



datum: 21-11-2017

projectnummer: 1881.1017

opdrachtgever: Hoorne Vastgoed Ontwikkeling BV, Uitgeest

Distributieplanologisch onderzoek Noordwijk aan Zee

Inleiding

De winkelmarkt in Nederland is de laatste jaren veranderd van een groei- naar een verdringingsmarkt. Onder invloed van diverse ontwikkelingen neemt de behoefte aan fysieke winkelruimte af. Uit recent koopstromenonderzoek in de Randstad¹ blijkt dat de verwachte groei van niet-dagelijkse aankopen via internet heeft doorgezet. Als gevolg van wijzigend koopgedrag staat het niet-dagelijkse winkelaanbod in dorpen en middelgrote steden onder druk. Het belang van een sterk dagelijks winkelaanbod in centra neemt daardoor toe. Dit zorgt voor een sterke basis. Supermarkten nemen nog meer dan voorheen, als publiekstrekkers voor centra, hierin een structuurbehalende rol in.

Ook Noordwijk aan Zee heeft te maken met deze ontwikkeling in de winkelmarkt. In het centrum wordt gewerkt aan (her)ontwikkelingen rond het Jan Kroonsplein en aan de Maarten Kruijstraat. Op de eerste locatie heeft supermarkt Vomar behoefte aan schaalvergroting, doch zijn de ruimtelijke mogelijkheden beperkt/gecompliceerd. De tweede locatie biedt wel voldoende ruimte. Voor deze locatie is een plan in voorbereiding.

Als onderdeel van de ruimtelijke procedure rondom de Maarten Kruijstraat heeft de gemeente Noordwijk aan Hoorne Vastgoed Ontwikkeling gevraagd om een actualisatie van het distributieplanologisch onderzoek uit 2013 naar de marktruimte voor dagelijkse en niet-dagelijkse winkels in het centrum van Noordwijk aan Zee, met in het bijzonder aandacht voor de potenties voor supermarkten. In dit DPO gaan we achtereenvolgens in op het aanwezige aanbod, toekomstig draagvlak, ontwikkelingen in de winkelmarkt en toekomstige marktruimte.

Aanwezig aanbod

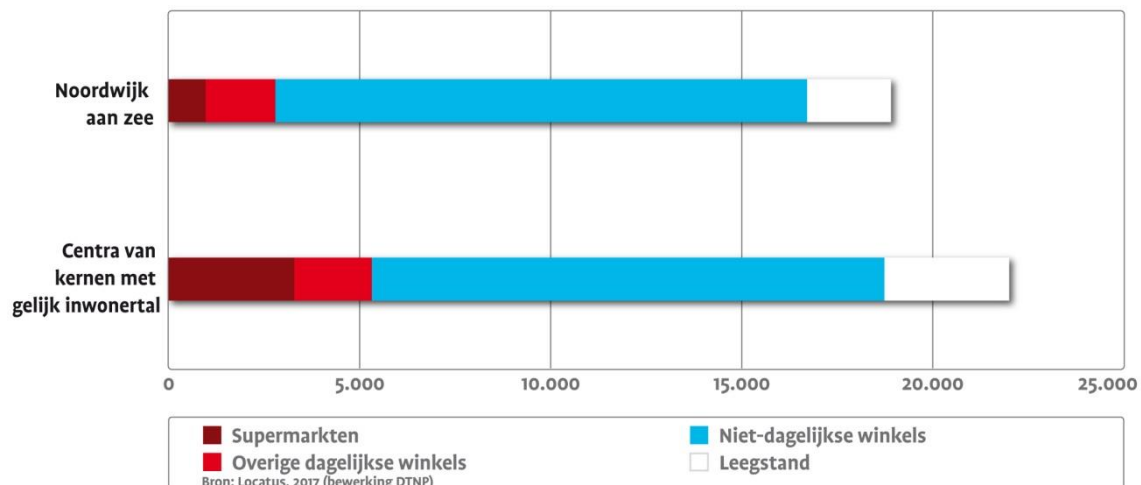
Het centrum van Noordwijk aan Zee (Hoofdstraat en omgeving) is het grootste winkelgebied van de gemeente Noordwijk. Het winkelaanbod heeft een omvang van circa 16.700 m² winkelvloeroppervlak (wvo)² en bestaat uit een mix van dagelijks (supermarkt, verszaken, drogist) en niet-dagelijks aanbod (o.a. mode, warenhuis, huishoudelijke artikelen, sport en spel, media en rijwielen). De leegstand in het centrum ligt met circa 13% iets boven het landelijk gemiddelde (11%). Belangrijke publiekstrekker in het centrum is supermarkt Vomar aan de Bomstraat (± 1.000 m² wvo).

Vergeleken met het aanbod in centra van plaatsen met een soortgelijk inwonertal valt in Noordwijk aan Zee direct de zeer beperkte omvang van het supermarktaanbod op. Het niet-dagelijkse aanbod (o.a. kleding en schoenen) is daarentegen iets groter dan gemiddeld in dit soort centra. Winkels in Noordwijk aan Zee kunnen profiteren van de extra bestedingen door toeristen in het zomerseizoen.

¹ DTNP/I&O Research (2017), Randstad Koopstromenonderzoek 2016

² Locatus (oktober 2017) Winkelgebiedenverkenner

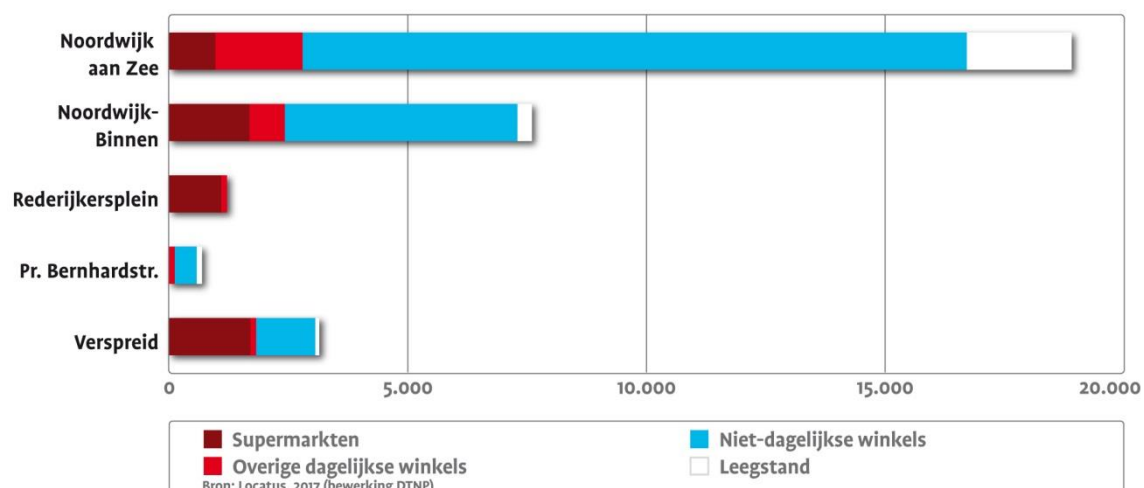
Figuur 1 Winkelaanbod in Noordwijk aan Zee en in centra van kernen met een vergelijkbaar inwonertal (in m² wvo)



Het beperkte supermarktaanbod in Noordwijk aan Zee wordt deels verklaard door de aanwezigheid van concurrerend aanbod in de rest van de gemeente Noordwijk. Met name het centrum van Noordwijk-Binnen (Kerkstraat en omgeving) is relatief sterk (omvang circa 7.300 m² wvo). Hier is onder meer de grootste supermarkt van de gemeente gevestigd (Dirk van den Broek, circa 1.700 m² wvo). Noordwijk-Binnen heeft een compleet dagelijks aanbod en een divers niet-dagelijks aanbod, met onder meer Action als belangrijke aanbieder. De leegstand in dit winkelgebied is met 4% beperkt³.

Overige winkellocaties in de gemeente zijn het Rederijersplein (met name discountsupermarkt Lidl, circa 1.100 m² wvo), buurtcentrum Prins Bernhardstraat en de solitair gevestigde supermarkt Albert Heijn (circa 1.350 m² wvo) aan het Bonnikeplein.

Figuur 2 Spreiding winkelaanbod in gemeente Noordwijk per winkellocatie (in m² wvo)



³ In 2013 bedroeg de leegstand nog 20%. Het verschil wordt verklaard door doordat veel leegstaande winkelruimte inmiddels een andere functie heeft gekregen en/of door Locatus niet langer als winkelruimte wordt meegerekend.

Tabel 1 **Overzicht supermarkten gemeente Noordwijk**

Supermarkt	Locatie	Omvang (in m ² wvo)
Dirk van den Broek	Raadhuisstraat	1.680
Vomar	Bomstraat	965
Albert Heijn	Bonnikeplein	1.340
Lidl	Rederijersplein	1.090
Spar	Wintertuinlaan	360

Bron: Locatus (oktober 2017), Winkelgebiedenverkenner

Toekomstig draagvlak

De gemeente Noordwijk aan Zee telt circa 26.000 inwoners. Hiervan wonen er circa 7.800 in Noordwijk aan Zee (Dorpskern, Villawijk-Zuid, De Noord)⁴. Volgens de bevolkingsprognoses van het CBS groeit het aantal inwoners in de gemeente Noordwijk de komende jaren naar circa 28.000 in 2020. De grootste ontwikkelingslocatie voor nieuwbouw van woningen is Offem-Zuid, tussen Noordwijk-Binnen en de N206⁵.

Ontwikkelingen landelijke winkelmarkt

De detailhandelssector is zeer dynamisch en is de afgelopen jaren sterk veranderd door diverse ontwikkelingen aan vraag- en aanbodzijde:

- Sinds 2008 is de winkelmarkt structureel gewijzigd van een groei- in een krimpmarkt. Met name in de non-foodsector groeide het aanbod eerst nog fors als gevolg van de vastgoedbubbel en de drang tot schaalvergroting, terwijl de bestedingen sinds 2008 juist flink zijn gedaald.
- Door de opkomst van internet (ten koste van fysieke winkels) en de vergrijzing (ouderen besteden minder aan producten) staat het functioneren van steeds meer winkels onder druk. Sinds 2012 zijn al meer dan 50 landelijke winkelketens failliet gegaan, de leegstand neemt toe.
- De afgelopen jaren neemt het niet-dagelijkse winkelaanbod voor het eerst af. Vooral door de verdere groei van internet is de verwachting dat het winkelaanbod, met name in de niet-dagelijkse sector, de komende jaren nog verder zal afnemen.
- Internet leidt tot een structureel ander ruimtelijk aankoopgedrag. Steeds meer producten worden via internet aangeschaft. Dit betekent dat de noodzaak voor een bezoek aan een winkelgebied deels wegvalt. Met name winkels in de niet-dagelijkse sector worden in toenemende mate pas bezocht als ze een onderscheidend vermogen ten opzichte van internet hebben.
- Fysieke winkellocaties houden meerwaarde als het gaat om het doen van dagelijkse, frequente aankopen (boodschappen) in de directe woon-/leefomgeving, of voor een dagje naar de stad (uniek, groot aanbod en aantrekkelijke sfeer en beleving).
- Gevolg van dit gewijzigde consumentengedrag is dat veel centra in Nederland kampen met afnemende bezoekersaantallen en dat vooral het niet-dagelijkse winkelaanbod in alle (behalve de allergrootste) centra sterk onder druk staat. Kansen voor behoud van niet-dagelijks aanbod in kleine en middelgrote centra liggen er vooral als de winkels

⁴ CBS-Statline (2017), Kerncijfers wijken en buurten

⁵ Gemeente Noordwijk, website

meerwaarde weten te bieden ten opzichte van internet, bijvoorbeeld door een hoog serviceniveau of een sterke lokale klantenbinding, en als het dagelijkse winkelaanbod sterk is.

Gezien de huidige ontwikkelingen zijn supermarkten daarom van groot belang voor kleine en middelgrote centrumgebieden. Met $\pm 80\%$ marktaandeel in de dagelijkse sector zijn supermarkten de basis bij het boodschappen doen. Ze zijn voor de consument bepalend bij de keuze van een winkelgebied. Mits goed gelegen kunnen overige winkels profiteren van de grote bezoekersaantallen van deze publiekstrekkers. Onderlinge afstand en zichtrelatie zijn daarbij bepalende factoren.

Toekomstige positie en marktruimte Noordwijk aan Zee

Noordwijk aan Zee is het grootste winkelgebied in de gemeente Noordwijk. Bijna de helft van het totale winkelaanbod in de gemeente is hier gevestigd. Op basis van de meest recente koopstroomgegevens (DTNP/I&O Research, 2016) kan geconcludeerd worden dat de huidige positie en het economisch functioneren van het winkelgebied in Noordwijk aan Zee matig zijn. De koopkrachtbinding in zowel de dagelijkse (15%) als de niet-dagelijkse sector (17%) is laag.

De bindingspercentages voor de hele gemeente Noordwijk liggen op circa 89% voor de dagelijkse sector en 52% voor de niet-dagelijkse sector⁶. Ze liggen daarmee wat hoger dan in andere Randstad-gemeenten met 20.000 tot 35.000 inwoners. Gelet op het sterke aanbod in de regio (o.a. Leiden, Katwijk, Lisse en op iets grotere afstand Amsterdam, Haarlem en Den Haag) en de toenemende invloed van internet is een veel hogere koopkrachtbinding en –toevloeiing op gemeenteniveau niet realistisch.

Veel koopkracht binnen de gemeente vloeit nu naar het relatief sterke (supermarkt)aanbod in Noordwijk-Binnen en niet naar het hoofdwinkelgebied in Noordwijk aan Zee. Een kwantitatieve en kwalitatieve versterking van het supermarktaanbod in Noordwijk aan Zee kan leiden tot een verhoging van de koopkrachtbinding. Uitgaande van een groei van de bevolking naar 28.000 in 2020, de meeste actuele kengetallen ten aanzien van bestedingen (inclusief toevloeiing door toerisme) en vloerproductiviteit, en een iets hogere koopkrachtbinding (als gevolg van de beoogde versterking) kan de marktruimte worden berekend voor het winkelgebied Noordwijk aan Zee (tabel 2, volgende pagina).

Conclusie

Om haar positie als hoofdwinkelgebied binnen de gemeente te behouden, is een verbetering van het functioneren van het winkelaanbod van Noordwijk aan Zee noodzakelijk. Versterking van het aanbod is nodig om meer consumenten aan het centrum te binden. Uit de distributieve berekeningen blijkt dat zelfs met een hogere binding (in de dagelijkse sector van 15 naar 20% = een toename van een derde!) en toevloeiing door toerisme geen substantiële kwantitatieve uitbreidingsruimte te berekenen is. Wanneer meer specifiek naar de supermarktbranche wordt gekeken, lijkt hier wel uitbreidingspotentie te zijn.

⁶ Het betreft de binding van bestedingen in fysieke winkels. Aankopen op internet zijn uit deze cijfers gehaald.

Tabel 2 Indicatieve berekening haalbaar winkelaanbod in Noordwijk aan Zee in 2020

	Dagelijks (inclusief supermarkten)	Supermarkten	Niet-dagelijks
Inwoners gemeente	28.000	28.000	28.000
Winkelomzet per hoofd*	€ 2.572	€ 2.068	€ 2.164
Koopkrachtbinding	20%	20%	20%
Gebonden omzet	€ 14,4 mln	€ 11,6 mln	12,1 mln
Aandeel vreemde koopkracht	10%	10%	25%
Totale omzet (excl. toerisme)	€ 16,0 mln	€ 12,9 mln	€ 16,2 mln
Toeristische bestedingen (excl. btw)**	€ 4,7 mln	Geen gegevens	€ 6,2 mln
Totale omzet	€ 20,7 mln	€ 12,9 mln	€ 22,4 mln
Gem. winkelomzet per m ² wvo*	€ 7.668	€ 8.189	€ 1.721
Potentieel aanbod (m ² wvo)	2.700	1.570	13.000
Aanwezig aanbod (m ² wvo)	2.790	970	13.900

* INretail/Panteia (2017), Omzetkengetallen 2016. Winkelomzet per hoofd gecorrigeerd naar inkomen (in gemeente Noordwijk 18% hoger dan landelijk gemiddelde)

**DTNP/I&O Research, Koopstromenonderzoek Randstad 2016. (BTW-correctie dagelijks 10%, niet-dagelijks 20%)

Afgezien van de (kwantitatieve) berekening, is uitbreiding van het supermarktaanbod in Noordwijk aan Zee om kwalitatieve redenen aan te bevelen. De omvang van de huidige winkel is naar de huidige maatstaven voor een servicesupermarkt te klein. Dit gaat ten koste van de kwaliteit en attractiviteit van de winkel. Alleen met een grotere supermarkt kan Noordwijk aan Zee concurreren met de sterke positie van Noordwijk-Binnen (sterk supermarktaanbod, gunstige ligging centraal in het verzorgingsgebied). Het is daarom aan te bevelen de bestaande supermarkt uit te breiden. Voor toevoeging van een nieuwe (tweede) supermarkt ontbreken de marktpotenties (en een extra supermarkt zal naar verwachting op termijn weer leiden tot sluiting van een supermarkt elders).

Tot slot

De winkelmarkt is in transitie en dit leidt ertoe dat de meeste centrumgebieden met een afnemende behoefte aan winkelruimte te maken krijgen. Duurzame leegstand en verloedering en aantasting van de leefbaarheid en van het vestigingsklimaat voor winkels dreigen. Er zijn goede redenen aan te nemen dat de gebruikte actuele kengetallen uit de distributieve berekening in de toekomst (nog) minder gunstig uitpakken, met name door de toenemende rol van internet. Nu reeds is het niet-dagelijks aanbod groter dan het berekende potentiële aanbod. Ook in het vestigingsgedrag van retailorganisaties zien we een afnemende focus op kleinere en middelgrote centra. Daar staat tegenover dat Noordwijk aan Zee als kustplaats mogelijk kan inspelen op de toenemende rol van vrijetijdsbesteding als bezoekdoel van (bepaalde) centra.

Afgezien van de vraag welke potenties de locaties Jan Kroonsplein en Maarten Kruijstraat hebben, is de vraag actueel welke functioneel-ruimtelijke structuur van het centrum van Noordwijk aan Zee aansluit bij de sterk wijzigende omstandigheden van de toekomst. Hierbij kan breder gekeken worden dan alleen naar de winkelfunctie. De positie als toeristisch-recreatieve kustplaats biedt hierbij extra kansen.