

Schagen

ruimtelijk-economisch onderzoek Makado Schagen

identificatie

projectnummer:

060904.16366.00

projectleider:

ir. R.J.M.M. Schram

auteur(s):

drs. G. Welten

datum:

25-06-2014

opdrachtgever:

Makado Schagen BV

Inhoud

1. Inleiding	2
2. Analyse	4
2.1. Centrum Schagen	4
2.2. Analyse winkeluitbreiding	7
2.3. Economische analyse sector dagelijkse goederen	9
2.4. Leegstand	12
3. Conclusie	14

Aanleiding

Makado Schagen BV werkt aan de versterking van Makado Centrum in het centrum van Schagen. Hierbij wordt de ruimtelijke structuur geoptimaliseerd en wordt uitbreidingsruimte geboden voor detailhandel. De totale uitbreiding van het bruto oppervlak in Makado Centrum bedraagt circa 3.600 m². Circa 800 m² bvo hiervan betreft de uitbreiding van de supermarkt.

Van bvo naar wvo

In ruimtelijk-economisch onderzoek in de detailhandel wordt gerekend met winkelvloeroppervlak (wvo). Dit betreft het voor consumenten toegankelijke en zichtbare deel van de winkel, exclusief magazijn, kantoor, sociale en technische ruimten. Het winkelvloeroppervlak is doorgaans circa 80% van het bruto vloeroppervlak (bvo).

Het overheidsbeleid is gericht op een duurzame stedelijke ontwikkeling. Iedere stedelijke ontwikkeling, waaronder detailhandel, moet daarom worden getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking (art. 3.1.6. lid 2 Bro). Deze ladder bestaat uit de volgende drie treden:

1. Is er een actuele regionale behoefte aan de beoogde ontwikkeling?

Het begrip regio is niet begrensd in het Bro, maar is afhankelijk van de ontwikkeling. Bij de beoogde uitbreiding van Makado Centrum is de behoefte afkomstig uit de kern Schagen en uit de omliggende, kleinere kernen in de noordelijke helft van Noord-Holland. Dit gebied geldt als relevante regio voor dit onderzoek. Bij trede 1 moet tevens worden onderzocht of een ontwikkeling geen onaanvaardbare gevolgen heeft voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Ook dit aspect wordt binnen de regio afgewogen met nadruk op eventuele gevolgen binnen de kern Schagen.

2. Kan de actuele regionale behoefte worden opgevangen binnen bestaand stedelijk gebied?

Aan deze tweede trede van de ladder voor duurzame verstedelijking wordt voldaan, omdat de ontwikkeling plaatsvindt door herontwikkeling en intensivering binnen het bestaande centrumgebied van Schagen.

3. Kan een nieuwe locatie worden gevonden die passend multimodaal is ontsloten?

Omdat wordt voldaan aan trede 2, hoeft niet naar een nieuwe locatie buiten bestaand stedelijk gebied te worden gezocht.

Bij ontwikkeling van detailhandel in eerste levensbehoeften (zijnde supermarkten en versspeciaalzaken) moet bovendien worden onderzocht of er geen sprake is van een duurzame ontwrichting van de detailhandelsstructuur.

In dit rapport zijn de behoefte, de eventuele effecten op en de mogelijke ontwrichting van de voorzieningenstructuur aan de orde.

Onderzoek

In dit rapport worden de volgende vragen beantwoord:

- bestaat er vanuit de consument behoefte aan de ontwikkeling?
- is er sprake van een onaanvaardbaar effect op het woon-, leef- en ondernemersklimaat?
- is er sprake van een duurzame ontwrichting van de detailhandelsstructuur?

Opzet

De analyse is weergegeven in hoofdstuk 2. In hoofdstuk 3 worden de conclusies gegeven aan de hand van de beantwoording van de onderzoeksvragen.

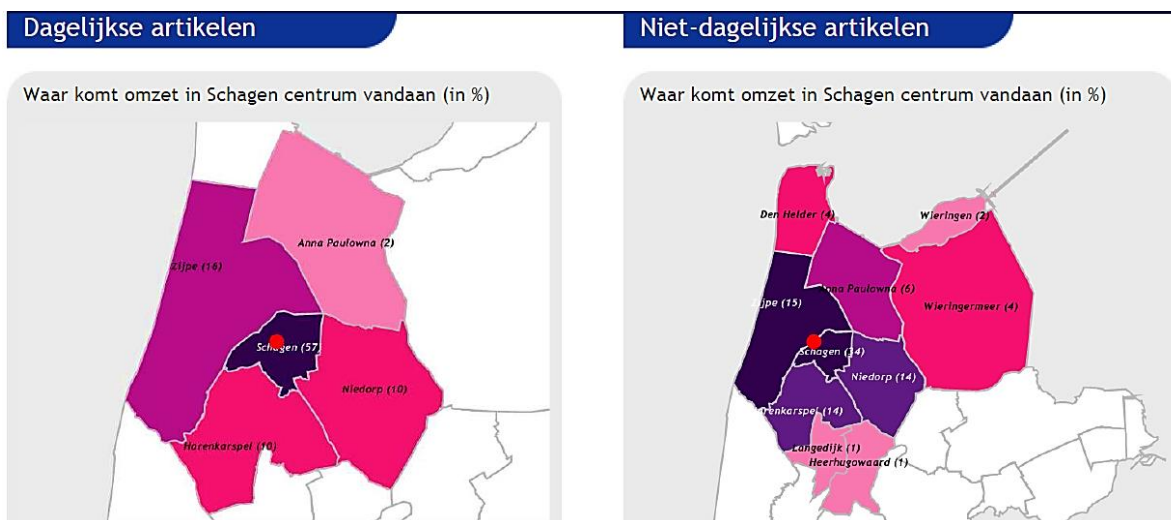
2. Analyse

Dit hoofdstuk start met een analyse (paragraaf 2.1), waarmee wordt bekeken of er behoefte bestaat aan de ontwikkeling. In de paragrafen 2.2 en 2.3 is een economische analyse gemaakt, waarbij de eventuele effecten van de ontwikkeling aan de orde zijn. Het aspect leegstand is onderwerp van paragraaf 2.4.

2.1. Centrum Schagen

Regiocentrum en toerisme

Het centrum van Schagen is een belangrijk winkelgebied voor de regio (figuur 2.1). Ook heeft het een grote aantrekkingskracht op toeristen. Uit recent koopstromenonderzoek blijkt de regionale aantrekkingskracht: bij de winkels in niet-dagelijkse goederen bestaat namelijk circa twee derde van de omzet uit bestedingen van consumenten uit de regio en toeristen. Dit betreft veelal consumenten die recreatief komen winkelen. Ook bij de dagelijkse goederen – de “boodschappen” – bestaat nog meer dan 40% van de omzet van bestedingen van consumenten uit de regio van Schagen.



Figuur 2.1 Herkomst consumentenbestedingen in aandeel van de totale winkelomzet in Schagen centrum (begrenzing gebieden volgens gemeentegrenzen in 2011) (bron: Koopstromenonderzoek Randstad, november 2011)

Om de regiofunctie en de aantrekkingskracht op toeristen te behouden is investering in het winkelcentrum noodzakelijk. Stilstand is immers al snel achteruitgang, omdat de detailhandel in andere centrumgebieden in de regio ook constant investeert en vernieuwt. De beoogde investeringen in Makado Centrum dragen daarom bij aan het behoud van de verzorgingsfunctie van het centrum van Schagen voor de regio en de toeristen.

Optimalisatie ruimtelijke structuur en uitbreiding winkelaanbod

Makado vormt een belangrijk onderdeel van de winkelstructuur van het centrum van Schagen. Versterking van dit gebied sluit aan op de doelstelling om te komen tot een optimaal functionerend

centrumgebied. Makado is een van de trekkers binnen het 'Rondje Schagen': de route die de drie belangrijke locaties – Makado, Noordersteeg, Markt – in het centrum met elkaar verbindt. Om het Rondje Schagen te optimaliseren is een kwaliteitsslag met uitbreiding van het winkelaanbod gewenst. Het beste kan worden gestreefd naar het behoud van een compact winkelgebied, omdat het 'oprekken' van de winkelstructuur minder wenselijk is. Een geconcentreerd en duidelijk begrensd centrumgebied is namelijk goed herkenbaar en daarmee aantrekkelijk voor consumenten. Ook is het efficiënt de aanvullende consumentgerichte onderdelen van een centrum (horeca, cultuur, diensten) in te passen in een compact centrumgebied: de wisselwerking met de detailhandel is dan optimaal. De uitbreiding van Makado Centrum inclusief de verruiming van de parkeerruimte zorgt voor een versterking van de werking van het gebied als bronpunt voor bezoek en als ankerpunt voor herhaalbezoek binnen het Rondje Schagen. Door ten noorden van Makado Centrum (ter hoogte van het voormalig postkantoor) een accent toe te voegen, wordt de afronding van het centrumgebied gemarkeerd.

Versterking winkelaanbod niet-dagelijkse goederen

De beoogde ontwikkeling is gericht op de structuurversterking van Makado, daarom wordt onder meer gestreefd naar een optimalisering van de routing in het centrum. Daarbij wordt het oppervlak van de winkelruimte uitgebreid.

De uitbreiding van Makado Centrum met winkelaanbod in niet-dagelijkse goederen sluit aan op de behoefte van consumenten, omdat het centrum van Schagen wordt bezocht voor recreatief winkelen. De sterke positie op dit gebied blijkt uit het relatief ruime winkelaanbod in de winkelsectoren die consument bezoekt bij het recreatief winkelen (Locatus, 2014). De sterke marktpositie blijkt verder uit het feit dat bijna 75% van de omzet van winkels in mode en in schoenen in Schagen centrum bestaat uit bestedingen van consumenten uit de regio en van toeristen (Koopstromenonderzoek Randstad, 2011).

De beoogde ontwikkeling biedt ruimte aan uitbreiding en/of verplaatsing van bestaande winkels en het biedt ruimte aan de komst van nu nog ontbrekende winkels in het centrum van Schagen, waarmee de ontwikkeling ruimte biedt voor de versterking van de mix aan grotere en kleinere winkelunits, zodat voor consumenten een robuust en breed gesorteerd winkelaanbod beschikbaar is. Dit draagt bij aan het functioneren van het centrumgebied en het behoud van de regiofunctie van Schagen centrum.

Behoeftte aan supermarkten in Schagen centrum

Optimalisatie bestaand supermarktaanbod

Rekening houdend met de trends in consumentengedrag (toenemende mobiliteit, internetverkoop) en de demografische trends (vergrijzing, ontgroening, bevolkingskrimp) zijn keuzes noodzakelijk ten aanzien van de supermarktstructuur om zodoende deze voorzieningen voor consumenten te behouden. In de kern Schagen wordt aanbevolen de potenties van supermarkten zoveel mogelijk te 'trechteren' naar het centrum van Schagen. Zodoende wordt de positie van het centrumgebied van Schagen als regionaal centrum behouden en versterkt – ook op het gebied van boodschappen. Daarbij kunnen de overige winkels in het centrum profiteren van de aantrekkingskracht van een sterk supermarktaanbod. Het is daarbij van belang dat de grootste supermarkten van de gemeente en de regio in verschillende prijssegmenten zijn gevestigd in het centrumgebied. Dit kan bereikt worden door optimalisatie van het bestaande supermarktaanbod – vooral door uitbreiding en verplaatsing.

Grootste aanbod trekt meeste bezoekers

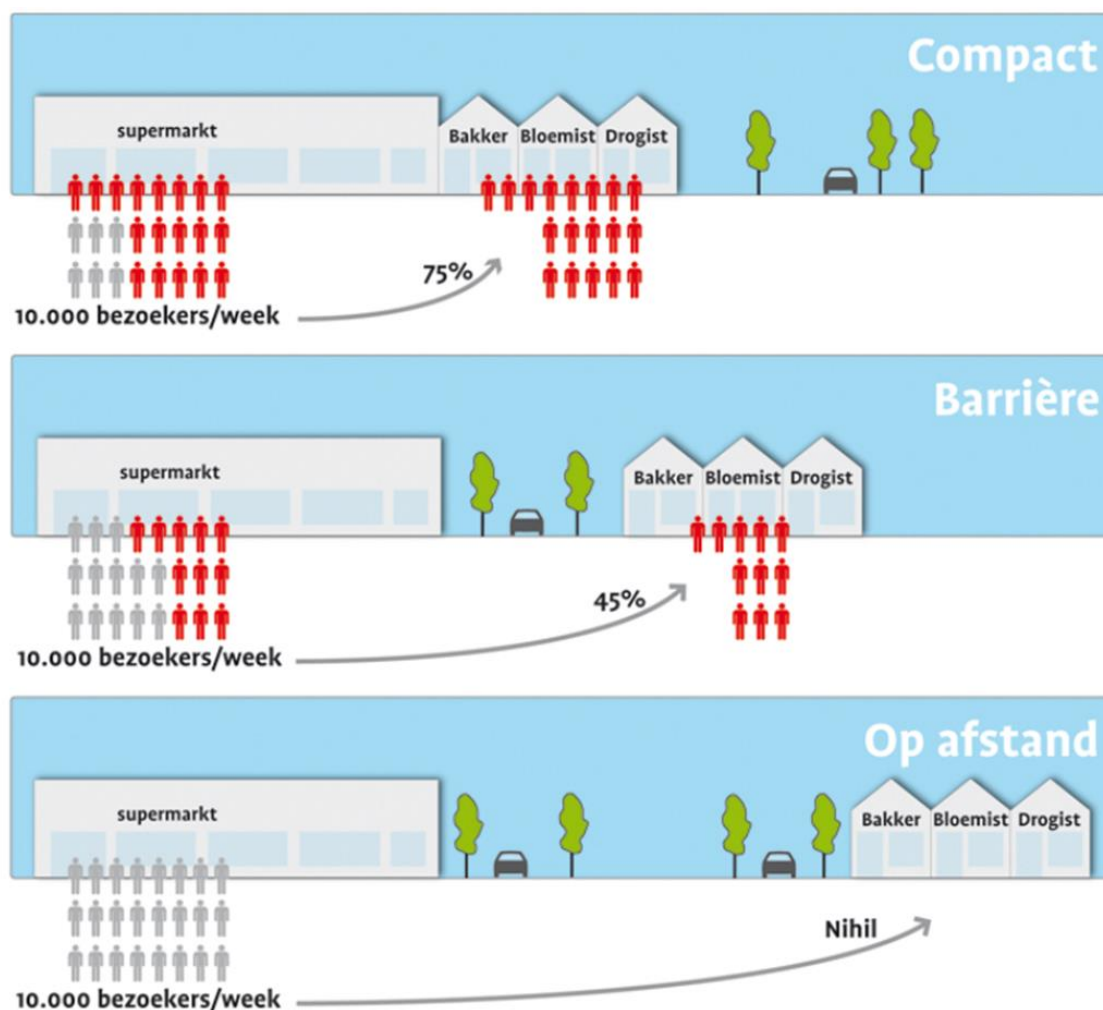
De beoogde ontwikkeling is gericht op de behoefte van consumenten aan een compleet winkelaanbod in boodschappen op aanvaardbare afstand. De boodschappen worden door de consument gedaan in de winkelsector dagelijkse goederen, bestaande uit supermarkten, versspecialzaken en drogisterijen. Circa 80% van de bestedingen aan dagelijkse goederen wordt door consumenten gedaan bij supermarkten (HBD, 2013). Supermarkten zijn daarom het belangrijkste bezoekdoel bij het doen van de boodschappen. De gemiddelde consument bezoekt daartoe het liefst een goed gesorteerd winkelcentrum met supermarkten in verschillende marktsegmenten en met aanvullende specialzaken. In de kern Schagen bevinden de meeste supermarkten zich in het centrumgebied, waardoor dit gebied binnen Schagen de belangrijkste verzorgingsfunctie heeft op het gebied van boodschappen.

Behoud verzorgingsfunctie supermarkt Makado

Het hiervoor beschreven consumentengedrag leidt tot schaalvergroting van supermarkten en tot schaalvergroting van winkelgebieden als geheel. Echter, deze schaalvergroting slaagt alleen in perspectiefrijke winkelcentra. Dit zijn de goed bereikbare centra met een ruim en divers winkelaanbod en goed parkeren – waar de consument graag naartoe gaat. Voor dergelijke ‘winnende’ winkelgebieden, zoals Schagen centrum, ligt schaalvergroting dus in de lijn van de ontwikkeling.

De beoogde uitbreiding van Makado Centrum in Schagen centrum is gericht op het bieden van ruimte voor schaalvergroting om zodoende aantrekkelijk te blijven voor de consument. Voor een deel bestaat het initiatief uit de uitbreiding en optimalisering van de supermarkt. Door deze ontwikkeling wordt ingespeeld op de behoefte bij consumenten aan meer comfort in de winkel: bredere gangpaden, lagere schappen, meer kassa's en een ruimer assortiment. Hierdoor blijft deze winkel voor consumenten aantrekkelijk om te bezoeken en blijft de supermarkt behouden als trekker voor Makado Centrum.

De uitbreiding van de supermarkt in Makado is positief voor het functioneren van het gehele centrumgebied, omdat supermarkten sterk bijdragen aan de 'doorbloeding' van een winkelcentrum. Hiervan profiteren de naastgelegen winkels. Uit recent onderzoek (figuur 2.2) blijkt namelijk dat gemiddeld 75% van de supermarktklanten ook de winkels bezoeken die nabij een reguliere supermarkt (zoals Vomar, Deen, Deka, AH) liggen. Aangezien volwaardige supermarkten gemiddeld door circa 10.000 consumenten per week worden bezocht, betekent de versterking van de Albert Heijn het behoud van een behoorlijke toestroom van passanten, waarvan de winkels in de omgeving profiteren.



Figuur 2.2 Percentage combinatiebezoek tussen supermarkten en overige winkels in verschillende ruimtelijke situaties (DTnP, 2010)

2.2. Analyse winkeluitbreiding

Totale uitbreiding Makado Centrum

De totale uitbreiding van het verhuurbare oppervlak in Makado Centrum bedraagt circa 3.600 m² bruto vloeroppervlak. Dit geeft een winkelvloeroppervlak van circa 3.000 m² wvo (3.600 m² X 80%).

Economische analyse sector niet-dagelijkse goederen

In deze paragraaf wordt nagegaan of de theoretisch maximale uitbreiding (3.000 m² wvo) van het winkelaanbod in de sector niet-dagelijkse goederen onaanvaardbare gevolgen heeft voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat. De vraag of sprake is van duurzame ontwrichting is niet aan de orde, omdat dit alleen betrekking heeft op de voorzieningen in eerste levensbehoeften. Hierin wordt voorzien door de winkels in dagelijkse goederen (zie paragraaf 2.3).

Om de vraag te kunnen beantwoorden of sprake is van onaanvaardbare gevolgen wordt een economische analyse uitgevoerd van de sector niet-dagelijks goederen. De uitgangspunten voor de analyse staan in tabel 2.1.

Tabel 2.1 Uitgangspunten actuele analyse sector niet-dagelijkse goederen in Schagen Centrum

variabele	overwegingen	actueel uitgangspunt	actuele bron
inwonertal	Het primaire verzorgingsgebied van Schagen centrum is de kern Schagen en Schagerbrug. Cijfers per 01-01-2013	20.610 inwoners	CBS, 2014
toonbank-bestedingen	De meeste recente HBD-cijfers dateren van december 2013. Hierin is het effect van zowel de economische conjunctuur als de internetverkoop op de bestedingen in de winkels meegenomen.	€ 2.540,- per persoon per jaar	HBD, december 2013
omvang aanbod	De analyse wordt uitgevoerd voor de gehele sector niet-dagelijkse goederen: mode & luxe artikelen, artikelen voor de vrije tijd en artikelen voor in-en-om-het-huis.	18.892 m² wvo	Locatus, april 2014
koopstromen¹⁾	In het Koopstromenonderzoek Randstad 2011 zijn de koopstromen voor Schagen centrum onderzocht.	koopkrachtbinding van inwoners van Schagen en Schagerbrug: 42% koopkrachttoevloeiing: 66% van de omzet	Koopstromen-onderzoek Randstad (2011)
gemiddelde vloerproductiviteit voor economisch-duurzaam functioneren	De meeste recente HBD-cijfers dateren van december 2013. Hierin is het effect van zowel de economische conjunctuur als de internetverkoop op de bestedingen in de winkels meegenomen. Voor de analyse wordt gewerkt met de gemiddelde vloerproductiviteit in de sector mode & luxe, omdat de meeste winkels in Schagen centrum tot deze sector behoren	€ 2.360,- per m² wvo per jaar	HBD, december 2013

¹⁾ De koopstromen bestaan uit koopkrachtbinding en -toevloeiing. Koopkrachtbinding is het deel van de bestedingen van inwoners van het relevante gebied dat in de winkels binnen dit gebied terecht komt. Koopkrachttoevloeiing is het deel van de omzet van de winkels in het relevante gebied dat afkomstig is van consumenten van buiten de vier wijken.

In tabel 2.2 zijn met de bovenstaande uitgangspunten de huidige marktomstandigheden in de sector niet-dagelijkse goederen in het centrum van Schagen bepaald.

Tabel 2.2 Huidige marktomstandigheden sector niet-dagelijkse goederen Schagen centrum (2014)

	2014
inwoners Schagen / Schagerbrug	20.610
toonbankbestedingen (excl. btw)	€ 2.540
bestedingspotentieel Schagen / Schagerbrug	€ 52.300.000
koopkrachtbinding Schagen centrum	42%
gebonden bestedingen	€ 22.100.000
koopkrachtoevloeiing (incl. toerisme)	66%
omzet uit toevloeiing in Schagen centrum	€ 42.400.000
totale bestedingen Schagen centrum	€ 64.500.000
gemiddelde omzet per m ² niet-dagelijkse goederen	€ 2.360
potentiele omvang niet-dagelijkse goederen	27.300
huidige omvang niet-dagelijkse goederen	18.892
Indicatieve ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	8.400

In de huidige marktomstandigheden weet de detailhandel in niet-dagelijkse goederen in Schagen centrum relatief veel bestedingen aan te trekken. Dit betreft vooral bestedingen van inwoners van de regio, want bijna twee derde deel van de omzet (66%) in deze sector in Schagen centrum bestaat uit bestedingen van consumenten van buiten Schagen.

De sterke regionale marktpositie geeft indicatief ruimte voor de uitbreiding van het winkelaanbod in niet-dagelijkse goederen met 8.400 m² wvo in Schagen centrum. Er zijn daarom voldoende exploitatiemogelijkheden voor de theoretisch maximale uitbreiding van het winkelaanbod in Makado.

Geconcludeerd wordt dat wanneer het winkelaanbod in niet-dagelijkse goederen met 3.000 m² wvo uitbreidt dit geen onaanvaardbare gevolgen voor het functioneren van de detailhandel in Schagen. De leegstand neemt dan ook niet toe als gevolg van deze ontwikkeling. Van onaanvaardbare effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Schagen is daarom geen sprake.

De beoogde uitbreiding van de detailhandel in Makado Centrum sluit aan op het huidige koopgedrag van consumenten – uitgedrukt in de regionale koopstromen. Een substantiële wijziging van de omvang van de afvloeiing van bestedingen van consumenten uit de regio naar Schagen is niet te verwachten. De beoogde ontwikkeling heeft daarom geen invloed op de omzetmogelijkheden voor detailhandel in de regio rond Schagen. Dit maakt dat ook in de regio geen sprake zal zijn van onaanvaardbare effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

Het bieden van ruimte voor winkelontwikkeling is positief voor het ondernemersklimaat

Ondernemers moeten altijd rekening houden met de concurrentie. Ontwikkelingen en innovaties van concurrenten, in welke vorm dan ook, kunnen altijd effect hebben op de omzetmogelijkheden van een winkel. Detailhandelsontwikkeling heeft daarom in beginsel geen onaanvaardbare gevolgen voor het ondernemersklimaat in een gebied.

Het bieden van ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel wordt zelfs gezien als positief voor het ondernemersklimaat, omdat het bedrijven de ruimte biedt om te ontwikkelen – te ondernemen. De gemeente Schagen beoogt ruimte te bieden voor nieuwe winkelruimte op een daarvoor ruimtelijk passende locatie in het bestaande centrumgebied, op een plek waar consumenten behoefte hebben aan winkelvoorzieningen en in een omgeving met voldoende draagvlak, waardoor een rendabele exploitatie mogelijk is. In die zin heeft de beoogde ontwikkeling dan ook geen sprake van een onaanvaardbaar effect op het ondernemersklimaat.

2.3. Economische analyse sector dagelijkse goederen

In de paragraaf 2.1 is geconcludeerd dat de ontwikkeling is gericht op de behoefte bij consumenten aan een robuust en compleet centrumgebied op aanvaardbare afstand. De uitbreiding van de supermarkt is daarbij een belangrijke schakel in het behoud en de versterking van de centrumvoorziening.

In deze paragraaf wordt nagegaan of de realisatie van de beoogde supermarktontwikkeling van het winkelaanbod geen onaanvaardbare effect heeft op de detailhandelsstructuur. De uitgangspunten voor de analyse staan in tabel 2.3.

Tabel 2.3 Uitgangspunten actuele analyse sector niet-dagelijkse goederen in Schagen Centrum

variabele	overwegingen	actueel uitgangspunt	actuele bron
inwonertal	Het primaire verzorgingsgebied van Schagen centrum is de kern Schagen en Schagerbrug. Cijfers per 01-01-2013	20.610 inwoners	CBS, 2014
toonbank-bestedingen supermarkten	De meeste recente HBD-cijfers dateren van december 2013. Hierin is het effect van zowel de economische conjunctuur als de internetverkoop op de bestedingen in de winkels meegenomen.	€ 1.840,- per persoon per jaar	HBD, december 2013
omvang aanbod	De analyse wordt uitgevoerd voor de supermarktsector in de kern Schagen.	8.760 m² wvo	Locatus, april 2014
koopstromen	De koopstromen voor de supermarktsector zijn gehanteerd.	koopkrachtbinding van inwoners van Schagen en Schagerbrug: 95% koopkrachttoevloeiing: 40% van de omzet	Koopstromen-onderzoek Randstad (2011)
gemiddelde vloerproductiviteit voor economisch-duurzaam functioneren	De meeste recente HBD-cijfers dateren van december 2013. Hierin is het effect van zowel de economische conjunctuur als de internetverkoop op de bestedingen in de winkels meegenomen. Voor de analyse wordt gewerkt met de gemiddelde vloerproductiviteit in de supermarktsector.	€ 8.260,- per m² wvo per jaar	HBD, december 2013

Haalbare exploitatiemogelijkheden

In onderstaande tabel 2.4 is een economische analyse gemaakt van het potentiële supermarktoppervlak waarvoor in Schagen een haalbare exploitatie mogelijk is. In economische zin wordt een toekomstige omvang van het supermarktaanbod in Schagen van circa 7.300 m² wvo als meest passend geacht (tabel 2.4).

Momenteel is in Schagen een omvang van 8.760 m² wvo aan supermarkten gevestigd (Locatus, 2014). Dit betekent dat in de in, het model berekende, omstandigheden het oppervlak circa 20% groter is dan *cijfermatig* gezien past bij de exploitatiemogelijkheden.

Tabel 2.4 Haalbare exploitatiemogelijkheden supermarkten kern Schagen

	2013
inwoners Schagen (en Schagerbrug)	20.610
supermarktbestedingen (excl. btw)	€ 1.840
bestedingspotentieel marktgebied	€ 37.900.000
koopkrachtbinding	95%
gebonden bestedingen	€ 36.000.000
koopkrachttoevoeiing (incl. toerisme)	40%
omzet uit toevoeiing	€ 24.000.000
totale supermarktbestedingen	€ 60.000.000
gemiddelde omzet per m ² supermarkt	€ 8.260
potentiele omvang supermarktaanbod (m ² wvo)	7.300
<i>huidige omvang supermarktaanbod (Locatus, 2014)</i>	<i>8.760</i>

Gerichte uitbreiding supermarkten blijft mogelijk

Voorkomen moet worden dat door de bovenstaande modelmatige benadering alle ontwikkelingsmogelijkheden op slot worden gezet. Wegens het belang van een sterk centrumgebied voor consumenten en wegens de ontwikkelingstrend naar een meer geconcentreerde winkelstructuur (zie paragraaf 2.1), is de volgende scherpe tweedeling in de ontwikkelingsmogelijkheden binnen de kern Schagen gewenst:

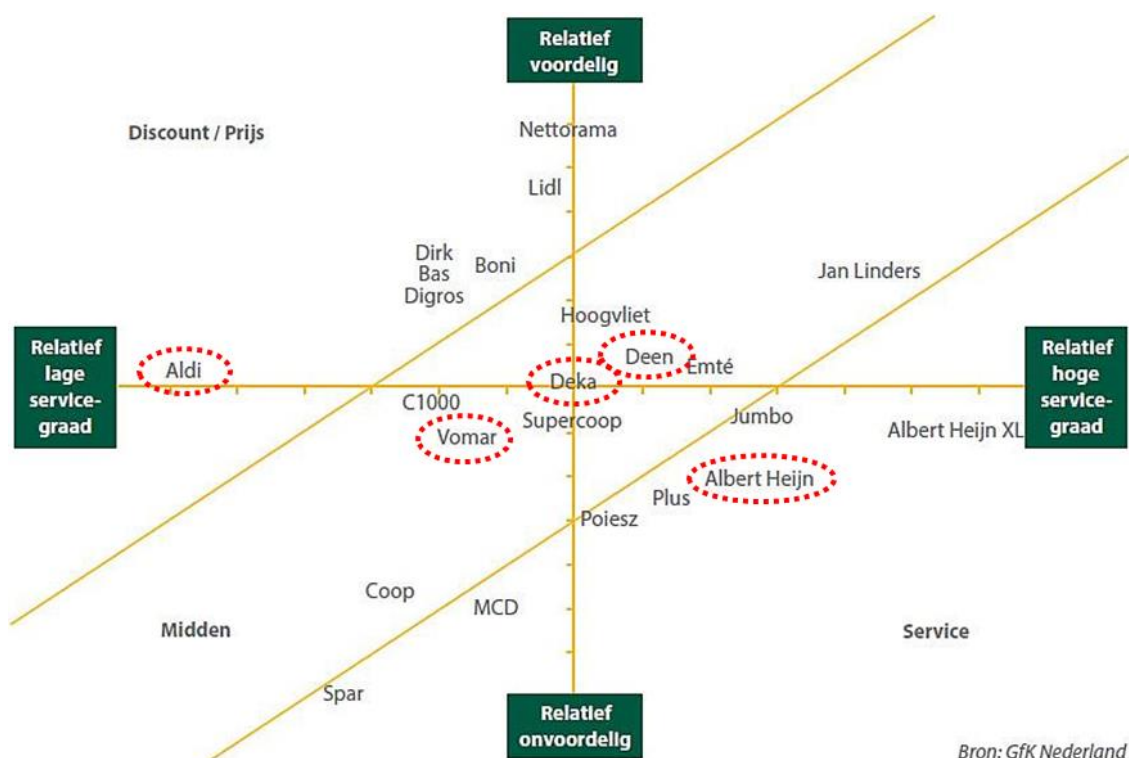
- Enerzijds moet geen ruimte worden geboden aan nieuwvestiging van supermarkten buiten het centrum. Daarbij moet de omvang van buiten het centrumgebied gelegen supermarkten beperkt blijven tot een wijkverzorgende functie.
- Anderzijds moet worden gestreefd naar concentratie van het supermarktaanbod in het centrumgebied. Supermarktbedrijven in het centrum krijgen dan groeimogelijkheden geboden, waardoor deze een omvang kunnen krijgen die past bij de regionale aantrekkingskracht van het centrumgebied.

Beoordeling ontwikkeling supermarkt*Beoogde omvang supermarkt*

De supermarkt in Makado Centrum heeft de formule Albert Heijn. De supermarktformule behoort tot het 'service-segment' (zie figuur 2.3), waarin een uitgebreid assortiment – waaronder hoger geprijsde producten – wordt gecombineerd met ruime service: veel kassa's, bediening op de versafdeling, bijzonder versaanbod en dergelijke.

Om de concurrentie bij te blijven en om de formule van een supermarkt uit het 'service-segment' optimaal tot zijn recht te laten komen is een omvang van 2.400 m² wvo passend in het centrum van Schagen. Bij een dergelijke omvang kan de supermarkt ook zijn functie als regionale trekker optimaal waarmaken. Dit draagt bij aan de functie van Makado Centrum als bronpunt en ankerpunt binnen het centrum van Schagen.

In de analyse wordt ervan uitgegaan dat de Albert Heijn wordt uitgebreid. Uiteraard kan de locatie ook ingevuld worden door een andere supermarktformule. Overigens is invulling van omvangrijke supermarkttunits van circa 2.400 m² wvo vooral interessant voor de formules uit het 'service-segment'.



Bron: GfK Nederland

Figuur 2.3 Positionering Nederlandse supermarkten, zoals beoordeeld door de consument (bron: GfK, december 2013), met supermarktformules in Schagen rood omcirkeld

Supermarkten kern Schagen

In de kern Schagen bevinden de meeste supermarkten zich in het centrumgebied (tabel 2.4). Naast Albert Heijn beschikt het centrum over nog drie reguliere supermarkten – Deen, Dekamarkt en Vomar – en een discountsupermarkt Aldi.

De Aldi heeft als discounter een geheel eigen marktpositie, waardoor deze nauwelijks effect zal ondervinden van de uitbreiding van Albert Heijn.

Tabel 2.4 Supermarktaanbod met oppervlak in m² wvo in de kern Schagen (Locatus, 2014)

	centrumgebied	Waldervaart	Groeneweg
Albert Heijn	1.605	-	-
Aldi	880	-	-
Deen	730	-	-
Dekamarkt	1.540	-	-
Vomar	1.980	610	1.416

Supermarkten centrumgebied

De Deen, Dekamarkt en Vomar bevinden zich alle drie in het 'middensegment', zoals dat door de consument wordt ervaren (figuur 2.3). De Albert Heijn bevindt zich in het service-segment, waardoor deze binnen Schagen centrum een eigen, complementaire marktpositie heeft.

De Albert Heijn wordt vergroot met circa 800 m² wvo. Omdat het uitbreiding van de bestaande supermarkt betreft wordt ervan uitgegaan dat hoofdzakelijk de winkelvloer zelf wordt uitgebreid. De uitbreiding bedraagt dan in *winkelvloeroppervlak* eveneens 800 m².

In het uiterste, maar onwaarschijnlijke geval kan er sprake zijn van verdringing binnen de 'supermarktmeters' in het centrum van Schagen (zie onderstaand voor het eventuele effect voor speciaalzaken). Het theoretische 'verdringingseffect' heeft een omvang van 0 m² wvo tot maximaal 800 m² wvo. De supermarkten in het centrumgebied hebben een omvang tussen de 730 en 1.980 m² wvo, waardoor het zeer onwaarschijnlijk is dat er een supermarkt de deuren moet sluiten. Als er al een supermarkt is die niet kan omgaan met de nieuwe concurrentieverhoudingen, is het op voorhand niet te

voorspellen welke dat zal zijn. Het hoeft zeker niet de kleinste (Deen: 730 m² wvo) te betreffen, omdat Deen een sterke formule is die ook binnen een relatief kleine winkelunit goed in staat is te concurreren met, onder andere, supermarkten uit het service-segment. Ook Vomar en Dekamarkt zijn sterke supermarktformules met supermarktunits van voldoende omvang in Schagen centrum. Zowel Deen, Vomar als Dekamarkt bevinden zich in een complementair marktsegment ten opzichte van Albert Heijn, hetgeen de exploitatiemogelijkheden ten goede komt.

Tot slot weten de supermarktbedrijven dat zij door hun constante schaalvergroting genoeg moeten nemen met een lagere omzet per vierkante meter in hun winkels. Het *business-model* wordt hierop ook ingesteld.

Gezien de voorgaande overwegingen is zeer onzeker dat er een supermarkt de deuren moet sluiten als gevolg van de ontwikkeling in Makado Centrum.

Het voorgaande leidt tot de conclusie dat inwoners van Schagen op aanvaardbare afstand – op de centrale plek in de kern – hun eerste levensbehoeften kunnen blijven kopen. Van een duurzame ontwrichting is daarom geen sprake. Ook van onaanvaardbare gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat is geen sprake, terwijl bovendien de detailhandelsstructuur van het centrumgebied in zijn geheel beter wordt.

Speciaalzaken in het centrumgebied

Net als de supermarkten, verkopen de verszaken en drogisterijen in het centrumgebied dagelijkse goederen. Deze winkels ondervinden echter geen onaanvaardbare effecten van de (toename van de) concurrentie tussen supermarkten. Het assortiment (uitgebreid, luxe en/of zeer vers) en de persoonlijke service van deze winkels is namelijk complementair aan dat van de supermarkten. Dit maakt dat zij reeds met het huidige supermarktaanbod in centrum van Schagen weten te concurreren.

Overigens heeft eventuele sluiting van verszaken tegenwoordig vooral te maken met het gebrek aan opvolging. Deze autonome ontwikkeling is nauwelijks het gevolg van schaalvergroting van supermarkten.

Versspeciaalzaken profiteren sterk van de aantrekkingskracht van de supermarkten. In het voorgaande is reeds verwezen naar recent onderzoek waaruit blijkt dat circa 75% van de bezoekers aan een supermarkt uit het midden of het service-segment (zoals Deen, Dekamarkt, Vomar, AH) ook de naastgelegen winkels bezoeken (zie ook figuur 2.2 in paragraaf 2.1). Verszaken in de buurt van een supermarkt profiteren dan ook sterk van de toeloop bij de supermarkten. Versterking van de Albert Heijn geeft daarom ruimere exploitatiemogelijkheden voor speciaalzaken in dagelijkse goederen in de directe omgeving. De versterking van Makado Centrum is erop gericht ook hier ruimte voor te bieden.

Overige supermarkten kern Schagen

In de kern Schagen bevinden zich twee supermarkten buiten het centrum. Dit zijn beide Vomar-supermarkten. Vanwege hun wijkfunctie en daarmee de nabijheid van het eigen verzorgingsgebied zullen deze wijksupermarkten naar alle waarschijnlijkheid geen onaanvaardbaar effect ondervinden van de ontwikkeling van Albert Heijn in het centrumgebied.

2.4. Leegstand

Huidige leegstand

Momenteel is de leegstand in het centrumgebied van Schagen lager dan gemiddeld in kernen met een vergelijkbaar inwonertal (tabel 2.5). Verspreid over het centrumgebied staat 5% van het aantal verkooppunten (voormalige winkels, horeca en dienstverleners) leeg. Dit is 11% van het totale winkelvloeroppervlak. Dit is relatief laag in vergelijking tot de gemiddelde leegstand in de centrumgebieden van kernen met een vergelijkbaar inwonertal. Deze lage leegstand geeft een duidelijke indicatie dat de detailhandel goed functioneert en dat er daarom ruimte is voor de beoogde investering in het winkelbestand.

Buiten het centrumgebied blijft de leegstand beperkt tot enkele winkelunits, hetgeen op te vatten is als frictieleegstand.

Tabel 2.5 Leegstand naar winkelgebied Schagen vergeleken met het gemiddelde in vergelijkbare kernen (Locatus, stand per april 2014)

	Schagen					kernen met circa 20.000 inwoners	
	verkooppunten		oppervlak		oppervlak per winkel	verkoop-punten	oppervlak
	aantal	%	m ² wvo	%	m ² wvo	%	%
centrumgebied	15	5%	3.552	11%	235	10%	14%
buurtcentrum Waldervaart	-	-	-	-	-	5%	7%
woonboulevard	1	4%	1.000	5%	1.000	5%	5%
verspreide bewinkeling	1	1%	1.180	8%	1.180	4%	10%

Leegstand in relatie tot ontwikkeling Makado

Spreiding leegstand

In totaal bedraagt de leegstand in het centrumgebied 3.552 m² wvo. Dit zou in beginsel voldoende zijn om de beoogde ontwikkeling in te passen. Echter, deze leegstand bevindt zich verspreid over het gebied – met een concentratie aan de randen van het centrum.

Ook in Makado Centrum staat een beperkt deel van de units leeg. De beoogde ontwikkeling is gericht op herschikking van de winkelruimten binnen Makado. Door verbetering van de routing en het bieden van gerichte uitbreidingsruimte wordt gezorgd voor hedendaagse uitstraling en maatvoering binnen de winkellocatie. Op deze wijze is de ontwikkeling gericht op het oplossen van leegstand in het centrum.

Eventueel gevolg supermarktontwikkeling

In paragraaf 2.3 is geconcludeerd dat in het uiterste, maar zeer onwaarschijnlijke geval mogelijk één supermarkunit in het centrumgebied leeg komt te staan als gevolg van de beoogde ontwikkeling. Dit betekent dat mogelijk een relatief grote winkelunit vrijkomt – met een oppervlak tussen de 730 en 1.980 m² wvo. Zoals gebruikelijk in centrumgebieden, zijn grote winkelunits in Schagen centrum slechts beperkt aanwezig. De gemiddelde omvang van de winkels in het centrum is 184 m² wvo en buiten de supermarkten zijn er slechts enkele winkels groter dan 1.000 m² wvo (bijvoorbeeld Hema). Het vrijkomen van een grotere winkelunit kan daarom ruimte bieden aan een winkel in Schagen die ruimte zoekt om te groeien. Of het kan ruimte bieden aan een winkel die momenteel nog niet gevestigd is in het centrumgebied, waarmee de winkelmix van het centrum wordt versterkt. Langdurige leegstand van het eventueel vrijkomende pand is dan ook niet te verwachten.

Geconcludeerd wordt dat van onaanvaardbare leegstandseffecten op het centrumgebied geen sprake is.

3. Conclusie

De conclusie worden in dit hoofdstuk gegeven aan de hand van beantwoording van de onderzoeksvragen uit hoofdstuk 1.

Bestaat er vanuit de consument behoefte aan de ontwikkeling?

Het centrum van Schagen is een belangrijk winkelgebied voor de regio. Ook heeft het een grote aantrekkingskracht op toeristen. Om deze verzorgingsfunctie voor de regio en de aantrekkingskracht op toeristen te behouden is constante investering in het winkelcentrum noodzakelijk.

Makado vormt een belangrijk onderdeel van de winkelstructuur van het centrum van Schagen. Versterking van dit gebied draagt bij aan een optimaal functionerend centrumgebied. Makado is namelijk een van de trekkers binnen het 'Rondje Schagen': de route die de drie belangrijke locaties – Makado, Noordersteeg, Markt – in het centrum met elkaar verbindt.

De uitbreiding van Makado Centrum met winkelaanbod in niet-dagelijkse goederen sluit aan op de behoefte van consumenten, omdat het centrum van Schagen wordt bezocht voor recreatief winkelen. De sterke positie op dit gebied blijkt de hoge mate van koopkrachttoevoeiing: van de omzet van de winkels in mode en in schoenen bestaat bijna 75% uit bestedingen van consumenten van buiten Schagen (Koopstromenonderzoek Randstad, 2011).

Een onderdeel van de herontwikkeling van Makado Centrum vormt de vergroting van de supermarkt in het gebied. Met de uitbreiding en optimalisering wordt ingespeeld op de behoefte bij consumenten aan meer comfort in een ruimer opgezette winkel. Hierdoor blijft deze winkel voor consumenten aantrekkelijk om te bezoeken en blijft de supermarkt uit het service-segment behouden als trekker voor het centrum van Schagen.

Volwaardige supermarkten worden gemiddeld door meer dan 10.000 consumenten per week bezocht. Hiervan profiteren de winkels in de omgeving, omdat gemiddeld 75% van de supermarktklanten ook de winkels bezoeken die nabij een supermarkt uit het midden of het service-segment liggen.

Vanwege dit consumentengedrag profiteren verszaken in de buurt van een supermarkt van de toeloop bij de supermarkten. Versterking van de supermarkt geeft dan ook ruimere exploitatiemogelijkheden voor speciaalzaken in de directe omgeving. De versterking van Makado Centrum is hier op gericht.

De versterking van Makado Centrum is gericht op de behoefte bij de consumenten – uit Schagen en uit de regio – aan een economisch-duurzaam functionerend winkelgebied op aanvaardbare afstand. Een centrumgebied dat aantrekkelijk is om te bezoeken door een robuuste mix aan winkels met goed parkeren binnen een sterke ruimtelijke structuur.

Is er sprake van een onaanvaardbaar effect op het woon-, leef- en ondernemersklimaat?

Niet-dagelijkse goederen

De sterke regionale marktpositie van Schagen centrum geeft indicatief ruimte voor de uitbreiding van het winkelaanbod in niet-dagelijkse goederen met 8.400 m² wvo in Schagen centrum.

Geconcludeerd wordt dat er voldoende exploitatiemogelijkheden zijn voor uitbreiding van het winkelaanbod in niet-dagelijkse goederen met het theoretisch maximum van 3.000 m² wvo. De

leegstand neemt dan ook niet toe als gevolg van de ontwikkeling in de sector niet-dagelijkse goederen. Van onaanvaardbare effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat is daarom geen sprake.

Dagelijkse goederen

De supermarkt in Makado centrum wordt vergroot met circa 800 m² wvo. Het is om de volgende redenen onwaarschijnlijk dat dit effect heeft op het aanbod aan supermarkten in Schagen:

- Het theoretische 'verdringingseffect' heeft een omvang van 0 m² wvo tot maximaal 800 m² wvo. Dit is minder dan de meeste supermarkten in het centrumgebied (behalve Deen).
- Deen is echter een sterke formule is die ook binnen een relatief kleine winkelunit goed in staat is te concurreren met, onder andere, supermarkten uit het service-segment.
- Ook Vomar en Dekamarkt zijn sterke supermarktformules met supermarktunits van voldoende omvang in Schagen centrum.
- Zowel Deen, Vomar als Dekamarkt bevinden zich in een complementair marktsegment ten opzichte van Albert Heijn, hetgeen de exploitatiemogelijkheden ten goede komt.

Het voorgaande leidt tot de conclusie dat inwoners van Schagen op aanvaardbare afstand – op de centrale plek in de kern – hun eerste levensbehoeften kunnen blijven kopen. Van een duurzame ontwrichting is daarom geen sprake. Ook van onaanvaardbare gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat is geen sprake, terwijl bovendien de detailhandelsstructuur van het centrumgebied in zijn geheel beter wordt door de beoogde versterking van Makado Centrum.

Net als de supermarkten, verkopen de verszaken en drogisterijen in het centrumgebied dagelijkse goederen. Het assortiment (uitgebreid, luxe en/of zeer vers) en de persoonlijke service van deze winkels is complementair aan dat van de supermarkten. Dit maakt dat zij reeds met het huidige supermarktaanbod in centrum van Schagen weten te concurreren, waardoor deze winkels geen onaanvaardbare effecten ondervinden van de (toename van de) concurrentie tussen supermarkten.

Leegstand

Allereerst is de beoogde ontwikkeling gericht op het oplossen van leegstand in Makado Centrum door verbetering van de routing en het bieden van gerichte uitbreidingsruimte, hetgeen zorgt voor een hedendaagse uitstraling en maatvoering van de winkels binnen het gebied.

Als er in het uiterste, onwaarschijnlijke geval een supermarktunit in het centrumgebied vrijkomt, heeft dit geen onaanvaardbare effecten op het centrumgebied. De relatief ruime – en daarom schaarse – winkelunit zal namelijk naar verwachting niet leeg blijven, maar ingevuld kunnen worden met een versterking van de winkelmix in het centrumgebied.

Is er sprake van een duurzame ontwrichting van de detailhandelsstructuur?

De ontwikkeling van Makado Centrum zorgt voor een versterking van het winkelaanbod in dagelijkse goederen. De inwoners van Schagen en van de regio kunnen daarom ook op de langere termijn prima terecht voor de dagelijkse goederen in het centrumgebied van Schagen. In dit gebied hebben consumenten voldoende mogelijkheden om te voorzien in hun eerste levensbehoeften – op aanvaardbare afstand. Van een duurzame ontwrichting door de beoogde ontwikkeling is daarom geen sprake.