en omliggende gemeenten.

<sup>12</sup> ABRS 2 oktober 2001, zaaknummer 200105597/1

<sup>13</sup> Afdeling bestuursrechtspraak 10 juni 2009 AB 2009, 252; r.o. 2.7.1 – winkelcentrum gemeente Marne

- Toevoeging van een harddiscounter zal met name effecten hebben op Aldi in Hoogwoud; de effecten op Deen zullen beperkt zijn aangezien deze formule zich in een ander prijssegment bevindt.
- Mocht door toevoeging van een harddiscount-formule in het centrum van Spanbroek-Opmeer onverhoopt een van de supermarkten in de gemeente niet meer duurzaam exploitabel zijn dan verandert de situatie voor de consument in wezen niet. De consument blijft beschikken over twee complementaire supermarkten op aanvaardbare afstand.

### **Ladder voor duurzame verstedelijking**

Er wordt door de overheid steeds meer waarde gehecht aan het zorgvuldig omgaan met het ruimtegebruik. Dit is tevens een belangrijk uitgangspunt bij een in oktober 2012 doorgevoerde wijziging in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'. Deze ladder omvat de volgende stappen:

1. "Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.
2. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.
3. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld."

Enkele treden van de Ladder verdienen een nadere toelichting.

#### *Actuele regionale behoefte*

Specifiek voor de eerste trede geldt dat deze slechts tot doel heeft na te gaan of de vestiging van een functie in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening; het onderzoek mag geen betrekking hebben op economische ordening (economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen). Hoewel dit in het kader van de Europese regelgeving met betrekking tot vrije vestiging al lang vast ligt, is het toch nog eens expliciet verwoord in een vierde lid dat per 1 juli 2014 aan art. 3.1.6. van het Bro is toegevoegd.

Uit de toelichting en de handreiking bij de Ladder komt naar voren dat de behoefte zowel kwantitatief als kwalitatief van aard kan zijn. Verder is aangegeven dat het begrip 'actueel' niet letterlijk opgevat moet worden, het gaat in feite om de toekomstige vraag. Over de afbakening van de regio wordt vermeld dat die aan moet sluiten op het (te verwachten) verzorgingsgebied van de ontwikkeling.

#### *Aandacht voor leegstand*

Relevant bij de toepassing van de Ladder voor detailhandelsprojecten is dat aandacht besteed wordt aan de winkelleegstand; kan het initiatief redelijkerwijs ook in bestaande lege winkelpanden gehuisvest worden en heeft het initiatief geen onaanvaardbare effecten op de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in het algemeen. Bij dit laatste gaat het in het bijzonder ook om de invloed van (structurele) leegstand. Uit de jurisprudentie komt naar voren dat hierbij met name de gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat centraal staan. Het belang van aandacht voor de leegstand wordt nog eens geïllustreerd door enkele recente uitspraken van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State met betrekking tot de toepassing van de Ladder.

- ABRS 26 maart 2014 (*ECLI:RVS:2014:1101*)  
*“De behoefte aan de beoogde ontwikkeling dient aldus, met het oog op het voorkomen van structurele winkelleegstand, te worden afgewogen tegen het bestaande aanbod. Inzichtelijk moet zijn gemaakt dat het plan geen zodanige leegstand tot gevolg zal hebben dat dit tot een uit een oogpunt van een goede ruimtelijke ordening onaanvaardbare situatie in de betrokken regio zal leiden.”*
- ABRS 18 september 2013 (*201208105/1/R2 (De Zeeland, Bergen op Zoom)*)  
*Over de door Toychamp B.V. gevreesde leegstand overweegt de Afdeling dat onder omstandigheden overcapaciteit kan leiden tot (een toename van) leegstand, hetgeen tot negatieve gevolgen voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat kan leiden.*
- ABRS 18 juni 2014 (*201309201/1/A1 (Verplaatsing Aldi Echt)*)  
*Hoewel de afweging in het kader van artikel 3.1.6. lid 2 Bro door de gemeente niet expliciet benoemd is, heeft de Afdeling geoordeeld dat de afweging van de mogelijke effecten op de leegstand op zichzelf op de juiste is gemaakt. Zij hebben hierbij betrokken dat het gaat om een verplaatsing van een bestaande supermarkt, er sprake is van een marginale uitbreiding van het wvo en dat er sprake is van een sterke supermarktstructuur. Ook is van belang dat er een juridische borging is dat leegstand op de oude locatie zoveel mogelijk voorkomen wordt. Hier is dat privaatrechtelijk overeen gekomen (inspanningsverplichting).*

### *Vernieuwing en marktruimte*

In de recente uitspraak over de vestiging van Ikea op de locatie Zuiderhout te Zaanstad (ABRS 7 mei 2014, nr. 201307684/1) geeft de Afdeling aan dat juist in een situatie waar weinig marktruimte is, vernieuwing en versterking nodig is om het aanbod aan de veranderende vraag aan te passen. Hiermee is het belang van vernieuwing als kwalitatief argument bij de toepassing van de Ladder nog eens bevestigd, want eerder kwam dit al in navolgende uitspraak naar voren:

- VzABRS 17 februari 2014 (201310222/2/R6, *Herontwikkeling De Plu Heerlen*)  
*De voorzitter accepteert hier dat nieuwe ontwikkelingen voor een kwaliteitsimpuls in de voorzieningestructuur kunnen zorgen die (in het kader van de Ladder) een extra (eigen) behoefte genereert c.q. creëert. Hiertoe dient wel de bestaande leegstand inzichtelijk gemaakt en meegewogen te worden.*

### **Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast**

Bij de toevoeging van een tweede supermarkt in het centrum van Opmeer-Spanbroek dient de ladder doorlopen te worden aangezien het een detailhandelsontwikkeling betreft (art. 1.1.1 Bro, definiëring begrippen).

#### *Actuele regionale behoefte*

Voor wat betreft de eerste trede moet op basis van onderhavige rapportage, in samenhang met de Regionale Detailhandelsvisie West-Friesland, geconstateerd worden dat er in het centrum van Opmeer-Spanbroek redelijke distributieve ruimte bestaat voor uitbreiding van het winkelaanbod in de dagelijkse artikelensector (tot maximaal 1.500<sup>2</sup> wvo). Het mogelijk maken van de uitbreiding van het dagelijks aanbod voorziet dan ook vooral in kwalitatieve zin in een (toekomstige) lokale behoefte. Het initiatief speelt immers sterk in op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van aankopen in de dagelijkse sector (o.a. gemak, comfort, keuzemogelijkheden voor de consument). Dit betekent een verbetering van de consumentenverzorging in Opmeer-Spanbroek en omgeving en een completer aanbod in het dorpscentrum. Zo gezien is er sprake van een positief effect op het leef- en woonklimaat.

#### *Tweede trede: benutting bestaande panden en leegstand*

Specifiek voor trede 2 is in de toelichting bij het Bro-artikel aangegeven dat het bij detailhandel moet gaan om het aangeven in hoeverre bestaande leegstaande winkelpanden via transformatie of herstructurering het initiatief zouden kunnen huisvesten. Er zijn enkele leegstaande panden in het centrum Opmeer-Spanbroek, deze voldoen echter niet aan moderne maatstaven voor een supermarkt (vanaf 750 m<sup>2</sup> wvo). De toevoeging van een extra supermarkt in het centrum zou mogelijk kunnen geschieden door het samentrekken/herontwikkelen van bestaande detailhandelspanden. De komst van een discount supermarkt zal de aantrekkingskracht van het centrum en de complementariteit tussen de bestaande Deen supermarkt en het bestaande niet-dagelijkse winkelaanbod vergroten. Dit zal uiteindelijk een positief effect kunnen hebben op de leegstand.

Het is niet uit te sluiten dat er als gevolg van de veranderde concurrentieverhoudingen effecten voor bestaand aanbod kunnen zijn en dat er hierdoor elders enige leegstand zal ontstaan. Zoals eerder vermeld zullen deze effecten zich vooral richten op de Aldi in Hoogwoud. Voor de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging zal dat geen onaanvaardbare effecten hebben. Dat wil zeggen dat van duurzame negatieve effecten op het woon-, leef en ondernemersklimaat naar verwachting geen sprake zal zijn.



## 5. CONCLUSIES

Het centrum van Opmeer-Spanbroek is een compleet winkelcentrum met een uitgebreid aanbod in zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse artikelensector. Het centrum heeft een sterke verzorgingsfunctie voor de inwoners binnen de gemeente. Het aanbod is hier op aangepast en kent een relatief omvangrijke omvang met een aantal trekkers als Deen supermarkt, warenhuis Hema en partijgoederenwinkel in huishoudelijke artikelen Action.

Op korte termijn zullen er aan de Heerenweide in Spanbroek maximaal 400 woningen gebouwd worden. Deze woningbouw zal een afnemend draagvlak door de algemene trend van gezinsverdunding tegen kunnen gaan en de verwachting is dat het inwonertal zelfs wat toe zal gaan nemen.

De toename van het draagvlak binnen de gemeente biedt beperkte mogelijkheden het winkelaanbod in het centrum van Opmeer-Spanbroek uit te breiden. Voor een distributieve onderbouwing van uitbreidingsmogelijkheden zal het aanbod een hogere binding moeten realiseren alsmede meer omzet van buitenaf.

Toevoeging van een nieuwe supermarkt in het centrum van Spanbroek-Opmeer past enigszins binnen de becijferde uitbreidingsruimte in de dagelijkse artikelensector. Dit zal leiden tot een daling van de vloerproductiviteit van de supermarkten, maar dit zal geen effecten hebben op de gewenste detailhandelsstructuur. De consument wordt immers meer keuze geboden en er wordt een trekker toegevoegd aan het centrum van Spanbroek-Opmeer. Er zal geen sprake zijn van duurzame ontvruchting; de consument blijft beschikken over meerdere complementaire supermarkten op aanvaardbare afstand.

In de niet-dagelijkse artikelensector bestaan er beperkte mogelijkheden het aanbod uit te breiden. Versterking van dit aanbod dient gevonden te worden in aanbod dat aanvullend is op het huidige profiel; efficiënt boodschappen doen. Een frequent benodigd niet-dagelijks aanbod hoort daar ook bij. Formulesuggesties zijn textielsuper Zeeman en modeketen Shoeby.

De opgave voor het centrum van Opmeer-Spanbroek ligt verder op het niveau houden van het huidige voorzieningenaanbod en waar mogelijk verdere concentratie van de winkel- en publieksgerichte voorzieningen rond de Wuiver. Ook stimulering van verplaatsingen naar het kernwinkelgebied maakt daar deel van uit. Het winkelaanbod dat binnen de kern Opmeer valt, kent een decentrale ligging ten opzichte hiervan. Er zijn onvoldoende marktmogelijkheden om de verschillende gedeelten tot één ruimtelijk-functioneel samenhangend winkelgebied te maken.