

# Haarlem, actualisatie marktruimte stadsdeelcentrum Schalkstad

Gemeente Haarlem

Definitief





# Haarlem, actualisatie marktruimte stadsdeelcentrum Schalkstad

Schalkstad Beheer B.V.

Definitief

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| Rapportnummer:                | 203X00989.074781_2   |
| Datum:                        | 10 april 2013  |
| Contactpersoon opdrachtgever: | de heer R. Kersten   |
| Projectteam BRO:              | Tis Kolen  |
| Trefwoorden:                  | Haarlem, marktruimte, Schalkstad   |
| Bron foto kaft:               | Hollandse Hoogte 10  |
| Beknopte inhoud:              | Actualisatie van de marktruimte voor het winkelcentrum Schalkstad in Haarlem |

BRO  
Hoofdvestiging  
Postbus 4  
5280 AA Boxtel  
Bosscheweg 107  
5282 WV Boxtel  
T +31 (0)411 850 400  
F +31 (0)411 850 401  
E info@bro.nl

**B** | **RO**  
Ruimte | om *in* te leven



| <b>Inhoudsopgave</b>                                    | <b>pagina</b> |
|---|---------------|
| <b>1. SAMENVATTING</b>                                  | <b>3</b>      |
| <b>2. INLEIDING</b>                                     | <b>7</b>      |
| <b>3. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN</b>                      | <b>9</b>      |
| 3.1 Demografische ontwikkelingen                        | 9             |
| 3.2 Consumentengedrag                                   | 10            |
| 3.3 Aanbodzijde   | 14            |
| <b>4. HET DETAILHANDELSBELEID</b>                       | <b>17</b>     |
| 4.1 De Europese Dienstenrichtlijn                       | 17            |
| 4.2 Het provinciale beleid                              | 18            |
| 4.3 Het beleid van de regio Zuid-Kennemerland           | 19            |
| 4.4 Het gemeentelijk beleid                             | 20            |
| 4.5 Onderzoek marktruimte Metropoolregio                | 20            |
| <b>5. DETAILHANDELSSTRUCTUUR HAARLEM</b>                | <b>21</b>     |
| 5.1 De Haarlemse detailhandelsstructuur                 | 21            |
| 5.2 De winkelstructuur in Haarlem Schalkwijk            | 22            |
| 5.2.1 Stadsdeelcentrum Schalkstad                       | 22            |
| 5.2.2 Buurtcentra in Schalkwijk                         | 25            |
| 5.3 Concurrerende winkelcentra                          | 26            |
| 5.4 Economisch functioneren stadsdeelcentrum Schalkstad | 27            |
| <b>6. DE MARKTRUIMTE</b>                                | <b>31</b>     |
| <b>7. INVULLING MARKTRUIMTE</b>                         | <b>37</b>     |
| 7.1 Invulling marktruimte dagelijkse artikelen          | 37            |
| 7.2 Invulling marktruimte niet-dagelijkse artikelen     | 38            |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>8. EFFECTEN OP WINKELAANBOD IN SCHALKWIJK</b>   | <b>43</b> |
| 8.1 Effecten op buurt- en wijkcentra   | 43        |
| 8.2 Effecten op het stadscentrum   | 44        |
| <br>   |           |
| <b>BIJLAGEN</b>  |           |
| Bijlage 1: Overzicht winkelstructuur Haarlem 2012  | 1         |
| Bijlage 2: De branchering van de buurtcentra in Schalkwijk   | 3         |
| Bijlage 3: Gemiddelde omzetten per m <sup>2</sup> wvo in – min of meer –<br>vergelijkbare stadsdeelcentra. | 5         |
| Bijlage 4: Marktruimte voor stadsdeelcentrum Schalkstad in 2020 en 2025                                    | 7         |
| Bijlage 5: Branchering vergelijkbare stadsdeelcentra   | 9         |
| Bijlage 6: Berekening omzeteffecten uitbreiding Schalkstad   | 13        |

# 1. SAMENVATTING

## Waarom een actualisatie

In 2004 is door BRO onderzoek gedaan naar de mogelijke uitbreidingsruimte voor het stadsdeelcentrum Schalkstad in Haarlem<sup>1</sup>. In dit onderzoek is naar voren gekomen dat er een uitbreidingsruimte is van ruim 16.500 m<sup>2</sup> wvo (winkelvloeroppervlakte). Thans, ongeveer 10 jaar later, wordt sterk de behoefte gevoeld om het uit 2004 stammende onderzoek te actualiseren. Immers veel ontwikkelingen (zoals de toenemende bestedingen via internet, de concurrentie met het hoofdwinkelcentrum van Hoofddorp) die sedert 2004 hebben plaats gevonden of nog plaats moeten vinden (de toekomstige realisatie van een Factory Outlet Centrum in Halfweg), doen vermoeden dat de marktruimte er in de toekomst weleens anders uit zou kunnen zien dan destijds werd verondersteld.

Zo heeft recent onderzoek in de Metropoolregio<sup>2</sup> aangetoond dat er in de gehele Metropoolregio in 2020 nog maar een marktruimte is van circa 80.000 m<sup>2</sup> wvo, terwijl deze volgens berekeningen in 2010 nog circa 500.000 a 650.000 m<sup>2</sup> wvo bedroeg. Voor de regio Zuid-Kennemerland werd in 2010 nog een marktruimte berekend van circa 20.000 tot 75.000 m<sup>2</sup> wvo, nu bedraagt deze circa 50.000 m<sup>2</sup> wvo, terwijl de planvoorraad circa 63.000 m<sup>2</sup> wvo telt (waaronder de 16.500 m<sup>2</sup> voor Schalkstad). Voor de gemeente Haarlem zou er thans een marktruimte zijn van circa 61.000 m<sup>2</sup> wvo en een planvoorraad van circa 29.000 m<sup>2</sup> wvo.

En in de nog niet vastgestelde actualisatie van het toekomstig detailhandelsbeleid van de regio Zuid-Kennemerland wordt geconstateerd dat buiten de bestaande winkeluitbreidingsplannen met een vastgesteld bestemmingsplan de marktruimte beperkt is en vooral een vervangingsvraag betreft.

## De huidige plannen

In de huidige plannen zal het stadsdeelcentrum Schalkstad nog meer een stadsdeelverzorgende functie moeten krijgen waarbij ontmoeten, uitgaan, winkelen, wonen en werken een belangrijkere functie gaan krijgen<sup>3</sup>. Op de parkeerterreinen die momenteel aan de voorkant van het centrum zijn gelegen worden nieuwe winkelruimten voorzien, waarin zich mogelijk de supermarkten gaan vestigen. Tegelijkertijd zal ook een discountsupermarkt toegevoegd worden. Naast deze supermarkten wordt ook een markthal voorzien, andere nieuwe winkels en horeca. Ter compensatie van de verloren gegane parkeercapaciteit zullen nieuwe parkeervoorzieningen gerealiseerd worden (minimaal 900). Naast detailhandel en wonen worden ook andere traffic genererende functies voorzien op gebied van leisure en maatschappelijke voorzieningen, zoals een kinderspeelparadijs, een snookercentrum, bowlingbaan,

<sup>1</sup> Zie: Visie stadsdeelhart Schalkwijk 21<sup>e</sup> eeuw, BRO, 29 juni 2004.

<sup>2</sup> Zie: Metropoolregio Amsterdam, ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel, 18 december 2012.

<sup>3</sup> Zie: Structuurvisie Schalkstad 2025, gemeente Haarlem, maart 2013.

zalen- partycentrum, een bibliotheek, een denksportcentrum, een muziekschool en een kunstencentrum.

Voor winkels wordt in de Structuurvisie Schalkstad een ruimte voorzien van minimaal 10.000 m<sup>2</sup> bvo en maximaal circa 16.000 m<sup>2</sup> bvo.

### **Minder marktruimte**

Zoals hierboven reeds is aangegeven is de marktruimte in de gehele Metropoolregio aanzienlijk minder dan enkele jaren terug werd verondersteld. En is de marktruimte in de regio Zuid-Kennemerland beperkt tot de bestaande uitbreidingsplannen met een vastgesteld bestemmingsplan en betreft het vooral een vervangingsvraag.

In 2004 werd voor Schalkstad nog rekening gehouden met een marktruimte van circa 16.500 m<sup>2</sup> wvo. Een actualisatie van de marktruimteberekening (waarbij rekening is gehouden met de wens tot schaalvergroting van de supermarkten, het realiseren van een grootschalige trekker op het gebied van non-food, de ontwikkelingen op het gebied van internet en de toenemende concurrentie) toont aan dat er in het jaar 2025 nog een marktruimte voor detailhandel aanwezig is van circa 10.500 à 11.500 m<sup>2</sup> wvo. Inclusief de marktruimte voor horeca en andere verblijfsduurverlengende functies komt de marktruimte in 2025 uit op circa 12.500 à 13.500 m<sup>2</sup> wvo. Deze lagere marktruimte wordt o.a. veroorzaakt door:

- een toename van de bestedingen via internet;
- een daling van de gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking en
- een toenemende concurrentie met andere winkelcentra, waaronder het hoofdwinkelgebied van Hoofddorp en de te verwachten concurrentie van het Factory Outlet Centrum in Halfweg dat binnen afzienbare tijd haar deuren zal openen.

De berekende marktruimte voor detailhandel (10.500 a 11.500 m<sup>2</sup> wvo, ofwel circa 12.500 a 13.500 m<sup>2</sup> bvo) ligt daarmee binnen de bandbreedte die is aangegeven in de Structuurvisie Schalkstad 2025.

### **Aanvullingen op het gebied van dagelijkse artikelen**

Een belangrijke aanbeveling om het stadsdeelcentrum Schalkstad te versterken is het realiseren van grotere supermarkten (door uitbreiding van de bestaande supermarkten) en een discountsupermarkt (minimaal circa 1.000 m<sup>2</sup> wvo). Onderzoek bij andere vergelijkbare stadsdeelcentra toont aan dat in deze centra vaak grotere supermarkten en een discountsupermarkt aanwezig zijn. In de huidige branchering van het stadsdeelcentrum Schalkstad ontbreken deze. De thans in Schalkstad gevestigde supermarkten hebben slechts een omvang van circa 1.650 m<sup>2</sup> wvo (Albert Heijn) en 1.200 m<sup>2</sup> wvo (Deka) en zijn te klein voor de functie die zij vervullen. Voor het realiseren van grotere supermarkten, in combinatie met het versterken van overig dagelijks aanbod (zowel uitbreiding van bestaande vestigingen als nieuwe vestigingen) is een marktruimte beschikbaar van circa 2.600 a 2.900 m<sup>2</sup> wvo.



### **Toevoegingen op het gebied van niet-dagelijkse artikelen**

De in dit rapport uitgevoerde berekeningen tonen verder aan dat er op het gebied van niet-dagelijkse goederen een marktruimte aanwezig is van circa 7.900 à 8.700 m<sup>2</sup> wvo. Rekening houdende met complementariteit ten opzichte van het centrumgebied van Haarlem en de aanwezigheid van enkele grootschalige winkels op de woonboulevard Cruquius en in het centrum van Hoofddorp worden vooral mogelijkheden gezien op het gebied van:

Invulling marktruimte niet-dagelijkse goederen:

|                                     |                                    |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| • Kleding en mode:                  | ca. 2.000 m <sup>2</sup> wvo       |
| • Huishoudelijke en luxe artikelen: | ca. 1.000 m <sup>2</sup> wvo       |
| • Sport en spel:                    | ca. 3.500 m <sup>2</sup> wvo       |
| • Hobby artikelen:                  | ca. 200 m <sup>2</sup> wvo         |
| • Bruin en witgoed:                 | <u>ca. 1.500 m<sup>2</sup> wvo</u> |
| Totaal                              | ca. 8.200 m <sup>2</sup> wvo       |

Daarnaast is er ook nog uitbreidingsruimte voor thans reeds in Schalkstad gevestigde winkels.

### **Effecten op de detailhandelsstructuur in Haarlem Oost en Schalkwijk**

De realisatie van de voorgenomen uitbreidingen in het stadsdeelcentrum Schalkstad zullen enige gevolgen hebben voor andere winkelcentra, met name in Haarlem Oost en in Schalkwijk. Zo zullen de buurt- en wijkcentra in Haarlem Oost en in Schalkwijk geconfronteerd worden met omzetsdalingen van respectievelijk gemiddeld 10% en 17,5%. Deze omzetsdalingen kunnen er toe leiden dat buurt- en wijkwinkelcentra waar een supermarkt ontbreekt geen toekomstperspectief meer hebben. In Haarlem Oost betreft dat de centra Van Zeggelenplein en de Hannie Schaftlaan; in Schalkwijk de Italiëlaan. Opgemerkt wordt dat deze centra reeds nu al geconfronteerd worden met een te geringe aantrekkingskracht om toekomstbestendig te zijn. Met het realiseren van de uitbreidingen in Schalkstad zal het reeds gaande zijnde saneringsproces zich alleen maar versnellen.

### **Naar een sterkere detailhandelsstructuur in Haarlem Oost en Schalkwijk**

Met de realisatie van de voorgenomen uitbreidingen in het stadsdeelcentrum Schalkstad zal de detailhandelsstructuur in het stadsdeel Haarlem Oost gaan bestaan uit twee winkelcentra: de Amsterdamstraat en het Zuiderpark. Voor alle inwoners in Haarlem Oost zijn daarmee voor de dagelijkse artikelen sterke winkelcentra binnen bereik. In het stadsdeel Schalkwijk zullen in de toekomst naast het stadsdeelcentrum Schalkstad ook de buurt- en wijkcentra Belgiëlaan, Meerwijk, Molenwijk en de Boerhaavepassage een duurzame positie in de detailhandelsstructuur innemen. Ook hier zijn daarmee op aanvaardbare afstand voldoende en vooral sterke, toekomstbestendige winkelcentra aanwezig.

### **Resumerend**

Per saldo leidt de versterking van het stadsdeelcentrum Schalkstad, ondanks het ontstaan van enige leegstand in winkelcentra (die reeds nu al niet meer voldoen aan de wensen van de consument) tot een aanzienlijke versterking en verhoging van de duurzaamheid en bestendigheid van de detailhandelsstructuur in de stadsdelen Haarlem Oost en Schalkwijk. Met het oog op het realiseren van een duurzame en voor de consument aantrekkelijke detailhandelsstructuur in Haarlem Oost en in Schalkwijk wegen de nadelen (sanering enkele centra) van een uitbreiding van het winkelcentrum Schalkstad niet op tegen de voordelen hiervan.

## 2. INLEIDING

In 2004 is door BRO onderzoek gedaan naar de mogelijke uitbreidingsruimte voor het stadsdeelcentrum Schalkwijk in Haarlem<sup>4</sup>. In dit onderzoek is naar voren gekomen dat er een uitbreidingsruimte is van ruim 16.500 m<sup>2</sup> wvo. Thans, ongeveer 10 jaar later, wordt sterk de behoefte gevoeld om het uit 2004 stammende onderzoek te actualiseren. Verschillende onderzoeken die de laatste jaren zijn uitgevoerd tonen aan dat het voortborduren op de in 2004 berekende marktruimte niet zonder risico's is. Zowel de studies omtrent de marktruimte in de Metropoolregio Amsterdam (MRA)<sup>5</sup> als studies naar de gewenste detailhandelsstructuur in Zuid-Kennemerland<sup>6</sup> tonen aan dat de marktruimte wellicht beperkt is. De concurrentie is de afgelopen jaren eveneens sterker geworden. Enkele jaren geleden is in het hoofdwinkelcentrum van Hoofddorp het winkelcentrum 4 Meren geopend en recentelijk is ook de Markthof geherstructureerd. Daarbij komt ook dat op niet al te lange termijn in de gemeente Halfweg een nieuw Factory Outlet Center geopend zal worden. Reden voor de gemeente om de plannen met betrekking tot de uitbreidingsruimte en de gewenste branchering nog eens tegen het licht te houden.

### De huidige plannen

De gemeente Haarlem heeft bij de doorontwikkeling van het winkelcentrum Schalkstad voor ogen dat het winkelcentrum een transformatie krijgt naar stadsdeelcentrum<sup>7</sup>. Hierbij past een combinatie van ontmoeten, uitgaan, winkelen, wonen en werken. Voor wat betreft het winkelaanbod is het winkelcentrum sterk gericht op boodschappen doen, doch dat dient verbreed te worden met een aanbod dat beter aansluit op de verschillende bezoeken van het winkelend publiek. Het nieuwe winkelcentrum zal in de toekomst - op stadsdeelniveau - een compleet winkelaanbod moeten bieden voor de dagelijkse boodschappen, de laagfrequente aankopen en recreatief winkelen. Inclusief andere trafficgenererende functies zoals de geplande horeca en andere meer recreatieve functies ontstaat daarmee een comfortabele omgeving met een eigen sfeer, die een goed alternatief kan bieden voor de binnenstad zonder daarmee in concurrentie te komen.

De huidige plannen voorzien in de bebouwing van de aan de voorkant van het winkelcentrum gelegen parkeerterreinen. Hier zullen zich mogelijk de reeds in het centrum gevestigde supermarkten Deka en Albert Heijn gaan vestigen. Ook zal er volgens de huidige plannen een markthal gevestigd worden en zal er nieuwe horeca toegevoegd worden. Ook is het de bedoeling dat de hoek waar thans C&A gevestigd is, versterkt zal gaan worden met een nieuwe supermarkt, complementair aan het

<sup>4</sup> Zie: Visie stadsdeelhart Schalkwijk 21<sup>e</sup> eeuw, BRO, 29 juni 2004.

<sup>5</sup> Zie: Metropoolregio Amsterdam, Ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel, actualisatie rapport 2011, Bureau Stedelijke Planning, 18 december 2012.

<sup>6</sup> Nog vast te stellen.

<sup>7</sup> Zie: Structuurvisie Schalkstad 2025, Haarlem, maart 2013.

bestaande aanbod. In de vrijkomende winkelruimtes zullen nieuwe winkels gevestigd worden. Ter compensatie van de verloren gegane parkeercapaciteit zullen boven de nieuwbouw voldoende nieuwe parkeervoorzieningen gerealiseerd worden.

Hieronder is het programma voor Schalkstad weergegeven:

**Tabel 2.1: Programma Schalkstad (bron: Structuurvisie Schalkstad, maart 2013).**

| Functie                                     | Bandbreedte minimaal                        | Bandbreedte maximaal      |
|---|---|---------------------------|
| Winkelen                                    | 10.000 m <sup>2</sup> bvo                   | 16.000 m <sup>2</sup> bvo |
| Leisure <sup>8</sup>                        | 5.000 m <sup>2</sup> bvo                    | 10.000 m <sup>2</sup> bvo |
| Maatschappelijke voorzieningen <sup>9</sup> | 3.000 m <sup>2</sup> bvo                    | 11.000 m <sup>2</sup> bvo |
| Wonen                                       | 550 woningen                                | >550 woningen             |
| Parkeren                                    | 25.200 m <sup>2</sup> (900 parkeerplaatsen) | >25.200 m <sup>2</sup>    |

Met deze voorziene ontwikkeling zal in de toekomst niet meer gesproken worden over het stadsdeelcentrum Schalkwijk, maar van 'Schalkstad, het kloppend hart van Schalkwijk'. Wanneer in dit rapport gesproken wordt over Schalkstad wordt derhalve het stadsdeelcentrum bedoeld; wanneer gesproken wordt over Schalkwijk wordt het stadsdeel bedoeld.

### Probleemstelling

In het voorliggende onderzoek wordt antwoord gegeven op de door de gemeente gestelde vragen:

1. *Hoe ontwikkelt de marktruimte zich in de komende jaren, zowel voor dagelijkse als voor niet-dagelijkse goederen?*
2. *Met welke branches dient deze marktruimte ingevuld te worden?*
3. *Welke prijs/kwaliteitsverhouding dient de nieuw toe te voegen supermarkt te hebben, teneinde een zo groot mogelijke complementariteit te realiseren ten opzichte van het bestaande supermarktaanbod in het winkelcentrum Schalkstad?*
4. *Wat zijn de effecten van de mogelijke uitbreidingen op het winkelaanbod in Haarlem en in het bijzonder in het centrumgebied van de stad en in het stadsdeel Schalkwijk?*

<sup>8</sup> Zoals een kinderspeelparadijs, een bioscoop, een snookercentrum, een bowlingbaan, zalen- partycentrum, horeca, sporthal.

<sup>9</sup> Zoals bijvoorbeeld een bibliotheek, een denksportcentrum, een muziekschool of een kunstencentrum.

## 3. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste trends en ontwikkelingen beschreven die (mede) bepalend zijn voor de toekomstige vraag naar detailhandelsvoorzieningen in winkelcentra. Aan bod komen demografische ontwikkelingen, trends en ontwikkelingen in zowel de vraagzijde (zoals (internet)bestedingen, koopstromen, Het Nieuwe Winkelen, multichanneling) als in de aanbodzijde (ontwikkelingen in de aanbodzijde, vloerproductiviteit, huur, leegstand).

### 3.1 Demografische ontwikkelingen

#### Bevolkingsprognose

Het inwonertal van Nederland zal tot 2025 blijven toenemen tot ruim 17 miljoen. Er bestaan grote verschillen tussen de bevolkingsprognoses per gemeente en per regio. Zo zal in de Randstad sprake zijn van een bovengemiddelde groei en zal Zuid-Limburg juist te maken gaan krijgen met krimp. In de krimpende regio's wordt het draagvlak voor consumentgerichte voorzieningen kleiner, waardoor de leegstand zal toenemen. In de gemeente Haarlem wonen momenteel (1 januari 2012) 151.841 mensen. Volgens gemeentelijke bevolkingsprognoses (gematigd scenario) zal dit aantal oplopen tot circa 156.000 in het jaar 2020 en tot 158.400 in 2025<sup>10</sup>. Het stadsdeel Schalkwijk telt momenteel (1 januari 2012) 32.040 inwoners. In het jaar 2020 zullen dat er 33.570 zijn en in 2025 34.400.

#### Vergrijzing

Het aantal ouderen in Nederland zal naar verwachting oplopen van 2,6 miljoen in 2011 naar 3,8 miljoen in 2025. Dit is 22% van de bevolking in 2025 ten opzichte van 16% in 2011. Door de vergrijzing zullen de detailhandelsbestedingen met name in de niet-dagelijkse sector gaan dalen. Ook in Haarlem doet zich vergrijzing van de bevolking voor. Was in 2012 nog circa 15,7% van de bevolking 65 jaar of ouder; in 2020 zal dat ongeveer 17% zijn en in 2025 ruim 18%. In het stadsdeel Schalkwijk zal in 2020 circa 21% van de bevolking 65 jaar of ouder zijn (2012 20%). Ook in 2025 is dat 22%.

---

<sup>10</sup> Bron: Haarlem in 2025, bevolkingsprognose en beleidsbeschouwing, Gemeente Haarlem, onderzoek en statistiek, okt 2012.

## 3.2 Consumentengedrag

### Kwaliteitsverbetering en aanbodversterking noodzakelijk voor concurrentiekracht

Recent zijn landelijk verschillende grote koopstroomonderzoeken uitgevoerd, waaronder de koopstromenonderzoeken Randstad, Oost-Nederland, Friesland en Zuid-Oost Brabant (SRE). De algemene tendens is dat de koopkrachtbindingscijfers dalen; de consument is minder trouw. Consumenten winkelen steeds vaker ook ergens anders, doordat ze steeds mobieler worden en beter geïnformeerd zijn (internet). Om passantenaantallen en omzetten op niveau te houden, worden winkelsteden steeds meer afhankelijk van bestedingen uit de regio. Om de regioconsument te binden moeten centra onderscheidend zijn ten opzichte van het omliggende winkelaanbod. Dit benadrukt dat kwaliteitsverbetering en aanbodversterking noodzakelijk zijn om de concurrentiepositie te blijven behouden.

### Bestedingen

De detailhandel is conjunctuurgevoelig en de bestedingen zijn afhankelijk van het verwachtingspatroon van de consument ten aanzien van de economische ontwikkelingen. Onderstaande tabel geeft de ontwikkeling van de bestedingen weer.

Tabel 3.1 Besteding per hoofd, exclusief BTW<sup>11</sup>

|                      | 2006    | 2007    | 2008    | 2009    | 2010    | 2011    |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Dagelijks            | € 2.000 | € 2.080 | € 2.230 | € 2.240 | € 2.240 | € 2.270 |
| Mode en luxe         | € 890   | € 920   | € 980   | € 910   | € 900   | € 880   |
| Vrije tijd           | € 270   | € 280   | € 280   | € 260   | € 240   | € 220   |
| In/om Huis           | € 1.330 | € 1.380 | € 1.480 | € 1.360 | € 1.330 | € 1.330 |
| Overige detailhandel | € 100   | € 110   | € 110   | € 100   | € 100   | € 100   |
| Totaal               | € 4.590 | € 4.770 | € 5.080 | € 4.870 | € 4.820 | € 4.800 |

Uit de tabel zijn de verschillen per branche op te maken, zo zijn de bestedingen in de dagelijkse sector steeds gestegen terwijl de overige branches na 2008 een daling of stabilisatie laten zien. Er wordt voor 2013 een verdere daling van de omzet in de detailhandel verwacht<sup>12</sup>.

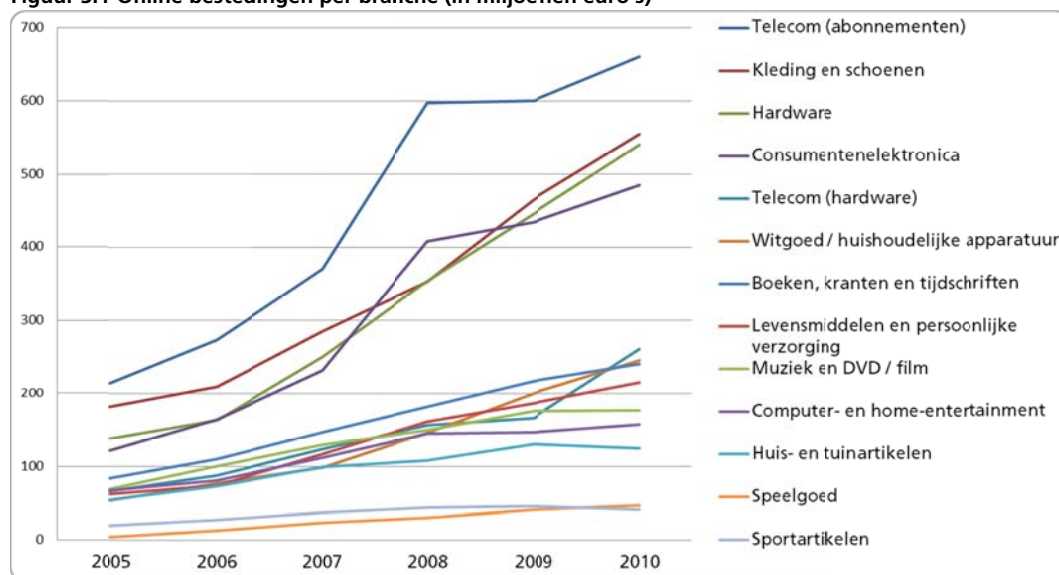
### Internetbestedingen

De bestedingen via internet zitten fors in de lift. Onderstaande grafiek geeft de ontwikkeling van de internetbestedingen per branche weer.

<sup>11</sup> Bron: Raming EIM/HBD, o.b.v. CBS (diverse jaren)

<sup>12</sup> Bron: Prognose kerngegevens MKB, december 2012

Figuur 3.1 Online bestedingen per branche (in miljoenen euro's)<sup>13</sup>



In 2011 is voor 9 miljard euro aan goederen en diensten via internet gekocht. Dat is bijna 10 procent meer dan in 2010<sup>14</sup>. Van deze €9 miljard was circa 50% puur online, dat wil zeggen dat er geen fysieke winkel aan te pas kwam. Bij de overige 50% was wel steeds een fysieke winkel betrokken (multichannel). Op een totaal bestedingspotentieel van circa €80 miljard in de detailhandel nam het puur online internetkanaal derhalve circa 5 à 6% voor haar rekening, aldus Thuiswinkel.org. De bestedingen via internet aan telecom zijn het grootst, gevolgd door kleding en schoenen, hardware en consumentenelektronica. Van de totale detailhandelsbestedingen werd in 2011, volgens HBD, circa 4% online uitgegeven ten opzichte van 1% in 2005<sup>15</sup>. In de non-food detailhandel bedraagt het aandeel bijna 8% t.o.v. 2% in 2005. In 2011 zijn ook de detailhandelsbestedingen via internet in de Randstad gemeten<sup>16</sup>. Hier vond 6% van de detailhandelsbestedingen via internet plaats. In de dagelijkse artikelensector lag dit cijfer op circa 1% en in de niet-dagelijkse artikelensector op circa 12%.

Hoewel de effecten van internetwinkelen op de totale winkelomzet nu nog relatief beperkt zijn, is de verwachting dat internet zich de komende jaren als volwaardig aankoopkanaal zal ontwikkelen waardoor de online detailhandelsbestedingen zullen gaan stijgen. Met name in de branches waarin webwinkelen momenteel al heel populair is zal het aantal winkels gaan afnemen. Het gaat dan met name om media, electro, bruin- en witgoed, telecom en hard- en software. Ook in het modische seg-

<sup>13</sup> Bron: De weerbare binnenstad, inspelen op trends en ontwikkelingen voor toekomstbestendige binnensteden, Platform Binnenstadsmanagement (november 2012)

<sup>14</sup> Bron: Thuiswinkel.org

<sup>15</sup> Bron: HBD, Jaarboek detailhandel 2012

<sup>16</sup> Koopstromenonderzoek Randstad 2011

ment zullen er effecten gaan optreden, maar wel in mindere mate. Voor winkels in de modische branche wordt een sterke multichannelstrategie (naar voorbeeld van Hema en H&M) steeds belangrijker.

CBW-Mitex voorziet een sterke groei van het aantal consumenten dat online aankopen doet<sup>17</sup>. Ten opzichte van het huidige niveau zal een aanzienlijk groter deel via internet besteed worden en niet meer uitsluitend via de fysieke winkels. Door de ontwikkelingen op het gebied van internet zou de behoefte aan winkelmeters kunnen afnemen. Als gevolg van de groei in online winkelen zal de vraag naar winkelruimte de komende jaren afnemen. Jones Lang LaSalle<sup>18</sup> verwacht een daling van 7% tot 9%, voornamelijk in de aanloopstraten van centrale winkelgebieden.

### **Pick-up points**

Vooralsnog is de online markt voor dagelijkse artikelen een nichemarkt. Binnen de online markt is Ahold met Albert.nl de grootste speler met een omzet van meer dan 150 miljoen euro<sup>19</sup>. Vooral de ontwikkeling van pick-up points ofwel afhaalpunten sterkt de verwachting dat de online markt voor dagelijkse artikelen gaat groeien. Met het creëren van Pick-up points kan de consument online haar boodschappen doen en deze op een gewenst moment (ook buiten winkeltijden) ophalen. Het Pick-up point zal vaak op een nieuwe locatie ontwikkeld worden, uitgangspunt voor de locatie is een goede bereikbaarheid. De ontwikkeling van de Pick-up points voor supermarkten staat nog in de kinderschoenen. Albert Heijn is recent gestart met een experiment inzake het afhalen van online orders.

Omdat nog geen cijfers bekend zijn van het (toekomstige) aandeel dat Pick-up points van de bestedingscijfers in de dagelijkse sector in zullen gaan nemen, doen we hiervoor naar eigen inzicht aannames. Op basis van het koopstromenonderzoek in de Randstad kan aangenomen worden dat momenteel gemiddeld circa 1% van het bestedingspotentieel in de dagelijkse sector afvloeit naar internet. Tijdens deze meting waren er nog geen Pick-up points in Nederland aanwezig. Verwacht wordt dat dit in de nabije toekomst zal stijgen naar circa 2 à 3%<sup>20</sup>. De effecten van pick-up points in de Nederlandse detailhandelsstructuur worden derhalve vooralsnog niet gezien als een grote bedreiging voor reguliere supermarkten.

### **Het nieuwe winkelen**

De manier waarop consumenten hun aankopen doen verandert. Consumenten kopen en oriënteren zich zowel in de fysieke winkel als online, ook wel cross- of multichanneling genoemd. Over de afgelopen jaren is het gebruik van het internet als oriëntatiekanaal om te winkelen flink gestegen.

---

<sup>17</sup> Bron: Onderzoek Retail 2020, CBW-Mitex, november 2010.

<sup>18</sup> Retail Market Special 2009. Jones Lang LaSalle, 2009

<sup>19</sup> ING Economisch Bureau

<sup>20</sup> Inschatting BRO.



Ondernemers die e-commerce goed weten te combineren met fysieke verkooppunten hebben concurrentievoordeel ten opzichte van ondernemers die zich richten op één verkoopkanaal. Een drietal ontwikkelingen speelt een belangrijke rol bij Het Nieuwe Winkelen (HNW)<sup>21</sup>. Consumenten zijn mobiel bereikbaar (*mobiel*). Zij staan in contact met hun vrienden (*sociaal*). Bovendien zijn ze, doordat ze een mobiele telefoon hebben, te lokaliseren (*lokaal*).

### Koopgedrag

Gewoonlijk worden drie soorten koopgedrag onderscheiden, waarin aspecten meespelen als het aan te schaffen artikel, de eisen die gesteld worden aan het bezoek en de kenmerken van de aankoopplaats (aanbod en verblijfsklimaat):

- **Boodschappen doen:** het gaat hier om de aankopen van de consument voor het primaire levensonderhoud. Deze aankopen worden met een hoge frequentie gedaan en veelal in de nabijheid van de woonomgeving. Regelmatig zal sprake zijn van combinatie aankopen van levensmiddelen en hoog frequent benodigde (alledaagse) non-food. Bij de keuze in aankoopplaats zijn reistijd, bereikbaarheid, parkeermogelijkheden, gemak, assortiment, uitstraling en prijs overwegingsfactoren.
- **Recreatief winkelen:** bij recreatief winkelen staat het kijken en vergelijken centraal. De consument wil veel keuzemogelijkheden hebben en worden geprikkeld (impuls)aankopen te doen. De sfeer en beleving van een centrum zijn erg belangrijk. Deze aankopen worden met een wisselend frequentie gedaan en men is bereid een grotere afstand af te leggen. Het gaat om artikelen waarmee men een hogere emotionele binding heeft of uit speciale interesse en/of persoonlijke voorkeuren zoals mode en luxe artikelen. In veel gevallen is dit koop- of bezoekgedrag een vorm van vrije tijdsbesteding.
- **Doelgericht aankopen:** dit zijn (duurzame en/of vervangings) aankopen die met een lage frequentie en veelal doelgericht worden gedaan. Het gaat om aankopen van woninginrichting, bruin- en witgoed, fietsen, doe-het-zelf- en tuinartikelen, etc. De aankopen van deze laatste twee worden vooral in de nabijheid van de woonomgeving gedaan. Voor de overige aankopen is de scope van de consument veel groter. Hier is een goede prijs-kwaliteitverhouding van groot belang.

Door aan te sluiten op dit koopgedrag kunnen winkelgebieden, maar ook delen van grotere centra, zich duidelijk profileren en hun eigen identiteit uitdragen. Dit draagt weer bij aan het onderscheidend vermogen van de winkelgebieden. Zo ligt de nadruk in binnensteden en grotere stadsdeelcentra sterk op het recreatieve winkelen en in de buurt- en wijkcentra sterk op het boodschappen doen. Voor perifere detailhandelslocaties geldt dat ze overwegend door de consument bezocht worden om doelgericht aankopen te doen.

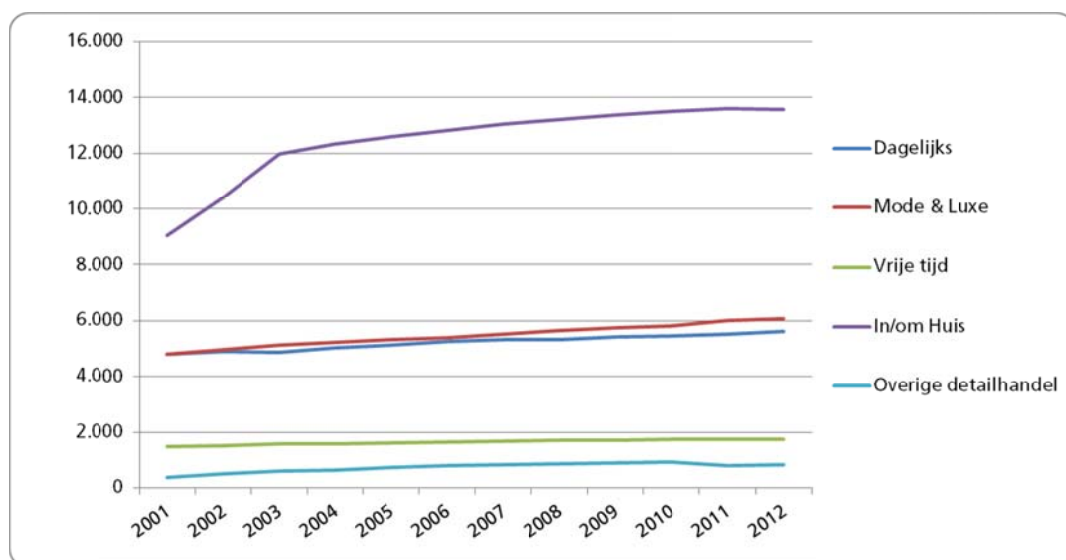
<sup>21</sup> Bron: Het Nieuwe Winkelen, mobiel sociaal lokaal, Hoofdbedrijfschap Detailhandel 2012

### 3.3 Aanbodzijde

#### Detailhandelsaanbod

De omvang van de detailhandel in Nederland is sinds 2001 gegroeid met circa 35% van 20,5 miljoen vierkante meter winkelvloeroppervlak naar 27,8 miljoen in 2012.

Figuur 3.2 Ontwikkeling detailhandelsaanbod (in 1.000 m<sup>2</sup> wvo)



Uit de grafiek is op te maken dat veruit het grootste aandeel van de detailhandel wordt ingevuld door de branche 'in en om het huis'. Dit is tevens de branche die sinds 2001 de sterkste groei heeft laten zien. Het aantal verkooppunten in de detailhandel is niet evenredig met het winkelvloeroppervlak meegegroeid, veroorzaakt door de trend van schaalvergroting.

#### Schaalvergroting zet door

De trend tot schaalvergroting zet verder door. De gemiddelde omvang van een supermarkt in Nederland bedraagt 874 m<sup>2</sup> wvo, maar voor een rendabel functioneren is een steeds groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne (wijk) supermarkten hebben vaak een omvang van circa 1.500 m<sup>2</sup> wvo. In grote steden maken sommige supermarkten een schaal sprong tot megasupermarkten (3.000-4.000 m<sup>2</sup> wvo) maar ook in kleinere plaatsen is duidelijk een schaal sprong zichtbaar.

Ook bij de discount supermarkten is een schaal sprong merkbaar. Enkele jaren terug hadden deze een omvang van ca. 600 m<sup>2</sup> wvo, thans ligt de oppervlakte voor nieuwe discountsupermarkten ook al boven de 1.000 m<sup>2</sup> wvo. Vaak hebben discount supermarkten een groter verzorgingsgebied dan andere supermarkten.

### **Maar ook schaalverkleining**

Ondanks het toenemende marktaandeel van supermarkten in de dagelijkse artikelsector, is ook een trend van schaalverkleining en superspecialisatie waar te nemen. Steeds vaker duiken winkels op met een zeer specialistisch of bijzonder assortiment: koffie (o.a. Simon Lévelt), Chocolade (o.a. Australian), delicatessen (o.a. Oil & Vinegar), etc..

### **Vloerproductiviteit**

Als gevolg van de daling van de bestedingen in de niet-dagelijkse sector, het toenemend winkelopervlak in Nederland en het toenemende omzetaandeel van online verkopen is de gemiddelde omzet per vierkante meter winkelvloeropervlak in de niet-dagelijkse sector sinds 2000 met ongeveer een derde afgenomen en deze zal naar verwachting verder dalen<sup>22</sup>.

### **Leegstand sterk toegenomen**

Momenteel (2012) staat circa 6,3% van het aantal verkooppunten in Nederland leeg<sup>23</sup>. Vergeleken met de leegstand in 2009 is dat sterk toegenomen. In 2009 bedroeg de leegstand nog circa 5% van het aantal verkooppunten. In de afgelopen 3 jaar is de leegstand dus met zo'n 25% toegenomen. In stadsdeelcentra nam de leegstand sterker toe. Momenteel staat hier circa 5,9% van het aantal verkooppunten leeg; in 2009 was dat nog circa 4%. De leegstand in stadsdeelcentra nam in deze periode dus toe met zo'n 50%. Een recente publicatie van Locatus toont aan dat in 2012 de leegstand van het aantal verkooppunten in Nederland niet of nauwelijks is toegenomen. Eind 2012 bedroeg deze 6,4%<sup>24</sup>.

---

<sup>22</sup> Bron: Locatus, Data monitor, thuiswinkel.org, HBD en Q&A Research 2012

<sup>23</sup> Locatus Retail Facts 2009 en 2012, Kengetallen over de Nederlandse detailhandel.

<sup>24</sup> Bron: Analyse leegstand per 1 januari 2013, Locatus.



## 4. HET DETAILHANDELSBELEID

In dit hoofdstuk zal kort worden ingegaan op het thans vigerende beleid van de provincie Noord-Holland, de regio Zuid-Kennemerland, de stadsregio Amsterdam en de gemeente Haarlem. Als eerste zal echter ingegaan worden op de Europese Dienstenrichtlijn. Voorts zal kort ingegaan worden op de resultaten van het door het Bureau Stedelijke Planning uitgevoerde onderzoek naar de marktruimte voor detailhandel in de regio.

### 4.1 De Europese Dienstenrichtlijn

De Dienstenrichtlijn heeft tot doel de Europese interne dienstenmarkt te verbeteren, “door belemmeringen voor het vrije verkeer van diensten en vrije vestiging van dienstverrichters weg te nemen”. Bestemmingsplannen mogen op grond van het Europese recht op vrije vestiging, zoals beschreven in de Dienstenrichtlijn (Richtlijn 2006/123/EG), geen bepalingen bevatten die een ongelijke behandeling van individuele ondernemingen inhouden. Vergaande beperkingen aan detailhandel zijn dus niet toegestaan. Het Europese Hof stelt onder andere dat een verplicht distributieplanologisch onderzoek geen aanvaardbare vergunningsvoorwaarde is. Er mag uitsluitend worden gestuurd op grond van dwingende redenen van algemeen belang, waaronder ruimtelijke ordening, milieu en consumentenbescherming. Voor detailhandel betekent dit dat in juridisch-planologische zin regulering van detailhandel enkel is toegestaan indien het *ruimtelijk* relevant is. Een goede *ruimtelijke* onderbouwing c.q. motivering van eventuele beperkingen aan detailhandelsvestigingen (bijvoorbeeld in een gemeentelijke detailhandelsvisie of ruimtelijk economische effectenrapportage) is dus essentieel.

Sturen op detailhandelsontwikkelingen door ruimtelijke instrumenten (waaronder het bestemmingsplan) blijft mogelijk, maar wel vanuit een ander oogpunt dan voorheen. Momenteel wordt gestuurd op (het voorkomen van) duurzame onttriching van de *bestaande* voorzieningenstructuur, maar dit is geen goede benadering meer. In feite worden hiermee vooral de zittende detaillisten beschermd, terwijl deze bestaande situatie niet in het voordeel van de consument hoeft te zijn. Niet alleen neigt dit sterk naar economische motieven, maar geeft het ook geen blijk van visie op de toekomst.

Uitgangspunt moet zijn het creëren van een goede ruimtelijke voorzieningenstructuur om de consument zo optimaal mogelijk te kunnen bedienen. De juiste functie op de juiste plek. Hoewel dit op (langere) termijn ook economisch gunstig is, is dit in

hoofdzaak ingegeven door belangen van ruimtelijke ordening en consumentenbescherming (of beter consumentenverzorging).

In de jurisprudentie komt, in lijn met hetgeen in de Europese Dienstenrichtlijn staat, steeds naar voren dat het feit dat bestaande winkels meer concurrentie ondervinden of zelfs failliet gaan, niet relevant is bij de beoordeling van winkelplannen. Deze verdringing kan in feite als een gezonde ontwikkeling worden gezien. In de jurisprudentie over duurzame ontwrichting is de consument het uitgangspunt: deze dient op aanvaardbare afstand de geregelde aankopen te kunnen doen<sup>25</sup>.

#### **Uitspraak Raad van State 5 december 2012**

In de Europese Dienstenrichtlijn is aangegeven dat concurrentieverhoudingen niet relevant zijn bij de beoordeling van winkelplannen. Toch kunnen economische omstandigheden een rem zetten op nieuwbouwplannen van winkels. Zo heeft de Raad van State onlangs de gemeente Noordoostpolder (Emmeloord) terug gefloten met haar plannen voor een nieuw winkelcentrum in het stadshart. De gemeente heeft volgens het vonnis onvoldoende rekening gehouden met verslechterde economische omstandigheden van de afgelopen jaren en heeft niet duidelijk kunnen maken waarom het aanvaardbaar is dat er leegstand te verwachten is bij bestaande winkels als gevolg van de nieuwe concurrentie die bij uitvoering van de plannen zou gaan ontstaan. De Raad van State heeft de gemeente opgedragen alsnog onderzoek te doen naar de noodzaak van de nieuwe winkelruimte en te motiveren waarom het lege winkels aanvaardbaar acht.

## **4.2 Het provinciale beleid**

Op 25 november 2008 is de detailhandels- en leisurevisie van de provincie Noord-Holland door Gedeputeerde Staten vastgesteld<sup>26</sup>. Uitgangspunt van de visie is een positieve grondhouding voor nieuwe ontwikkelingen, innovatieve concepten, schaalvergroting, die versterkend zijn voor de detailhandelsstructuur. Hierbij wordt de kanttekening geplaatst dat nieuwe ontwikkelingen niet mogen leiden tot ernstige verstoring van de bestaande winkelstructuur in de regio.

De provincie Noord-Holland heeft een zestal beleidsdoelstellingen geformuleerd:

1. een vitale, dynamische en concurrerende detailhandels- en leisurestructuur naar behoefte, met behoud van de economische functie (koopkracht);
2. prioriteit geven aan de hoofdwinkelgebieden;
3. optimale regionale afstemming;
4. meer kwaliteit en onderscheidend vermogen;

---

<sup>25</sup> Bron: Dynamiek door Beleid, Hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert; DTNP in opdracht van CBW-Mitex en HBD, 26 april 2011.

<sup>26</sup> Zie: Detailhandels- en leisurebeleid Noord-Holland; Provincie Noord-Holland, mei 2009.

5. voorkomen van uitholling primaire detailhandel in kleine kernen;
6. geen weidewinkels.

De provincie geeft prioriteit aan versterking van de bestaande hoofdwinkelgebieden. Conform het locatiebeleid van de provincie Noord-Holland is clustering van detailhandel het leidende principe. Weidewinkels zijn uitgesloten. Detailhandel mag alleen worden ontwikkeld in stedelijk gebied (of te ontwikkelen gebied). De provinciale detailhandels- en leisurevisie steekt sterk in op regionale afstemming. De provincie Noord-Holland faciliteert het proces van regionale afstemming, daar waar ontwikkelingen een regionale impact hebben. Regionale afstemming is nodig indien een nieuwe detailhandelontwikkeling groter is dan 1.500 m<sup>2</sup> wvo (buiten de bestaande winkelcentra) of 5.000 m<sup>2</sup> wvo (binnen bestaande winkelcentra).

### 4.3 Het beleid van de regio Zuid-Kennemerland

Het beleid van de regio Zuid-Kennemerland is vastgelegd in een uit 2006 daterende nota<sup>27</sup>. In deze nota zijn de ambities als volgt geformuleerd:

- Prioriteit bij het behoud, en zo mogelijk, een versterking van de bestaande structuur.
- Inspelen op de dynamiek in de detailhandel om nieuwe (grootschalige) retail-formules te kunnen faciliteren indien wenselijk.
- Nieuwe ontwikkelingen alleen bij toegevoegde waarde toestaan; deze mogen niet leiden tot een duurzame ontwrichting van de bestaande retailstructuur.
- Het aanbieden van een zo volledig mogelijk pakket van voorzieningen, dat in kwantitatief en kwalitatief opzicht voldoet aan de wensen van de consument.
- Zoveel mogelijk ruimtelijke concentratie van voorzieningen, met het oog op kritische massa en mix en een optimaal gebruik van bestaande infrastructuur en parkeervoorzieningen.
- Tegelijkertijd een goede ruimtelijke spreiding van voorzieningenclusters, zodat de verzorgingsfunctie voor consumenten gewaarborgd blijft.
- Het versterken en indien nodig herstructureren van bestaande winkelvoorzieningen of – centra.
- Ruimte bieden aan dynamiek en innovatieve ontwikkelingen in de markt en niet alles 'op slot' zetten.

Momenteel wordt het uit 2006 daterende detailhandelsbeleid van de regio geactualiseerd. In deze (nog niet vastgestelde) actualisatie wordt geconstateerd dat buiten de bestaande winkeluitbreidingsplannen met een vastgesteld bestemmingsplan de marktruimte beperkt is en vooral een vervangingsvraag betreft. De winkeluitbreidingsplannen van Schalkstad, die gefaseerd worden opgepakt, worden per fase

---

<sup>27</sup> Zie: Compleet en veelzijdig, Retailstructuurvisie Zuid-Kennemerland en gemeente Haarlemmermeer; Ecorys Vastgoed, 15 mei 2006

voorgelegd aan de regionale adviescommissie (RAC) detailhandel voor de provincie Noord-Holland Zuid om tot een goede regionale afstemming te komen.

#### 4.4 Het gemeentelijk beleid

Het uit 2006 stammende detailhandelsbeleid van de gemeente is gebaseerd op het zoveel mogelijk concentreren van mogelijke winkeluitbreidingen binnen bestaande winkelclusters. Het winkelcentrum Schalkstad wordt hierin expliciet als cluster genoemd. Het beleid heeft tevens tot doel een fijnmazig netwerk van winkels te handhaven zodat iedere Haarlemmer binnen een redelijke afstand van zijn woning de dagelijkse boodschappen kan doen. Supermarkten worden zoveel mogelijk in de nabijheid van een winkelcentrum gerealiseerd, zodat beide elkaar versterken. In bestemmingsplannen krijgen winkelcentra met een goede toekomstverwachting voor de verkoop van dagelijkse goederen een detailhandelsbestemming. De gemeente beoogt daarmee de verkoop van dagelijkse goederen zo veel mogelijk te bevorderen. Andere winkelcentra kunnen een gemengde publieksaantrekkende bestemming krijgen.

#### 4.5 Onderzoek marktruimte Metropoolregio

Door het Bureau Stedelijke Planning (BSP) zijn recentelijk de ontwikkelingsmogelijkheden voor de detailhandel in de Metropoolregio Amsterdam in beeld gebracht<sup>28</sup>. In dit onderzoek wordt geconstateerd dat de economische crisis waarin Nederland zich bevindt, duidelijk zijn sporen nalaat. De bestedingen staan onder druk en de bestedingen via het internet groeien gestaag. Ook is de koopkrachtbinding in zowel dagelijkse als in niet-dagelijkse goederen in veel gemeenten beduidend lager dan in de jaren daarvoor. Voor de gehele Metropoolregio werd in 2010 nog een marktruimte berekend van circa 500.000 à 650.000 m<sup>2</sup> in het jaar 2020, thans is deze gedaald naar circa 80.000 m<sup>2</sup>.

Voor de regio Zuid-Kennemerland lag de marktruimte volgens de inzichten in 2010 op circa 20.000 tot 75.000 m<sup>2</sup>, volgens de meest recente berekeningen bedraagt deze circa 50.000 m<sup>2</sup>. De planvoorraad in de regio heeft momenteel een omvang van circa 63.000 m<sup>2</sup> wvo. In de planvoorraad zijn o.a. het thematisch retailpark Sugar City (25.000 m<sup>2</sup>) en de uitbreiding van Schalkstad (circa 16.000 m<sup>2</sup>) opgenomen. In het BSP rapport is niet alleen gekeken naar de regionale situatie, ook per gemeente is een indicatie gegeven van marktruimte en planvoorraad. Voor de gemeente Haarlem is er volgens BSP een marktruimte van circa 61.000 m<sup>2</sup> wvo en een planvoorraad van circa 29.000 m<sup>2</sup> wvo (Schalkstad 16.000 m<sup>2</sup>, Spaarneboog 1.200 m<sup>2</sup>, Zuid-West EPK terrein 8.000 m<sup>2</sup> en bouwmarkt Pijlsiaan 4.000 m<sup>2</sup> wvo).

<sup>28</sup> Zie: Metropoolregio Amsterdam, ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel, 18 december 2012.



## 5. DETAILHANDELSSTRUCTUUR HAARLEM

### 5.1 De Haarlemse detailhandelsstructuur

In de gemeente Haarlem zijn momenteel circa 1.180 winkels gevestigd met een totale omvang van ruim 233.000 m<sup>2</sup> wvo. Hiervan hebben circa 270 winkels van in totaal ruim 49.000 m<sup>2</sup> wvo betrekking op dagelijkse artikelen en ruim 900 winkels met in totaal bijna 185.000 m<sup>2</sup> betrekking op niet-dagelijkse goederen. Van het aantal winkels staat circa 7,5% leeg.

Tabel 5.1 Winkelaanbod in Haarlem (2012)

|                                  | Aantal verkooppunten | m <sup>2</sup> wvo | Schaal     |
|----------------------------------|----------------------|--------------------|------------|
| Levensmiddelen                   | 212                  | 41823              | 197        |
| Persoonlijke verzorging          | 59                   | 7253               | 123        |
| <i>Dagelijkse artikelen</i>      | <i>271</i>           | <i>49.076</i>      | <i>181</i> |
| Warenhuis                        | 7                    | 15101              | 2157       |
| Kleding & mode                   | 249                  | 35580              | 143        |
| Schoenen & lederwaren            | 58                   | 8519               | 147        |
| Juwelier & optiek                | 42                   | 2752               | 66         |
| Huishoudelijke en luxe artikelen | 42                   | 6843               | 163        |
| Antiek & kunst                   | 30                   | 1745               | 58         |
| Sport & spel                     | 48                   | 9617               | 200        |
| Hobby                            | 28                   | 3394               | 121        |
| Media                            | 38                   | 5098               | 134        |
| Plant & dier                     | 53                   | 7361               | 139        |
| Bruin & witgoed                  | 54                   | 7093               | 131        |
| Auto & fiets                     | 41                   | 4418               | 108        |
| Doe-het-zelf                     | 31                   | 15799              | 510        |
| Wonen                            | 101                  | 51191              | 507        |
| Overige detailhandel             | 87                   | 9593               | 110        |
| <i>Niet-dagelijkse artikelen</i> | <i>909</i>           | <i>184.104</i>     | <i>203</i> |
| Totaal                           | 1180                 | 233180             | 198        |
| Leegstand                        | 97                   | 17351              |            |

Per 1.000 inwoners heeft Haarlem een winkelaanbod van circa 1.535 m<sup>2</sup>. Wanneer we dat vergelijken met het winkelaanbod in andere soortgelijke steden scoort Haarlem niet zo hoog. In referentiesteden is per 1.000 inwoners circa 1.712 m<sup>2</sup> wvo aanwezig. Met name in de niet-dagelijkse sector is er in Haarlem wat minder detailhandel. Per 1.000 inwoners is er in Haarlem ruim 1.210 m<sup>2</sup> niet-dagelijks aanbod aanwezig, tegenover circa 1.375 m<sup>2</sup> in referentiegemeenten. In de dagelijkse sector ontlo-

pen deze kengetallen elkaar niet zoveel (Haarlem 325 m<sup>2</sup> per 1.000 inwoners; referentiegemeenten 340 m<sup>2</sup> per 1.000 inwoners).

De winkelstructuur van Haarlem is zeer fijnmazig en kent diverse grotere maar ook veel kleinere buurtcentra, buurtsteunpunten en solitair gelegen supermarkten. In bijlage 1 is hiervan een overzicht gegeven.

## **5.2 De winkelstructuur in Haarlem Schalkwijk**

In het stadsdeel Schalkwijk bevinden zich in totaal 6 winkelcentra. Het gaat hierbij om het stadsdeelcentrum Schalkstad met een omvang van circa 85 winkels, overeenkomend met bijna 22.000 m<sup>2</sup> wvo. Daarnaast zijn er nog enkele kleinere buurtcentra gevestigd:

- Meerwijk met in totaal circa 2.600 m<sup>2</sup> wvo;
- Belgiëlaan met circa 1.500 m<sup>2</sup> wvo;
- Molenwijk met circa 1.200 m<sup>2</sup> wvo;
- Boerhavepassage met circa 900 m<sup>2</sup> wvo;
- Italiëlaan met circa 600 m<sup>2</sup> wvo.

In bijlage 2 is de branchering van deze centra gegeven.

Naast deze winkels is er ook nog enige verspreide bewinkeling aanwezig. Het gaat hierbij om in totaal een tiental winkels met een gezamenlijke omvang van circa 850 m<sup>2</sup> wvo. Belangrijkste winkel bij deze verspreide bewinkeling is de aan de Brusselstraat gevestigde ADL supermarkt van ruim 200 m<sup>2</sup> wvo.

### **5.2.1 Stadsdeelcentrum Schalkstad**

Centraal in het stadsdeel Schalkwijk ligt het stadsdeelcentrum Schalkstad. Het centrum heeft thans een omvang van circa 22.000 m<sup>2</sup> wvo en telt in totaal ruim 80 winkels. Hieronder is de branchering gegeven.

**Tabel 5.2 Branchering stadsdeelcentrum Schalkstad (2012)**

|                                  | Aantal verkooppunten | m <sup>2</sup> wvo | Schaal     |
|----------------------------------|----------------------|--------------------|------------|
| Levensmiddelen                   | 14                   | 3.647              | 261        |
| Persoonlijke verzorging          | 6                    | 1.388              | 231        |
| <i>Dagelijkse artikelen</i>      | 20                   | 5.035              | 252        |
| Warenhuis                        | 2                    | 4.757              | 2379       |
| Kleding & mode                   | 20                   | 4.783              | 239        |
| Schoenen & lederwaren            | 8                    | 2.880              | 360        |
| Juwelier & optiek                | 8                    | 567                | 71         |
| Huishoudelijke en luxe artikelen | 2                    | 965                | 483        |
| Antiek & kunst                   |                      |                    |            |
| Sport & spel                     | 2                    | 365                | 183        |
| Hobby                            |                      |                    |            |
| Media                            | 4                    | 487                | 122        |
| Plant & dier                     | 3                    | 220                | 73         |
| Bruin & witgoed                  | 11                   | 1.281              | 116        |
| Auto & fiets                     | 1                    | 240                | 240        |
| Doe-het-zelf                     |                      |                    |            |
| Wonen                            |                      |                    |            |
| Overige detailhandel             | 2                    | 160                | 80         |
| <i>Niet-dagelijkse artikelen</i> | 63                   | 16.705             | 265        |
| <b>Totaal</b>                    | <b>83</b>            | <b>21740</b>       | <b>262</b> |
| Leegstand                        | 14                   | 3251               |            |

Belangrijke trekkers in het stadsdeelcentrum zijn de beide supermarkten Albert Heijn (circa 1.650 m<sup>2</sup>) en Deka (circa 1.200 m<sup>2</sup>), de warenhuizen V&D (circa 3.300 m<sup>2</sup>) en Hema (circa 1.400 m<sup>2</sup>). Een belangrijke trekkracht hebben ook de ketens Bristol, BCC, Blokker, Scapino en C&A. Naast deze winkels zijn er nog diverse andere winkels gevestigd, o.a. op het gebied van levensmiddelen en mode. De bereikbaarheid van het stadsdeelcentrum is goed, zowel met de auto als met de fiets. Momenteel telt het winkelgebied circa 2.000 parkeerplaatsen. Deze zijn gesitueerd rondom het gehele centrum. Voor het parkeren wordt voor het eerste tot en met het derde uur €0,50 per uur in rekening gebracht. Voor de uren daarna €1,-. Ook is er ruimte voor parkeren voor gehandicapten.

Wekelijks wordt het winkelcentrum bezocht door naar schatting 108.500 bezoekers. Dit is naar voren gekomen in een in 2010 gehouden monitoronderzoek in het centrum van Haarlem, de Cronjestraat en het stadsdeelcentrum Schalkstad<sup>29</sup>. In het winkelcentrum Schalkstad werden in totaal 350 enquêtes afgenomen. Het betrouwbaarheidsniveau bedroeg 95%. In tabel 5.3 is de herkomst per stadsdeel aangegeven.

<sup>29</sup> Bron: Winkelen in Haarlem, gemeente Haarlem, februari 2010.

Meer dan de helft van de bezoekers woont in Schalkwijk of in Haarlem Oost. Ruim een kwart komt van buiten Haarlem. Veel bezoekers oordelen positief over de bereikbaarheid, de parkeergelegenheid en het feit dat het winkelcentrum overdekt is. Ook de nabijheid van het centrum speelt een belangrijke rol. Over de horecaterrassen zijn bezoekers minder tevreden. Ook wordt het winkelcentrum vaak wat saai en klein gevonden. Ongeveer de helft van de bezoekers mist geen branches of andere voorzieningen in Schalkstad. Bezoekers die wel branches missen noemden vooral winkels in kleding en modeartikelen. Ook werden exclusievere winkels en speciaal-zaken genoemd. Schalkstad onderscheidt zich van de andere grote winkelcentra in Haarlem (Cronjestraat en Haarlem Centrum) omdat het doel vaker 'boodschappen doen' is en minder vaak 'winkelen/shoppen'. Men besteedt ook vaker geld aan levensmiddelen dan in de andere grotere centra. Ruim de helft van alle bestedingen (61%) wordt hier uitgegeven door Haarlemmers.

**Tabel 5.3 Herkomst bezoekers stadsdeelcentrum Schalkstad**

| Herkomstgebied                                     | In % |
|--|------|
| Haarlem  |      |
| • Schalkwijk en Haarlem Oost                       | 54%  |
| • Haarlem Noord                                    | 5%   |
| • Haarlem Centrum en Zuidwest                      | 5%   |
| • Onbekend   | 8%   |
| Van buiten Haarlem                                 |      |
| • Overig Zuid-Kennemerland, IJmond, Haarlemmermeer | 17%  |
| • Elders   | 11%  |

Uit het Koopstromenonderzoek van de Randstad 2011<sup>30</sup> komt naar voren dat het winkelcentrum Schalkstad in 2011 circa 20% van de bestedingen op het gebied van dagelijkse artikelen in de gehele gemeente aan zich bindt. Op het gebied van niet-dagelijkse artikelen is dat ongeveer 12%. Opvallend is dat deze bindingscijfers sinds 2004 sterk zijn toegenomen. In 2004 bedroegen deze respectievelijk 10% en 9%. Ook de koopkrachttoevloeiing op het gebied van dagelijkse artikelen nam in deze periode toe. Kwam in 2004 nog circa 10% van de omzet van buiten de gemeente Haarlem, in 2011 was dit circa 13%. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen daalde de koopkrachttoevloeiing. In 2004 kwam nog circa 44% van de omzet van buiten Haarlem, in 2011 is dat percentage gedaald tot circa 31%.

In het koopstromenonderzoek van de Randstad in 2011 is tevens aangegeven waar de omzetten vandaan komen. Zo blijkt dat op het gebied van dagelijkse goederen circa 87% afkomstig is van inwoners van Haarlem, circa 4% van inwoners van Haarlemmermeer en circa 2% uit Heemstede. De overige omzet komt uit Beverwijk, Velsen, Amsterdam en andere gemeenten. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen komt circa 69% uit Haarlem zelf. Andere belangrijke herkomstgemeenten zijn Haar-

<sup>30</sup> Zie: Koopstromenonderzoek Randstad 2011.

lemmermeer (circa 7%), Heemstede (circa 6%), Zandvoort (circa 3%), Velsen (circa 3% en Bloemendaal (circa 3%). De overige omzet komt van andere gemeenten.

### **5.2.2 Buurtcentra in Schalkwijk**

Naast het stadsdeelcentrum Schalkstad zijn er in het stadsdeel nog verschillende kleinere centra aanwezig. Hieronder worden deze kort beschreven.

#### **Winkelcentrum Meerwijk**

Het buurtcentrum Meerwijk telt in totaal 7 winkels met in totaal ruim 2.500 m<sup>2</sup> wvo. De supermarkt Vomar met een omvang van 1.960 m<sup>2</sup> wvo is de belangrijkste trekker. Daarnaast is er ook nog een Kruidvat van circa 250 m<sup>2</sup> wvo, een Wibra van 150 m<sup>2</sup> wvo, een minisupermarkt, een slijter en een tabak/leatuurwinkel gevestigd. Naast winkels zijn er ook 2 horecazaken en 4 dienstverleners aanwezig.

#### **Belgiëlaan**

Het winkelcentrum Belgiëlaan telt 5 winkels van in totaal circa 1.500 m<sup>2</sup> wvo. De supermarkt Vomar met ruim 800 m<sup>2</sup> wvo is de belangrijkste winkel. Daarnaast is er nog een ijzerwarenwinkel gevestigd, een slager, een slijter en een tabak/leatuurwinkel. Tevens zijn er 2 horecazaken.

#### **Molenwijk**

Winkelcentrum Molenwijk heeft een omvang van 4 winkels met in totaal ruim 1.150 m<sup>2</sup> wvo. De C1000 supermarkt (1.000 m<sup>2</sup> wvo) is de belangrijkste trekker. Daarnaast is er nog een bakker, een bloemenwinkel en een tabak/leatuurwinkel in Molenwijk aanwezig. Naast deze winkels zijn er 2 horecazaken en 4 dienstverleners.

#### **De Boerhaavepassage**

De Boerhaavepassage heeft 5 winkels met in totaal circa 900 m<sup>2</sup> wvo. Belangrijkste winkel is de Lidl met een omvang van circa 700 m<sup>2</sup> wvo. Deze winkel heeft plannen om uit te breiden tot circa 1.000 m<sup>2</sup> wvo. Een bakker, een apotheek, een winkel in huishoudelijke artikelen en een bloemenwinkel completeren het centrum. Naast deze winkels zijn er nog 2 horecavestigingen en een dienstverlener.

#### **Italiëlaan**

Het winkelcentrum Italiëlaan heeft met in totaal 9 winkels en circa 600 m<sup>2</sup> wvo een beperkte omvang. In het centrum ontbreekt een supermarkt. Wel is er een allochtone supermarkt van circa 150 m<sup>2</sup> wvo aanwezig. Het aanbod is vrij kleinschalig en bestaat verder uit een viswinkel, 2 bakkers, apotheek en drogist, een fietsenwinkel, een winkel op gebied van woninginrichting en een winkel in hoortoestellen. Verder zijn er een horecazaak en 4 dienstverleners aanwezig.

### 5.3 Concurrerende winkelcentra

Naast de winkelcentra die in het stadsdeel Schalkwijk liggen (zie hierboven) ondervindt het stadsdeelcentrum Schalkstad enige concurrentie van:

#### Het centrum Van Haarlem

Het centrum van Haarlem heeft een omvang van bijna 600 winkels met in totaal circa 90.000 m<sup>2</sup> wvo. In het centrum van Haarlem zijn diverse grote en kleine winkelketens aanwezig in diverse branches. Het centrum scoort hoog wanneer het gaat om sfeer en compleetheid van het aanbod. De bereikbaarheid is met de realisatie van de parkeergarage Raaks sterk verbeterd. De ruimtelijke kwaliteit van het centrum van Haarlem is bijzonder groot. Het centrum wordt vooral recreatief bezocht. Parallel aan ontwikkelingen die ook in andere hoofdwinkelgebieden zichtbaar is, is de koopkrachtbinding aan het centrum van Haarlem de afgelopen jaren afgenomen. Op het gebied van dagelijkse artikelen daalde de koopkrachtbinding van 18% in 2004 naar circa 16% in 2011. Op het gebied van niet-dagelijkse artikelen nam de binding af van 39% in 2004 tot 29% in 2011. Ook de koopkrachttoevloeiing van buiten Haarlem daalde. Belangrijke oorzaken hiervan zijn de toename van de concurrentie met perifere winkelgebieden en de groei van de internetbestedingen

#### Het centrum van Hoofddorp

Hoofddorp centrum is met de realisatie van het winkelcentrum 4 Meren en de herontwikkeling van de Markthof de laatste jaren aanzienlijk versterkt. Met een Albert Heijn XL, Saturn, BCC, the Sting, Hennes & Mauritz, Toys XL en Primark heeft het centrum van Hoofddorp belangrijke trekkers. Dit uit zich ook in de regionale aantrekkingskracht van het centrum. In 2004 werd het centrum van Hoofddorp nog niet of nauwelijks bezocht door inwoners van Haarlem<sup>31</sup>, thans (2011) komt circa 2% van de omzet op het gebied van dagelijkse goederen en circa 3% op het gebied van niet-dagelijkse goederen uit Haarlem<sup>32</sup>.

#### Het centrum van Heemstede

Het centrum van Heemstede heeft een uitgebreid en gevarieerd winkelaanbod. De winkelgebieden hebben een groot verzorgingsgebied dat zich uitspreidt over de gehele regio Kennemerland en zelfs daar buiten. Niet alleen de dagelijkse boodschappen van supermarkten, bakkers en slaggers maar ook speciaalzaken zijn prima vertegenwoordigd. Diverse zelfstandige winkels richten zich op het midden en hogere segment. Circa 9% van de omzet in dagelijkse artikelen en circa 11% van de omzet in niet-dagelijkse artikelen blijkt uit Haarlem afkomstig te zijn.

---

<sup>31</sup> Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2004.

<sup>32</sup> Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2011.

### **Woonboulevard Cruquius, Hoofddorp**

Op steenworp afstand van Haarlem bevindt zich de woonboulevard Cruquius (Hoofddorp). Deze woonboulevard heeft een winkeloppervlakte van circa 80.000 m<sup>2</sup> en 1.500 parkeerplaatsen. Op de woonboulevard zijn diverse grootschalige winkels gevestigd op het gebied van 'huis, tuin en sport'. Naast de winkels op het gebied van woninginrichting is er ook een vestiging van Media Markt, Xenos, Topshelf en Sportsworld en een vestiging van Blokker. Circa 20% van de omzet blijkt afkomstig te zijn uit Haarlem.

### **Factory Outlet center, Halfweg**

In het dorp Halfweg (gemeente Haarlemmerliede) zal binnen afzienbare tijd een Factory Outlet center gerealiseerd worden (Sugar City). Dit outlet center (dat op circa 15 minuten van het stadsdeel Schalkwijk ligt) zal een omvang krijgen van circa 25.000 m<sup>2</sup> wvo en veel winkels huisvesten op het gebied van mode. Naast het outlet center zal ook een nieuwe grote supermarkt gerealiseerd worden met een omvang van circa 4.000 m<sup>2</sup> wvo. Daarnaast worden ook nog andere publieksvoorzieningen gerealiseerd. Factory outlet centra hebben een groot verzorgingsgebied.

## **5.4 Economisch functioneren stadsdeelcentrum Schalkstad**

In deze paragraaf zal aangegeven worden hoe de winkels in het stadsdeelcentrum Schalkstad momenteel functioneren. Hierbij wordt uitgegaan van de volgende veronderstellingen:

- De bevolking in Haarlem heeft momenteel (1 januari 2012) een omvang van 151.841 inwoners. In Schalkwijk wonen er 32.040.
- De gemiddelde inkomens per inwoner in stadsdeel Schalkwijk<sup>33</sup> (€ 20.000,-) liggen ruim 15% lager dan het stedelijk gemiddelde (€ 23.900,-). Ten opzichte van het landelijk gemiddelde (€ 21.700,-) liggen de gemiddelde inkomens per hoofd van de bevolking in Schalkwijk ongeveer 8% lager.
- De bestedingen voor dagelijkse artikelen in geheel Nederland bedragen per inwoner € 2.270,-; voor niet-dagelijkse artikelen bedragen deze € 2.540,-<sup>34</sup>. In verband met de lagere inkomens in Schalkwijk en de hogere inkomens in de gehele gemeente wordt gerekend met bestedingscijfers die overeenstemmen met het landelijk gemiddelde<sup>35</sup>.
- In 2011 werd op basis van het Koopstromenonderzoek van de Randstad in het winkelcentrum Schalkstad een koopkrachtbinding gemeten van 20% en op het gebied van niet-dagelijkse artikelen van 12%. De koopkrachttoevloeiing bedroeg respectievelijk circa 13% en 31%. In het hieronder staande plaatje is aan-

<sup>33</sup> Bron: [www.haarlem.nl](http://www.haarlem.nl).

<sup>34</sup> Bron: Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek; HBD, juli 2012.

<sup>35</sup> Immers circa de helft van de omzet is afkomstig van inwoners van Schalkwijk, de overige omzet is afkomstig uit de rest van Haarlem en de regio. Per saldo gaan we uit van de landelijke bestedingscijfers.

gegeven waar de omzet die in het winkelcentrum Schalkstad gerealiseerd wordt vandaan komt.

- Het winkelaanbod in stadsdeelcentrum Schalkstad bestond uit 5.035 m<sup>2</sup> wvo dagelijks en 16.705 m<sup>2</sup> niet-dagelijks.

**Tabel 5.4 Economisch functioneren stadsdeelcentrum Schalkstad 2012 (excl. BTW)**

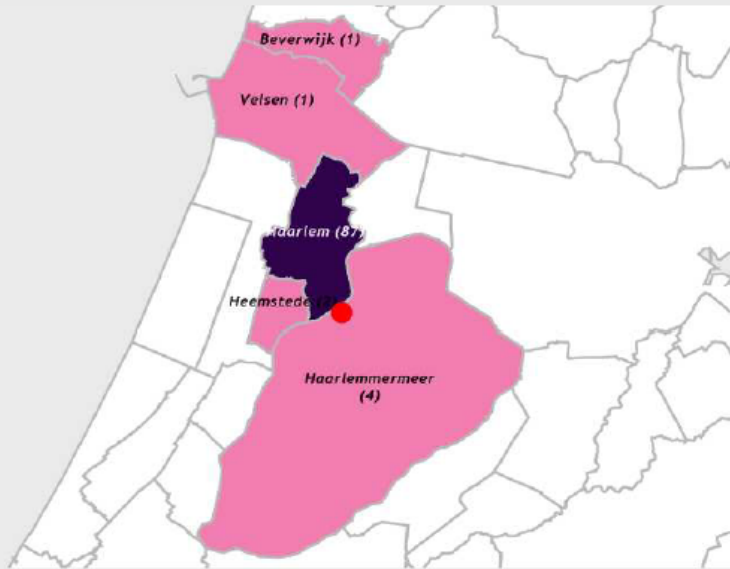
|   | Dagelijkse artikelen | Niet-dagelijkse artikelen |
|---|----------------------|---------------------------|
| Inwoners Haarlem                        | 151.841              | 151.841                   |
| Bestedingen per hoofd                   | € 2.270,-            | € 2.540,-                 |
| Bestedingspotentieel (x € 1 mln.)       | € 344,6              | € 385,7                   |
| Koopkrachtbinding                       | 20%                  | 12%                       |
| Koopkrachttoevoeiing                    | 13%                  | 31%                       |
| Omzet (x € 1 mln.)                      | € 79,2               | € 67,1                    |
| Aanwezige aanbod                        | 5.035 m <sup>2</sup> | 16.705 m <sup>2</sup>     |
| Gemiddelde omzet per m <sup>2</sup> wvo | € 15.737,-           | € 4.015,-                 |

Wanneer we de hierboven staande omzetten per m<sup>2</sup> wvo vergelijken met de gemiddelde omzetten die in andere grote stadsdeelcentra in de Randstad gerealiseerd worden blijkt dat deze zowel op het gebied van dagelijkse goederen als op het gebied van niet-dagelijkse goederen niet veel afwijken. Wel valt op dat in de stadsdeelcentra in Arnhem en Nijmegen vooral op het gebied van dagelijkse goederen de omzetten per m<sup>2</sup> wvo aanzienlijk lager zijn dan in de Randstad. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen doen zich niet veel verschillen voor. In bijlage 3 is een overzicht gegeven van de gemiddelde omzetten die per m<sup>2</sup> wvo bereikt worden in vergelijkbare centra in de Randstad en in de regio Arnhem, Nijmegen.



## Dagelijkse artikelen

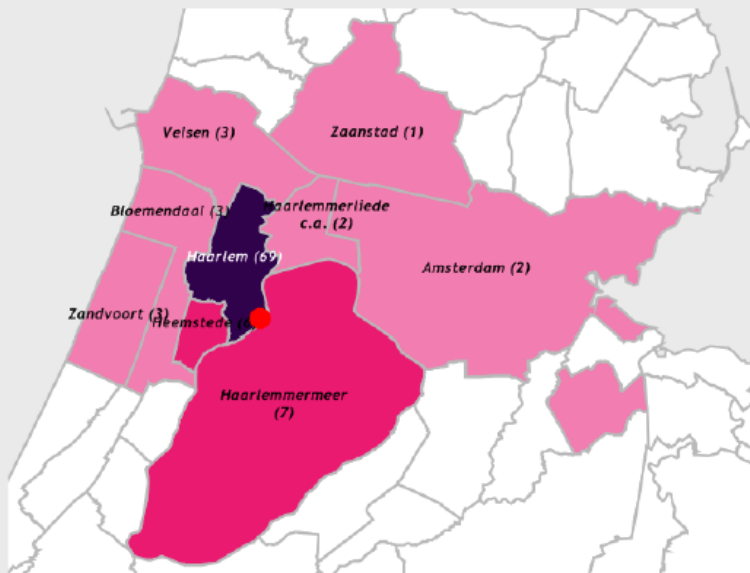
Waar komt omzet in Schalkwijk vandaan (in %)



overig Nederland: 4

## Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Schalkwijk vandaan (in %)



overig Nederland: 5



## 6. DE MARKTRUIMTE

In dit hoofdstuk wordt een inschatting gegeven van de marktruimte voor het stadsdeelcentrum Schalkstad, zoals die op basis van thans overzienbare ontwikkelingen, in de toekomst aanwezig zal zijn. Hierbij worden de volgende uitgangspunten gehanteerd:

### Bevolkingsgroei in de gemeente Haarlem

Zoals in hoofdstuk 2 reeds is aangegeven zal de bevolking van de gemeente Haarlem tot het jaar 2020 met zo'n 4.000 inwoners groeien tot circa 156.000. En in 2025 worden er nog eens 2.400 meer verwacht. In het stadsdeel Schalkwijk zullen in het jaar 2020 en 2025 respectievelijk 33.570 en 34.400 mensen wonen.

### De bestedingen per hoofd van de bevolking

Voor wat betreft de bestedingen per hoofd van de bevolking zal uitgegaan worden van de bestedingen zoals die ook in tabel 5.4 zijn gehanteerd.

### De toekomstige koopkrachtbinding en toevloeiing

Momenteel wordt circa 20% van de bestedingen aan dagelijkse goederen in Haarlem gebonden door het stadsdeelcentrum Schalkstad. Voor niet-dagelijkse goederen is dat circa 12%. Wanneer deze cijfers vergeleken worden met de koopkrachtbindingscijfers voor andere min of meer vergelijkbare stadsdeelcentra in Nederland blijkt het volgende:

Tabel 6.1 Koopkrachtbinding andere min of meer vergelijkbare stadsdeelcentra in Nederland

|                                   | Koopkrachtbinding |                | Koopkrachttoevloeiing |                |
|-----------------------------------|-------------------|----------------|-----------------------|----------------|
|                                   | Dagelijks         | Niet-dagelijks | Dagelijks             | Niet-dagelijks |
| Schalkwijk, Haarlem               | 20%               | 12%            | 13%                   | 31%            |
| Kronenburg, Arnhem <sup>36</sup>  | 16%               | 11%            | 16%                   | 34%            |
| Presikhaaf, Arnhem <sup>37</sup>  | 12%               | 5%             | 9%                    | 43%            |
| Dukenburg, Nijmegen <sup>38</sup> | 13%               | 11%            | 7%                    | 19%            |
| Overvecht, Utrecht <sup>39</sup>  | 12%               | 9%             | 14%                   | 28%            |

De koopkrachtbinding voor dagelijkse goederen in Schalkstad is vergeleken met andere vergelijkbare stadsdeelcentra vrij hoog. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen is deze min of meer vergelijkbaar. De koopkrachttoevloeiing is zowel op het gebied van dagelijkse als van niet-dagelijkse goederen ongeveer vergelijkbaar.

<sup>36</sup> Bron: Euregionaal Koopstromenonderzoek 2009, Goudappel Coffeng, 28 augustus 2009.

<sup>37</sup> Bron: Euregionaal Koopstromenonderzoek 2009, Goudappel Coffeng, 28 augustus 2009.

<sup>38</sup> Bron: Euregionaal Koopstromenonderzoek 2009, Goudappel Coffeng, 28 augustus 2009.

<sup>39</sup> Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2011.

### **Binding op gebied van dagelijkse artikelen zal enigszins toenemen**

Met het realiseren van de nieuwbouwplannen in stadsdeelcentrum Schalkstad, zoals omschreven in hoofdstuk 2, zal de aantrekkelijkheid van het centrum toenemen en zal ook de binding vanuit het stadsdeel en vanuit overig Haarlem en de regio toe kunnen nemen. Veel is echter afhankelijk van de daadwerkelijke realisatie daarvan. Bij het berekenen van de marktruimte gaan wij er van uit dat de binding op het gebied van dagelijkse goederen door het verplaatsen en tegelijkertijd moderniseren van een of beide supermarkten, het toevoegen van een discountsupermarkt en het toevoegen van een markthal met foodspecialzaken met enkele procenten zal toenemen tot circa 25% (thans 20%).

Rekening zal echter ook gehouden moeten worden met de toenemende aankopen van dagelijkse artikelen via het internet, de inmiddels gerealiseerde nieuwe supermarkt (Albert Heijn) in het centrum van Haarlem, de sterker geworden concurrentie met het hoofdwinkelcentrum van Hoofddorp en een nieuwe supermarkt van circa 4.000 m<sup>2</sup> vwo bij het Factory Outlet Center in Halfweg. Voor wat betreft de internetverkopen gaan wij er van uit dat deze in ieder geval voorlopig nog beperkt zullen zijn. Nederland beschikt immers over een zeer dicht netwerk van supermarkten en foodspecialzaken, zodat de verleiding om via internet dagelijkse aankopen te doen (bijvoorbeeld via afhaalpunten) niet zo groot zal zijn. Als gevolg van de te verwachten toename van de internetverkopen<sup>40</sup> op het gebied van dagelijkse artikelen veronderstellen wij een daling van de binding aan fysieke winkels tot 2020 en 2025 met circa 2%. De impact van de recent geopende Albert Heijn in de binnenstad van Haarlem en het recentelijk uitgebreide en gemoderniseerde hoofdwinkelcentrum van Hoofddorp is beperkt en zal ook niet of nauwelijks meer toenemen. Immers de grootste uitbreidingen hier (winkelcentrum 4 Meren) dateren van voor 2010.

Rekening houdende met bovenstaande ontwikkelingen gaan wij er van uit dat de uiteindelijke binding aan het winkelcentrum Schalkstad op het gebied van dagelijkse goederen toe zou kunnen nemen tot uiteindelijk circa 24%. Tevens gaan wij er van uit dat de koopkrachttoevloeiing (als percentage van de te realiseren omzet) ongeveer gelijk zal blijven.

#### Schematisch:

|                                    |                |
|------------------------------------|----------------|
| Huidige binding                    | 20%            |
| Toekomstige binding na uitbreiding | circa 25%      |
| Effecten supermarkten elders       | beperkt        |
| Effect internet                    | 2%             |
| Uiteindelijke binding in 2020/25   | circa 24 a 25% |

---

<sup>40</sup> Gemakshalve gaan wij uit van een rechtlijnige doortrekking van de in figuur 3.1 weergegeven internetverkopen van levensmiddelen en persoonlijke verzorging.

### **Binding op gebied van niet-dagelijkse artikelen zal toenemen**

Met het toevoegen van winkels op het gebied van niet-dagelijkse artikelen en het toevoegen van een nieuwe grootschalige trekker (het Franse sportwarenhuis Decathlon<sup>41</sup> heeft inmiddels sterke interesse getoond voor een vestiging in Schalkstad), nieuwe horecavoorzieningen en andere meer recreatieve functies zal het winkelcentrum een meer recreatief karakter moeten krijgen, zonder dat het daarmee in concurrentie komt met de binnenstad van Haarlem. Dit zal ongetwijfeld tot gevolg hebben dat de binding vanuit Haarlem zal gaan toenemen. Momenteel (2011) bindt het stadsdeelcentrum Schalkstad circa 12% van de Haarlemse bestedingen aan niet-dagelijkse goederen. Bij gelijkblijvende concurrentieverhoudingen en rekening houdende met de koopkrachtbindingspercentages in vergelijkbare stadsdeelcentra zou de koopkrachtbinding in Schalkstad maximaal kunnen toenemen tot circa 15 à 20%. Hierbij is echter nog geen rekening gehouden met een in de toekomst sterk toenemende concurrentie, o.a. als gevolg van:

- toenemende internetverkopen;
- de recent gerealiseerde uitbreidingen van het kernwinkelgebied van Haarlem;
- de uitbreidingen in het hoofdwinkelcentrum van Hoofddorp en
- de realisatie van een nieuw Factory Outlet Centrum in Halfweg (gemeente Haarlemmerliede).

#### *Toenemende internetverkopen*

Momenteel loopt reeds circa 8% van de detailhandelsbestedingen op het gebied van niet-dagelijkse goederen via het internet. Op basis van literatuur onderzoek mag verwacht worden dat het aandeel van het online winkelen de komende jaren zal verdubbelen en dat in 2020 / 2025 circa 16% van de niet-dagelijkse aankopen via het internet gaat. Wanneer we deze ontwikkeling doortrekken op de koopkrachtbinding voor niet-dagelijkse goederen, zou dit betekenen dat de binding tot 2020 nog eens met zo'n 8% zou dalen. Daarna wordt een stabilisatie verwacht. Voor de koopkrachtbinding in Schalkstad op het gebied van niet-dagelijkse goederen betekent dit een daling tot circa 13,8 a 18,4%.

#### *Uitbreidingen kernwinkelgebied Haarlem*

De uitbreidingen van het kernwinkelgebied van Haarlem met het project Raaks zullen nauwelijks of geen invloed hebben op de koopstromen naar het stadsdeelcentrum Schalkstad. Immers met het realiseren van Raaks is niet zozeer het winkelaanbod uitgebreid maar veel meer het verblijfsklimaat in de Haarlemse binnenstad. Wel kunnen de in Raaks gevestigde winkels van Intersport en Block Electro enige invloed hebben, doch deze wordt voor Schalkstad vrij beperkt verondersteld.

#### *Uitbreidingen hoofdwinkelcentrum Hoofddorp*

---

<sup>41</sup> Decathlon is een sterke publiekstrekker. Ervaringen in Kerkrade tonen aan dat deze formule wekelijks circa 10.000 bezoekers trekt. Van deze bezoekers woont ongeveer de helft op minimaal 20 reisinuten van de vestiging.

Zoals in hoofdstuk 5 is vermeld zijn de grootste uitbreidingen van het hoofdwinkelgebied van Hoofddorp reeds jaren geleden gerealiseerd (winkelcentrum 4 Meren). Recentelijk is het Markthof gemoderniseerd, doch dit betrof meer een herontwikkeling van een bestaand gebied, dan een uitbreiding van de winkeloppervlakte. De effecten van de uitbreidingen van het hoofdwinkelgebied van Hoofddorp zijn derhalve reeds verdisconteerd in de in 2011 gemeten koopkrachtbindingscijfers van Schalkstad.

#### *Realisatie Factory Outlet Center Halfweg*

Het Factory Outlet Center in Halfweg zal een omvang krijgen van circa 25.000 m<sup>2</sup> bvo, waarvan circa 1.000 m<sup>2</sup> horeca. De detailhandel krijgt een omvang van circa 24.000 m<sup>2</sup> bvo, ofwel circa 21.500 m<sup>2</sup> wvo. Bij een gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo van circa € 6.500,- per m<sup>2</sup> wvo<sup>42</sup> zou het in Halfweg te realiseren outlet center een omzet kunnen realiseren van circa € 140 miljoen. Ervaringsgegevens omtrent de omzetherkomst van outlet centra in dichtbevolkte gebieden tonen aan dat circa 50% van de omzet afkomstig is van gebieden die op meer dan een half uur rijden van de outlet locatie liggen. Circa 50% komt dus van dichterbij. Om de effecten te meten op het stadsdeelcentrum Schalkstad veronderstellen wij dat van de totaal te realiseren omzet in het FOC circa 15% (ofwel circa € 21 miljoen) afkomstig zal zijn vanuit de gemeente Haarlem. Daarmee gaat ruim 5% van alle non-food bestedingen in Haarlem naar het FOC Halfweg.

Resultante van de berekeningen is dat de koopkrachtbinding op het gebied van niet-dagelijkse artikelen na realisatie van het FOC nog eens met circa 5% zal afnemen tot 13,1 à 17,5%.

Wij gaan derhalve uit van een uiteindelijke binding van circa 15%.

#### Schematisch:

|   |              |
|---|--------------|
| Huidige binding                                     | 12%          |
| Toekomstige binding (bij ongewijzigde concurrentie) | 15 à 20%     |
| Binding na correctie voor internet 8%               | 13,8 à 18,4% |
| Effecten Raaks, centrum Haarlem                     | beperkt      |
| Effecten centrum Hoofddorp                          | beperkt      |
| Binding na realisatie FOC Halfweg                   | 5%           |
| Uiteindelijke binding in 2025/2030                  | circa 15%    |

#### **Koopkrachttoevloeiing**

De koopkrachttoevloeiing (als percentage van de totale omzet) wordt constant verondersteld. In absolute zin betekent dit een toename van circa € 6 a 7 miljoen ten opzichte van het huidige niveau.

<sup>42</sup> Deze is gebaseerd op de gemiddelde omzet die per m<sup>2</sup> in het – inmiddels afgeblazen – FOC in Lansingerland / Zoetermeer gerealiseerd zou kunnen worden.

### Gemiddelde omzetten per m<sup>2</sup> wvo

Momenteel worden in het stadsdeelcentrum Schalkstad per m<sup>2</sup> wvo omzetten gerealiseerd die ongeveer vergelijkbaar zijn met de gemiddelde omzetten in andere vergelijkbare stadsdeelcentra (zie bijlage 3). Door de uitbreidingen van het centrumgebied zullen de gemiddelde omzetten ongetwijfeld enigszins dalen.

Momenteel zijn de gemiddelde omzetten per m<sup>2</sup> wvo in de supermarkten vrij hoog, voornamelijk veroorzaakt door de te kleine omvang van de supermarkten en de grote omvang van het aangeboden assortiment. Vergroting van de supermarkten is o.a. noodzakelijk om de supermarkten meer gelegenheid te geven om haar artikelen op een aantrekkelijkere manier te presenteren, om de consument meer loopruimte te geven tussen de schappen (bredere gangpaden). Voor de dagelijkse goederen betekent dit dat de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo zal afnemen van € 15.700,- nu tot circa € 13.000,-. Daarmee ligt deze nog ruim boven de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo in vergelijkbare centra in vergelijkbare steden.

Ook op het gebied van niet-dagelijkse goederen zal de schaalvergroting van een aantal winkels leiden tot een afname van de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo. Voor de niet-dagelijkse artikelen gaan wij derhalve uit van een daling van € 4.000,- nu tot circa € 3.500,- na de realisatie van de uitbreidingen.

### De marktruimte voor detailhandel

Op basis van de bovenstaande veronderstellingen is voor de jaren 2020 en 2025 de marktruimte als volgt berekend (zie tevens bijlage 4):

Tabel 6.2: Marktruimte stadsdeelcentrum Schalkstad in 2020 en 2025 in m<sup>2</sup> wvo (marge 5%)

|   | Marktruimte 2020               | Marktruimte 2025               |
|---|--------------------------------|--------------------------------|
| Dagelijkse artikelen                    | 2.500 à 2.800 m <sup>2</sup>   | 2.600 à 2.900 m <sup>2</sup>   |
| Niet-dagelijkse artikelen <sup>43</sup> | 7.500 à 8.300 m <sup>2</sup>   | 7.900 à 8.700 m <sup>2</sup>   |
| Totaal                                  | 10.000 à 11.100 m <sup>2</sup> | 10.500 à 11.600 m <sup>2</sup> |

Op basis van de berekeningen zoals uitgevoerd in bijlage 4 en rekening houdende met een marge van +/- 5% is in de komende jaren (tot 2025) een marktruimte te verwachten van circa 10.500 à 11.500 m<sup>2</sup> wvo ofwel circa 12.350 à 13.500 m<sup>2</sup> bvo<sup>44</sup>.

De hierboven berekende marktruimte ligt daarmee binnen de bandbreedten die is aangegeven in de Ontwerp Structuurvisie Schalkstad 2025 (tussen de 10.000 en 16.000 m<sup>2</sup> bvo).

### De marktruimte voor nieuwe horeca voorzieningen

Met het realiseren van genoemde uitbreidingen en het upgraden van het stadsdeelcentrum Schalkstad tot een meer recreatief centrum (zonder dat het daarmee sterk gaat concurreren met de binnenstad van Haarlem) zal ook enige uitbreiding van het

<sup>43</sup> In de berekeningen is er van uitgegaan dat het FOC in Halfweg gerealiseerd wordt. Mocht de besluitvorming ten aanzien van het FOC negatief uitvallen zal de marktruimte voor niet-dagelijkse artikelen in 2025 circa 1.200 m<sup>2</sup> wvo groter zijn dan hier is aangegeven.

<sup>44</sup> Hierbij is uitgegaan van een verhouding bvo : wvo van 100 : 85.

horeca aanbod en andere verblijfsduur verlengende functies noodzakelijk zijn. Normaliter wordt er van uitgegaan dat in dergelijke centra het horeca aanbod ongeveer gelijk is aan circa 15 à 20% van het detailhandelsaanbod. Wanneer we dit percentage toepassen zal er aan horeca en andere verblijfsduurverlengende functies nog eens circa 1.900 à 2.000 m<sup>2</sup> benodigd zijn.

**Totale marktruimte**

De totale marktruimte voor de jaren tot 2025 komt derhalve uit op circa 12.400 à 13.500 m<sup>2</sup> wvo, ofwel circa 14.600 a 15.900 m<sup>2</sup> bvo.



## 7. INVULLING MARKTRUIMTE

In het vorige hoofdstuk is voor het jaar 2025 berekend dat er een marktruimte zal gaan ontstaan van circa 2.600 à 2.900 m<sup>2</sup> wvo voor dagelijkse artikelen en van circa 7.900 à 8.700 m<sup>2</sup> wvo voor niet-dagelijkse artikelen. In dit hoofdstuk zal bezien worden met welke branches de marktruimte het best ingevuld kan worden, gegeven de ambities van het winkelcentrum Schalkstad. Hierbij zal in eerste instantie een vergelijking gemaakt worden met de branchering in vergelijkbare stadsdeelcentra. Tevens zal ingegaan worden op de toekomstige bestendigheid van branches in relatie tot branche specifieke ontwikkelingen op het gebied van internet en de relatie met de binnenstad van Haarlem.

### 7.1 Invulling marktruimte dagelijkse artikelen

Wanneer een vergelijking gemaakt wordt met het supermarktaanbod in vergelijkbare stadsdeelcentra valt een tweetal verschillen op ten opzichte van het supermarktaanbod in Schalkstad (zie bijlage 5).

- In een aantal stadsdeelcentra is tevens een discountsupermarkt of een biologische supermarkt aanwezig;
- In de helft van het aantal stadsdeelcentra is een grootschalige supermarkt aanwezig. De omvang varieert tussen de 2.500 en 3.000 m<sup>2</sup> wvo.

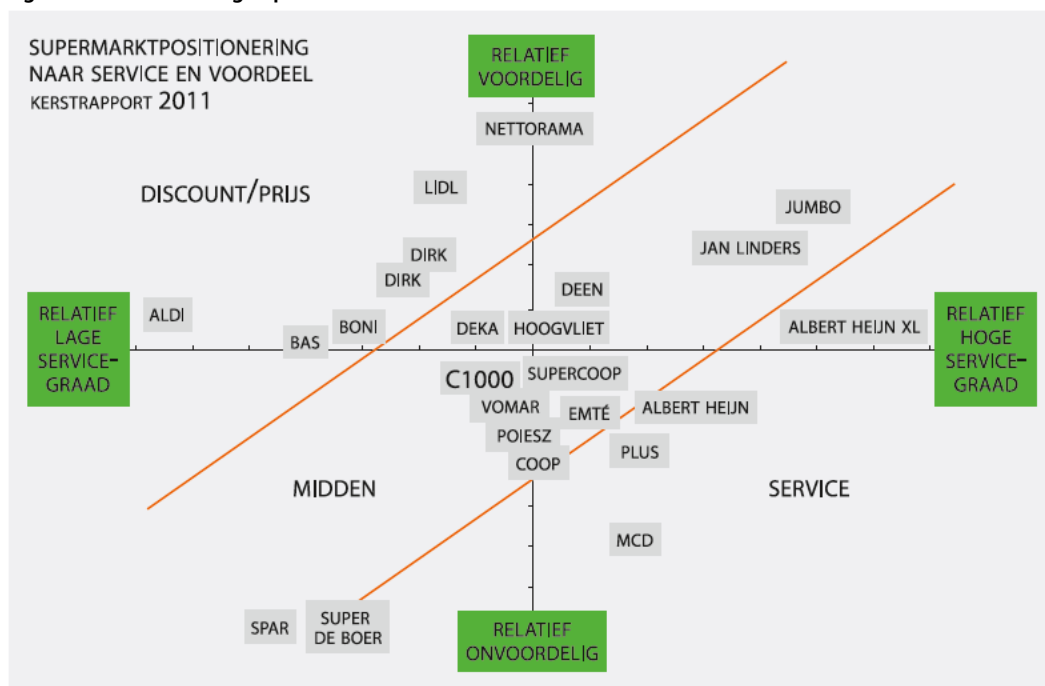
Voor wat betreft de volledigheid van het supermarktaanbod in Schalkstad verdient het aanbeveling om een discountsupermarkt toe te voegen. Dit blijkt ook uit het hier onderstaande schema, waarin de in Nederland voorkomende supermarkten ten opzichte van elkaar zijn gepositioneerd.

Uit dit overzicht blijkt duidelijk dat het winkelcentrum Schalkstad met een Albert Heijn supermarkt beschikt over een supermarkt die zich positioneert als een supermarkt met een relatief hoge servicegraad. Bij een XL is zelfs nog sprake van een nog hogere servicegraad. Deko positioneert zich in het middensegment, terwijl Aldi zich als enige positioneert als supermarkt met een relatief lage servicegraad. Opvallend is tevens dat Lidl zich in vergelijking met voorgaande jaren steeds meer positioneert in het midden.

Op grond van het hieronder staande schema verdient aanvulling van het supermarktaanbod met een discountsupermarkt aanbeveling. Het zal dan hierbij bij voorkeur moeten gaan om een discounter van het type Aldi. Met de toevoeging van een type supermarkt als Aldi is de complementariteit ten opzichte van het reeds bestaande aanbod het grootst. Daarbij komt dat momenteel in het aanbod van super-

markten in het stadsdeel Schalkwijk momenteel nog een type supermarkt als Aldi ontbreekt. Ook vanuit die invalshoek wordt voorkeur gegeven aan een supermarkt van het type Aldi. Met de invulling van een dergelijke supermarkt is minimaal circa 1.000 m<sup>2</sup> wvo gemoeid.

**Figuur 7.1 Positionering supermarkten in Nederland.**



De overige marktruimte voor dagelijkse artikelen kan aangewend worden om uitbreidingen te realiseren in het bestaande aanbod, waaronder de supermarkten.

**Samenvattend:**

Invulling marktruimte dagelijkse goederen:

Supermarkten:

- Discountsupermarkt van het type Aldi: 1.000 m<sup>2</sup> wvo
- Uitbreiding bestaande aanbod (waaronder de supermarkten): 1.900 m<sup>2</sup> wvo
- Totaal 2.900 m<sup>2</sup> wvo

**7.2 Invulling marktruimte niet-dagelijkse artikelen**

Op het gebied van niet-dagelijkse artikelen is een marktruimte beschikbaar van circa 7.900 à 8.700 m<sup>2</sup> wvo. Hieronder is per hoofdbranche aangegeven of uitbreiding van het aanbod in stadsdeelcentrum Schalkstad al of niet gewenst is.

## **Warenhuizen**

Met een vestiging van V&D en van Hema is voldoende aanbod aanwezig.

## **Kleding en mode**

Circa 22% van de verkoopvloeroppervlakte in het huidige stadsdeelcentrum wordt ingenomen door de branche kleding en mode. De branche kleding en mode draagt sterk bij tot het recreatieve karakter van het centrum. Wanneer het aanbod van kleding en mode vergeleken wordt met het aanbod in vergelijkbare stadsdeelcentra blijkt dat:

- het aanbod in het winkelcentrum Schalkstad ongeveer overeenstemt met het landelijk gemiddelde;
- Amsterdamse Poort, Osdorpplein, Kronenburg, Zuidplein, In de Boogaard en Leidsenhage scoren hoger;
- de overige centra scoren lager.

Voorts blijkt dat het winkelaanbod in deze branche in stadsdeelcentrum Schalkstad over het algemeen kleinschalig is. Alleen C&A en H&M hebben een redelijke omvang met respectievelijk circa 1.000 en 800 m<sup>2</sup> wvo. De overige winkels zijn allen aanzienlijk kleiner. Toevoeging van een of meerdere grotere winkels in deze branche is gewenst. Rekening houdende met een beperking van de concurrentie met de binnenstad van Haarlem en de toenemende aankopen via het internet gaan wij uit van maximaal circa 2.000 m<sup>2</sup> wvo.

## **Schoenen en lederwaren**

Schalkstad beschikt met een aanbod van circa 3.000 m<sup>2</sup> wvo reeds over een aanzienlijk aanbod van schoenen en lederwaren winkels. Alleen in Zuidplein, In de Boogaard en Leidsenhage is meer schoenenaanbod aanwezig. Een substantiële uitbreiding van het aanbod van schoenenwinkels is derhalve niet gewenst.

## **Juwelier en optiek**

Het aanbod van winkels in deze branche wijkt niet of nauwelijks af van het aanbod elders. Een substantiële uitbreiding is derhalve niet gewenst.

## **Huishoudelijke en luxe artikelen**

Het aanbod van winkels in huishoudelijke en luxe artikelen heeft met 2 winkels (Blokker en Kijkshop) van in totaal circa 1.000 m<sup>2</sup> wvo in vergelijking met de meeste andere centra een bescheiden omvang. Uitbreiding van het aanbod met circa 1.000 m<sup>2</sup> wvo is een reële optie.

## **Antiek en Kunst**

Evenals in andere centra ontbreekt deze branche in Schalkstad. Temeer daar dit soort winkels toch hun eigen specifieke winkelmilieu opzoeken is realisatie van winkels in antiek en kunst niet aan de orde.

### **Sport en spel**

In het winkelcentrum Schalkstad zijn slechts 2 kleine winkels aanwezig op het gebied van sport en spel. Het gaat hierbij om Aktiesport (150 m<sup>2</sup>) en Intertoys (220 m<sup>2</sup>). Het aanbod van sport en spel winkels in de andere stadsdeelcentra is in de meeste centra aanzienlijk groter. Het aanbod van winkels op het gebied van sportartikelen en speelgoed kan derhalve aanzienlijk uitgebreid worden, waarbij overigens wel rekening gehouden dient te worden met het feit dat op de woonboulevard Cruquius in Hoofddorp reeds twee grootschalige sportwinkels gevestigd zijn (Topshelf en SportsWorld) en dat in het winkelcentrum 4 Meren in Hoofddorp een grootschalige speelgoedwinkel (Toys XL) gevestigd is.

Inmiddels heeft de uit Frankrijk afkomstige Decathlon formule sterke belangstelling getoond in een vestiging in Schalkstad. Uit onderzoek is gebleken dat Decathlon zich sterk onderscheidt ten opzichte van het reguliere (grootschalige) sport aanbod in Nederland en daarmee een sterke aantrekkingskracht genereert. Zo trekt de Decathlon winkel in Kerkrade wekelijks circa 10.000 bezoekers, waarvan ongeveer de helft op meer dan 20 autominuten woont. Decathlon opteert voor een omvang van circa 3.000 a 4.000 m<sup>2</sup> vvo in Schalkstad. Realisatie van een Decathlon formule in Schalkstad betekent tevens dat de aantrekkingskracht van het winkelcentrum sterk zal toenemen en daarmee ook de omzetmogelijkheden voor andere winkels in Schalkstad. Bovendien wordt met de realisatie van Decathlon in Schalkstad voorkomen dat deze winkel zich op een perifere locatie zal gaan vestigen.

### **Hobbyartikelen**

Deze branche ontbreekt in Schalkstad. Realisatie van een hobbywinkel is derhalve gewenst. Hierbij denken wij aan een oppervlakte van circa 100 à 200 m<sup>2</sup> vvo.

### **Media**

Het aanbod van mediawinkels (boekenwinkels, cd's) wijkt nauwelijks af van de referentie stadsdeelcentra. Substantiële uitbreiding is derhalve niet gewenst.

### **Plant en dier**

Het aanbod van winkels in planten en dieren wijkt eveneens nauwelijks af. Substantiële uitbreiding is derhalve niet gewenst.

### **Bruin- en witgoed**

Het aanbod van winkels in bruin- en witgoed in Schalkstad bestaat uit 11 winkels met een totale omvang van circa 1.300 m<sup>2</sup> vvo (waaronder BCC met circa 730 m<sup>2</sup> vvo). In een aantal stadsdeelcentra is het aanbod aanzienlijk hoger. Oorzaak hiervan is het feit dat dan in deze centra een Media Markt of een Saturn gevestigd is. Deze grootschalige winkels hebben een grote aantrekkingskracht. In Haarlem zijn deze winkels nog niet aanwezig. Wel zijn er op de woonboulevard Cruquius (Media Markt) en in het winkelcentrum 4 Meren in Hoofddorp (Saturn) grootschalige bruin- en witgoed zaken gevestigd.

Toch worden er mogelijkheden gezien om het aanbod in deze branche uit te breiden middels een uitbreiding van bestaande winkels (zoals bijvoorbeeld BCC) of het toevoegen van speciaalzaken in deze branche. Met een dergelijke toevoeging is circa 1.500 m<sup>2</sup> wvo gemoeid.

#### **Auto & Fiets, Doe-het-zelf en woninginrichting**

Genoemde branches komen slechts in beperkte mate voor in Schalkstad. Dat geldt ook voor de andere stadsdeelcentra. Deze branches hebben meer voorkeur voor perifere locaties. Substantiële uitbreiding is derhalve niet gewenst.

#### **Samenvattend:**

Invulling marktruimte niet-dagelijkse goederen:

|                                     |                                    |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| • Kleding en mode:                  | ca. 2.000 m <sup>2</sup> wvo;      |
| • Huishoudelijke en luxe artikelen: | ca. 1.000 m <sup>2</sup> wvo;      |
| • Sport en spel (o.a. Decathlon)    | ca. 3.500 m <sup>2</sup> wvo;      |
| • Hobby artikelen                   | ca. 200 m <sup>2</sup> wvo;        |
| • Bruin en witgoed:                 | <u>ca. 1.500 m<sup>2</sup> wvo</u> |
| Totaal                              | ca. 8.200 m <sup>2</sup> wvo       |

De overige marktruimte kan aangewend worden voor het uitbreiden van reeds in Schalkstad gevestigde winkels.



## 8. EFFECTEN OP WINKELAANBOD IN SCHALKWIJK

In dit hoofdstuk zal nagegaan worden wat de effecten zijn van de uitbreiding van het stadsdeelcentrum Schalkstad op andere winkelcentra in Haarlem en in het bijzonder voor de Haarlemse binnenstad en de buurt- en wijkcentra in het stadsdeel Schalkwijk.

In bijlage 6 is berekend dat door de extra toevoegingen van winkelaanbod op het gebied van dagelijkse goederen de omzet in Schalkstad met zo'n € 22 miljoen zal gaan toenemen. Hiervan is circa € 3 miljoen afkomstig van consumenten die buiten Haarlem wonen; circa € 10 miljoen uit Haarlem Oost of Schalkwijk en circa € 8 miljoen vanuit overig Haarlem.

### 8.4 Effecten op buurt- en wijkcentra

Uit bijlage 6 blijkt dat circa € 10 miljoen van de extra omzet in het stadsdeelcentrum Schalkstad afkomstig is van inwoners van Haarlem Oost en Schalkwijk. Indien we veronderstellen dat hiervan circa 30% afkomstig is uit Haarlem Oost en circa 70% afkomstig uit Schalkwijk zullen de buurt en wijkcentra in Haarlem Oost, bij een evenredige verdeling, gemiddeld een omzetverlies lijden van circa 10%. In Schalkwijk is dat circa 17,5%. Het kan niet anders dan dat dat effecten zal hebben op het thans aanwezige aanbod in Haarlem Oost en Schalkwijk.

Rekening houdende met de eisen die momenteel en in de toekomst gesteld worden aan de kwaliteit en de omvang van buurt- en wijkcentra<sup>45</sup> (aanwezigheid marktconforme supermarkt, volledig dagelijks aanbod, compact, gemak, parkeren) wordt door de uitbreiding van het stadsdeelcentrum Schalkstad het voortbestaan van buurt- en wijkcentra die niet aan deze eisen voldoen, twijfelachtig.

#### Minder centra maar sterkere centra in Schalkwijk

Voor het stadsdeel Schalkwijk wordt het voortbestaan van de buurtverzorgende functie van het centrum Italiëlaan (geen marktconforme supermarkt) twijfelachtig. Een en ander zou voor het stadsdeel Schalkwijk betekenen dat er in de toekomst naast het stadsdeelcentrum Schalkstad een viertal sterke buurt/wijkcentra overblijven: Belgiëlaan, Meerwijk, Molenwijk en de Boerhaavepassage<sup>46</sup>. Voor alle inwoners van het stadsdeel Schalkwijk betekent dit dat basisvoorzieningen op het gebied van dagelijkse goederen binnen redelijke afstand bereikbaar blijven.

<sup>45</sup> Waarbij algemeen wordt aangenomen dat buurt- en wijkcentra die niet beschikken over voldoende aanbod d.w.z. een supermarkt met een marktconforme omvang van minimaal 1.000 a 1.500 m<sup>2</sup> vwo, niet toekomstbestendig zijn

<sup>46</sup> De hier gevestigde Lidl supermarkt wenst haar winkel uit te breiden tot circa 1.000 m<sup>2</sup> vwo.

### **Minder centra maar sterkere centra in Haarlem Oost**

Voor Haarlem Oost betekent dit dat het voortbestaan van de buurtverzorgende functie van de buurtcentra Van Zeggelenplein en de Hannie Schaftlaan twijfelachtig wordt. Verplaatsing van de hier aanwezige functies naar de centra Amsterdamstraat en Zuiderpark kan de laatst genoemde centra verder versterken en meer toekomstbestendig maken. Met de handhaving van de centra Amsterdamstraat en Zuiderpark wordt voorzien in een optimale winkelstructuur in Haarlem Oost en zijn voor alle inwoners in dit stadsdeel winkels op aanvaardbare afstand aanwezig.

### **Effecten minimaal in overig Haarlem**

Overige winkels in Haarlem (in de stadsdelen Haarlem Noord en Centrum ZW) worden door de ontwikkelingen in Schalkstad geconfronteerd met een omzetverlies van circa € 8 miljoen. De omzetverliezen zullen zich vrij gelijkmatig uitspreiden over de winkels die in overig Haarlem gelegen zijn.

In overig Haarlem is (inclusief de verspreide bewinkeling) in totaal circa 34.400 m<sup>2</sup> wvo aan dagelijks aanbod aanwezig. Bij een gemiddelde omzet van € 7.090,- per m<sup>2</sup> wvo wordt hier een omzet gerealiseerd van circa € 244 miljoen. Het omzetverlies beperkt zich tot circa 3%. Noemenswaardige effecten in de detailhandelsstructuur op het gebied van dagelijkse artikelen worden derhalve in overig Haarlem niet voorzien.

### **Resumerend**

Per saldo leidt de versterking van het stadsdeelcentrum Schalkstad, ondanks het ontstaan van enige leegstand in winkelcentra (die reeds nu al niet meer voldoen aan de wensen van de consument) tot een aanzienlijke versterking en verhoging van de duurzaamheid van de detailhandelsstructuur in de stadsdelen Haarlem Oost en Schalkwijk. Met het oog op het realiseren van een duurzame en voor de consument aantrekkelijke detailhandelsstructuur in Haarlem Oost en in Schalkwijk wegen de nadelen van een uitbreiding van het winkelcentrum Schalkstad niet op tegen de voordelen hiervan.

## **8.2 Effecten op het stadscentrum**

In deze paragraaf wordt kort ingegaan op de effecten die de voorziene uitbreidingen kunnen hebben op het functioneren van het centrumgebied van Haarlem. Met name gaat het dan hier om de toevoegingen die in het stadsdeelcentrum gerealiseerd zullen worden op het gebied van kleding en mode, huishoudelijke artikelen, sport en spel en bruin- en witgoed.



### **Centrum vooral recreatief bezocht**

Uit het onderzoek 'Winkelen in Haarlem'<sup>47</sup> blijkt dat meer dan de helft van de bezoekers komt om er te winkelen of te shoppen. Het percentage dat komt om boodschappen te doen is beperkt (10%). Ook veel bezoekers zijn in het centrum omdat men er woont, voor een bezoek aan de horeca of uit hoofde van toerisme (dagje uit).

### **Effecten toevoeging kleding aanbod in Schalkstad beperkt**

Zoals in paragraaf 7.2 is aangegeven zal op het gebied van kleding circa 1.000 m<sup>2</sup> wvo toegevoegd kunnen worden. De effecten hiervan op de aantrekkelijkheid van het kleding en mode aanbod in het centrumgebied van Haarlem zijn uiterst beperkt. Dat geldt ook voor de toevoegingen die plaats zullen vinden op het gebied van huishoudelijke en luxe artikelen.

### **Effecten grootschalige sport- en spel en bruin- en witgoedwinkels beperkt**

In de branches sport en spel en bruin- en witgoed is het koopgedrag van de consument minder recreatief maar meer doelgericht van aard. Voorts worden grootschalige sport- en spel winkels en winkels in bruin- en witgoed in toenemende mate op locaties buiten de stadscentra aangetroffen. Tot op heden is nog nooit gebleken dat deze ontwikkelingen hebben geleid tot een substantiële daling van de aantrekkingskracht van binnensteden. Daarbij komt dat het in Haarlem ontbreekt aan een grootschalige winkel op het gebied van sport, bruin- en witgoed. De binnenstad van Haarlem biedt daar op dit moment geen mogelijkheden voor. Realisatie van dergelijke formules in het stadsdeelcentrum Schalkstad verdient derhalve de voorkeur. Zeker wanneer de keuze gemaakt moet worden tussen het stadsdeelcentrum Schalkstad of een perifere locatie. Ook hier zal van een aantasting van het centrumgebied nauwelijks sprake zijn.

---

<sup>47</sup> Winkelen in Haarlem, Gemeente Haarlem, februari 2010.



**BIJLAGEN**



## Bijlage 1: Overzicht winkelstructuur Haarlem 2012

| Centrum                   | Dagelijkse art |              | Niet-dagelijkse art |               | Totaal      |               |
|---------------------------|----------------|--------------|---------------------|---------------|-------------|---------------|
|                           | VKP            | M2 wvo       | VKP                 | M2 wvo        | VKP         | M2 wvo        |
| <b>HAARLEM NOORD</b>      |                |              |                     |               |             |               |
| Cronjestraat              | 23             | 1.787        | 96                  | 11.485        | 119         | 13272         |
| Kleverpark                | 7              | 439          | 9                   | 1.030         | 16          | 1469          |
| Plesmanplein              | 2              | 651          | 3                   | 130           | 5           | 781           |
| Rijksstr Planetenweg      | 2              | 2.165        | 4                   | 251           | 6           | 2416          |
| Soendaplein               | 3              | 2.575        | 5                   | 395           | 8           | 2970          |
| Delftwijk                 | 9              | 2.727        | 8                   | 620           | 17          | 3347          |
| Paul Krugerkade           | 4              | 3.153        | 10                  | 9.821         | 14          | 12974         |
| Rijksstr Vergierdeweg     | 3              | 212          | 6                   | 400           | 9           | 612           |
| Rijksstr Zaanenlaan       | 3              | 575          | 15                  | 1.726         | 18          | 2301          |
| Santpoorterstraat         | 4              | 958          | 6                   | 556           | 10          | 1514          |
| Spaarnewoudestraat        | 2              | 120          | 6                   | 349           | 8           | 469           |
| <b>HAARLEM CENTRUM ZW</b> |                |              |                     |               |             |               |
| Centrum Haarlem           | 76             | 9.197        | 508                 | 80016         | 584         | 89213         |
| Ramplaan                  | 3              | 160          | 3                   | 130           | 6           | 290           |
| Zijlweg                   | 6              | 223          | 13                  | 2.654         | 19          | 2877          |
| Stephensonstraat          | 3              | 2.455        | 1                   | 1.355         | 4           | 3810          |
| Houtplein                 | 8              | 899          | 14                  | 2.363         | 22          | 3262          |
| Spoorwegstraat            | 2              | 1.375        | 3                   | 1.514         | 5           | 2889          |
| Wagenweg                  | 3              | 135          | 12                  | 1.705         | 15          | 1840          |
| <b>HAARLEM OOST</b>       |                |              |                     |               |             |               |
| Amsterdamstraat           | 12             | 1.759        | 16                  | 2.436         | 28          | 4195          |
| Hannie Schaftlaan         | 3              | 649          | 4                   | 253           | 7           | 902           |
| Van Zeggelenplein         | 3              | 83           | 6                   | 275           | 9           | 358           |
| Zuiderpark                | 9              | 1.520        | 4                   | 353           | 13          | 1873          |
| <b>HAARLEM SCHALKWIJK</b> |                |              |                     |               |             |               |
| Schalkstad                | 20             | 5.035        | 63                  | 16.705        | 83          | 21740         |
| Belgielaan                | 4              | 925          | 1                   | 593           | 5           | 1518          |
| Boerhaavepassage          | 3              | 787          | 2                   | 100           | 5           | 887           |
| Italielaan                | 6              | 452          | 3                   | 177           | 9           | 629           |
| Meerwijk Centrum          | 5              | 2.359        | 2                   | 212           | 7           | 2571          |
| Molenwijk                 | 3              | 1108         | 1                   | 50            | 4           | 1158          |
| <b>VERSPREID</b>          | <b>40</b>      | <b>4.593</b> | <b>85</b>           | <b>46.450</b> | <b>125</b>  | <b>51043</b>  |
| <b>TOTAAL</b>             | <b>271</b>     | <b>49076</b> | <b>909</b>          | <b>184104</b> | <b>1180</b> | <b>233180</b> |



## Bijlage 2: De branchering van de buurtcentra in Schalkwijk

| Branche                     | Meerwijk |                    | Belgiëlaan |                    | Molenwijk |                    | Boerhavepassage |                    | Italiëlaan |                    |
|-----------------------------|----------|--------------------|------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------------|--------------------|------------|--------------------|
|                             | VKP      | m <sup>2</sup> wvo | VKP        | m <sup>2</sup> wvo | VKP       | m <sup>2</sup> wvo | VKP             | m <sup>2</sup> wvo | VKP        | m <sup>2</sup> wvo |
| Levensmiddelen              | 4        | 2.115              | 4          | 925                | 3         | 1.108              | 2               | 747                | 4          | 274                |
| Persoonlijke verzorging     | 1        | 244                |            |                    |           |                    | 1               | 40                 | 2          | 178                |
| <b>Dagelijkse artikelen</b> | <b>5</b> | <b>2.359</b>       | <b>4</b>   | <b>925</b>         | <b>3</b>  | <b>1.108</b>       | <b>3</b>        | <b>787</b>         | <b>6</b>   | <b>452</b>         |
| Warenhuis                   |          |                    |            |                    |           |                    |                 |                    |            |                    |
| Kleding en mode             | 1        | 152                |            |                    |           |                    |                 |                    |            |                    |
| Schoenen en lederwaren      |          |                    |            |                    |           |                    |                 |                    |            |                    |
| Juwelier en optiek          |          |                    |            |                    |           |                    |                 |                    |            |                    |
| Huish. Art en luxe          |          |                    |            |                    |           |                    | 1               | 80                 |            |                    |
| Antiek en kunst             |          |                    |            |                    |           |                    |                 |                    |            |                    |
| Sport en spel               |          |                    |            |                    |           |                    |                 |                    |            |                    |
| Hobby                       |          |                    |            |                    |           |                    |                 |                    |            |                    |
| Media                       |          |                    |            |                    |           |                    |                 |                    |            |                    |
| Plant en dier               |          |                    |            |                    | 1         | 50                 | 1               | 20                 |            |                    |
| Bruin en witgoed            |          |                    |            |                    |           |                    |                 |                    |            |                    |
| Auto en fiets               |          |                    |            |                    |           |                    |                 |                    | 1          | 62                 |
| Doe-het-zelf                |          |                    | 1          | 593                |           |                    |                 |                    |            |                    |
| Wonen                       |          |                    |            |                    |           |                    |                 |                    | 1          | 70                 |
| Ov. Detailhandel            | 1        | 60                 |            |                    |           |                    |                 |                    | 1          | 45                 |
| <b>Niet-dagelijks</b>       | <b>2</b> | <b>212</b>         | <b>1</b>   | <b>593</b>         | <b>1</b>  | <b>50</b>          | <b>2</b>        | <b>100</b>         | <b>3</b>   | <b>177</b>         |
| <b>Totaal</b>               | <b>7</b> | <b>2.571</b>       | <b>5</b>   | <b>1518</b>        | <b>4</b>  | <b>1.158</b>       | <b>5</b>        | <b>887</b>         | <b>9</b>   | <b>629</b>         |





### Bijlage 3: Gemiddelde omzetten per m<sup>2</sup> wvo in – min of meer – vergelijkbare stadsdeelcentra.

| Centrum           | Stad          | Omzet per m <sup>2</sup> wvo dagelijkse artikelen in € | Omzet per m <sup>2</sup> wvo niet-dagelijkse artikelen in € |
|-------------------|---------------|--|---|
| Schalkstad        | Haarlem       | 15.737   | 4.015   |
| Amsterdamse Poort | Amsterdam     | 6.335  | 2.904   |
| Boven 't Y        | Amsterdam     | 18.513   | 4.446   |
| Gelderlandplein   | Amsterdam     | 8.169  | 2.456   |
| Osdorpplein       | Amsterdam     | 16.255   | 5.010   |
| Emiclaer          | Amersfoort    | 12.083   | 4.749   |
| Overvecht         | Utrecht       | 14.427   | 4.898   |
| Zuidplein         | Rotterdam     | 17.764   | 3.521   |
| In de Boogaard    | Rijswijk      | 7.183  | 3.127   |
| Leidsenhage       | Leidschenhage | 9.478  | 3.799   |
| Almere Buiten     | Almere        | 13.253   | 1.351   |
| Kronenburg        | Arnhem        | 8.200  | 4.300   |
| Presikhaaf        | Arnhem        | 8.000  | 3.500   |
| Dukenburg         | Nijmegen      | 8.600  | 5.300   |

Bronnen: Koopstromenonderzoek Randstad 2011  
Euregionaal Koopstromenonderzoek 2009, Stadsregio Arnhem, Nijmegen



#### Bijlage 4: Marktruimte voor stadsdeelcentrum Schalkstad in 2020 en 2025

|                              | 2020      |           |        | 2025      |           |        |
|------------------------------|-----------|-----------|--------|-----------|-----------|--------|
|                              | dag       | niet-dag  | totaal | dag       | niet-dag  | Totaal |
| Inwoners                     | 156000    | 156000    |        | 158400    | 158400    |        |
| Bestedingen per hfd          | 2270      | 2540      |        | 2270      | 2540      |        |
| Bestedingspotentieel         | 354120000 | 396240000 |        | 359568000 | 402336000 |        |
| Koopkrachtbinding            | 25%       | 15%       |        | 25%       | 15%       |        |
| Koopkrachttoevoeiing         | 13%       | 31%       |        | 13%       | 31%       |        |
| Omzet Schalkstad             | 99723448  | 86139130  |        | 101257655 | 87464348  |        |
| Omzet per m <sup>2</sup> wvo | 13000     | 3500      |        | 13000     | 3500      |        |
| Gewenst metrage              | 7671      | 24611     | 32282  | 7789      | 24990     | 32779  |
| Aanwezig metrage             | 5035      | 16705     |        | 5035      | 16705     |        |
| Marktruimte                  | 2636      | 7906      | 10542  | 2754      | 8285      | 11039  |



## Bijlage 5: Branchering vergelijkbare stadsdeelcentra

|                                  | Schalkstad  |                | Amsterd. Poort |                | Boven 't IJ  |                | Gelderlandplein |                | Osdorpplein    |                |
|----------------------------------|-------------|----------------|----------------|----------------|--------------|----------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|
|                                  | vkp         | M <sup>2</sup> | vkp            | M <sup>2</sup> | vkp          | M <sup>2</sup> | vkp             | M <sup>2</sup> | vkp            | M <sup>2</sup> |
| Levensmiddelen                   | 14          | 3.647          | 30             | 7164           | 15           | 4.329          | 20              | 4.783          | 26             | 6044           |
| Persoonlijke verzorging          | 6           | 1.388          | 13             | 1730           | 10           | 1.998          | 7               | 1.269          | 9              | 1473           |
| <i>Dagelijkse artikelen</i>      | 20          | 5.035          | 43             | 8.894          | 25           | 6327           | 27              | 6.052          | 35             | 7517           |
| Warenhuis                        | 2           | 4.757          | 1              | 1.190          | 2            | 6.365          | 1               | 1.043          | 1              | 1404           |
| Kleding & mode                   | 20          | 4.783          | 48             | 7862           | 23           | 7.330          | 14              | 1.945          | 43             | 6035           |
| Schoenen & lederwaren            | 8           | 2.880          | 9              | 2250           | 8            | 1.668          | 6               | 1.675          | 11             | 1329           |
| Juwelier & optiek                | 8           | 567            | 10             | 674            | 10           | 831            | 4               | 289            | 9              | 600            |
| Huish. En luxe artikelen         | 2           | 965            | 4              | 1708           | 3            | 957            | 2               | 1.057          | 8              | 2279           |
| Antiek & kunst                   |             |                |                |                |              |                |                 |                |                |                |
| Sport & spel                     | 2           | 365            | 6              | 792            | 4            | 1.245          | 3               | 1.085          | 6              | 1123           |
| Hobby                            |             |                | 5              | 327            | 1            | 180            | 1               | 34             | 3              | 184            |
| Media                            | 4           | 487            | 4              | 446            | 6            | 744            | 2               | 165            | 4              | 485            |
| Plant & dier                     | 3           | 220            | 4              | 289            | 3            | 204            | 4               | 129            | 3              | 203            |
| Bruin & witgoed                  | 11          | 1.281          | 9              | 1776           | 13           | 7.070          | 2               | 385            | 10             | 1591           |
| Auto & fiets                     | 1           | 240            | 1              | 145            | 3            | 335            |                 |                | 1              | 238            |
| Doe-het-zelf                     |             |                | 1              | 160            |              |                |                 |                |                |                |
| Wonen                            |             |                | 1              | 140            | 2            | 265            | 6               | 1.673          | 4              | 377            |
| Overige detailhandel             | 2           | 160            | 5              | 745            | 7            | 593            | 2               | 78             | 4              | 263            |
| <i>Niet-dagelijkse artikelen</i> | 63          | 16.705         | 108            | 18.504         | 85           | 27787          | 47              | 9.558          | 107            | 16111          |
| <b>Totaal</b>                    | <b>83</b>   | <b>21740</b>   | <b>151</b>     | <b>27.398</b>  | <b>110</b>   | <b>34114</b>   | <b>74</b>       | <b>15.610</b>  | <b>142</b>     | <b>23628</b>   |
| <i>Supermarkten</i>              | <i>AH</i>   | <i>1.652</i>   | <i>Aldi</i>    | <i>745</i>     | <i>AH</i>    | <i>1.784</i>   | <i>AH</i>       | <i>3.365</i>   | <i>AH</i>      | <i>2.868</i>   |
|                                  | <i>Deka</i> | <i>1.198</i>   | <i>Lidl</i>    | <i>1.369</i>   | <i>C1000</i> | <i>1.759</i>   | <i>Eko Pl.</i>  | <i>395</i>     | <i>D v/d B</i> | <i>1.312</i>   |
|                                  |             |                | <i>Vomar</i>   | <i>1.050</i>   |              |                |                 |                | <i>Eko Pl</i>  | <i>288</i>     |
|                                  |             |                | <i>AH</i>      | <i>2.283</i>   |              |                |                 |                | <i>Yakhlaf</i> | <i>345</i>     |

|                                  | Emiclaer     |                | Overvecht     |                | Zuidplein  |                | In de Bogaard |                | Leidsenhage  |                |
|----------------------------------|--------------|----------------|---------------|----------------|------------|----------------|---------------|----------------|--------------|----------------|
|                                  | vkp          | M <sup>2</sup> | vkp           | M <sup>2</sup> | vkp        | M <sup>2</sup> | vkp           | M <sup>2</sup> | vkp          | M <sup>2</sup> |
| Levensmiddelen                   | 12           | 4.526          | 11            | 5.702          | 13         | 2.820          | 17            | 6.853          | 18           | 6.004          |
| Persoonlijke verzorging          | 3            | 831            | 6             | 1.188          | 10         | 1.758          | 10            | 2.457          | 9            | 2.027          |
| <i>Dagelijkse artikelen</i>      | <i>15</i>    | <i>5.357</i>   | <i>17</i>     | <i>6890</i>    | <i>23</i>  | <i>4.578</i>   | <i>27</i>     | <i>9.310</i>   | <i>27</i>    | <i>8.031</i>   |
| Warenhuis                        | 1            | 1.022          | 1             | 1.198          | 2          | 14.967         | 2             | 7.539          | 2            | 7.852          |
| Kleding & mode                   | 12           | 1.646          | 25            | 5.037          | 42         | 12.724         | 50            | 14.550         | 44           | 10.994         |
| Schoenen & lederwaren            | 3            | 238            | 7             | 2.612          | 11         | 4.972          | 15            | 4.990          | 12           | 3.745          |
| Juwelier & optiek                | 3            | 226            | 8             | 608            | 10         | 839            | 9             | 688            | 9            | 641            |
| Huish. en luxe artikelen         | 1            | 387            | 4             | 2.173          | 5          | 2.326          | 5             | 2.587          | 8            | 2.877          |
| Antiek & kunst                   |              |                |               |                |            |                |               |                |              |                |
| Sport & spel                     | 2            | 442            | 3             | 552            | 6          | 2.028          | 7             | 2.619          | 7            | 3.288          |
| Hobby                            | 1            | 105            |               |                | 2          | 200            | 2             | 312            | 1            | 108            |
| Media                            | 5            | 576            | 3             | 385            | 4          | 572            | 5             | 555            | 6            | 920            |
| Plant & dier                     | 3            | 306            | 4             | 269            | 2          | 80             | 3             | 175            | 3            | 330            |
| Bruin & witgoed                  | 3            | 373            | 9             | 1.359          | 11         | 4.309          | 11            | 4.395          | 12           | 2.830          |
| Auto & fiets                     | 1            | 151            | 2             | 424            | 2          | 357            | 3             | 464            | 1            | 224            |
| Doe-het-zelf                     |              |                |               |                |            |                | 1             | 219            | 1            | 259            |
| Wonen                            | 1            | 128            | 1             | 149            | 2          | 562            | 4             | 1.677          | 8            | 1.137          |
| Overige detailhandel             | 1            | 90             | 4             | 373            | 7          | 1.226          | 3             | 613            | 1            | 60             |
| <i>Niet-dagelijkse artikelen</i> | <i>37</i>    | <i>5.690</i>   | <i>71</i>     | <i>15139</i>   | <i>106</i> | <i>45.162</i>  | <i>120</i>    | <i>41.383</i>  | <i>115</i>   | <i>35.265</i>  |
| <b>Totaal</b>                    | <b>52</b>    | <b>11.047</b>  | <b>88</b>     | <b>22029</b>   | <b>129</b> | <b>49.740</b>  | <b>147</b>    | <b>50.693</b>  | <b>142</b>   | <b>43.296</b>  |
| <i>Supermarkten:</i>             | <i>AH</i>    | <i>2.418</i>   | <i>Hoogvl</i> | <i>1.494</i>   | <i>AH</i>  | <i>2.152</i>   | <i>Hoogvl</i> | <i>2.500</i>   | <i>AH</i>    | <i>2.800</i>   |
|                                  | <i>C1000</i> | <i>1.483</i>   | <i>Lidl</i>   | <i>584</i>     |            |                | <i>AH</i>     | <i>3.485</i>   | <i>Jumbo</i> | <i>2.100</i>   |
|                                  |              |                | <i>AH</i>     | <i>3.209</i>   |            |                |               |                |              |                |

|                                  | Almere Buiten |                | Kronenburg    |                | Presikhaaf     |                | Dukenburg   |                |
|----------------------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|-------------|----------------|
|                                  | vkp           | M <sup>2</sup> | vkp           | M <sup>2</sup> | vkp            | M <sup>2</sup> | vkp         | M <sup>2</sup> |
| Levensmiddelen                   | 16            | 7.908          | 15            | 5.903          | 13             | 3.591          | 15          | 5.126          |
| Persoonlijke verzorging          | 6             | 1.228          | 6             | 1.402          | 3              | 583            | 6           | 1.095          |
| <i>Dagelijkse artikelen</i>      | 22            | 9136           | 21            | 7.305          | 16             | 4174           | 21          | 6.221          |
| Warenhuis                        | 1             | 1.050          | 1             | 1.030          | 1              | 1.145          | 1           | 1.017          |
| Kleding & mode                   | 14            | 2.846          | 27            | 6.729          | 12             | 3.138          | 23          | 4.623          |
| Schoenen & lederwaren            | 4             | 339            | 7             | 1.324          | 5              | 1.840          | 5           | 906            |
| Juwelier & optiek                | 8             | 546            | 5             | 434            | 4              | 276            | 7           | 401            |
| Huish. en luxe artikelen         | 1             | 537            | 4             | 2.255          | 3              | 1.290          | 4           | 2.707          |
| Antiek & kunst                   |               |                |               |                |                |                |             |                |
| Sport & spel                     | 3             | 437            | 3             | 1.234          | 2              | 520            | 3           | 739            |
| Hobby                            | 2             | 113            | 1             | 95             | 1              | 50             |             |                |
| Media                            | 3             | 388            | 4             | 687            | 1              | 185            | 4           | 586            |
| Plant & dier                     | 3             | 435            | 3             | 263            | 1              | 39             | 2           | 300            |
| Bruin & witgoed                  | 4             | 461            | 7             | 622            | 2              | 480            | 10          | 2.403          |
| Auto & fiets                     | 2             | 115            | 1             | 190            |                |                | 1           | 214            |
| Doe-het-zelf                     |               |                |               |                | 1              | 256            |             |                |
| Wonen                            |               |                | 1             | 70             |                |                | 1           | 122            |
| Overige detailhandel             | 4             | 140            |               |                | 1              | 90             | 4           | 727            |
| <i>Niet-dagelijkse artikelen</i> | 49            | 7407           | 64            | 14.933         | 34             | 9309           | 65          | 14745          |
| <b>Totaal</b>                    | <b>71</b>     | <b>16543</b>   | <b>85</b>     | <b>22.238</b>  | <b>50</b>      | <b>13483</b>   | <b>86</b>   | <b>20.966</b>  |
| <i>Supermarkten</i>              | <i>AH</i>     | <i>2.962</i>   | <i>Aldi</i>   | <i>798</i>     | <i>AH</i>      | <i>1.845</i>   | <i>AH</i>   | <i>3.092</i>   |
|                                  | <i>Lidl</i>   | <i>1.310</i>   | <i>AH</i>     | <i>4.012</i>   | <i>Sprcoop</i> | <i>1.200</i>   | <i>Coop</i> | <i>1.285</i>   |
|                                  | <i>C1000</i>  | <i>2.720</i>   | <i>Eko Pl</i> | <i>300</i>     |                |                |             |                |





## Bijlage 6: Berekening omzeteffecten uitbreiding Schalkstad

### Dagelijkse artikelen

Door de uitbreiding van het dagelijks aanbod in Schalkwijk wordt de omzet op het gebied van dagelijkse goederen verhoogd van € 79,2 miljoen thans tot circa € 101,2 miljoen in 2025. Dat is een extra omzet van € 22 miljoen. Een deel hiervan is afkomstig van buiten Haarlem. Aan de hand van tabel 5.4 en bijlage 4 kan berekend worden dat de omzettoevloeiing in de periode tot 2025 zal toenemen met circa € 3 miljoen.

Dit betekent dat circa € 18 miljoen afkomstig zal zijn van inwoners van Haarlem. Het onderzoek 'Winkelen in Haarlem' heeft aangetoond dat van de omzet in Schalkstad iets meer dan de helft afkomstig is uit de stadsdelen Schalkwijk en Haarlem Oost. Wij gaan uit van circa € 10 miljoen.

In de stadsdelen Schalkwijk en Haarlem Oost zijn naast het stadsdeelcentrum Schalkstad 9 buurtcentra aanwezig. Hieronder is aangegeven welke dat zijn en hoeveel omzet deze bij benadering zullen genereren. Wij zijn daarbij uitgegaan van een gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo die gelijk is aan het Nederlands gemiddelde<sup>48</sup> (€ 7.090 per m<sup>2</sup> wvo).

| Buurtcentrum                          | M <sup>2</sup><br>dagelijks | Omzet             | Omzetverlies:<br>30% Haarlem Oost<br>70% Schalkwijk |                 |
|---------------------------------------|-----------------------------|-------------------|---|-----------------|
| <b>Haarlem Oost</b>                   |                             |                   |   |                 |
| Amsterdamstraat                       | 1.759                       | € 12,5 mln.       |   |                 |
| Hannie Schaftlaan                     | 649                         | € 4,6 mln.        |   |                 |
| Van Zeggelenplein                     | 83                          | € 0,6 mln.        |   |                 |
| Zuiderpark                            | 1.520                       | € 10,8 mln.       |   |                 |
| <b>Totaal Haarlem Oost</b>            | <b>4.011</b>                | <b>€28,5 mln.</b> | <b>€3 mln.</b>                                      | <b>Ca 10%</b>   |
| <b>Schalkwijk</b>                     |                             |                   |   |                 |
| Belgiëlaan                            | 925                         | € 6,5 mln.        |   |                 |
| Boerhaavepassage                      | 787                         | € 5,6 mln.        |   |                 |
| Italielaan                            | 452                         | € 3,2 mln.        |   |                 |
| Meerwijk centrum                      | 2.359                       | € 16,7 mln.       |   |                 |
| Molenwijk                             | 1.108                       | € 7,9 mln.        |   |                 |
| <b>Totaal Schalkwijk</b>              | <b>5.631</b>                | <b>€39,9 mln.</b> | <b>€7 mln.</b>                                      | <b>Ca 17,5%</b> |
| <b>Totaal Haarlem O en Schalkwijk</b> | <b>9.642</b>                | <b>€68,4 mln.</b> | <b>€10 mln.</b>                                     | <b>Ca 15%</b>   |

<sup>48</sup> Bron: Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, HBD, juli 2012.

