

***Distributieplanologisch onderzoek Detailhandel***

***Distributieplanologisch onderzoek Detailhandel  
Onderzoek naar de groeimogelijkheden in de dagelijkse- en  
niet-dagelijkse sector van de detailhandel***

**Gemeente Naarden**

BMC  
augustus 2008  
mevrouw drs. L.A. Andriessse  
Projectnummer: 020101

# INHOUD

HOOFDSTUK 1	INLEIDING	4
1.1	Aanleiding	4
1.2	Doel	4
1.3	Karakter van het onderzoek	5
1.4	Leeswijzer	5
HOOFDSTUK 2	UITGANGSPUNTEN EN METHODIEK	6
2.1	Inleiding	6
2.2	Ruimtelijke en functionele scope	6
2.3	Branchering	7
2.4	Input en methode inventarisatie en vergelijking	7
2.5	Input en methode berekening groeiruumte	8
HOOFDSTUK 3	TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	10
3.1	Inleiding	10
3.2	Sociaal-maatschappelijke en sociaal-culturele trends en ontwikkelingen	10
3.3	Sociaal-economische trends en ontwikkelingen	13
3.4	Sociaaldemografische en ruimtelijke trends en ontwikkelingen	15
HOOFDSTUK 4	DAGELIJKSE SECTOR: INVENTARISATIE, VERGELIJKING EN BEREKENING GROEIRUIMTE	23
4.1	Inleiding	23
4.2	Inventarisatie en vergelijking	23
4.3	Berekening van en visie op de groeimogelijkheden	26
4.4	Samenvattende conclusie	32
HOOFDSTUK 5	NIET-DAGELIJKSE SECTOR: INVENTARISATIE, VERGELIJKING EN BEREKENING GROEIRUIMTE	33
5.1	Inleiding	33
5.2	Inventarisatie en vergelijking	33
5.3	Berekening van en visie op groeimogelijkheden	36
5.4	Samenvattende conclusie	44

BIJLAGE 1	BRONNENLIJST	45
BIJLAGE 2	BRANCHERING LOCATUS RETAILHANDBOEK	46
BIJLAGE 3	OVERZICHT BRANCHERING NAARDEN ALS GEHEEL, NAARDEN-VESTING EN BUSSUM (LOCATUS DATABANK(PEILDATUM LOCATUS)) NAARDEN ALS GEHEEL	49
BIJLAGE 4	VERGELIJKING MET ANDERE VESTINGSTEDEN	54

# Hoofdstuk 1

## Inleiding

### 1.1 Aanleiding

Met het plan “Een levendige en leefbare Vesting” wil de gemeente Naarden een kwaliteitsimpuls geven aan het leefklimaat in de Vesting en tegelijkertijd de aantrekkingskracht vergroten. In het plan is een duidelijke afbakening gemaakt tussen levendige delen met winkels, horeca en bezienswaardigheden en de rustige woongebieden.

De gemeente Naarden wil met een nieuw bestemmingsplan voor de Vesting zorgen voor een passend juridisch-planologisch kader, waarmee de bestaande kwaliteiten worden beschermd, maar waarbij tevens voldoende ruimte bestaat voor de ontwikkeling van nieuwe kwaliteiten (ruimtelijke, maar ook functionele zoals een bezoekerscentrum op het Promersplein). Om een stevige onderlegger voor de bepalingen ten aanzien van detailhandel en horeca te hebben, is besloten om voorafgaand aan het opstellen van het bestemmingsplan een distributieplanologisch onderzoek (DPO) uit te laten voeren naar detailhandel en horeca in de Vesting.

Hoewel detailhandel en horeca een nauwe relatie kunnen hebben, is met het oog op de apart op te stellen bepalingen in het bestemmingsplan besloten het DPO op te knippen in een deelrapport detailhandel en een deelrapport horeca. Voorliggend rapport betreft het deelrapport detailhandel.

Met dit DPO naar detailhandel wordt mede gehoor gegeven aan de aanbeveling uit de Retailstructuurvisie Gooi- en Eemland (Ecorys, 2006) om een actualisatie van het gemeentelijk detailhandelsbeleid in te zetten.

### 1.2 Doel

Met het opstellen van een DPO naar detailhandel wil de gemeente een goed beeld krijgen van de ontwikkelingsmogelijkheden van detailhandel. Voor de niet-dagelijkse sector wordt vooral gekeken naar Naarden-Vesting en Naarden, voor de dagelijkse sector wordt daarnaast ook gekeken naar Bussum.

De uitkomsten van het onderzoek zullen gebruikt worden als onderlegger voor het nieuwe bestemmingsplan Vesting. Tevens worden de uitkomsten meegenomen bij de ontwikkeling van het economisch beleid.

Daarnaast kunnen de uitkomsten mogelijk ook andere ontwikkelingen op gang brengen en input vormen voor het overige ruimtelijk beleid. Dit laatste volgt mede uit de brede, ruimtelijke aanpak die gehanteerd wordt in dit DPO. Niet alleen wordt aandacht besteed aan de groeirimte in oppervlak en branchering, ook komen zaken als bereikbaarheid, beleving en kwaliteit van het winkelgebied evenals relaties met recreatie en toerisme aan bod.

### **1.3 Karakter van het onderzoek**

Het DPO naar detailhandel betreft een bureaustudie, waarin op basis van literatuurstudies en gegevens uit (landelijke) databanken uitspraken worden gedaan over de ontwikkelmogelijkheden van detailhandel.

### **1.4 Leeswijzer**

Hieronder is kort per hoofdstuk aangegeven welke informatie is opgenomen.

In hoofdstuk 2 is nader ingegaan op de uitgangspunten welke de basis vormen voor het uitgevoerde onderzoek. Tevens zijn de input en methodiek van de uitgevoerde inventarisatie, vergelijking en berekening van de groeirimte uitgelegd.

In hoofdstuk 3 zijn de belangrijkste trends en ontwikkelingen besproken welke van invloed zijn of kunnen zijn op de ontwikkeling van de detailhandel in de komende jaren.

In hoofdstuk 4 staat de dagelijkse sector van de detailhandel centraal. Nadat de resultaten van de inventarisatie en de vergelijking met referentiecijfers zijn besproken, is beschreven in welke mate er nog sprake is van groeirimte en hoe deze het best geïnterpreteerd kan worden. De samenvattende conclusie zijn te vinden in paragraaf 4.4.

In hoofdstuk 5 staat de niet-dagelijkse sector van de detailhandel centraal. Nadat de resultaten van de inventarisatie en de vergelijking met referentiecijfers zijn besproken, is beschreven in welke mate er nog sprake is van groeirimte en hoe deze het best geïnterpreteerd kan worden. In de laatste paragraaf vindt u de samenvattende conclusies.

## Hoofdstuk 2

### *Uitgangspunten en methodiek*

#### 2.1 Inleiding

Alvorens de resultaten besproken worden van de uitgevoerde inventarisatie, vergelijking en groeiberekeningen, zal in dit hoofdstuk eerst ingegaan worden op de verschillende uitgangspunten die ten grondslag liggen aan de inventarisatie en vergelijking.

#### 2.2 Ruimtelijke en functionele scope

##### *Ruimtelijke scope*

In dit DPO naar detailhandel staan zowel Naarden als geheel als Naarden-Vesting centraal. Voor zover het de dagelijkse sector betreft is ook Bussum in dit DPO meegenomen. De grotere ruimtelijke scope inzake de dagelijkse sector heeft vooral te maken met het feit dat Naarden en Bussum door hun ruimtelijke nabijheid een nauwe relatie kennen wat betreft koopstromen in de dagelijkse sector. Het vraagstuk van het ontwikkelen cq. herhuisvesten van een of meerdere supermarkten dient dan ook bij voorkeur op een bovenlokaal niveau bekeken te worden. Overigens is Bussum alleen in de inventarisatie en vergelijking betrokken als referentiekader voor de groeiberekeningen in Naarden als geheel en Naarden-Vesting, er is geen aparte groeiberekening voor detailhandel in Bussum gemaakt.

##### *Functionele scope*

Dit DPO richt zich op het aantal detailhandelsvestigingen, het winkelvloeroppervlak en de branchering van deze detailhandelsvestigingen.

##### ***Uitleg van de term winkelvloeroppervlakte (wvo)***

Voorheen werd in DPO's in plaats van 'winkelvloeroppervlakte' de term 'verkoopvloeroppervlakte' gebruikt, afgekort vvo. Deze afkorting wordt echter ook voor andere begripsaanduidingen in de detailhandel gebruikt en om verwarring te voorkomen wordt nu in DPO's de term 'winklvloeroppervlakte' (of winkelverkoopvloeroppervlakte), afgekort wvo, toegepast. De winkelvloeroppervlakte of winkelverkoopvloeroppervlakte bestat het oppervlak in een winkel bedoeld voor de uitstalling en de verkoop van detailhandelsartikelen. Daarbinnen vallen ook etalageruimtes, paskamers en kassaruites.

Voor het totaal van de winkelvloeroppervlakte en de kantoor-, kantine- en magazijnruimte wordt de term 'winklgebruiksoppervlakte', afgekort wgo, gebruikt. Voorheen werd hiervoor de term 'winklbedrijfvloeroppervlakte', afgekort bvo, gebruikt. Maar ook deze afkorting zorgde voor verwarring (met name in relatie tot de in de bouwwereld gehanteerde term brutovloeroppervlak, het brutovloeroppervlak van een pand beslaat echter ook het oppervlak dat wordt ingenomen door de bouwconstructie).

De inventarisatie en vergelijking richt zich voornamelijk op de reguliere detailhandel. De ambulante handel (weekmarkten en standplaatsen) komt slechts globaal en vooral bij de kwalitatieve interpretatie van de groeiimte aan bod. Er is immers een apart standplaatsenbeleid binnen de gemeente.

De perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen (PDV's en GDV's) komen ook uitsluitend aan bod bij de kwalitatieve interpretatie van de groei ruimte. De reden hiervoor is dat deze voornamelijk een eigen klantenkring onderhouden en een geringe rol spelen wanneer het gaat om regionale of toeristische aantrekkingskracht. Ditzelfde geldt in nog sterkere mate voor dienstverlenende instanties zoals kappers, hypotheekwinkels, reisbureaus en fotografen. Ook deze dienstverlenende instanties komen alleen bij de kwalitatieve interpretatie van de groei ruimte aan bod.

### 2.3 Branchering

In dit DPO is zoals aangegeven een onderscheid gemaakt in de dagelijkse branche en niet dagelijkse branche (zie ook tabel 2.1, gebaseerd op een landelijke standaard zoals ook gehanteerd door Locatus<sup>1</sup>). De dagelijkse branche omvat winkels waar consumenten heengaan om in hun dagelijkse behoeften en persoonlijke verzorging te voorzien, zoals supermarkten en drogisterijen. De niet-dagelijkse branche omvat winkels waar vooral duurzame goederen (goederen die een langere tijd meegaan) te verkrijgen zijn en waar consumenten dan ook minder vaak een bezoek aan brengen, voorbeelden zijn kleding en schoenenwinkels, bruin- en witgoedzaken, woonwinkels en cadeauwinkels (zie bijlage 2 voor een meer uitgebreide omschrijving van de branches en de productgroepen die daaronder vallen).

**Tabel 2.1** Brancheverdeling binnen de detailhandel

Dagelijkse branche	Niet-dagelijkse branche		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Levensmiddelen</li> <li>Persoonlijke verzorging</li> </ul>	<p><i>Warenhuis</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Warenhuis</li> </ul> <p><i>Mode en Luxe</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kleding en Mode</li> <li>Schoenen en Lederwaren</li> <li>Juwelier &amp; Optiek</li> <li>Huishoudelijke en Luxe art.</li> <li>Antiek en Kunst</li> </ul>	<p><i>Vrije Tijd</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sport en Spel</li> <li>Hobby</li> <li>Media</li> </ul> <p><i>In en om het huis</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plant en Dier</li> <li>Bruin en Witgoed</li> <li>Auto en Fiets</li> <li>Doe-het-zelf</li> <li>Wonen</li> </ul>	<p><i>Detailhandel</i></p> <p><i>Overig</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Detailhandel overig</li> </ul>

### 2.4 Input en methode inventarisatie en vergelijking

Als input voor de inventarisatie is voor Naarden-Vesting, Naarden als geheel en Bussum gebruik gemaakt van cijfers over 2007/2008 afkomstig uit de databank van Locatus. Als input voor de vergelijking is gebruik gemaakt van het Locatus Retailhandboek 2007, waarin kengetallen zijn opgenomen over het winkelaanbod per gemeente en gemeenteklasse.

<sup>1</sup> Locatus is een onafhankelijke organisatie gericht op het bijhouden en verspreiden van winkelinformatie en in het bijzonder kengetallen voor alle gemeenten in Nederland.



De bij de vergelijking toegepaste referentiecijfers zijn voor Naarden-Vesting, Naarden als geheel en Bussum telkens anders. Immers, Naarden-Vesting is te kenmerken als een winkelgebied op zich, terwijl in het geval van Naarden als geheel en Bussum gesproken wordt over de totale kern. Daarnaast geldt dat Naarden een kleiner inwonertal heeft dan Bussum (respectievelijk 17.090 inwoners en 31.704 inwoners<sup>2</sup>). Dit alles in ogenschouw nemende zijn de volgende referentiecijfers gehanteerd:

- Voor Naarden – Vesting is uitgegaan van de gemiddelde cijfers van kleine kernverzorgende centra (centra van dorpen of steden met minder dan 50 winkels).
- Voor Naarden als geheel is uitgegaan van de gemiddelde cijfers in woonplaatsen tussen 15.000 en 20.000 inwoners.
- Voor Bussum is uitgegaan van de gemiddelde cijfers in woonplaatsen tussen de 30.000 en 50.000 inwoners.

## 2.5 Input en methode berekening groeiruumte

De visie op de detailhandel in Naarden en Naarden-Vesting is gebaseerd op de berekening van het functioneel groeipotentieel, kortweg groeiruumte, voor de komende 10-15 jaar. De berekening van dit functioneel groeipotentieel is veel meer dan een vergelijking van het aantal reeds aanwezige m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) met het aantal aanwezige m<sup>2</sup> wvo in kernen van vergelijkbare grootte. Er dient gekeken te worden naar specifieke factoren die het bestedingenpatroon en daarmee de groeiruumte binnen Naarden en Naarden-Vesting bepalen, zoals ontwikkelingen in bevolkingsomvang en toerisme en de rol die de kern speelt in de regio.

Het functionele groeipotentieel resulteert dan ook uit de afweging tussen het reeds aanwezig aantal m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) enerzijds en de zogeheten distributieve ruimte anderzijds. De distributieve ruimte is de ruimte die er is, gezien de te verwachte lokale en regionale koopstromen en daarmee samenhangende bestedingen, daarbij uitgaande van een bepaalde gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo (zie kader).

<b>Functioneel groeipotentieel =</b>	distributieve ruimte - reeds aanwezig aantal m <sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo)
<b>Distributieve ruimte =</b>	totaal te verwachten bestedingen ÷ omzet per m <sup>2</sup> wvo
<b>Totaal te verwachten bestedingen =</b>	gemiddelde besteding per hoofd x koopstromen (van (mogelijke) consumenten)

Het reeds aanwezige aantal m<sup>2</sup> wvo volgt uit de inventarisatie. Het totaal aantal te verwachten bestedingen hangt af van de gemiddelde besteding per hoofd en de koopstromen van mogelijke consumenten. Voor de gemiddelde besteding per hoofd wordt gebruik gemaakt van landelijke cijfers.

<sup>2</sup> Bron: CBS, Statline, Bevolking burgerlijke staat, geslacht, leeftijd en regio, 1 januari 2008.

Bij de ontwikkeling van de koopstromen van en het aantal te verwachten consumenten wordt gekeken naar de groei van de bevolking in Naarden en Naarden-Vesting, de te verwachten toestroom uit toerisme en de te verwachten toestroom van consumenten uit de rest van de regio (mede gebaseerd op de trends en ontwikkelingen zoals beschreven in hoofdstuk 3).

Vervolgens zal een kwalitatieve interpretatie van deze gegevens plaatsvinden aan de hand van onder meer trends in de detailhandel en ontwikkelingen in het toerisme. Ook worden de gegevens uit de inventarisatie en vergelijking voor Bussum in de dagelijkse sector als referentiekader gebruikt. Bij de interpretatie zal tevens speciale aandacht uitgaan naar de richtlijnen, ambities en kaders zoals geformuleerd in het provinciale en regionale beleid<sup>3</sup>. Zo kan voldaan worden aan de doelstelling om in Gooi- en Eemland te komen tot een afstemming op hoofdlijnen van ontwikkelingen in de detailhandel.

---

<sup>3</sup> Deze zijn neergelegd in de 'Retailstructuurvisie Gooi en Eemland' (Ecorys, 2006), de 'Provinciale detailhandels- en leisurevisie' (Provincie Noord-Holland, concept 2008) en Balans in Ontwikkeling, een economische beleidsvisie voor de gemeente Naarden met speciale aandacht voor de toeristische sector (Ecorys, 2007).

## Hoofdstuk 3

### Trends en ontwikkelingen

#### 3.1 Inleiding

Het bezoek aan detailhandel en de ontwikkelingen in het aanbod zijn afhankelijk van een aantal factoren:

- Sociaal-maatschappelijke en sociaal-culturele trends en ontwikkelingen: van invloed op gedragspatronen en tijdsbesteding van consumenten en tevens op gedrag van ondernemers.
- Sociaal-economische trends: van invloed op financiële bestedingen.
- Sociaaldemografische en ruimtelijke trends en ontwikkelingen: van invloed op de mogelijke afzetmarkten bestaande uit lokale bevolking en bevolking van elders (toeristen en recreanten).

In de volgende paragrafen wordt nader op deze verschillende trends en ontwikkelingen ingegaan. Waar specifieke verschillen zijn in de effecten per branche zal dit ook benoemd worden.

#### 3.2 Sociaal-maatschappelijke en sociaal-culturele trends en ontwikkelingen

Op dit moment spelen een aantal belangrijke trends in de detailhandel welke samenhangen met algemene maatschappelijke trends zoals mondialisering, grotere trendgevoeligheid en het toenemend belang van (vrije) tijd. Hierna volgt een opsomming van de weerslag van deze trends in de verschillende detailhandelbranches.

##### *Consumentengedrag<sup>4</sup>*

- De consument heeft een drukkere agenda dan voorheen. Niet alleen zijn meer mensen actief op de arbeidsmarkt, ook zijn er steeds meer hobby's die de vrije tijd claimen. Hierdoor gaat men steeds bewuster met tijd om. Dit heeft invloed op hoe men inkopen doet en wat voor productgroepen men aanschaft. Zo neemt de behoefte aan mogelijkheden van one-stop-shopping onverminderd toe en is ook het trafficgericht bezoek de afgelopen jaren gestegen. Trafficgericht bezoek richt zich op detailhandel op transportknooppunten (trein- of tankstation) of op grote maatschappelijk dienstverleners (ziekenhuizen en scholen).
- In productgroepen ziet men in aansluiting op deze trend de vraag stijgen naar luxe en gemakkelijk te bereiden producten, zoals maaltijdcomponenten en kant-en-klaar-producten.

---

<sup>4</sup> Bronnen:

- Ecorys (2006), Retailstructuurvisie Gooi en Eemland;
- Ecorys (2007), Balans in ontwikkeling, Een economische beleidsvisie voor de Gemeente Naarden met speciale aandacht voor de toeristische sector;
- Rabobank Cijfers & Trends, Algemene levensmiddelen, 32e jaargang, maart 2008;
- Rabobank Cijfers & Trends, Detailhandel Food, 32e jaargang, maart 2008;
- Rabobank Cijfers & Trends, Detailhandel Non-Food, 32e jaargang, maart 2008.

Deze vraag om productgroepen wordt versterkt door de toename van het aantal eenpersoonshuishoudens en seniore consumenten. Vooral de supermarkten hebben hiervan (ten koste van de versspecialzaken) de afgelopen jaren weten te profiteren.

- Consumenten zijn ook steeds kritischer over wat zij doen en eten. Er is steeds meer aandacht voor gezonde leefstijlen en voedingswaarden, duurzaamheid en milieu (productiewijze, dierenwelzijn). Men ziet dit niet alleen terug bij jongere bevolkingsgroepen, maar juist ook bij de meer seniore bevolkingsgroepen. Dit kan zijn weerslag hebben op zowel de dagelijkse (biologische voedingswaren) als de niet-dagelijkse sector (gerecyclede producten, producten gefabriceerd uit duurzame materialen, fair trade producten).
- De seniore bevolking besteedt daarnaast gemiddeld genomen meer per bezoek dan jongere generaties, heeft meer vrije tijd en zit niet vast aan werkuren en vakantieperiodes. Detailhandel profiteert daarmee niet alleen van de hogere bestedingen maar tevens van een meer continue stroom van consumenten gedurende de dag en het jaar.
- Activiteitenpatronen zijn steeds meer divers geworden, bestrijken steeds meer locaties en spelen zich af op steeds meer geografische schaalniveaus. Dagelijkse benodigde artikelen en verzorging worden veelal lokaal in de buurt verkregen (gemakgericht bezoek), voor overige zaken reist men steeds verder. Doel is niet alleen iets te kopen, maar om iets te beleven. Daarbij gebruik makend van het totaalpakket van wat een gebied te bieden heeft aan detailhandel, horeca, cultuur, openbare ruimte en evenementen (gebiedsgericht bezoek). De combinatie van deze aspecten leidt tot een vergroting van het verzorgingsgebied, een verlenging van de verblijfsduur, een verhoging van de bestedingen, een versterking van het imago, een vergroting van de aantrekkingskracht en meer herhalingsbezoek. Ook (gratis, openlucht) festiviteiten/markten blijken gebiedsgericht bezoek te kunnen initiëren.
- Ook reist men verder voor locaties waar detailhandel gekoppeld is met leisure (themagericht bezoek). De leisurefunctie (sport, vermaak, ontspanning) heeft daarbij de hoofdaantrekkende werking. Detailhandel is er veelal aan ondergeschikt of gericht op het thema van de leisurefunctie (denk daarbij aan een sportwinkel met ski-artikelen bij een indoor skihal).
- De toegenomen mondialisering maakt dat mensen steeds bekender raken met andere culturen en daaraan gekoppelde eetwijzen, voedingswaren en producten.
- Het aantal aankopen via internet is de afgelopen jaren gestaag gegroeid. Consumenten gebruiken internet vooral om producten aan te schaffen in de volgende productgroepen: huishoudelijke goederen/apparaten, software/hardware/elektronische benodigdheden, kleding/sportartikelen, boeken/tijdschriften/kranten, reizen/vakanties en kaartjes voor evenementen<sup>5</sup>. Producten in de dagelijkse branche worden nog altijd zeer weinig aangeschaft via internet. Het aantal aankopen van tweedehands producten is daarnaast sterk in de opmars<sup>6</sup>. Van de totale bestedingen aan de niet-dagelijkse branche is in 2006 ongeveer 3% uitgegeven via internet (wat uitkomt op ruim 1,2 miljard).

<sup>5</sup> Bron: CBS, ICT 'gebruik van personen naar persoonskenmerken', 2007.

<sup>6</sup> Bron: CBS, 'De Digitale Economie 2007'.

Dit percentage stijgt jaarlijks. In 2000 was internet bijvoorbeeld nog goed voor 0,5% van de totale bestedingen<sup>7</sup>.

### *Aanbodzijde/ondernemersgedrag<sup>8</sup>*

#### Dagelijks

- Een kwart van de supermarktformules zal naar verwachting tussen nu en 2015 verdwijnen en de supermarkten zullen steeds groter worden. Vooral het middensegment zal daarbij komen te verdwijnen en het hoge en lage segment groeien meer naar elkaar toe. Als reactie op de hang naar luxe en gemak zal er een kwaliteitsslag en verbreding plaatsvinden in het assortiment, waarbij de nadruk zal komen te liggen op gemakspullen, luxe producten, gezonde producten en non-food.
- Speciaalzaken in de dagelijkse branche zullen merken dat een marktaandeel als gevolg van de hang naar luxe en gemak wegvloeit naar de markt van voedselconsumptie buitenshuis (zogenoeten foodservicemarkt) (zie ook paragraaf 3.3). Als reactie wordt verwacht dat de speciaalzaken de komende jaren steeds meer samen zullen werken (gezamenlijke inkoop, marktwerking, samenwerking met andere versspecialisten) en/of zich steeds verder zullen specialiseren en richten op het bieden van bijzondere oplossingen voor de behoefte van de consument (bijvoorbeeld traiteurfunctie).
- Als reactie op de hang naar gezonde levensstijlen en nostalgie worden in de dagelijkse branche “groene” winkels en boerderijwinkels steeds populairder en professioneler.

#### Niet-dagelijks

- In de niet-dagelijkse branche wordt de concurrentie vooral beïnvloed door de komst van buitenlandse winkelbedrijven. Onder druk van deze concurrentie wordt steeds meer geïnvesteerd in het bereiken van schaalvoordelen en versterken van de inkoopmacht door fusies, verdergaande concentratie en samenwerking.
- De afgelopen jaren is door schaalvergroting en sanering het aantal ondernemingen en vestigingen dan ook afgenomen. Door schaalvergroting bestaat een kans op overbewinkeling: nieuwe winkelruimtes worden toegevoegd zonder dat in evenredige mate een afname van verouderde ruimtes plaatsvindt.

---

<sup>7</sup> Bron: 'Hoofd Bedrijfschap Detailhandel', Online bestedingen totaal, [www.hbd.nl](http://www.hbd.nl)

<sup>8</sup> Bronnen:

- Ecorys (2006), 'Retailstructuurvisie Gooi en Eemland'.
- Ecorys (2007), 'Balans in ontwikkeling, Een economische beleidsvisie voor de Gemeente Naarden met speciale aandacht voor de toeristische sector'.
- Hoofd Bedrijfschap Detailhandel, Webwinkels, [www.hbd.nl](http://www.hbd.nl).
- Rabobank Cijfers & Trends, Algemene levensmiddelen, 32e jaargang, maart 2008.
- Rabobank Cijfers & Trends, Detailhandel Food, 32e jaargang, maart 2008.
- Rabobank Cijfers & Trends, Detailhandel Non-Food, 32e jaargang, maart 2008.

Een tweede gevolg van schaalvergroting is dat door de grotere benodigde winkelruimte en de beperkte beschikbaarheid daarvan in bestaande centra (binnensteden en winkelcentra), alsmede door de hogere huren aldaar, steeds meer ondernemers kiezen voor een winkellocatie buiten de bestaande winkelcentra. Dit verzwakt de positie van de detaillist in de bestaande winkelcentra.

#### Algemeen

- Zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse branche wordt ingespeeld op de toegenomen mondialisering en het steeds bekender raken met andere culturen en daaraan gekoppelde eetwijzen, voedingswaren en producten.
- Internet wordt als verkoopkanaal op veel verschillende manieren ingezet. Bestaande winkeliers zijn zich er steeds meer van bewust dat de consumenten internet als een belangrijk informatiekanaal zien en vergroten door een website hun verzorgingsgebied. Daarnaast zijn er de specifieke webwinkels voor wie het internet het enige kanaal is voor het contact met de afnemer. Ook ontstaan er vanuit de webwinkels fysieke vestigingen, winkels waar de consumenten hun bestellingen af kunnen halen en terecht kunnen voor de service.
- Technologische ontwikkelingen (onder andere zelfscanning en RFID) bieden meer mogelijkheden het consumentengedrag te volgen en kosten te besparen. Technologische ontwikkelingen kunnen er echter ook toe leiden dat producten sneller verouderen, waardoor voorraadrisico's toenemen (met name in de niet-dagelijkse branche).

### 3.3 Sociaal-economische trends en ontwikkelingen

#### *Algemene ontwikkeling omzet en koopkracht*

De afgelopen jaren is de omzet in de detailhandel elk jaar gegroeid. Hoewel algehele economische ontwikkelingen vaak grillig zijn, mag verwacht worden dat de komende jaren de koopkracht en daarmee de bestedingen en omzet in de detailhandel gemiddeld genomen gestaag zullen blijven groeien. Zoals in het begin van 2008 al bleek (zie kader) is het daarbij overigens de vraag of de omzetstijging vooral een gevolg is van een toename in aantal aangeschafte producten of artikelen, het gevolg is van prijsstijgingen of van een combinatie van beide.

#### ***Ontwikkeling omzet en koopkracht in 2008***

De omzet van de detailhandel kwam in maart 2008 3,5% lager uit dan in maart 2007. Daarmee werd voor het eerst in bijna drie jaar minder omzet geboekt dan een jaar eerder. In februari 2008 was er nog een toename van de omzet met ruim 9%. Dit grillige verloop van de omzetontwikkeling hangt vooral samen met de samenstelling van de koopdagen. Zo had maart 2008 een ongunstiger koopdagenpatroon dan maart 2007 en was er in februari 2008 een extra koopdag door het schrikkeljaar. Na een globale correctie voor het negatieve effect hiervan was de omzet in maart 2008 ruim 1% hoger dan een jaar eerder.

De licht positieve omzetontwikkeling is vooral terug te zien in de dagelijkse branche en dan in het bijzonder bij de supermarkten. De winkels in de dagelijkse branche behaalden in maart 2008 bijna 2% meer omzet dan een jaar eerder. Mede vanwege evenementen als het EK voetbal en de Olympische Spelen zijn de verwachtingen voor de rest van 2008 goed.

De niet-dagelijkse branche laat echter wel een negatief omzetbeeld zien: de winkels in deze branche behaalden ruim 6% minder omzet dan in maart 2007. Vooral kledingwinkels draaiden fors minder omzet. Alleen de winkels in huishoudelijke artikelen realiseerden meer omzet dan een jaar eerder.

De gesignaleerde omzetstijging is niet het resultaat van een groei in het aantal verkochte artikelen (het aantal verkochte artikelen daalde in de dagelijkse sector met 2% en in de niet dagelijkse sector zelfs met 8%), maar vooral het resultaat van de algehele prijsstijging van de artikelen. Een algehele prijsstijging die (vooral in de dagelijkse sector) al sinds ongeveer 2002 merkbaar is. De door de detailhandel verkochte artikelen waren in maart 2008 gemiddeld ruim 2% duurder dan in maart 2007. In de dagelijkse branche lagen de prijzen gemiddeld 4% hoger dan een jaar eerder en in de niet-dagelijkse branche lagen de prijzen gemiddeld ruim 1 % hoger dan een jaar eerder<sup>9</sup>.

### *Regionale ontwikkeling omzet en koopkracht*

In het Gooi en de Vechtstreek en ook in gemeenten als Naarden en Bussum ligt het besteedbaar inkomen per individu met een 52 weken inkomen reeds ver boven het Nederlands gemiddelde (zie tabel 3.1). Bij een verdere groei in de koopkracht en gelijkblijvende prijzen zal dit naar verwachting vooral leiden tot een groei van bestedingen in de niet-dagelijkse sector. Immers, de gemiddelde hoogte van het besteedbaar inkomen in de regio is reeds dusdanig hoog dat verwacht mag worden dat men al goed kan voorzien in de levensmiddelen uit de dagelijkse sector. Het 'extra' te besteden inkomen zal naar verwachting vooral gebruikt worden om te besteden aan meer luxe of duurzame goederen in de niet-dagelijkse branche. Bij een verdere groei in de koopkracht en stijgende prijzen zal naar verwachting een iets ander beeld ontstaan, aangezien men dan meer zal bezuinigen op de niet-dagelijkse goederen en meer zal uitgeven aan de levensmiddelen zoals aangeboden in de dagelijkse sector.

**Tabel 3.1** Gemiddeld besteedbaar inkomen<sup>10</sup>

Gebied	Besteedbaar inkomen
Naarden	€ 25.200,—
Naarden-Vesting	€ 26.800,—
Bussum	€ 22.800,—
Gooi en Vechtstreek	€ 21.100,—
Nederland	€ 17.700,—

### *'Concurrentie om de euro'*

Overigens zal de detailhandel bij het halen van de omzet steeds vaker moeten concurreren met andere diensten en voorzieningen. Ondernemingen in de niet-dagelijkse branche zullen de komende jaren onverminderd moeten blijven concurreren om hun inkomsten met (overige) vrijetijdsvoorzieningen. Consumenten zullen immers steeds vaker de afweging maken om te investeren in luxe of duurzame goederen of een leuke dagtrip of vakantie. Op lokaal niveau kunnen detailhandel en vrijetijdsvoorzieningen door de opkomst van de beleveniseconomie en het gebiedsgericht bezoek echter juist ook van elkaar profiteren.

<sup>9</sup> Bron: CBS, Conjunctuurbericht, 3 juni 2008 & CBS Webmagazine, 25 juni 2008

<sup>10</sup> Bron: CBS StatLine, Gemiddeld inkomen van bevolking met een 52 weken inkomen 2004, april 2007

Eerder in dit hoofdstuk werd al aangegeven dat juist de combinatie van deze voorzieningen een locatie of gebied aantrekkelijk of interessant maakt voor de bezoeker.

Ondernemingen in de dagelijkse branche zullen als gevolg van trends waarin luxe en gemak centraal staan meer en meer moeten concurreren met de zogeheten foodservicemarkt, gericht op voedselconsumptie buitenshuis. Hieronder vallen ook de gemakswinkels en food-afdelingen bij detailhandel in de niet-dagelijkse branche. Met name de speciaalzaken zullen hun omzet hierdoor beïnvloed zien. Dit wordt weerspiegeld in een verwachte afname van het marktaandeel van 21% tot van 14%. De supermarkten blijven naar verwachting een gelijk marktaandeel behouden (circa 44%)<sup>11</sup>.

#### ***Weerslag op detailhandel***

- Ondanks tijdelijke omzetzakking wordt op langere termijn als gevolg van koopkrachtontwikkeling een omzetgroei verwacht.
- Bij gelijkblijvende prijzen zal koopkrachtgroei in Bussum en Naarden leiden tot verhoudingsgewijs meer uitgaven in de niet-dagelijkse sector.
- Bij stijgende prijzen zal koopkrachtgroei in Bussum en Naarden leiden tot verhoudingsgewijs meer uitgaven in de dagelijkse sector.
- De dagelijkse sector zal meer en meer moeten concurreren met bestedingen in de foodservicemarkt.
- De niet-dagelijkse sector zal over het algemeen meer en meer moeten concurreren met bestedingen aan vrijetijdsvoorzieningen. Op lokaal niveau kan echter ook een synergie ontstaan tussen de niet-dagelijkse sector en vrijetijdsvoorzieningen.

### **3.4 Sociaaldemografische en ruimtelijke trends en ontwikkelingen**

Om de ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel te kunnen bepalen is het tevens van belang inzicht te verkrijgen in de zogenaamde lokale, regionale en landelijke koopstromen gericht op Naarden als geheel en Naarden-Vesting. Dit kan enerzijds door te bekijken hoe de lokale bevolking zich zal ontwikkelen (neemt de bevolking toe of af? Hoe kenmerkt de bevolkingsopbouw in leeftijden zich?). Anderzijds spelen ook recreatie en toerisme en de regionale afzetmarkt een rol. De regionale afzetmarkt wordt bepaald door woningbouw (vestiging van meer potentiële consumenten) en ontwikkelingen in de detailhandel elders in de regio (waarmee detailhandel ontstaat die concurreert om dezelfde consument).

#### ***Demografische ontwikkeling***

Volgens prognoses van het CBS zal de Nederlandse bevolking in 2014 komen op 16,7 miljoen personen. De extra bevolkingsgroei is homogeen verdeeld over de leeftijdscategorieën: zo leidt hogere geboorte tot meer kinderen, hogere immigratie en lage emigratie tot meer personen in jongvolwassene en middelbare leeftijd en lage sterfte tot een groter aantal ouderen. Het leeftijdssegment 60 tot 80 jaar zal echter verhoudingsgewijs steeds groter worden in omvang<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> Bronnen: Rabobank Cijfers & Trends, Detailhandel Food, 32e jaargang, maart 2008; Rabobank Cijfers & Trends, Detailhandel Non-Food, 32e jaargang, maart 2008.

<sup>12</sup> Bron: CBS, Bevolkingstrends, 1<sup>e</sup> kwartaal 2008)



De bevolkingsgroei zal nog verder doorzetten tot ongeveer 2034. De laatste prognoses van het CBS tot het jaar 2050 laten echter ook zien dat meer dan de helft van de gemeenten in 2025 minder inwoners zal hebben dan in 2005. Deze daling zal niet alleen plaatsvinden in de meer perifere provincies van Nederland, maar tevens in gemeenten in het Gooi en op de Veluwe<sup>13</sup>.

Wanneer specifiek wordt gekeken naar de gemeente Naarden (zie tabel 3.2) is te zien dat, uitgaande van de huidige bevolkingsomvang van 17.090<sup>14</sup> inwoners, de totale omvang de komende jaren nagenoeg gelijk blijft. Daarbij zal het aantal senioren behoorlijk toenemen en is bij de tieners en twintigers ook een lichte stijging te zien.

**Tabel 3.2** Leeftijdsopbouw gemeente Naarden 2010-2020 (in percentages per leeftijdsgroep en totalen in absolute aantallen)<sup>15</sup>

	0-14	15-29	30-44	45-64	65-74	75+	Totaal
2010	20,5	12,3	18,8	28,5	10	9,8	17.037
2015	19,1	14,2	17,1	28	11,3	10,3	16.908
2020	19	15,1	18	26,2	11	10,8	17.092

Een toename van het aantal senioren kan mogelijk positieve gevolgen hebben voor de omvang van de bestedingen aan detailhandel, immers de seniore inwoner besteedt gemiddeld meer en heeft meer vrije tijd beschikbaar om te winkelen (zie paragraaf 3.2). Een toename van het aantal ouderen en tieners/twintigers kan daarnaast invloed hebben op de aard van de detailhandel. Immers, sociaal-maatschappelijke trends laten zien dat de seniore bevolking en jongeren steeds meer aandacht hebben voor gezonde leefstijlen en voedingswaarden, duurzaamheid en milieu (productiewijze, dierenwelzijn). Dit kan zowel zijn weerslag op de dagelijkse (biologische voedingswaren) als de 'niet dagelijkse' sector (gerecyclede producten, producten gefabriceerd uit duurzame materialen, fair trade producten) hebben. Senioren blijven daarnaast steeds langer zelfstandig wonen en zelfverzorgend, maar maken daarbij wel gebruik van gemaksdiensten en gemakproducten. Dit zal vooral haar weerslag hebben op de dagelijkse sector. Bijvoorbeeld door het assortiment in kant-en-klaar maaltijden en kleine verpakkingen, maar ook door uitbreiding van de diensten met bijvoorbeeld een thuisbrengservice.

<sup>13</sup> Bron: Binnenlands Bestuur, april 2008, week 14, jaargang 29

<sup>14</sup> Bron: CBS Statline, Bevolking Burgerlijke staat, geslacht, leeftijd en regio, 1 januari 2008

<sup>15</sup> Bron: ABF Research – Primos Prognose 2007; NB. De cijfers zoals hier toegepast kunnen licht afwijken van de Primos bevolkingscijfers zoals toegepast in de Lokale Woonvisie Gemeente Naarden 2008-2020 aangezien voor de Woonvisie de cijfers uit ABF Research – Primos Prognose 2006 zijn gebruikt (op het moment van opstellen van de woonvisie het meest recent).

**Weerslag op detailhandel**

- Een nagenoeg gelijkblijvende bevolking betekent dat de afzetmarkt voor detailhandel in ieder geval niet zal afnemen.
- Een toename van het aantal senioren kan mogelijk positieve gevolgen hebben voor de omvang van de bestedingen aan detailhandel, immers de seniore inwoner besteedt gemiddeld meer en heeft meer vrije tijd beschikbaar om te winkelen.
- Een toename van het aantal senioren en jongeren (tieners/twintigers) kan daarnaast van invloed zijn op de aard van het assortiment in de dagelijkse en in de niet-dagelijkse sector (gezond, groen en gemakkelijk).

**Woningbouw**

Naast de bevolking in de gemeente Naarden is ook de regionale bevolking van belang voor de afzetmarkt van de detailhandel.

Zoals hierboven aangegeven wordt de komende jaren in Naarden als geheel een beperkte groei van het inwonertal verwacht (van 0 tot 1%). In het Gewest Gooi en Vechtstreek als geheel en de Noordvleugel wordt echter wel een substantiële groei verwacht. De bevolking in de regio als geheel zal tot 2015 met circa 6% toenemen<sup>16</sup>. Voor met name de dagelijkse sector is het van belang waar deze bevolkingtoename in de regio gehuisvest gaat worden. Immers voor aankopen in de dagelijkse sector (gemakswinkelen) blijven consumenten het liefst zo dicht mogelijk bij huis. Als woningbouwconcentraties in naburige gemeenten op korte afstand van Naarden komen te liggen, zal een bezoek aan de dagelijkse sector in Naarden aantrekkelijker zijn.

De woningbouwproductie in het Gooi en de Vechtstreek zal zich echter vooral concentreren op de locaties Bloemendalerpolder/KNSF-terrein (Muiden/Weesp), Anna's Hoeve (Hilversum) en Blaricummermeent (Blaricum/Huizen)<sup>17</sup>. Het betreft een significante toename van het aantal woningen in de regio (zie kader). Een kleinere woningbouwconcentratie in de directe nabijheid van Naarden betreft de locatie Kolonel Palm (Bussum) met circa 240 woningen.

<sup>16</sup> Ecorys (2006), Retailstructuurvisie Gooi en Eemland.

<sup>17</sup> Bron: Gewest Gooi en Vechtstreek (2007), Regionale Woonvisie.

**Regionale woningbehoefte in cijfers**

Mede als gevolg van maatschappelijke trends die al een aantal jaren gelden zijn ingezet (meer eenpersoonshuishoudens en gebroken huishoudens), wordt de totale woningbehoefte van het Gewest Gooi- en Vechtstreek tot 2030 geschat op circa 20.500<sup>18</sup>. Vanuit de provincie Noord-Holland wordt een wat beperktere opgave verwacht, namelijk 13.000 woningen tot 2020<sup>19</sup>. Voor de gehele Noordvleugel (inclusief Gewest Eemland en Stadsgewest Utrecht) wordt de totale woningbehoefte tot 2030 geschat op 138.000<sup>20</sup>.

Deze toename in de wijde regio kan vooral positief zijn voor de niet-dagelijkse sector. De consument is immers bereid om verder weg te reizen, mits op de plaats van bestemming wel een bijzondere belevenis te ervaren is. Ook de verwachte bevolkingstoename in de ten westen en noordwesten gelegen Metropoolregio Amsterdam is vanuit dit oogpunt gunstig te noemen.

**Bevolkingstoename Metropoolregio**

Verwacht wordt dat het aantal inwoners in de Metropoolregio in de periode van 2007-2025 met 177.000 inwoners zal toenemen, een groei van 8,2%. Dit is veel meer dan de landelijke toename die in deze periode slechts 3,5% bedraagt. De groei in de regio wordt vrijwel geheel veroorzaakt door de bevolkingsgroei in Almere, Haarlemmermeer en Amsterdam (met name IJburg)<sup>21</sup>.

**Weerslag op detailhandel**

- Uitgaande van een beperkte groei van het aantal inwoners in de directe omgeving van Naarden zal de dagelijkse sector slechts in beperkte mate kunnen profiteren van de consumenten uit de regio.
- Uitgaande van een groei in het aantal inwoners in de wijde regio en aangrenzende regio's mag verwacht worden dat de afzetmarkt voor de detailhandel in de niet-dagelijkse branche kan toenemen, mits goed wordt ingespeeld op de beleveniseconomie cq. het gebiedsgerichte bezoek.

<sup>18</sup> Bron: NV Utrecht (2006), Ontwikkelingsvisie NV Utrecht 2015-2030.

<sup>19</sup> Bron: Gemeente Naarden (2008), Lokale Woonvisie Gemeente Naarden 2008-2020; In februari 2003 heeft de provincie Noord-Holland het Streekplan Noord-Holland Zuid vastgesteld met een opgave voor de Gooi en Vechtstreek van 10.000 woningen (netto) voor de periode 2000-2020.

In maart 2005 hebben Gedeputeerde Staten (besluit inzake 'Voortgang van de Woningbouwcapaciteit in Noord-Holland Zuid') besloten om deze opgave met 3.000 woningen te verhogen. Letterlijk stellen G.S. dan:

*'De woningbouw taakstelling van Gooi en Vechtstreek bestaat uit 10.000 woningen voor de eigen behoefte en 3.000 woningen voor de bovenregionale behoefte. Totaal dus 13.000 woningen'.*

Deze extra opgave met 3.000 woningen is overigens niet met de gemeenten in Gooi en Vechtstreek gecommuniceerd, laat staan zo overeengekomen.

<sup>20</sup> Bron: NV Utrecht (2006), Ontwikkelingsvisie NV Utrecht 2015-2030.

<sup>21</sup> Bron: Gemeente Amsterdam (2007), Metropoolregio in Beeld.

## *Ontwikkeling recreatie en toerisme*

### Algemeen

Ten aanzien van de regionale en landelijke stromen van bezoek en gelet op de doorzettende trend van de beleveniseconomie zijn de ontwikkelingen op het gebied van recreatie en toerisme in de regio als geheel van belang. Recreatie en toerisme zijn belangrijke middelen om in vooral Naarden en Naarden-Vesting het gebiedsgericht bezoek te versterken.

Het feit dat de komende jaren in de regio Gooi en Vechtstreek verder wordt doorgegaan met de reeds ingezette ontwikkeling van de regio als aantrekkelijk natuurrijk, cultuurhistorisch waardevol scharnierpunt tussen een aantal stedelijke agglomeraties (Amsterdam, Almere, Utrecht) (inclusief het hergebruik van waardevolle gebouwen voor vrijetijdsfuncties) is in dit licht dan ook erg belangrijk te noemen. Ook de verdere verbetering van het fijnmazige netwerk voor wandel- en fietsroutes op lokaal schaalniveau, de verdere impuls aan de watersport (met concentraties in Wijdemeren, Huizen, Muiden en Naarden), de ontwikkeling van recreatieve knooppunten in de hele regio en de opening van een Instituut voor Beeld en Geluid kunnen een bijdrage leveren<sup>22</sup>.

### Evenementen

Evenementen vallen in principe onder de noemer toerisme en recreatie, maar spelen een dusdanig belangrijke rol in Naarden-Vesting dat zij hier apart genoemd zijn. Het betreft enkeldaagse en meerdaagse evenementen in het bijzonder op het gebied van kunst, cultuur en muziek. In de onderstaande tabel is opgenomen welke evenementen in 2007 plaatsvonden en hoeveel bezoekers daarmee werden aangetrokken (van binnen en buiten de regio). Een aantal evenementen vond dat jaar plaats vanwege een specifiek jubileum. Waar dit van toepassing was, is dit aangegeven in de tabel.

---

<sup>22</sup> Bron: Gewest Gooi en Vechtstreek (2005), Regiokaart 2015; overzicht van vastgesteld ruimtelijk beleid van de negen gemeenten van de regio Gooi en Vechtstreek

**Tabel 3.4** Overzicht evenementen en bezoekersaantallen<sup>23</sup>

Evenement	Aantal bezoekers per jaar (schatting)
Palmpasen	100
Jeugd Muziekconcert	250
Zomeropenluchtconcert	300
Sinterklaasintocht	20.000
Historisch Café (diverse keren per jaar)	200
Matthäus Passion	10.000
Toneel Naarden	450
Koninginnedag 30 april en herdenking 4 mei	300
Concerten	200
Garnizoensdag op terrein Vestingmuseum	300
Fotofestival Naarden (mei-juni 2007, 10 jarig jubileum)	35.000
Beurs La Table en Fete	3.000
Kunst en Antiekbeurs (januari 2007, 10 jarig jubileum)	4.000
Open Monumentendag	2.500
Carnaval	400
Kermis, vuurwerk, braderie	500
Diverse concerten in de Grote Kerk	5.000
Concerten in het Stadhuis	1.000
<b>Totaal</b>	<b>98.500</b>

De VVV heeft daarnaast in 2007 circa 6.500 informaties uitgegeven. Dit is iets meer dan in de voorgaande jaren<sup>24</sup>. Het aantal verstrekte informaties hangt daarbij nauw samen met de beperkte openingstijden van de VVV en kan sterk beïnvloed worden door de ontwikkeling van het bezoekerscentrum.

Vanwege de verschillende berekenmethodes inzake bezoekersaantallen bij evenementen in heel Nederland is het nauwelijks mogelijk algemene uitspraken te doen over ontwikkeling van het aantal bezoekers aan evenementen en groeiverwachtingen uit te spreken. Uitgaande van de eerder genoemde trends en ontwikkeling mag de komende jaren echter wel een groei in het aantal bezoekers verwacht worden. Immers, niet alleen is men steeds vaker op zoek naar een originele manier van vrijetijdsbesteding, ook zal vanwege de vele nieuwbouwwontwikkeling in de regio een groter publiek aangesproken kunnen worden.

#### Conclusie

De detailhandel kan profijt hebben van een impuls in de recreatieve sector en het toenemende aantal recreatieve bezoekers. Het effect is vooral te verwachten in de niet-dagelijkse sector. Dagjesmensen zijn vaak geneigd bij een bezoek aan een (vesting)stad ook de lokale middenstand te bezoeken als onderdeel van de totaalbeleving van de (vesting)stad. Vaak zijn er in een andere stad of dorp winkels gevestigd die men thuis niet kent en/of wil men een uniek aandenken kopen. De detailhandel krijgt daarmee een toeristisch-recreatieve functie.

<sup>23</sup> Bron: Ecorys (2007), Balans in ontwikkeling, Een economische beleidsvisie voor de Gemeente Naarden met speciale aandacht voor de toeristische sector

<sup>24</sup> Bron: VVV Naarden (2007), Kerngegevens informatieverstrekking

**Weerslag op detailhandel**

- Bij een impuls in de recreatieve sector gericht op het versterken van de beleveniseconomie zal met name de niet-dagelijkse sector kunnen profiteren.

**Concentraties en ontwikkelingen detailhandel in de regio**

Bussum is al genoemd als kern in de directe omgeving van Naarden waarmee nauwe relaties op het gebied van koopstromen in de dagelijkse sector bestaan. Naast Bussum ligt in de directe omgeving van Naarden zowel een aantal grote als een aantal kleine tot middelgrote kernen, waarbinnen ontwikkelingen spelen op het gebied van detailhandel en centrumontwikkeling. Eerder onderzoek<sup>25</sup> heeft uitgewezen dat een deel van de koopkracht in de niet-dagelijkse sector uit het Gooi wegvloeit naar Amsterdam Zuid-Oost en Amsterdam Centrum. Utrecht Centrum, Amersfoort en Almere hebben (zij het in mindere mate) ook een aantrekkingskracht. Veel van de koopkracht in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector blijft echter binnen het Gooi (de koopkrachtbinding op regionaal niveau in de dagelijkse sector bedraagt gemiddeld 97% en de koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector 82%). Vanuit dat oogpunt zijn voor Naarden vooral de ontwikkelingen in de kleine tot middelgrote kernen in het Gooi van belang. Dit zijn immers de kernen waarmee 'geconcurrereerd' zal worden om de klant. Het betreft in het bijzonder Blaricum, Huizen, Hilversum, Laren en Muiden. Hieronder worden de belangrijkste ontwikkelingen per kern besproken.

In **Blaricum** is in het Oude Dorp onlangs de bestaande Albert Heijn vestiging uitgebreid. Voor de niet-dagelijkse sector bestaan geen grootschalige uitbreidings- of herontwikkelingsplannen. In het centrum van De Bijvanck zal wel een nieuw wijkwinkelcentrum ontwikkeld worden om als boodschappencentrum voor zowel Blaricum als Huizen te kunnen fungeren. In het nieuwe Blaricummeer is geen detailhandel voorzien.

In de binnenstad van **Hilversum** zal de aandacht vooral uitgaan naar het versterken van de regionale centrumpositie. Dit gebeurt onder meer door een uitbreiding met GDV-vestigingen, verbeterde routing, versterkte concentratie van winkels en de combinatie met horeca. Daarnaast wordt de komende jaren ingezet op de versterking van de functie van het Media Park als dagattractie. Daarbij zal ook aandacht uitgaan naar het versterken van de relatie tussen het Media Park en de binnenstad van Hilversum en wordt onder meer ingezet op de groei van innovatieve detailhandel (en horeca) gericht op multimedia.

In **Huizen** zal een uitbreiding plaatsvinden van het hoofdwinkelcentrum. Het aanbod zal gekenmerkt worden door een combinatie van funshoppen (modische branche, duurzame goederen en impulsaankopen, met een totaal aan 7.000 m<sup>2</sup> winkelgebruiksoppervlak<sup>26</sup>) en de dagelijkse sector (een supermarkt van circa 1.500 m<sup>2</sup> winkelgebruiksoppervlak). Verder zal ingezet worden op het versterken van de relatie tussen het centrum en het Nautisch Havenkwartier.

<sup>25</sup> Bronnen: Koopstromenonderzoek Randstad 2004 (2004), Provincie Utrecht en Provincie Zuid-Holland; Bouwsteen Provinciale Detailhandels- en Leisurevisie (concept 2008), Provincie Noord-Holland

<sup>26</sup> Zie kader in paragraaf 2.2 voor uitleg van de term winkelgebruiksoppervlak

Hierdoor zal, in combinatie met de toevoeging van horeca op het Oude Raadhuisplein, de toeristisch-recreatieve functie van de binnenstad versterkt kunnen worden.

In **Laren** wordt de komende jaren niet ingezet op een kwantitatieve uitbreiding, maar wel een differentiatie van het huidige aanbod. Daarbij wordt bewust gekozen voor het vasthouden aan het imago van 'modestad in het duurdere marktsegment'.

In **Muiden** zal de aandacht de komende jaren vooral uitgaan naar het uitvoeren van een kwaliteitsslag en niet zozeer een kwantitatieve uitbreiding van het aanbod. Daarbij speelt de combinatie met waterrecreatie, cultuurhistorie en horeca een belangrijke rol. Ditzelfde geldt voor de ontwikkelingen in Muiderberg.

Uit het bovenstaande blijkt dat veel kleine tot middelgrote kernen in de omgeving een kwaliteitsslag van het centrum doorvoeren om zo hun eigen, unieke identiteit te beschermen. Dit is vooral te zien in de kernen Hilversum, Huizen, Laren en Muiden. Naarden als geheel en Naarden-Vesting zullen dan ook naar verwachting vooral met deze kernen de komende jaren de concurrentie om de koopkracht aangaan. Dit zal vooral het geval zijn in de niet-dagelijkse sector, waarbij de consument minder buurtgebonden is (zie eerder in dit hoofdstuk).

## Hoofdstuk 4

# Dagelijkse sector: inventarisatie, vergelijking en berekening groeiruinimte

### 4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staat de dagelijkse sector van de detailhandel centraal. In paragraaf 4.2 worden de resultaten van de inventarisatie en de vergelijking met referentiecijfers besproken. Daarbij wordt eerst ingegaan op de dagelijkse sector in het geheel en wordt vervolgens een onderscheid gemaakt in de verschillende branchegroepen. In paragraaf 4.3 wordt beschreven in welke mate er in de dagelijkse sector nog sprake is van groeiruinimte en hoe deze het best geïnterpreteerd kan worden. Paragraaf 4.4 bevat tot slot een samenvattende tabel met de belangrijkste conclusies.

### 4.2 Inventarisatie en vergelijking

#### *Dagelijkse sector - totaal*



Tabel 4.1 bevat het totaal aantal m<sup>2</sup> wvo, het totaal aantal verkooppunten en het gemiddelde winkeloppervlak per verkooppunt in de dagelijkse sector zoals geïnterpreteerd in Naarden als geheel en Naarden-Vesting (zie voor een uitgebreider overzicht bijlage 3). Ook Bussum is in de inventarisatie en vergelijking meegenomen vanwege de nauwe relatie die de kernen hebben op het gebied van koopstromen in de dagelijkse sector. Telkens is aangegeven in welke mate de onderzoekskernen Naarden als geheel, Naarden-Vesting en Bussum procentueel gezien afwijken van de gemiddelde cijfers in referentiekernen. Uit de vergelijking met de referentiecijfers blijkt het volgende:

- In Naarden als geheel is een verschil met referentiecijfers waar te nemen, de oorzaak ligt hier zowel in de aanwezigheid van minder verkooppunten als in het gemiddeld kleinere wvo van de verkooppunten. Een vergelijking van Naarden als geheel met andere vestingsteden (zie bijlage 4) laat zien dat ook vergeleken met de betreffende vestingsteden, Naarden als geheel zowel wat betreft omvang van de verkooppunten als aantal verkooppunten en gemiddeld oppervlak per verkooppunt onder het gemiddelde ligt. Het verschil met het gemiddelde van alle vestingsteden is overigens beperkt: wat betreft winkelvloeroppervlak ligt Naarden als geheel 10% onder het gemiddelde, wat betreft aantal verkooppunten ligt Naarden als geheel 4% onder het gemiddelde en wat betreft gemiddeld wvo per verkooppunt ligt Naarden als geheel 7% onder het gemiddelde.
- In Naarden-Vesting wijkt het aantal verkooppunten weinig af van het gemiddelde, doordat de winkels echter gemiddeld een stuk kleiner zijn blijft het totale wvo ver achter bij het totale wvo in andere kleine kernverzorgingscentra.
- In Bussum zijn juist meer verkooppunten aanwezig dan gemiddeld, maar zijn deze gemiddeld kleiner dan in de referentiegemeenten. Het totaal wvo wijkt hierdoor weinig af van het totaal wvo in referentiegemeenten.



**Tabel 4.1** Inventarisatie en vergelijking dagelijkse sector totaal

Dagelijks	Winkelvloeroppervlak			Aantal verkooppunten			Gemiddeld winkeloppervlak verkooppunt		
	Onderzoeks	Referentie	Vershil %	Onderzoeks	Referentie	Vershil %	Onderzoeks	Referentie	Vershil
	kern	kernen		kern	kernen		kern	kernen	%
Naarden	4.685	6.170	-25%	26	29,4	-12%	180	209,9	-15%
Naarden-Vesting	464	1.353	-66%	7	6,8	+3%	66	199,0	-67%
Bussum	12.837	13.635	-6%	81	65,3	+24%	158	208,8	-27%

-  Vergeleken met referentiekernen is sprake van onderbewinkeling (in principe wel uitbreidingsruimte)
-  Vergeleken met referentiekernen is sprake van overbewinkeling (in principe geen uitbreidingsruimte)

Uit het bovenstaande zou puur op basis van referentiecijfers afgeleid kunnen worden dat in de dagelijkse sector in Naarden als geheel ruimte is voor beperkte uitbreiding van bestaande vestigingen en beperkte ruimte voor nieuwvestiging. In Naarden-Vesting is ruimte voor uitbreiding van bestaande ondernemingen, maar geen nieuwvestiging.

#### **Samenvatting vergelijking dagelijkse sector**

Puur op basis van een vergelijking met referentiecijfers kan gezegd worden dat:

- In Naarden als geheel ruimte is voor uitbreiding van bestaande vestigingen en beperkte mogelijkheden voor nieuwvestiging van detailhandel.
- In Naarden-Vesting ruimte is voor uitbreiding van bestaande ondernemingen, maar geen nieuwvestiging.

#### **Dagelijkse sector – per branchegroep.**

In deze paragraaf is een onderscheid gemaakt in de beide branchegroepen welke de dagelijkse sector vormen: 'Levensmiddelen' en 'Persoonlijke Verzorging'. Door dit onderscheid kan een uitspraak worden gedaan over de mogelijke groei-ruimte voor supermarkten (als onderdeel van de branche 'Levensmiddelen'). Net als in tabel 4.1 is in tabel 4.2 en 4.3 telkens aangegeven in welke mate de onderzoekskernen Naarden als geheel, Naarden-Vesting en Bussum procentueel gezien afwijken van de gemiddelde cijfers in referentiekernen.

#### **Levensmiddelen**

Uit een vergelijking met de referentiecijfers blijkt voor de branche 'Levensmiddelen' het volgende:

- In Naarden als geheel is een weinig afwijkend beeld ontstaan vergeleken met de totale dagelijkse sector, namelijk gemiddeld minder en kleinere verkooppunten vergeleken met referentiekernen en daardoor ook een kleiner totaal wvo. Wel is de afwijking in aantal verkooppunten minder extreem en de afwijking in gemiddeld wvo per verkooppunt juist wat extremer.
- In Naarden-Vesting is een weinig afwijkend beeld ontstaan vergeleken met de totale dagelijkse sector, namelijk een gelijk gemiddeld aantal, maar wel kleinere verkooppunten, waardoor het totale wvo gemiddeld ook kleiner is dan in

referentiekernen. Wel is juist in de levensmiddelenbranche het aantal verkooppunten wat groter.

- In Bussum zijn net als bij de totale dagelijkse sector juist meer verkooppunten aanwezig dan gemiddeld, maar zijn deze gemiddeld kleiner als in de referentiekernen. Het totaal wvo in de levensmiddelen branche wijkt hierdoor weinig af van het totaal wvo in referentiekernen. De afwijkingpercentages voor de levensmiddelenbranche liggen dicht bij die van de totale dagelijkse sector.

**Tabel 4.2** Inventarisatie en vergelijking dagelijkse sector - Levensmiddelen

Levens- middelen	Winkelvloeroppervlak			Aantal verkooppunten			Gemiddeld winkeloppervlak verkooppunt		
	Onderzoeks	Referentie	Vershil	Onderzoeks	Referentie	Vershil %	Onderzoeks	Referentie	Vershil
	kern	kernen	%	kern	kernen		kern	kernen	%
Naarden	3.769	5.297	-29%	22	23,5	-6%	171,3	225,4	-24%
Naarden- Vesting	408	1.150	-65%	6	5,3	+13%	68,0	217,0	-69%
Bussum	11.155	11.680	-4%	64	51,6	+24%	174,3	226,4	-23%

Vergeleken met referentiekernen is sprake van onderbewinkeling (in principe wel uitbreidingsruimte)

Vergeleken met referentiekernen is sprake van overbewinkeling (in principe geen uitbreidingsruimte)

Uit het bovenstaande zou (puur op basis van referentiecijfers) afgeleid kunnen worden dat in Naarden als geheel ruimte is voor uitbreiding, maar (in tegenstelling tot de totale dagelijkse sector) nauwelijks ruimte voor nieuwvestiging. In Naarden zelf zijn immers al vijf supermarkten (in verschillende marktsegmenten) en daarnaast is de ambachtelijke detailhandel (slagers, bakkers et cetera) ook goed vertegenwoordigd. Ook in het nabijgelegen Bussum is al een groot aantal supermarkten aanwezig (tien reguliere en vier minisupermarkten), aangevuld met een uitgebreid aanbod in de ambachtelijke detailhandel.

In Naarden-Vesting is net als in de totale dagelijkse sector ook in de levensmiddelenbranche voldoende ruimte voor uitbreiding van bestaande ondernemingen, maar in geen geval nieuwvestiging (ook al is hier niet elke component van de branchegroep levensmiddelen reeds aanwezig).

### Persoonlijke verzorging

Uit een vergelijking met de referentiecijfers blijkt voor de branche 'Persoonlijke verzorging' het volgende:

- In Naarden als geheel is in de branche 'Persoonlijke verzorging' niet alleen een kleiner aantal verkooppunten aanwezig, maar zijn de verkooppunten ook nog eens een stuk kleiner, wat resulteert in een stuk lager totaal wvo.
- In Naarden-Vesting blijkt in de branche 'Persoonlijke verzorging' weinig afwijking te bestaan in een aantal verkooppunten, maar is het aanwezige verkooppunt wel een stuk kleiner dan gemiddeld in andere kleine kernverzorgende centra. Het totaal wvo is dan ook een stuk lager.

- In Bussum zijn in de branche 'Persoonlijke verzorging' juist meer verkooppunten aanwezig, maar zijn deze gemiddeld een stuk kleiner. Ondanks het grotere aantal verkooppunten, is het totaal wvo hierdoor lager.

**Tabel 4.3** Inventarisatie en vergelijking dagelijkse sector – Persoonlijke verzorging

Persoonlijke Verzorging	Winkelvloeroppervlak			Aantal verkooppunten			Gemiddeld winkeloppervlak verkooppunt		
	Onderzoeks	Referentie	Vershil %	Onderzoeks	Referentie	Vershil %	Onderzoeks	Referentie	Vershil %
	kern	kernen		kern	kernen		kern	kernen	
Naarden	508	872	-42%	4	5,8	-31%	127	150,3	-16%
Naarden-Vesting	56	203	-72%	1	1,5	-33%	56	135,3	-59%
Bussum	1.682	1.955	-14%	17	13,7	+24%	98,9	142,7	-31%

	Vergeleken met referentiekernen is sprake van onderbewinkeling (in principe wel uitbreidingsruimte)
	Vergeleken met referentiekernen is sprake van overbewinkeling (in principe geen uitbreidingsruimte)

Uit het bovenstaande zou (puur op basis van referentiecijfers) afgeleid kunnen worden dat in de branche 'Persoonlijke verzorging' in Naarden als geheel ruimte is voor nieuwvestiging en/of uitbreiding van bestaande ondernemingen. In Naarden-Vesting is voldoende ruimte voor uitbreiding van bestaande ondernemingen, maar nauwelijks voor nieuwvestiging.

#### **Samenvatting vergelijking dagelijkse sector – per branchegroep**

Puur op basis van een vergelijking met referentiecijfers kan gezegd worden dat:

##### *Levensmiddelen*

- In Naarden als geheel is ruimte voor uitbreiding van bestaande vestigingen, maar (in tegenstelling tot de totale dagelijkse sector) nauwelijks ruimte voor uitbreiding door nieuwvestiging.
- In Naarden-Vesting is voldoende ruimte voor uitbreiding van bestaande ondernemingen, maar geen nieuwvestiging.

##### *Persoonlijke verzorging*

- In Naarden als geheel is ruimte voor nieuwvestiging en/of uitbreiding van bestaande ondernemingen.
- In Naarden-Vesting is voldoende ruimte voor uitbreiding van bestaande ondernemingen van bestaande ondernemingen, maar nauwelijks voor nieuwvestiging.

### **4.3 Berekening van en visie op de groeimogelijkheden**

#### *Uitgangspunten*

Zoals aangegeven in paragraaf 2.2 zal de berekening van het groeipotentieel uitsluitend betrekking hebben op Naarden als geheel en Naarden-Vesting. De inventarisatie in Bussum wordt gebruikt voor de kwalitatieve interpretatie van de

groeiruimte in Naarden als geheel en Naarden-Vesting. Er is geen berekening van de groeirimte in Bussum uitgevoerd.

In paragraaf 4.2 bleek (puur op basis van een vergelijking met referentiecijfers) voor de dagelijkse sector als geheel in Naarden als geheel en Naarden-Vesting ruimte voor uitbreiding of nieuwvestiging te bestaan.

Zoals in paragraaf 2.5 al werd aangegeven geeft deze vergelijking met referentiecijfers slechts een eerste, globaal beeld. Om het daadwerkelijke functioneel groeipotentieel, kortweg groeirimte, te kunnen bepalen dient gekeken te worden naar de specifieke factoren die het bestedingenpatroon in Naarden als geheel en Naarden-Vesting beïnvloeden en de toekomstverwachtingen daaromtrent. Daarbij zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd (welke hun basis vinden in de in hoofdstuk 3 beschreven trends en ontwikkelingen):

- De bevolkingsomvang in Naarden als geheel en Naarden-Vesting blijft min of meer gelijk tot 2020.
- De inwoners van de regio het Gooi blijven vooral binnen de regio voor het doen van de dagelijkse boodschappen, de koopkrachtbinding is er dan ook gemiddeld erg hoog (97%)<sup>27</sup>. Algemene trends laten zien dat met name in de dagelijkse sector de buurtgebondenheid de komende jaren verder versterkt. Aan de andere kant ziet men ook een kleine afvloeiing naar trafficlocaties en discountcentra. Beide trends tegen elkaar afwegende blijft in Naarden als geheel de koopkrachtbinding van de lokale bevolking gelijk aan het gemiddelde in het Gooi (namelijk 97%). Vanwege het reeds beperkte aanbod van de dagelijkse sector in Naarden-Vesting is er vanuit gegaan dat de koopkrachtbinding van de lokale bevolking hier iets lager ligt dan gemiddeld in het Gooi (namelijk 87% in plaats van 97%).
- Door nieuwe woningbouw in de regio blijft de toevloeiing uit de regio minimaal op het huidige niveau. Naarden als geheel en Naarden – Vesting kennen een gemiddelde aantrekkingskracht (in tegenstelling tot bijvoorbeeld Bussum), de toevloeiing uit de regio kan dan gelijk gesteld worden aan het gemiddelde in het Gooi (namelijk 5%)<sup>28</sup>. De toevloeiing uit de regio zal de komende jaren naar verwachting gelijk blijven als gevolg van het eerder genoemde evenwicht tussen een versterkte buurtgebondenheid in de dagelijkse sector, maar een toename van aankopen op trafficlocaties en discountcentra.
- De toevloeiing uit toerisme is in de dagelijkse sector over het algemeen beperkt (5%). Naarden als geheel en Naarden-Vesting hebben een sterke recreatieve en toeristische functie. Met het oog op de doorzettende trend van vrije-tijdbesteding buiten de deur en aandacht voor cultuurhistorie en er vanuit gaande dat recreanten en toeristen ook beperkte aankopen doen in de dagelijkse sector (een broodje bij de bakker, een drankje bij de supermarkt of zonnebrand bij de drogist) mag verwacht worden dat de toevloeiing uit toerisme in Naarden als geheel en Naarden-Vesting de komende jaren beperkt stijgt. De toevloeiing is daarom in 2015 en 2020 in zowel Naarden als geheel als Naarden-Vesting ingeschat op 10%.

<sup>27</sup> Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2004 (Provincie Utrecht en Provincie Zuid-Holland, 2004).

<sup>28</sup> Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2004 (Provincie Utrecht en Provincie Zuid-Holland, 2004).

## Naarden als geheel

Tabel 4.4 Berekening groeiruumte dagelijkse sector Naarden al geheel

Naarden als geheel	2007	2015	2020
<b>Bestedingen</b>	<i>dagelijks</i>	<i>dagelijks</i>	<i>dagelijks</i>
1 Inwoners	17.090	16.908	17.092
2 Besteding per hoofd	€ 2.481	€ 2.481	€ 2.481
3 Bestedingspotentieel	€ 42.400.290	€ 41.948.748	€ 42.405.252
4 Koopkrachtbinding	97%	97%	97%
5 Bestedingen	€ 41.128.281	€ 40.690.286	€ 41.133.094
6 Toevloeiing regio	5%	5%	5%
7 Toevloeiing toerisme	5%	10%	10%
8 Totaal bestedingen	€ 45.241.109	€ 46.793.828	€ 47.303.059
<b>Distributieve marktruimte</b>	<i>dagelijks</i>	<i>dagelijks</i>	<i>dagelijks</i>
9 A - aanwezige wvo [m <sup>2</sup> ]	4.685	4.685	4.685
10 Vloerproductiviteit (omzet/m <sup>2</sup> wvo)	€ 6.622	€ 6.622	€ 6.622
11 D - distributieve ruimte [m <sup>2</sup> ]	6832	7066	7143
12 Groeiruumte (saldo D-A) [m <sup>2</sup> ]	2147	2381	2458
13 <b>Groeiruumte %</b>	<b>31%</b>	<b>34%</b>	<b>34%</b>

Uitleg terminologie en cijfers berekening groeiruumte:

**Ad.1** Ontwikkeling van inwonersaantal is gebaseerd op cijfers uit (voor 2007) CBS, Statline, Bevolking burgerlijke staat, geslacht, leeftijd en regio, 1 januari 2008 en (voor de overige jaren) ABF Research – Primos Prognose 2007 (zie paragraaf 3.4)

**Ad.2** 'Besteding per hoofd' is gebaseerd op landelijke cijfers van het Hoofd Bedrijfschap Detailhandel over 2007 (bron: [www.hbd.nl](http://www.hbd.nl) - zie onder Toonbankbestedingen); waarbij in DPO's als rekenregel geldt dat als de afwijking van het gemiddeld besteedbaar inkomen (zie tabel 3.1) in een onderzoekskern groter is dan 5% de hoogte van de bestedingen gecorrigeerd worden. Van elke procent meer inkomen zal een kwart besteed worden in de dagelijkse sector en de helft in de niet-dagelijkse sector. In dit DPO is de besteding per hoofd naar de toekomst toe gelijk gehouden. Dit is een ietwat conservatieve veronderstelling: de afgelopen jaren heeft er immers altijd in meer of minder mate groei plaatsgevonden. De verwachte groei is echter moeilijk in te schatten, vanwege afhankelijkheid van onder meer prijsontwikkelingen en inflatie.

**Ad.3** Bestedingspotentieel = aantal inwoners x besteding per hoofd.

**Ad.4** Koopkrachtbinding = percentage van inwoners van de onderzoekskern dat binnen de onderzoekskern aankopen doet in de betreffende branche (aannee, zie paragraaf 4.3 onder 'Uitgangspunten').

**Ad.5.** Bestedingen = bestedingspotentieel x koopkrachtbinding.

**Ad. 6.** Toevloeiing regio = consumenten van elders uit de regio die binnen de onderzoekskern aankopen doen in de betreffende branche; als percentage bovenop bestedingen door lokale inwoners. Gebaseerd op cijfers voor het Gooi als geheel uit Koopstromenonderzoek Randstad 2004 (zie paragraaf 4.3 onder 'Uitgangspunten').

**Ad. 7.** Toevloeiing toerisme = toeristen die binnen de onderzoekskern aankopen doen in de betreffende branche; als percentage bovenop bestedingen door lokale inwoners. Gebaseerd op cijfers voor het Gooi als geheel uit Koopstromenonderzoek Randstad 2004 (zie paragraaf 4.3 onder 'Uitgangspunten').

**Ad. 8.** Totale bestedingen = bestedingen + percentage toevloeiing uit regio en toerisme.

**Ad. 9.** Aanwezige wvo is gebaseerd op de aantallen zoals naar voren gekomen in de inventarisatiefase (zie paragraaf 4.2).

**Ad.10.** Landelijke gemiddelde cijfers per branche zoals berekend door het Hoofd Bedrijfschap Detailhandel over 2007 (bron: [www.hbd.nl](http://www.hbd.nl) - zie onder Detailhandel (de sector): Omzet per jaar + Omzet kengetallen). Dit is een ietwat conservatieve veronderstelling: de afgelopen jaren heeft er immers altijd in meer of minder mate groei plaatsgevonden. De verwachte groei is echter moeilijk in te schatten, vanwege afhankelijkheid van onder meer prijsontwikkelingen en inflatie.

**Ad. 11.** Distributieve ruimte = totale bestedingen/omzet per m<sup>2</sup> wvo.

**Ad.12.** Verschil tussen huidige wvo en distributieve ruimte dat wil zeggen ruimte die gezien inwoneraantal en koopkrachttoe- en afvloeiing in principe mogelijk is.

**Ad.13** Percentage dat huidig wvo verschilt van distributieve ruimte; waar het huidig wvo de distributieve ruimte overschrijdt, is

Uit de berekening blijkt dat met name in Naarden als geheel ruimte is voor uitbreiding van het totaal wvo in de dagelijkse sector. De groeirimte bedraagt 2.147 tot 2.485 m<sup>2</sup> (een groei van 31 tot 34%). Er vindt als het ware 'onderbewinkeling' plaats, dat wil zeggen dat er minder winkelruimte aanwezig is dan gebaseerd op de totale bestedingen en (gemiddelde) omzet verwacht zou mogen worden. Zelfs wanneer de bestaande leegstand<sup>29</sup> van iets minder dan 250 m<sup>2</sup> in zijn geheel ingenomen zou worden door detailhandel in de dagelijkse sector zou nog steeds een situatie van onderbewinkeling bestaan.

In paragraaf 4.2 bleek echter al dat in Naarden als geheel de branche 'Levensmiddelen' geen ruimte meer is voor nieuwvestiging en met name gedacht zou moeten worden aan uitbreiding van de bestaande verkooppunten. Er zijn immers al vijf supermarkten (in verschillende marktsegmenten) en daarnaast is de ambachtelijke detailhandel (slagers, bakkers etc.) ook goed vertegenwoordigd. Ook in het nabijgelegen Bussum is het aantal verkooppunten in de dagelijkse sector al hoger dan gemiddeld (10 reguliere en 4 minisupermarkten - aangevuld met een uitgebreid aanbod in de ambachtelijke detailhandel).

Uitbreiding van bestaande vestigingen heeft gezien het bovenstaande de voorkeur. Bij uitbreiding van bestaande vestigingen in de dagelijkse sector, in het bijzonder als het supermarkten betreft, dient echter nadrukkelijk aangesloten te worden bij het provinciale en regionale detailhandelsbeleid<sup>30</sup>. In dit beleid worden de mogelijkheden voor grootschalige supermarkten verbonden aan bepaalde randvoorwaarden. De provincie ziet vooral mogelijkheden voor vestiging van (mega)supermarkten bij nieuwe grootschalige woonwijken (zoals vinexlocaties) met een omvangrijk verzorgingsgebied. Grootschalige of megasupermarkten zijn te definiëren als supermarkten van ca. 3.500 m<sup>2</sup> of groter. De huidige supermarkten in Naarden als geheel en Bussum, zelfs die met uitbreidingsplannen, blijven hier echter ver onder. Belangrijk uitgangspunt van het provinciale en regionale beleid is verder dat geen (mega)supermarkten op bedrijventerreinen worden toegestaan. Dit leidt volgens de provincie en regio tot oneerlijke concurrentie met de huidige detailhandelsvestigingen in het stedelijk gebied. Ook het economisch beleid van de gemeente Naarden is gericht op het behoud van de bedrijfsfunctie van de bedrijventerreinen. Dit uitgangspunt is verwerkt in het nieuwe gemeentelijke bestemmingsplan bedrijventerreinen.

---

<sup>29</sup> De leegstand bedraagt in totaal iets minder dan 250m<sup>2</sup> wvo en bestaat uit drie kleinere panden verspreid over de kern. Deze panden zouden zowel voor de dagelijkse als niet-dagelijkse sector gebruikt kunnen worden. Vergeleken met de Nederlandse en Noord-Hollandse gemiddelden van een leegstandspercentage van het aantal verkooppunten van 8 tot 9% (Bron: Locatus Retailhandboek 2007), is de leegstand in Naarden als geheel met 3% leegstand van het aantal verkooppunten (zeer) beperkt te noemen.

<sup>30</sup> Bronnen: Retailstructuurvisie Gooi en Eemland (Ecorys, 2006), de Provinciale detailhandels- en leisurevisie (Provincie Noord-Holland, concept 2008) en Balans in Ontwikkeling, een economische beleidsvisie voor de gemeente Naarden met speciale aandacht voor de toeristische sector (Ecorys, 2007).

In het provinciale en regionale detailhandelsbeleid wordt tevens nadrukkelijk genoemd dat bij eventuele uitstroom van detailhandelsvestigingen naar grootschalige locaties de bewaking van de vitaliteit van kleine kernen en het behoud van aanbod in binnensteden voorop dient te blijven staan. Een gezonde detailhandelstructuur draagt immers in grote mate bij aan leefbaarheid van dorpen en steden.

Het is dus de uitdaging de groeirimte zodanig in te zetten dat de detailhandelstructuur in omvang en kwaliteit versterkt wordt. Daarbij kan ervoor gekozen worden om niet alleen voor de lokale, maar ook voor de regionale bevolking als gemakscentrum in de dagelijkse sector te dienen. Er zou dan sprake zijn van een zogenaamd 'boodschappencentrum'. Gezien het reeds aanwezige aanbod van dit soort boodschappencentra in de regio (vooral Hilversum en Bussum) verdient het geen aanbeveling om ook in Naarden als geheel actief in te zetten op het imago van 'boodschappencentrum'. Het heeft de voorkeur Naarden als geheel te zien als lokaal verzorgend gemakscentrum. Door aan te sluiten bij de volgende uitgangspunten zoals genoemd in het provinciale en regionale detailhandelsbeleid kan in ieder geval voor de lokale bevolking een duurzame detailhandelsstructuur (continue koopstromen en voorkomen leegstand) gecreëerd worden:

- Zorgen voor een goede ruimtelijke spreiding van voorzieningen op wijk- en buurtniveau en een goede bereikbaarheid.
- Waarborgen compactheid, veiligheid en uitstraling van de wijk- en buurtcentra.
- Het aanbieden van een zo volledig mogelijk pakket dat voldoet aan de wensen van de consument (zo zijn er vergeleken met referentiekernen nog voldoende mogelijkheden voor nieuwvestiging en uitbreiding in de branche 'Persoonlijke verzorging).
- mogelijkheden bieden voor toekomstige distributieve ruimte (bijvoorbeeld door direct of indirect ruimte te bestemmen in een bestemmingsplan) en ruimte bieden voor dynamiek en innovatieve ontwikkelingen in de retailmarkt.

## Naarden-Vesting

**Tabel 4.5** Berekening groeiruumte dagelijkse sector Naarden-Vesting

Naarden Vesting		2007	2015	2020
Bestedingen		<i>dagelijks</i>	<i>dagelijks</i>	<i>dagelijks</i>
1	Inwoners	1.530	1.530	1.530
2	Besteding per hoofd	€ 2.481	€ 2.481	€ 2.481
3	Bestedingspotentieel	€ 3.795.930	€ 3.795.930	€ 3.795.930
4	Koopkrachtbinding	87%	87%	87%
5	Bestedingen	€ 3.302.459	€ 3.302.459	€ 3.302.459
6	Toevloeiing regio	5%	5%	5%
7	Toevloeiing toerisme	5%	10%	10%
8	Totaal bestedingen	€ 3.632.705	€ 3.797.828	€ 3.797.828
Distributieve marktruimte		<i>dagelijks</i>	<i>dagelijks</i>	<i>dagelijks</i>
9	A - aanwezige wvo [m <sup>2</sup> ]	464	464	464
10	Vloerproductiviteit (omzet / m <sup>2</sup> wvo)	€ 6.622	€ 6.622	€ 6.622
11	D - distributieve ruimte [m <sup>2</sup> ]	549	574	574
12	Groeiruimte (saldo D-A) [m <sup>2</sup> ]	85	110	110
13	<b>Groeiruimte %</b>	<b>15%</b>	<b>19%</b>	<b>19%</b>

**Zie voor uitleg kader onder tabel 4.4**

Uit de berekening blijkt dat ook in Naarden-Vesting ruimte is voor uitbreiding van het totaal wvo in de dagelijkse sector. De groeiruumte bedraagt 85 tot 110 m<sup>2</sup> (een groei van zo'n 15 tot 19%). Er vindt als het ware 'onderbewinkeling' plaats, dat wil zeggen dat er minder winkelruimte aanwezig is dan gebaseerd op de totale bestedingen en (gemiddelde) omzet verwacht zou mogen worden.

Overigens kan er een ietwat vertekend beeld ontstaan over het verzorgingsniveau in de kern. In de berekening van de groeiruumte is immers geen rekening gehouden met de weekmarkt die elke zaterdag op het A. Dortsmanplein/Promersplein in de vesting plaatsvindt en waar een groot aantal consumenten (zowel uit Naarden-Vesting als Naarden als geheel) naartoe komt die de weekmarkt gebruikt om in hun behoefte aan dagelijkse boodschappen te voorzien.

In paragraaf 4.2 bleek echter ook al dat de groeiruumte niet zozeer zit in het aantal verkooppunten, maar meer in de omvang van de verkooppunten. Dit geldt zowel voor 'Levensmiddelen' als 'Persoonlijke verzorging'. De gemiddelde kleine omvang van de winkels heeft echter vooral te maken met het feit dat de huidige winkels in Naarden-Vesting in kleine, historische panden gevestigd zijn. Als fysieke uitbreiding überhaupt al mogelijk is, zou het nog maar zeer de vraag moeten zijn of dit wenselijk is. Juist het kleinschalige karakter en de fijnkorreligheid van de winkelstructuur versterken de identiteit van de vesting. De mogelijkheid bestaat dat wanneer ingezet wordt op het behoud van de kleinschaligheid bepaalde ondernemers zullen besluiten Naarden-Vesting te verlaten om elders een ruimere winkel te betrekken. Wanneer dit daadwerkelijk gebeurt, kan de positie van de ondernemers in Naarden-Vesting verzwakken.



Zoals reeds eerder vermeldt is een van de belangrijkste doelstellingen van zowel het provinciale als het regionale detailhandelsbeleid<sup>31</sup> om dit te voorkomen en er alles aan te doen om de vitaliteit van kleine kernen te beschermen en het behoud van aanbod in binnensteden voorop te blijven stellen. Daarbij is het ook van belang een actieve acquisitie te plegen op die ondernemers voor wie een locatie in de vesting juist belangrijke voordelen oplevert. Daarbij dient vooral gedacht te worden aan ondernemers in de dagelijkse sector die zich richten op het wat exclusievere marktsegment enerzijds en de toerist en recreant anderzijds. Het gaat erom productgroepen aan te bieden die exclusief (niet of slechts heel beperkt aangeboden in supermarkten) en/of duurzaam zijn en tevens als cadeau kunnen dienen.

#### 4.4 Samenvattende conclusie

In de onderstaande tabel zijn de belangrijkste conclusies ten aanzien van de groeiruinimte in de dagelijkse sector in Naarden als geheel en Naarden-Vesting samengevat.

**Tabel 4.6** Concluderende tabel groeiruinimte per onderzoekskern

	Karakteriseri ng	Groeiruinimte tot 2020		Uitgangspunten groei
		Absoluut	Relatie f	
Naarden als geheel	Onder- bewinkeling	2.147 tot 2.485 m <sup>2</sup>	31 tot 34%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Versterken functie als gemakscentrum met lokale afzetmarkt</li> <li>• Voorzieningen goed gesitueerd (goede verspreiding over de kern) en bereikbaar</li> <li>• Compactheid, veiligheid en uitstraling verdienen de aandacht ter waarborging koopstroom en voorkoming van leegstand</li> <li>• Complementering huidig aanbod door nieuwvestiging en uitbreiding ambachtelijke detailhandel</li> <li>• Geen nieuwvestiging supermarkt en geen megasupermarkt (3.500m<sup>2</sup> of meer), maar wel beperkte uitbreiding bestaande supermarkten, waarbij afstemming tussen welke uitbreiding en waar</li> <li>• Uitbreiding en nieuwvestiging 'Persoonlijke verzorging'</li> </ul>
Naarden-Vesting	Beperkte onderbe- winkeling	85 tot 110 m <sup>2</sup>	15 tot 19%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kleinschalige detailhandelvevestigingen passend bij de schaal en uitstraling van de vesting</li> <li>• Detailhandel gericht op exclusiever marktsegment (duurzaam)</li> <li>• Detailhandel gericht op toerist en recreant (souvenir-, cadeaufunctie)</li> </ul>

<sup>31</sup> 'Retailstructuurvisie Gooi en Eemland' (Ecorys, 2006), de Provinciale detailhandels- en leisurevisie (Provincie Noord-Holland, concept 2008) en 'Balans in Ontwikkeling, een economische beleidsvisie voor de gemeente Naarden met speciale aandacht voor de toeristische sector' (Ecorys, 2007).

## Hoofdstuk 5

# Niet-dagelijkse sector: Inventarisatie, vergelijking en berekening groeiruumte

### 5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staat de niet-dagelijkse sector van de detailhandel centraal. In paragraaf 5.2 worden de resultaten van de inventarisatie en de vergelijking met referentiecijfers besproken. Daarbij wordt eerst ingegaan op de niet-dagelijkse sector in het geheel en wordt vervolgens een onderscheid gemaakt in de verschillende branchegroepen. In paragraaf 5.3 wordt beschreven in welke mate er in de niet-dagelijkse sector nog sprake is van groeiruumte en hoe deze het best geïnterpreteerd kan worden. Paragraaf 5.4 bevat tot slot een samenvattende tabel met de belangrijkste conclusies.

### 5.2 Inventarisatie en vergelijking

#### *Niet-dagelijkse sector - totaal*

Tabel 5.1 bevat het totaal aantal m<sup>2</sup> wvo, het totaal aantal verkooppunten en het gemiddeld winkelloppervlak per verkooppunt in de niet-dagelijkse sector zoals geïnventariseerd in Naarden-Vesting en Naarden als geheel (zie voor een uitgebreider overzicht bijlage 3). Bussum en Naarden zijn in de niet-dagelijkse sector wat betreft lokale koopstromen veel minder nauw verbonden dan in de dagelijkse sector. Bij de niet-dagelijkse sector wordt daarom niet specifiek op Bussum ingegaan.

**Tabel 5.1** Inventarisatie en vergelijking niet-dagelijkse sector

Niet-dagelijks	Winkelvloeroppervlak			Aantal verkooppunten			Gemiddeld winkelloppervlak verkooppunt		
	Onderzoeks kern	Referentie kernen	Vershil %	Onderzoeks kern	Referentie kernen	Vershil %	Onderzoeks kern	Referentie kernen	Vershil %
Naarden	29.441	24.285	+21%	71	86,0	-17%	414,7	282,4	+47%
Naarden-Vesting	4.657	1.876	+148%	40	11,7	+242%	116	160,3	-28%

Vergeleken met referentiekernen is sprake van onderbewinkeling (in principe wel uitbreidingsruimte)

Vergeleken met referentiekernen is sprake van overbewinkeling (in principe geen uitbreidingsruimte)

Uit een vergelijking met de referentiecijfers blijkt het volgende:

- In Naarden als geheel zijn wat minder verkooppunten dan gemiddeld aanwezig. Deze verkooppunten in de dagelijkse sector zijn echter wel een stuk groter dan gemiddeld in referentiegemeenten. Dit heeft een doorwerking in het totaal wvo, dat ook een stuk boven het landelijke gemiddelde ligt in de kernen van vergelijkbare grootte. Ditzelfde beeld ontstaat wanneer een vergelijking wordt gemaakt met andere vestingssteden (zie bijlage 4), wat betreft wvok ligt Naarden als geheel 45% boven het gemiddelde, wat betreft aantal verkooppunten ligt

Naarden als geheel 13% onder het gemiddelde en wat betreft gemiddeld wvo per verkooppunt ligt Naarden als geheel 67% boven het gemiddelde.

- In Naarden-Vesting zijn juist veel meer verkooppunten aanwezig dan gemiddeld in kleine kernverzorgende centra, maar deze verkooppunten zijn gemiddeld een stuk kleiner. Dit gemiddeld kleinere wvo zwakt daarmee het effect van het grote aantal verkooppunten iets af, maar het totale wvo blijft in de niet-dagelijkse sector een stuk hoger dan gemiddeld.

Uit het bovenstaande zou (puur op basis van cijfers) afgeleid kunnen worden dat in Naarden-Vesting geen mogelijkheden bestaan voor nieuwvestiging en uitbreiding van bestaande vestigingen alleen beperkt kan plaatsvinden onder voorwaarde dat bestaande vestigingen samengaan ofwel komen te verdwijnen. In Naarden als geheel zou nieuwvestiging juist wel mogelijk moeten zijn, maar dan onder voorwaarde dat bestaande vestigingen opsplitsen of een deel van hun winkelruimte afstaan.

***Samenvatting vergelijking niet-dagelijkse sector***

Puur op basis van een vergelijking met referentiecijfers kan gezegd worden dat:

- In Naarden als geheel nieuwvestiging mogelijk is, maar onder voorwaarde dat bestaande vestigingen opsplitsen of een deel van hun winkelruimte afstaan.
- In Naarden-Vesting bestaan geen mogelijkheden voor nieuwvestiging; uitbreiding van bestaande vestigingen is beperkt mogelijk onder voorwaarde dat bestaande vestigingen samengaan ofwel komen te verdwijnen.


***Niet-dagelijkse sector – per branchegroep***


In tabel 5.2 is een onderscheid gemaakt in de branchegroepen Warenhuizen, Mode en Luxe, Vrije tijd, In en om het huis en Detailhandel overig. Door dit onderscheid kan een uitspraak gedaan over de mogelijke groeiruimte per branchegroep.

**Tabel 5.2** Inventarisatie en vergelijking onderverdeeld naar branchegroepen

Naarden	Winkelvloeroppervlak			Aantal verkooppunten			Gemiddeld winkeloppervlak verkooppunt		
	Onderzoeks kern	Referentie kernen	Vershil %	Onderzoeks kern	Referentie kernen	Vershil %	Onderzoeks kern	Referentie kernen	Vershil %
Warenhuizen	0	661	-100%	0	0,7	-100%	0	944,3	-100%
Mode en luxe	1.335	4.985	-73%	23	34,6	-34%	58,0	144,1	-60%
Vrije tijd	594	1.742	-66%	6	10,9	-45%	99	159,8	-38%
In en om het huis	24.087	16.053	+50%	40	35,3	+13%	602,2	454,8	+32%
Detailh Overig	3.425	845	+305%	2	4,6	-57%	1.712,5	183,7	+832%

Naarden-Vesting	Winkelvloeroppervlak			Aantal verkooppunten			Gemiddeld winkeloppervlak verkooppunt		
	Onderzoeks kern	Referentie kernen	Vershil %	Onderzoeks kern	Referentie kernen	Vershil %	Onderzoeks kern	Referentie kernen	Vershil %
Warenhuizen	0	17	-100%	0	0,0	0	0	0	0
Mode en luxe	1.072	687	+56%	20	5,0	+300%	53,6	137,4	-61%
Vrije tijd	165	173	-5%	3	1,5	+100%	55,0	115,3	-52%
In en om het huis	3.395	948	+258%	16	4,7	+240%	212,2	201,7	+5%
Detailh Overig	25	51	-51%	1	0,4	+150%	25	127,5	-80%

 Vergeleken met referentiekernen is sprake van onderbewinkeling (in principe wel uitbreidingsruimte)

 Vergeleken met referentiekernen is sprake van overbewinkeling (in principe geen uitbreidingsruimte)

Uit een vergelijking met de referentiecijfers blijkt het volgende:

- In Naarden als geheel is alleen de branchegroep 'In en om het huis' zowel wat betreft aantal verkooppunten als wvo per verkooppunt oververtegenwoordigd. Dit heeft vooral te maken met de sterke concentratie in Naarden-Vesting bij het Arsenal. De overige branchegroepen zijn wat betreft aantal verkooppunten en totaal wvo ondervertegenwoordigd of in het geheel niet aanwezig (zoals de branchegroep 'Warenhuizen'). Zelfs de oververtegenwoordiging in Naarden-Vesting in de branchegroep 'Mode en Luxe' wordt op de schaal van de gemeente als geheel teniet gedaan. Opvallend is het grote gemiddeld oppervlak per verkooppunt in de branchegroep 'Detailhandel overig'. Dit wordt veroorzaakt door een zeer grote vestiging in deze branche op het bedrijventerrein te Naarden. Het betreft de regionale kringloopwinkel aan de Amsterdamsestraatweg. Wanneer deze vestiging buiten beschouwing wordt gelaten ontstaat een heel ander beeld, waarbij zowel ruimte is voor uitbreiding als nieuwvestiging.
- Opvallend is tevens de afwezigheid van warenhuizen. Warenhuizen zijn vaak onderdeel van een landelijke formule, welke ofwel grootschalig van omvang zijn

en slechts in een beperkt aantal grote centra gevestigd zijn, ofwel kleinschaliger van omvang zijn en meer in hoofdwinkelcentra gevestigd zijn waar een breed publiek, met name op zoek naar het goedkope of middensegment op af komt.

- In Naarden-Vesting zijn wat betreft het aantal verkooppunten vooral de branchegroepen 'Mode en Luxe' en 'In en om het huis' oververtegenwoordigd. Doordat de verkooppunten in 'Mode en Luxe' echter gemiddeld kleiner zijn, is het totaal aantal wvo lager dan gemiddeld in kleine kernverzorgende centra. De verkooppunten in de branchegroep 'In en om het huis' zijn echter wel groter, waardoor het totaal wvo ook hoger is dan gemiddeld in kleine kernverzorgende centra. In de overige branchegroepen is sprake van een gelijk tot iets hoger aantal verkooppunten. In deze branchegroepen zijn de verkooppunten echter gemiddeld kleiner, waardoor het totaal wvo lager is dan gemiddeld in kleine kernverzorgende centra.

Uit het bovenstaande zou (puur op basis van cijfers) afgeleid kunnen worden dat in Naarden als geheel geen mogelijkheden bestaan voor nieuwvestiging en uitbreiding van bestaande vestigingen in de branchegroep 'In en om het huis'. In de branchegroep 'Detailhandel overig' bestaan daarnaast wel mogelijkheden voor nieuwvestiging, maar onder de voorwaarde dat de bestaande vestigingen dan verdwijnen of een deel van hun winkelruimte afstaan, immers het totaal wvo is er al zeer groot. In de overige branchegroepen zijn nieuwvestiging en/of uitbreiding van bestaande vestigingen wel mogelijk. In Naarden-Vesting bestaan geen mogelijkheden voor nieuwvestiging en uitbreiding van bestaande vestigingen in de branchegroep 'In en om het huis'. In de branchegroep 'Mode en Luxe' is ook geen nieuwvestiging mogelijk, maar bestaan wel mogelijkheden voor bestaande vestigingen om uit te breiden. In de overige branchegroepen is wel ruimte voor nieuwvestiging en/of uitbreiding van bestaande vestigingen.

#### **Samenvatting vergelijking niet-dagelijkse sector per branchegroep**

Puur op basis van een vergelijking met referentiecijfers kan gezegd worden dat:

- In Naarden als geheel in de branchegroep 'In en om het huis' geen mogelijkheden bestaan voor nieuwvestiging en uitbreiding van bestaande vestigingen en geen mogelijkheden voor uitbreiding van bestaande vestigingen, maar wel nieuwvestiging in de branchegroep 'Detailhandel Overig'. In de overige branchegroepen is nieuwvestiging en/of uitbreiding van bestaande vestigingen wel mogelijk.
- In Naarden-Vesting geen mogelijkheden bestaan voor nieuwvestiging en uitbreiding van bestaande vestigingen in de branchegroep 'In en om het huis' en geen mogelijkheden voor nieuwvestiging, maar wel voor uitbreiding van bestaande vestigingen in de branchegroep 'Mode & Luxe'. In de overige branchegroepen is nieuwvestiging en/of uitbreiding van bestaande vestigingen mogelijk.

### **5.3 Berekening van en visie op groeimogelijkheden**

#### *Uitgangspunten*

In paragraaf 5.2 bleek (puur op basis van een vergelijking met referentiecijfers) in zowel Naarden als geheel als Naarden-Vesting voor de niet-dagelijkse sector nauwelijks marktruimte te bestaan. In Naarden als geheel is nieuwvestiging mogelijk, maar alleen onder de voorwaarde dat bestaande vestigingen opsplitsen of

een deel van hun winkelruimte afstaan. In Naarden-Vesting bestaan daarentegen alleen mogelijkheden voor uitbreiding van bestaande vestingen, maar alleen onder de voorwaarde dat bestaande vestingen samengaan ofwel komen te verdwijnen.

Zoals in paragraaf 2.5 al werd aangegeven, geeft deze vergelijking met referentiecijfers slechts een eerste, globaal beeld. Om het daadwerkelijke functioneel groeipotentieel, kortweg groeiruimte, te kunnen bepalen dient gekeken te worden naar de specifieke factoren die het bestedingenpatroon in Naarden als geheel en Naarden-Vesting beïnvloeden en de toekomstverwachtingen daaromtrent. Daarbij zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd (welke hun basis vinden in de eerder beschreven trends en ontwikkelingen):

- De bevolkingsomvang in Naarden als geheel en Naarden-Vesting blijft min of meer gelijk tot 2020.
- De aanwezigheid van een groot aantal aantrekkelijke gebieden voor funshoppen in de directe omgeving maakt dat de inwoners van het Gooi in de niet-dagelijkse sector gemiddeld een lagere koopkrachtbinding hebben als in de dagelijkse sector, namelijk 82% in plaats van 97%<sup>32</sup>. Door de doorzettende trends van een versterkte hang naar belevenissen en kwaliteit worden met name in de niet-dagelijkse sector mensen steeds minder gebonden aan de directe omgeving. Men is mobieler dan voorheen en afstand doet er daardoor steeds minder toe als ergens iets te beleven valt of kwaliteit te behalen is. De verwachting is dan ook dat zowel in Naarden als geheel als Naarden-Vesting de koopkrachtbinding van de lokale bevolking iets zal afnemen van 82% tot 77%.
- Door nieuwe woningbouw in de regio blijft de toevloeiing uit de regio minimaal op het huidige niveau. Naarden als geheel kent een gemiddelde aantrekkingskracht in de regio (Hilversum en Laren trekken gemiddeld meer bezoekers).
- De toevloeiing uit de regio kan dan ook gelijk gesteld worden aan het gemiddelde in het Gooi (namelijk 25%<sup>33</sup>). De toevloeiing uit de regio zal de komende jaren naar verwachting echter licht stijgen door de nog zwakkere buurtgebondenheid in de niet-dagelijkse sector. Zoals hierboven al vermeld zal afstand steeds minder belangrijk worden, wanneer het gaat om beleving of kwaliteit. De toevloeiing is daarom in 2015 en 2020 ingeschat op 30%. Naarden-Vesting neemt een bijzondere functie in door de aanwezigheid van een aantal woonwinkels welke een aantrekkingskracht hebben die zelfs de regio overstijgen. Kijkend naar andere centra cq. toeristische kernen in de omgeving, dan is een toevloeiing van 50%<sup>34</sup> uit de regio reëel te noemen. Ook deze zal als gevolg van het toenemende belang van kwaliteit en beleving en afnemend belang van afstand de komende jaren stijgen. De toevloeiing is daarom in 2015 en 2020 ingeschat op 55%.
- De toevloeiing uit toerisme is in Naarden als geheel en Naarden-Vesting hoger dan gemiddeld in de regio. Naarden als geheel en Naarden-Vesting hebben immers een sterke recreatieve en toeristische functie (waarbij Naarden als geheel meeprofiteert van Naarden-Vesting). Met het oog op de doorzettende trend van vrije tijdbesteding buiten de deur en de groeiende omvang van het gebiedsgericht bezoek (waar cultuurhistorische waarden een belangrijke 'trigger'

<sup>32</sup> Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2004 (Provincie Utrecht en Provincie Zuid-Holland, 2004)

<sup>33</sup> Bron: 'Koopstromenonderzoek Randstad 2004' (Provincie Utrecht en Provincie Zuid-Holland, 2004)

<sup>34</sup> Bron: 'Koopstromenonderzoek Randstad 2004' (Provincie Utrecht en Provincie Zuid-Holland, 2004)

vormen) mag verwacht worden dat de toevloeiing uit toerisme in Naarden als geheel en Naarden-Vesting de komende jaren beperkt stijgt. De toevloeiing is daarom in 2015 en 2020 in Naarden als geheel ingeschat op 35% en in Naarden-Vesting op 55%.

*Naarden als geheel***Tabel 5.3** Berekening groeiruumte niet-dagelijkse sector Naarden als geheel

Naarden als geheel		2007	2015	2020
Bestedingen		<i>niet-dagelijks</i>	<i>niet-dagelijks</i>	<i>niet-dagelijks</i>
1	Inwoners	17.090	16.908	17.092
2	Besteding per hoofd	€ 3.228	€ 3.228	€ 3.228
3	Bestedingspotentieel	€ 55.166.520	€ 54.579.024	€ 55.172.976
4	Koopkrachtbinding	82%	77%	77%
5	Bestedingen	€ 45.236.546	€ 42.025.848	€ 42.483.192
6	Toevloeiing regio	25%	30%	30%
7	Toevloeiing toerisme	30%	35%	35%
8	Totaal bestedingen	€ 70.116.647	€ 69.342.650	€ 70.097.266
Distributieve marktruimte		<i>niet dagelijks</i>	<i>niet dagelijks</i>	<i>niet dagelijks</i>
9	A - aanwezige wvo [m <sup>2</sup> ]	29.441	29.441	29.441
10	Vloerproductiviteit (omzet / m <sup>2</sup> wvo)	€ 2.086	€ 2.086	€ 2.086
11	D - distributieve ruimte [m <sup>2</sup> ]	33613	33242	33604
12	Groeiruimte (saldo D-A) [m <sup>2</sup> ]	4172	3801	4163
13	<b>Groeiruimte %</b>	<b>12%</b>	<b>11%</b>	<b>12%</b>

Uitleg terminologie en cijfers berekening groeiruumte:

**Ad.1** Ontwikkeling van inwonersaantal is gebaseerd op cijfers uit (voor 2007) CBS, Statline, Bevolking burgerlijke staat, geslacht, leeftijd en regio, 1 januari 2008 en (voor de overige jaren) ABF Research – Primos Prognose 2007 (zie paragraaf 3.4).

**Ad.2** 'Besteding per hoofd' is gebaseerd op landelijke cijfers van het Hoofd Bedrijfschap Detailhandel over 2007 (bron: [www.hbd.nl](http://www.hbd.nl) - zie onder Toonbankbestedingen); waarbij in DPO's als rekenregel geldt dat als de afwijking van het gemiddeld besteedbaar inkomen (zie tabel 3.1) in een onderzoekskern groter is dan 5% de hoogte van de bestedingen gecorrigeerd worden: van elke procent meer inkomen zal een kwart besteed worden in de dagelijkse sector en de helft in de niet-dagelijkse sector. In dit DPO is de besteding per hoofd naar de toekomst toe gelijk gehouden. Dit is een ietwat conservatieve veronderstelling: de afgelopen jaren heeft er immers altijd in meer of minder mate groei plaatsgevonden. De verwachte groei is echter moeilijk in te schatten, vanwege afhankelijkheid van onder meer prijsontwikkelingen en inflatie.

**Ad.3** Bestedingspotentieel = aantal inwoners x besteding per hoofd.

**Ad.4** Koopkrachtbinding = percentage van inwoners van de onderzoekskern dat binnen de onderzoekskern aankopen doet in de betreffende branche (ingeschat) (zie paragraaf 5.3 onder 'Uitgangspunten').

**Ad.5.** Bestedingen = bestedingspotentieel x koopkrachtbinding.

**Ad. 6.** Toevloeiing regio = consumenten van elders uit de regio die binnen de onderzoekskern aankopen doen in de betreffende branche; als percentage bovenop bestedingen door lokale inwoners. Gebaseerd op cijfers voor het Gooi als geheel uit Koopstromenonderzoek Randstad 2004 (zie paragraaf 5.3 onder 'Uitgangspunten').

**Ad. 7.** Toevloeiing toerisme = toeristen die binnen de onderzoekskern aankopen doen in de betreffende branche; als percentage bovenop bestedingen door lokale inwoners. Gebaseerd op cijfers voor het Gooi als geheel uit Koopstromenonderzoek Randstad 2004 (zie paragraaf 5.3 onder "Uitgangspunten").

**Ad. 8.** Totale bestedingen = bestedingen + percentage toevloeiing uit regio en toerisme.

**Ad. 9.** Aanwezige wvo is gebaseerd op de aantallen zoals naar voren gekomen in de inventarisatiefase (zie paragraaf 5.2)

**Ad.10.** Landelijke gemiddelde cijfers per branche zoals berekend door het Hoofd Bedrijfschap Detailhandel over 2007 (bron: [www.hbd.nl](http://www.hbd.nl) - zie onder Detailhandel (de sector): Omzet per jaar + omzet kengetallen). Dit is een ietwat conservatieve veronderstelling: de afgelopen jaren heeft er immers altijd in meer of minder mate groei plaatsgevonden. De verwachte groei is echter moeilijk in te schatten, vanwege afhankelijkheid van onder meer prijsontwikkelingen en inflatie.

**Ad. 11.** Distributieve ruimte = totale bestedingen/omzet per m<sup>2</sup> wvo.

**Ad.12.** Verschil tussen huidige wvo en distributieve ruimte dat wil zeggen ruimte die gezien inwoneraantal en koopkrachttoe- en afvloeiing in principe mogelijk is.

**Ad.13** Percentage dat huidige wvo verschilt van distributieve ruimte; waar het huidige wvo de distributieve ruimte overschrijdt is sprake van overbewinkeling, waar het huidige wvo onder de distributieve ruimte blijft is sprake van onderbewinkeling.



Voor Naarden als geheel is bij de berekening van de groeirimte op basis van specifieke lokale/regionale uitgangspunten een ander beeld ontstaan dan geschetst in paragraaf 5.2: er is sprake van onderbewinkeling in plaats van overbewinkeling. Zelfs wanneer de bestaande leegstand<sup>35</sup> van iets minder dan 250 m<sup>2</sup> in zijn geheel ingenomen zou worden door detailhandel in de niet-dagelijkse sector zou nog steeds een situatie van onderbewinkeling bestaan.

Uitgaande van de werkelijke lokale/regionale situatie mag verwacht worden dat Naarden als geheel, door de stevige koopkrachtbinding van de lokale bevolking gecombineerd met een regionale en toeristisch-recreatieve aantrekkingskracht, vergeleken met andere kernen in Nederland van vergelijkbare grootte een solide afzetmarkt heeft en als gevolg daarvan een grotere distributieve ruimte kent.

Vergeleken met het beeld zoals geschetst in paragraaf 5.2 mag dan ook een rooskleuriger beeld verwacht worden ten aanzien van nieuwvestiging en uitbreiding. Om een duurzame detailhandelsstructuur te bewerkstelligen en recht te doen aan de eisen zoals neergelegd in het provinciale en regionale beleid<sup>36</sup> om te streven naar een goed woon- en leefklimaat met een daarop afgestemd voorzieningenpakket, is het belangrijk rekening te houden met de precieze reden waarom (zowel lokale als regionale) consumenten in Naarden als geheel inkopen doen. Over het algemeen komen consumenten vooral naar Naarden als geheel voor de zogeheten gemaksaankopen en niet zozeer voor het funshoppen ('winkelen om het winkelen'). Het betreft dan ook een zeer lokale verzorgingsmarkt. Consumenten uit de regio trekken zoals eerder aangegeven vooral naar de nabij gelegen grote steden (Utrecht, Almere, Amersfoort maar vooral Amsterdam) of de regionale middelgrote kernen als Hilversum en Bussum.

Het verdient aanbeveling vooral door te bouwen op de bestaande kracht van Naarden als geheel als gemakscentrum. In aansluiting op het provinciale detailhandelsbeleid is het bij gemakscentra vooral belangrijk te zorgen voor een goede ruimtelijke spreiding van voorzieningen op wijk- en buurtniveau. Juist die detailhandelsvestigingen in de niet-dagelijkse sector zijn gewenst die nauw aansluiten bij de dagelijkse sector en gekenmerkt worden door een hoogfrequente aankoop. Gezien het reeds aanwezige aanbod in de niet-dagelijkse sector kan daarbij vooral gedacht worden aan winkels in huishoudelijke en luxe artikelen, winkels gericht op verkoop van media en andere vrije tijdsartikelen en winkels gericht op verkoop van planten en dieren (-artikelen). Een goede ruimtelijke spreiding en goede bereikbaarheid zijn daarbij van groot belang om de gemaksfunctie optimaal vorm te kunnen geven. Voor een duurzame instandhouding van de wijk- en buurtcentra (om koopstromen te waarborgen en leegstand te

---

<sup>35</sup> De leegstand bedraagt in totaal iets minder dan 250 m<sup>2</sup> vwo en bestaat uit drie kleinere panden verspreid over de kern. Deze panden zouden zowel voor de dagelijkse als niet-dagelijkse sector gebruikt kunnen worden. Vergeleken met de Nederlandse en Noord-Hollandse gemiddelden van een leegstandspercentage van het aantal verkooppunten van 8 tot 9% (Bron: 'Locatus Retailhandboek' 2007), is de leegstand in Naarden als geheel met 3% leegstand van het aantal verkooppunten (zeer) beperkt te noemen.

<sup>36</sup> 'Retailstructuurvisie Gooi en Eemland' (Ecorys, 2006), de 'Provinciale detailhandels- en leisurevisie' (Provincie Noord-Holland, concept 2008) en 'Balans in Ontwikkeling'. Een economische beleidsvisie voor de gemeente Naarden met speciale aandacht voor de toeristische sector (Ecorys, 2007).

voorkomen) zijn compactheid, veiligheid en uitstraling van de wijk- en buurtcentra ook aandachtspunten.

Grootschalige detailhandelsvestigingen (GDV) passen niet zozeer binnen dit beeld: deze vestigingen zouden een groot deel van de nog bestaande groeirimte opslokken en mogelijk de bestaande meer fijnkorrelige en kleinschalige detailhandelstructuur ontwrichten. Dit laatste dient volgens het provinciale en regionale detailhandelsbeleid juist voorkomen te worden. In dit detailhandelsbeleid is bovendien opgenomen dat grootschalige detailhandelsvestigingen in principe niet gewenst zijn in centra van steden en dorpen. De voorkeur van provincie en regio gaat uit naar het concentreren van grootschalige detailhandelsvoorzieningen aan de randen van steden op goed bereikbare locaties per auto en openbaar vervoer. Dit geldt ook voor perifere detailhandelsvestigingen (PDV).

Het economisch beleid van de gemeente Naarden is gericht op het behouden van de bedrijfsfunctie van de bedrijventerreinen. Het bedrijventerrein Quest heeft in zijn geheel een bedrijfsfunctie. Maar op de bedrijventerreinen Gooimeer Noord en Gooimeer Zuid zijn reeds een klein aantal PDV-vestigingen. In het nieuwe bestemmingsplan bedrijventerreinen probeert de gemeente de mogelijkheden voor PDV-detailhandelsvestigingen<sup>37</sup> te concentreren en te beperken. In het ontwerpbestemmingsplan bedrijventerreinen Naarden zijn beperkte mogelijkheden voor (verplaatsingen van) PDV-vestigingen langs de Amsterdamsestraatweg op het bedrijventerrein Gooimeer-Zuid opgenomen. Er zijn geen mogelijkheden voor een GDV-vestiging. In overleg met de bedrijvenvereniging wordt bekeken hoe de rest van de ruimte op de Gooimeer-bedrijventerrein geheel ingericht kan worden voor bedrijfsbestemmingen. Op deze wijze wil de gemeente Naarden de kwaliteit van de bedrijventerreinen goed houden.

---

<sup>37</sup> In het gemeentelijke bestemmingsplan bedrijventerreinen is de perifere detailhandel gedefinieerd als: "Detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen en detailhandel in ABCgoederen (auto's, boten en caravans), tuincentra, bouwmarkten, grove bouwmaterialen, keukens en sanitair alsmede woninginrichting waaronder meubels, die vanwege de omvang en aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig hebben voor de uitstalling (en uit dien hoofde niet binnen de aangewezen winkelconcentratiegebieden gevestigd kunnen worden)"

## Naarden-Vesting

**Tabel 5.4** Berekening groeiruumte niet-dagelijkse sector Naarden-Vesting

Naarden Vesting		2007	2015	2020
Bestedingen		<i>niet-dagelijks</i>	<i>niet-dagelijks</i>	<i>niet-dagelijks</i>
1	inwoners	1.530	1.530	1.530
2	besteding per hoofd	€ 3.228	€ 3.228	€ 3.228
3	bestedingspotentieel	€ 4.938.840	€ 4.938.840	€ 4.938.840
4	koopkrachtbinding	82%	77%	77%
5	bestedingen	€ 4.049.849	€ 3.802.907	€ 3.802.907
6	toevoeiing regio	50%	55%	55%
7	toevoeiing toerisme	50%	55%	55%
8	totaal bestedingen	€ 8.099.698	€ 7.986.104	€ 7.986.104
Distributieve marktruimte		<i>niet dagelijks</i>	<i>niet dagelijks</i>	<i>niet dagelijks</i>
9	A - aanwezige wvo [m <sup>2</sup> ]	4.657	4.657	4.657
10	vloerproductiviteit (omzet / m <sup>2</sup> wvo)	€ 2.086	€ 2.086	€ 2.086
11	D - distributieve ruimte [m2]	3883	3828	3828
12	groeiruimte (saldo D-A) [m2]	-774	-829	-829
13	<b>Groeiruimte %</b>	<b>-20%</b>	<b>-22%</b>	<b>-22%</b>

Zie voor uitleg kader onder tabel .5.3

Uit de berekening van de groeiruumte blijkt dat in de niet-dagelijkse branche in Naarden-Vesting zowel nu als in de toekomst 'overbewinkeling' plaatsvindt. Dit wordt veroorzaakt doordat er meer aanbod van winkelruimte is dan er gebaseerd op de totale bestedingen en (gemiddelde) omzet verwacht zou mogen worden. Het beeld dat al ontstond bij de vergelijking met de referentiecijfers in paragraaf 5.2 wordt hiermee bevestigd. Nieuwvestiging zou uitsluitend kunnen worden toegestaan onder voorwaarde dat bestaande vestigingen opsplitsen of een deel van hun winkelruimte afstaan.

Naarden-Vesting heeft door de aanwezigheid van detailhandel in combinatie met horeca, culturele voorzieningen en evenementen de ingrediënten om gekenmerkt te worden als centrum voor gebiedsgericht bezoek. In het provinciale detailhandelsbeleid<sup>38</sup> wordt ten aanzien van centra voor gebiedsgericht bezoek gestreefd naar behoud en versterking van de regionale verzorgingsfunctie. De belangrijkste vereisten voor een aantrekkelijk centrumgebied voor gebiedsgericht bezoek zoals geformuleerd door de provincie luiden:

- Een op het verzorgingsgebied afgestemd aanbod.
- Voldoende variatie in het aanbod.
- Een goede mix van winkels en niet-winkelvoorzieningen.
- Voldoende levendigheid, bijvoorbeeld door middel van evenementen.
- Goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid.
- Een beperking van de verkeersbelasting van omliggende wijken en buurten.
- Goede circuitvorming en duidelijkheid over 'wat waar is te vinden'.
- Een aantrekkelijke openbare ruimte met een goede sfeer en veiligheid.

<sup>38</sup> Provinciale detailhandels- en leisurevisie (Provincie Noord-Holland, concept 2008)

- Voldoende promotie en het benadrukken van de onderscheidende kwaliteiten. In het door de gemeente Naarden opgestelde plan 'Een levendige en leefbare vesting' wordt hier bij aangesloten.

Uit het bovenstaande blijkt dat detailhandelvoorzieningen en overige voorzieningen zoals horeca, culturele voorzieningen en evenementen meer in elkaars verband dienen worden te gezien om daadwerkelijk in te kunnen spelen op het gebiedsgerichte bezoek. Het bij het gebiedsgerichte bezoek horende ketenbezoek (van 'attractie' naar 'attractie') moet vergemakkelijkt en beter geaccommodeerd worden. Bezoekers van de woonwinkels in het Arsenaal dienen bijvoorbeeld 'uitgenodigd' te worden om tevens een museum te bezoeken, daarna iets te kopen bij de detailhandel in de Marktstraat, om vervolgens bij een van de horeca-gelegenheden neer te strijken voor de lunch of het diner. Een duurzame detailhandelstructuur gaat dus hand in hand met een duurzame toeristisch-recreatieve structuur.

Ten aanzien van detailhandel is het in centra van gebiedsgericht bezoek de uitdaging om die detailhandel in de niet-dagelijkse sector te behouden cq. aan te trekken die aansluit bij de karakteristiek van het betreffende centrum en past binnen het ketenbezoek. In Naarden-Vesting zal in aansluiting hierop de voorkeur vooral uit dienen te gaan naar kleinschalige detailhandel in handen van lokale of zelfstandige ondernemers (dus geen landelijke ketens), waarbij waar mogelijk een relatie bestaat met cultuur, cultuurhistorie en vrije tijd. Kijkend naar het aanwezige aanbod (zie paragraaf 5.2 en Bijlage 3) is er reeds een groot aantal detailhandelverkooppunten aanwezig dat in potentie past binnen het ketenbezoek. Daarbij valt te denken aan de vele antiek- en broccantewinkels, de karakteristieke boek- en wijnhandels en de kleine, meer moderne cadeauwinkels.

De aandacht zal in Naarden-Vesting dan ook niet zozeer uit dienen te gaan naar uitbreiding van het aantal vestigingen in deze sectoren, maar meer naar het behoud en de versterking van de reeds bestaande detailhandel en de relatie met de andere toeristisch-recreatieve voorzieningen in Naarden-Vesting. De aandacht zal daarbij vooral gericht dienen te zijn op het concentreren van deze voorzieningen, opdat niet alleen de bereikbaarheid is gegarandeerd, maar tevens de fysieke en visuele verbinding met andere bezoekerstrekkende functies en evenementen in de vesting gemakkelijker kan worden gemaakt. Het onderbreken van een aaneenschakeling van detailhandel, horeca en andere bezoekerstrekkende functies door dienstverlenende instanties (zoals een bank, makelaar, apotheek of videotheek) kan een negatieve impact hebben op de toeristisch-recreatieve sfeer en kan tot onduidelijkheid leiden in de route ('Houdt het toeristisch-recreatieve gebied hier nu op of loopt het nog door?').

In het plan 'Een levendige en leefbare Vesting' wordt door de gemeente Naarden een eerste aanzet gegeven voor de versterking van de bestaande kwaliteiten en ruimtelijke concentratie. Haar ambitie is op een evenwichtige wijze te komen tot de verdere ontwikkeling van de functies wonen, werken, bezoeken en mobiliteit. Gewerkt wordt aan een optimale spreiding van detailhandel, basisvoorzieningen, horeca en toeristisch-recreatieve functies, zodat die elkaar versterken en de beste economische kansen hebben.

#### 5.4 Samenvattende conclusie

In de onderstaande tabel zijn de belangrijkste conclusies ten aanzien van de groeiruinimte in de niet-dagelijkse sector in Naarden als geheel en Naarden-Vesting samengevat.

**Tabel 5.5** Concluderende tabel groeiruinimte per onderzoekskern

	Karakterisering	Groeiruinimte tot 2020		Uitgangspunten groei
		Absoluut	Relatief	
Naarden als geheel	Onderbewinkeling	3.801 tot 4.172 m <sup>2</sup>	11 tot 12%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Doorbouwen op kracht als gemakscentrum, door voorzieningen goed gesitueerd (goede verspreiding over de kern) en goede bereikbaarheid.</li> <li>• Branches die nauw aansluiten op de dagelijkse sector en gekenmerkt door hoogfrequente aankoop, zoals huishoudelijke en luxe, media en andere vrije tijd, plant en dier.</li> <li>• Compactheid, veiligheid en uitstraling verdienen de aandacht ter waarborging koopstroom en voorkoming van leegstand.</li> <li>• Geen uitbreidingsruimte GDV op bedrijventerreinen en zeer beperkt voor PDV</li> </ul>
	Overbewinkeling	0 m <sup>2</sup> (of een afname van 774 tot 829 m <sup>2</sup> )	0 (of afname tot 20%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geen uitbreiding of nieuwvestiging, maar behoud en versterking huidig aanbod door beter inspelen gebiedsgericht bezoek (winkels gericht op cultuur, cultuurhistorie, vrije tijd en toerisme).</li> <li>• Waarborgen kleinschalige detailhandelvestigingen passend bij de schaal en uitstraling van de vesting.</li> <li>• Waarborgen lokale en zelfstandige ondernemer.</li> </ul>
Naarden-Vesting				

## **Bijlage 1**

### **Bronnenlijst**

- ABF Research – Primos Prognose 2007
- Binnenlands Bestuur, april 2008, week 14, jaargang 29
- CBS, Bevolkingstrends, eerste kwartaal 2008
- CBS, Conjunctuurbericht, 3 juni 2008
- CBS, De Digitale Economie 2007
- CBS, ICT gebruik van personen naar persoonskenmerken, 2007
- CBS, Statline, Bevolking burgerlijke staat, geslacht, leeftijd en regio, 1 januari 2008
- CBS StatLine, Gemiddeld inkomen van bevolking met een 52 weken inkomen 2004, april 2007
- CBS Webmagazine, 25 juni 2008
- Ecorys (2006), Retailstructuurvisie Gooi en Eemland
- Ecorys (2007), Balans in ontwikkeling, een economische beleidsvisie voor de Gemeente Naarden met speciale aandacht voor de toeristische sector;
- Gemeente Amsterdam (2007), Metropoolregio in Beeld
- Gemeente Naarden (2008), Lokale Woonvisie Gemeente Naarden 2008-2020;
- Gewest Gooi en Vechtstreek (2005), Regiokaart 2015; overzicht van vastgesteld ruimtelijk beleid van de negen gemeenten van de regio Gooi en Vechtstreek
- Gewest Gooi en Vechtstreek (2007), Regionale Woonvisie
- Hoofd Bedrijfschap Detailhandel, Detailhandel (de sector), Omzet per jaar + Omzet kengetallen, [www.hbd.nl](http://www.hbd.nl);
- Hoofd Bedrijfschap Detailhandel, Online bestedingen totaal, [www.hbd.nl](http://www.hbd.nl)
- Hoofd bedrijfschap Detailhandel, Toonbankbestedingen, [www.hbd.nl](http://www.hbd.nl);
- Hoofd Bedrijfschap Detailhandel, Webwinkels, [www.hbd.nl](http://www.hbd.nl);
- Locatus (2007/2008), Retailhandboek 2007
- NV Utrecht (2006), Ontwikkelingsvisie NV Utrecht 2015-2030
- Provincie Noord-Holland (2008), Bouwsteen Provinciale detailhandels- en leisurevisie (concept)
- Provincie Noord-Holland (2008), Provinciale detailhandels- en leisurevisie (concept)
- Provincie Utrecht en provincie Zuid-Holland et.al. (2004), Koopstromenonderzoek Randstad 2004 (2004), Provincie Utrecht en Provincie Zuid-Holland;
- Rabobank Cijfers & Trends, Algemene levensmiddelen, 32e jaargang, maart 2008;
- Rabobank Cijfers & Trends, Detailhandel Food, 32e jaargang, maart 2008;
- Rabobank Cijfers & Trends, Detailhandel Non-Food, 32e jaargang, maart 2008.
- VVV Naarden (2007), Kerngegevens informatieverstrekking

## Bijlage 2

### Branchering Locatus Retailhandboek

<b>Levensmiddelen</b>	<b>Mode &amp; Luxe</b>
Levensmiddelen	Kleding & Mode
11.010.005 Diepvriesartikel	22.040.072 Beenmode
11.010.012 Groente en Fruit	22.040.093 Bont
11.010.111 Bakker	22.040.114 Bruidskleding
11.010.112 Vlaaien	22.040.135 Damesmode
11.010.120 Buitenlands Overig	22.040.138 Dames & Herenmode
11.010.123 Toko	22.040.216 Herenmode
11.010.132 Chocolaterie	22.040.258 Kindermode
11.010.137 Koffie & Thee	22.040.324 Leermode
11.010.141 Delicatessen	22.040.330 Lingerie
11.010.261 Kaas	22.040.360 Modeaccessoires
11.010.270 Kampwinkel	22.040.495 Sportkleding
11.010.309 Minisuper	22.040.543 Textielsuper
11.010.378 Noten	22.040.546 Modewarenhuis
11.010.399 Poelier	
11.010.423 Reform	<b>Schoenen &amp; Lederwaren</b>
11.010.471 Slagerij	22.050.321 Lederwaren
11.010.477 Slijter	22.050.453 Schoenen
11.010.519 Supermarkt	
11.010.522 Tabak & Lectuur	<b>Juwelier &amp; Optiek</b>
11.010.588 Vis	22.060.252 Juwelier
11.010.657 Zoetwaren	22.060.570 Uurwerken
11.010.912 Ziekenhuiswinkel	22.060.770 Optiek
11.010.950 Levensmiddelen Overig	
<b>Persoonlijke Verzorging</b>	<b>Huishoudelijke &amp; Luxe Artikelen</b>
Persoonlijke Verzorging	22.070.207 Glas/Porselein/Aardewerk
11.020.024 Apotheek	22.070.240 Huishoudelijke Artikelen
11.020.156 Drogist	22.070.243 Huishoudlinnen
11.020.393 Parfumerie	22.070.264 Cadeau Artikelen
11.020.950 Persoonlijke Verzorg Overig	22.070.288 Kookwinkel
	22.070.301 Rotan & Rietwaren
<b>Warenhuis</b>	<b>Antiek &amp; Kunst</b>
Warenhuis	22.080.021 Antiek
22.030.618 Warenhuis	22.080.312 Kunsthandel

<b>Vrije Tijd</b>		<b>In/Om Huis</b>	
<b>Sport &amp; Spel</b>		<b>Plant &amp; Dier</b>	
35.100.125	Buitensport	37.130.027	Aquarium
35.100.444	Ruitersport	37.130.087	Bloemen & Planten
35.100.486	Speelgoed	37.130.147	Dibevo
35.100.487	Modelbouw	37.130.555	Tuinartikelen
35.100.492	Sportzaak	37.130.558	Tuincentrum
35.100.591	Hengelsport	37.130.559	Tuinmeubelen
35.100.627	Watersport		
35.100.950	Sportspecialzaak	<b>Bruin &amp; Witgoed</b>	
<b>Hobby</b>		37.150.117	Radio & TV
35.110.165	Electronica	37.150.130	Computers
35.110.189	Foto & Film	37.150.231	Huishoudelijke Onderdelen
35.110.227	Handvaardigheid	37.150.537	Telecom
35.110.228	Wol & Handwerk	37.150.639	Witgoed
35.110.366	Munten & Postzegels	37.150.642	Electro
35.110.372	Muziekinstrumenten		
35.110.375	Naaimachines	<b>Auto &amp; Fiets</b>	
35.110.510	Stoffen	37.160.039	Automaterialen
		37.160.043	Car HiFi
<b>Media</b>		37.160.177	Rijwielen & Bromfietsen
35.120.090	Boekhandel	<b>Doe-Het-Zelf</b>	
35.120.091	Stripboeken	37.170.096	Bouwmarkt
35.120.129	Beeld- & Geluidragers	37.170.099	Bouwmateriaal
35.120.180	Software & Computergames	37.170.102	Deuren en Kozijnen
35.120.276	Kantoorartikelen	37.170.108	Breedpakket
35.120.411	Posters & Kaarten	37.170.237	Hout
35.120.750	Boek & Kantoor	37.170.249	IJzerwaren & Gereedschap
35.120.760	Inktvullers	37.170.280	Sanitairmateriaal
		37.170.576	Verf & Behang
		<b>Wonen</b>	
		37.180.054	Babywoonwinkel
		37.180.066	Slaapkamers & Bedden
		37.180.291	Keukens
		37.180.348	Meubelen
		37.180.350	Woonwarenhuis
		37.180.381	Oosterse Tapijten
		37.180.440	Keukens & Badkamers
		37.180.447	Badkamers
		37.180.579	Verlichting
		37.180.630	Parket & Laminaat
		37.180.635	Tegels & Plavuizen
		37.180.645	Woninginrichting
		37.180.648	Woningtextiel
		37.180.651	Woondecoratie
		37.180.663	Zonwering



## Detailh Overig

### Detailhandel Overig

38.200.003	2e Hands Diversen
38.200.013	2e Hands Kleding
38.200.033	2e Hands Boeken
38.200.140	Automatiek
38.200.153	Partijgoederen
38.200.154	Legerdump
38.200.174	Feestartikelen
38.200.225	Paramedisch
38.200.226	Hoortoestel
38.200.433	New Age
38.200.450	Smartshop
38.200.451	Growshop
38.200.468	Erotica
38.200.501	Sportprijzen
38.200.610	Souvenirs
38.200.905	Odd-Shops
38.200.910	Haarden & Kachels
38.200.920	Natuursteen
38.200.930	Uitvaartwinkel
38.200.950	Non-Food Overig

## Bijlage 3

### Overzicht branchering Naarden als geheel, Naarden-Vesting en Bussum

(Locatus databank peildatum 27 augustus 2007)

#### Dagelijkse branche

Locatie	Branche	Aantal VKP	WVO in m <sup>2</sup>
<b>Levensmiddelen</b>			
Amersfoortsestrwg	11.010.111-Bakker	1	125
Amersfoortsestrwg	11.010.477-Slijter	1	72
Amersfoortsestrwg	11.010.519-Supermarkt	1	1.460
Bebouwde kom	11.010.471-Slagerij	1	61
Bebouwde kom	11.010.477-Slijter	1	95
Bebouwde kom	11.010.519-Supermarkt	1	210
Bebouwde kom	11.010.522-Tabak/Lect	1	15
Evert de Bruijnstraat	11.010.012-Groente/Fr	1	34
Evert de Bruijnstraat	11.010.111-Bakker	1	32
Evert de Bruijnstraat	11.010.471-Slagerij	1	31
Evert de Bruijnstraat	11.010.519-Supermarkt	1	812
Evert de Bruijnstraat	11.010.588-Vis	1	37
Lambertus Hortensiuslaan	11.010.477-Slijter	1	190
Mackaylaan	11.010.111-Bakker	1	47
Mackaylaan	11.010.471-Slagerij	1	52
Mackaylaan	11.010.519-Supermarkt	1	496
Naarden Vesting	11.010.111-Bakker	1	35
Naarden Vesting	11.010.141-Delicatessen	1	43
Naarden Vesting	11.010.477-Slijter	2	181
Naarden Vesting	11.010.519-Supermarkt	1	95
Naarden Vesting	11.010.522-Tabak/Lect	1	54
<b>Totaal</b>		<b>22</b>	<b>3.769</b>
<b>Persoonlijke verzorging</b>			
Amersfoortsestrwg	11.020.156-Drogist	1	150
Evert de Bruijnstraat	11.020.156-Drogist	1	172
Mackaylaan	11.020.156-Drogist	1	130
Naarden Vesting	11.020.024-Apotheek	1	56
<b>Totaal</b>		<b>4</b>	<b>508</b>

*Niet-dagelijkse branche*

Locatie	Branche	Aantal VKP	WVO in m <sup>2</sup>
<b>Warenhuis</b>			
NVT	NVT	NVT	NVT
<b>Totaal</b>		<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Mode &amp; Luxe</b>			
Buiten bebouwde kom	22.080.021-Antiek	1	118
Evert de Bruijnstraat	22.070.264-Cadeau-Art	1	95
Lambertus Hortensiuslaan	22.070.264-Cadeau-Art	1	50
Naarden Vesting	22.040.135-Damesmode	3	174
Naarden Vesting	22.040.138-D&H Mode	1	46
Naarden Vesting	22.040.216-Herenmode	2	195
Naarden Vesting	22.060.252-Juwelier	2	98
Naarden Vesting	22.060.770-Optiek	1	30
Naarden Vesting	22.070.264-Cadeau-Art	2	136
Naarden Vesting	22.080.021-Antiek	7	323
Naarden Vesting	22.080.312-Kunsthandel	2	70
<b>Totaal</b>		<b>23</b>	<b>1335</b>
<b>Vrije Tijd</b>			
Amersfoortsestrwg	35.100.492-Sportzaak	1	72
Bedrijfsterrein	35.100.950-Sport Spec	1	255
Buiten bebouwde kom	35.100.627-Watersport	1	102
Naarden Vesting	35.100.591-Hengelsport	1	60
Naarden Vesting	35.110.227-Handvaardigh	1	45
Naarden Vesting	35.120.090-Boekhandel	1	60
<b>Totaal</b>		<b>6</b>	<b>594</b>
<b>In &amp; Om het huis</b>			
Bebouwde kom	37.160.177-Rijwielen	1	105
Bebouwde kom	37.170.102-Deur/Kozijn	1	40
Bebouwde kom	37.170.108-Breedpakket	1	250
Bedrijfsterrein	37.160.177-Rijwielen	1	150
Bedrijfsterrein	37.170.249-Yzerw&Gereed	1	185
Bedrijfsterrein	37.180.066-Slaapkam/Bed	1	500
Bedrijfsterrein	37.180.291-Keukens	2	980
Bedrijfsterrein	37.180.348-Meubelen	1	936
Bedrijfsterrein	37.180.447-Badkamers	1	3.000
Bedrijfsterrein	37.180.645-Woninginr	2	2.710
Buiten bebouwde kom	37.130.147-Dibevo	1	250
Buiten bebouwde kom	37.130.558-Tuincentrum	3	10.800
Buiten bebouwde kom	37.160.043-Car HiFi	1	30
Evert de Bruijnstraat	37.130.087-Bloem/Plant	1	98
Evert de Bruijnstraat	37.130.147-Dibevo	1	145
Lambertus Hortensiuslaan	37.130.087-Bloem/Plant	1	45

Lambertus Hortensiuslaan	37.150.130-Computers	1	76
Lambertus Hortensiuslaan	37.160.177-Rijwielen	1	312
Mackaylaan	37.130.087-Bloem/Plant	1	50
Mackaylaan	37.150.130-Computers	1	30
Naarden Vesting	37.130.087-Bloem/Plant	1	57
Naarden Vesting	37.150.117-Radio & Tv	1	56
Naarden Vesting	37.150.130-Computers	1	39
Naarden Vesting	37.170.102-Deur/Kozijn	1	38
Naarden Vesting	37.180.291-Keukens	1	184
Naarden Vesting	37.180.348-Meubelen	3	781
Naarden Vesting	37.180.447-Badkamers	1	240
Naarden Vesting	37.180.579-Verlichting	1	347
Naarden Vesting	37.180.630-Parket/Lamin	1	155
Naarden Vesting	37.180.635-Tegels	2	213
Naarden Vesting	37.180.645-Woninginr	1	1.117
Naarden Vesting	37.180.648-Woningtext	1	58
Naarden Vesting	37.180.651-Woondecorat	1	110
<b>Totaal</b>		<b>40</b>	<b>24087</b>
<b>Detailhandel Overig</b>			
Bedrijfsterrein	38.200.003-2e Hands Diversen	1	3.400
Naarden Vesting	38.200.950-Non-Food Ov	1	25
<b>Totaal</b>		<b>2</b>	<b>3425</b>

## Naarden-Vesting

### Dagelijkse branche

Branche	Aantal VKP	WVO in m <sup>2</sup>
<b>Levensmiddelen</b>		
11.010.111-Bakker	1	35
11.010.141-Delicatessen	1	43
11.010.477-Slijter	2	181
11.010.519-Supermarkt	1	95
11.010.522-Tabak/Lect	1	54
<b>Totaal</b>	<b>6</b>	<b>408</b>
<b>Persoonlijke verzorging</b>		
11.020.024-Apotheek	1	56
<b>Totaal</b>	<b>1</b>	<b>56</b>

*Niet-dagelijkse branche*

<b>Branche</b>	<b>Aantal VKP</b>	<b>WVO in m<sup>2</sup></b>
<b>Warenhuizen</b>		
NVT	NVT	NVT
<b>Totaal</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Mode &amp; Luxe</b>		
22.040.135-Damesmode	3	174
22.040.138-D&H Mode	1	46
22.040.216-Herenmode	2	195
22.060.252-Juwelier	2	98
22.060.770-Optiek	1	30
22.070.264-Cadeau-Art	2	136
22.080.021-Antiek	7	323
22.080.312-Kunsthandel	2	70
<b>Totaal</b>	<b>20</b>	<b>1072</b>
<b>Vrije Tijd</b>		
35.100.591-Hengelsport	1	60
35.110.227-Handvaardigh	1	45
35.120.090-Boekhandel	1	60
<b>Totaal</b>	<b>3</b>	<b>165</b>
<b>In &amp; Om het Huis</b>		
37.130.087-Bloem/Plant	1	57
37.150.117-Radio & Tv	1	56
37.150.130-Computers	1	39
37.170.102-Deur/Kozijn	1	38
37.180.291-Keukens	1	184
37.180.348-Meubelen	3	781
37.180.447-Badkamers	1	240
37.180.579-Verlichting	1	347
37.180.630-Parket/Lamin	1	155
37.180.635-Tegels	2	213
37.180.645-Woninginr	1	1.117
37.180.648-Woningtext	1	58
37.180.651-Woondecorat	1	110
<b>Totaal</b>	<b>16</b>	<b>3395</b>
<b>Detailhandel Overig</b>		
38.200.950-Non-Food Ov	1	25
<b>Totaal</b>	<b>1</b>	<b>25</b>

**Bussum***Dagelijkse branche*

<b>Branche</b>	<b>Aantal VKP</b>	<b>WVO in m<sup>2</sup></b>
<b>Levensmiddelen</b>		
11.010.012-Groente/Fr	4	177
11.010.111-Bakker	11	469
11.010.123-Toko	1	35
11.010.132-Chocola	3	157
11.010.137-Koffie/Thee	1	80
11.010.141-Delicatessen	2	95
11.010.261-Kaas	1	25
11.010.270-Kampwinkel	1	60
11.010.309-Minisuper	4	294
11.010.423-Reform	1	80
11.010.471-Slagerij	8	470
11.010.477-Slijter	10	839
11.010.519-Supermarkt	9	7.989
11.010.522-Tabak/Lect	6	295
11.010.588-Vis	2	90
<b>Totaal</b>	<b>64</b>	<b>11155</b>
<b>Persoonlijke verzorging</b>		
11.020.024-Apotheek	5	270
11.020.156-Drogist	8	1.034
11.020.393-Parfumerie	3	338
11.020.950-Pers Verz Ov	1	40
<b>Totaal</b>	<b>17</b>	<b>1682</b>

## Bijlage 4

### Vergelijking met andere vestingsteden

In het Locats Retailhandboek 2007 zijn voor alle gemeenten en woonplaatsen met meer dan 5.000 inwoners kentallen opgenomen omtrent detailhandel. Daaruit zouden de gemeenten met een vesting geselecteerd kunnen worden om zo een vergelijking met Naarden te kunnen maken. Een goede vergelijking wordt echter bemoeilijkt doordat:

- In de cijfers geen onderscheid wordt gemaakt in vesting en rest van de kern.
- Niet duidelijk is wanneer sprake is van een vergelijkbare vesting. Sommige vestingsteden of -dorpen in Nederland zijn immers beter gerestaureerd en geconserveerd dan andere en sommige vestingsteden hebben een grotere toeristische functie dan andere.

Om toch inzicht te verkrijgen in de verhouding tot andere vestingsteden en –dorpen, is een aantal vergelijkingsgemeenten geselecteerd. De selectie is gebaseerd op twee criteria:

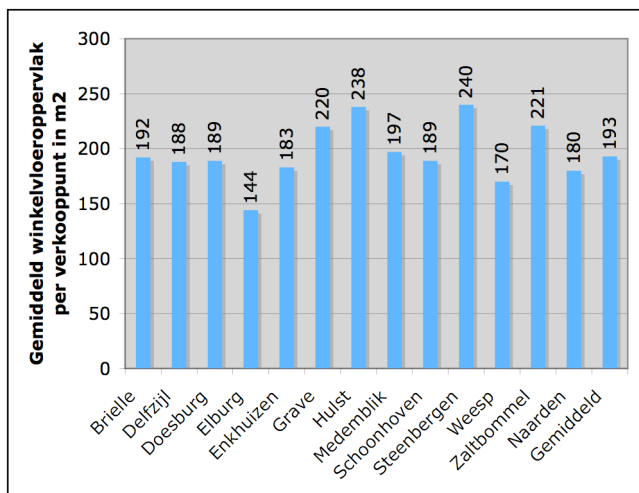
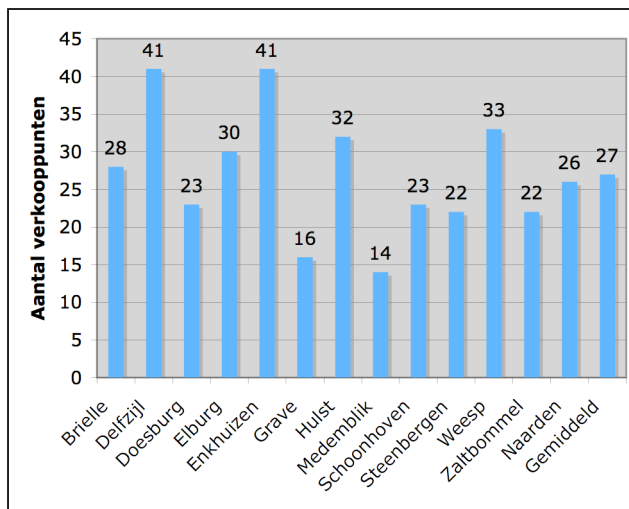
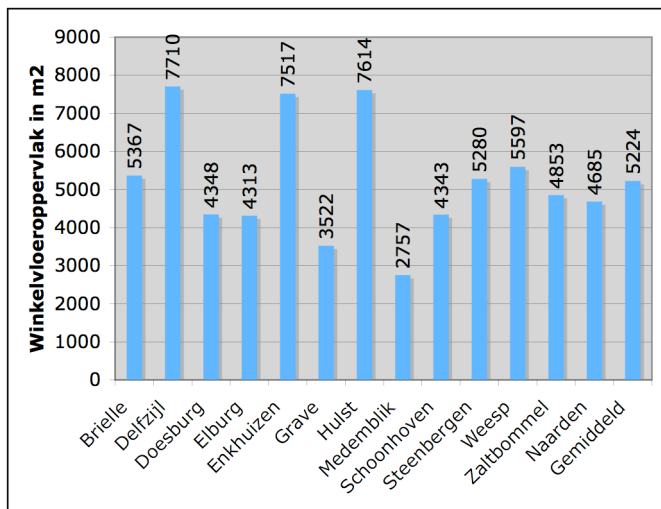
- Inwoneraantal: de gemeente met vestingstad of –dorp heeft niet meer dan 30.000 inwoners. Grotere steden en kernen als Alkmaar en Den Bosch, maar ook Roermond en Zutphen zijn van een dusdanig andere categorie vanwege het omringende stedelijke landschap, dat geen zuivere vergelijking kan worden gemaakt. Ook een specifieke vestingstad als Heusden is niet meegenomen vanwege het totale inwoneraantal van de gemeente van meer dan 30.000 verspreid over de vele kernen. Dit maakt het niet mogelijk een eenduidig onderscheid te maken in de cijfers voor de vestingstad en de overige kernen;
- Karakter: de vesting speelt net als in Naarden nog een duidelijke rol in het stedelijke of dorpsbeeld en is recent gerestaureerd cq. geconserveerd. Recente restauratie cq. conservatie betekent vaak dat de vesting net als in Naarden een actieve functie heeft ten aanzien van recreatie en toerisme en daardoor een meer zuivere vergelijking kan worden gemaakt.

De vergelijkingsgemeenten met een vesting zijn opgenomen in onderstaande tabel:

• Brielle	• Hulst	• Steenbergen
• Delfzijl	• Medemblik	• Veere
• Doesburg	• Muiden	• Weesp
• Elburg	• Oost Gelre	• Woudrichem
• Enkhuizen	• Schoonhoven	• Zaltbommel
• Grave	• Sluis	

Het Locatus Retailhandboek 2007 bevat voor een deel van de hierboven genoemden vergelijkingsgemeenten geen cijfers omdat ze minder dan 5.000 inwoners kennen. Het betreft: Muiden, Oost Gelre (komt als een nieuwe gemeente wel boven de grens, maar de oude gemeenten afzonderlijk waren te 'klein'), Sluis, Veer en Woudrichem. De overige vergelijkingsgemeenten met een vesting zijn wel in een vergelijking met Naarden als geheel meegenomen. Hieronder staan de belangrijkste resultaten.

### Inventarisatie en vergelijking dagelijkse sector – andere vestingsteden



In de hierboven gepresenteerde figuren is het aanbod in de dagelijkse sector (zowel in verkoopvloeroppervlak als in aantal verkooppunten en gemiddeld winkelvloeroppervlak per verkooppunt) weergegeven<sup>39</sup>.

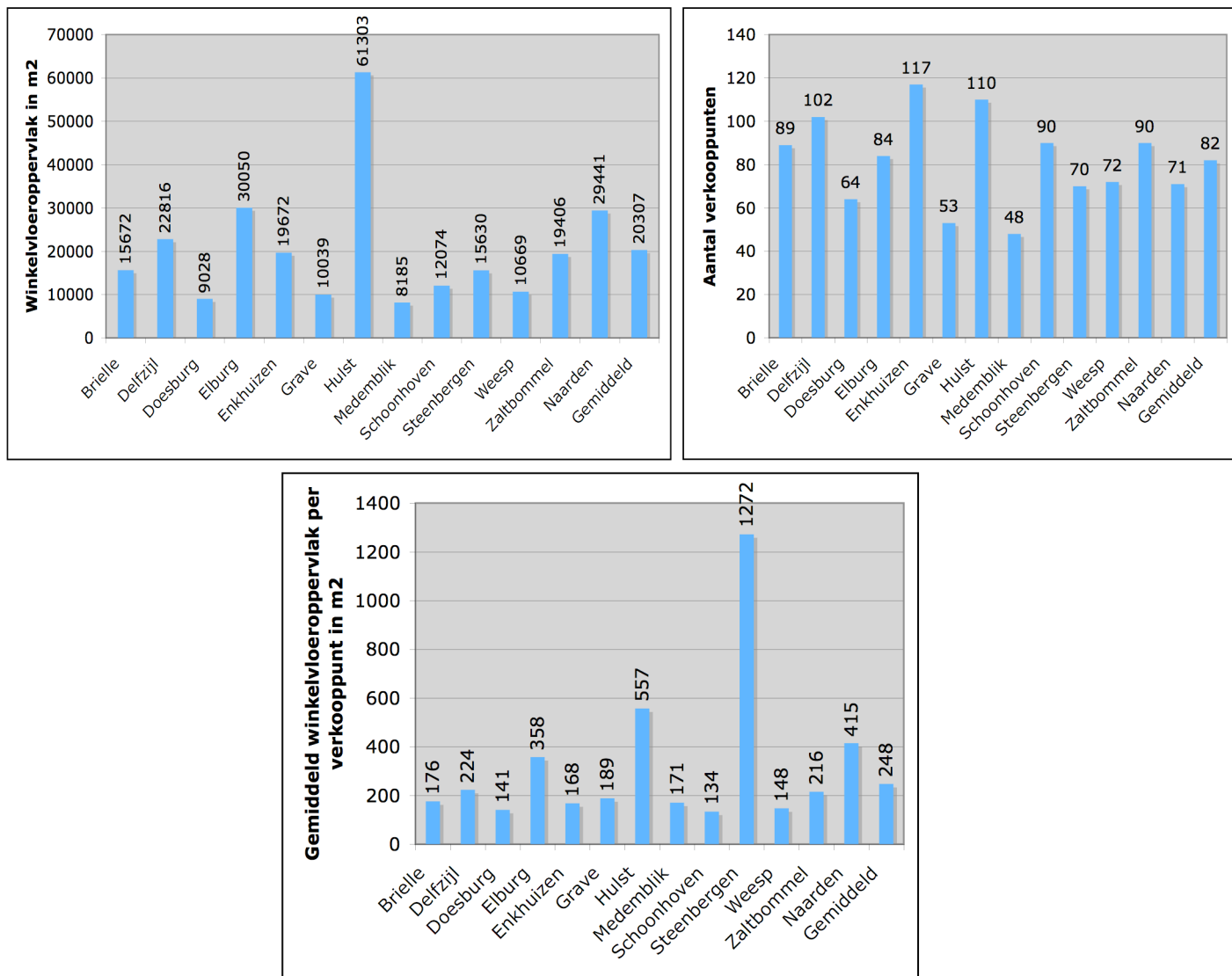
Naarden als geheel vormt in de figuren de één-na-laatste kolom. Het gemiddelde over alle bekeken vergelijkingsgemeenten met een vesting (inclusief Naarden als geheel) is in de laatste kolom opgenomen. Tevens zijn per kolom de absolute waarden opgenomen.

Uit de figuren blijkt dat Naarden als geheel zowel wat betreft totaal winkeloppervlak in m<sup>2</sup> als het aantal verkooppunten en het gemiddeld winkelvloeroppervlak per verkooppunt net wat lager dan het gemiddelde ligt.

<sup>39</sup> Bron: 'Locatus Retailhandboek 2007'



### Inventarisatie en vergelijking dagelijkse sector – andere vestingsteden



In de hierboven gepresenteerde figuren is het aanbod in de niet-dagelijkse sector opgenomen (zowel wat betreft totaal winkelvloeroppervlak in m<sup>2</sup>, als het aantal verkooppunten en het gemiddeld winkelvloeroppervlak per verkooppunt).

In de figuren is Naarden als geheel steeds als één-na-laatste kolom opgenomen en het gemiddelde over alle bekeken vergelijkingsgemeenten met een vesting (inclusief Naarden als geheel) is weergegeven in de laatste kolom. Daarnaast is per kolom de absolute waarde aangegeven.

Uit de vergelijking blijkt dat Naarden een minder dan gemiddeld aantal verkooppunten heeft, maar dat de verkooppunten wel groter zijn dan gemiddeld, waardoor het totale winkelvloeroppervlak boven het gemiddelde van alle bekeken vergelijkingsgemeenten met een vestingstad uitkomt.