

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie



Alkmaar

**Quick scan Detailhandelsvisie
en Ontwikkelingsprogramma**



DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Alkmaar

Opdrachtgever: Gemeente Alkmaar
Projectnummer: 750.0408
Datum: 27 juni 2008

**Quick scan Detailhandelsvisie
en Ontwikkelingsprogramma**

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS
Voorstadslaan 254
6542 TG Nijmegen
T 024 - 379 20 83
F 024 - 378 06 53
E info@dtnp.nl
W www.dtnp.nl

Inhoudsopgave

Toelichtende memo voor de gemeenteraad Alkmaar

1	Inleiding	1
2	Ontwikkelingen	2
2.1	Ontwikkeling aanbod 2003-2008	2
2.2	Ontwikkelingen in de regio	3
2.3	Ontwikkelingen vraagzijde	3
3	Marktpotenties Alkmaar	4
3.1	Uitgangspunten	4
3.2	Distributieve berekening	5
3.3	Referentiesteden	6
3.4	Ontbrekende winkelformules	7
3.5	Schaalgrootte bestaande winkels	8
3.6	Toonaangevende formules	9
3.7	Marktontwikkelingen en kansrijke vestigingsmilieus	10
4	Oordeel Ontwikkelingsprogramma Centrum	11
4.1	Ontwikkelingsvisie DTNP	11
4.2	Toets Ontwikkelingsprogramma	12
4.3	Conclusie	13

Toelichtende memo voor de gemeenteraad Alkmaar

Memorandum

Van: B&W
Aan: Raadscommissie SOB
Datum: 11 november 2008
Onderwerp: Aanvullende memo Quickscan Detailhandelsvisie en Ontwikkelingsprogramma

22 februari 2005 heeft het college ingestemd met de hoofdlijnen van de samenvatting van de “Uitwerking regionaal detailhandelsbeleid”, deze nota is op 5 april 2005 naar de commissie Stedelijke Ontwikkeling en Beheer ter kennisname gebracht. De doorlooptijd van deze “Uitwerking Regionaal Detailhandelsbeleid” is tot 2015. De ontwikkelingen op Overstad én in de regio zijn aanleiding geweest om Droogh Trommelen en Partners te vragen om de destijds opgestelde detailhandelsvisie tussentijds te toetsen middels een Quickscan. Deze Quickscan is op 6 november opiniërend besproken in de commissie SOB. Uit de gedachtewisseling in de commissie bleek dat de Quickscan op enkele punten nog aanvulling behoeft. Hiertoe dient dit memo die als onderdeel van de notitie, en daarmee de besluitvorming, wordt meegenomen.

Ontwikkelingen in het aanbod overige winkelcentra en in de regio

De Quickscan gaat uit van de actuele ontwikkelingen van het aanbod in heel Alkmaar en van de plannen zoals die er nu zijn in de regio (Westpoort, Langedijk, Hoorn, Purmerend e.d.), deze zijn toegelicht op pagina 2 en 3 van de Quickscan. Een groot deel van deze plannen was al bekend in 2004 en wordt in de “uitwerking regionaal detailhandelsbeleid”

verder toegelicht, de doorkijk van beide nota's is tot 2015. De detailhandelsplannen bij AZ zijn niet meer opgenomen in de actualisatie; deze hebben geen doorgang gevonden. Op basis van de actuele (juni 2008) cijfers in Alkmaar én de regio zijn de distributieve berekeningen gemaakt op basis waarvan het haalbare aanbod, inclusief uitbreiding, in Alkmaar is berekend (pagina 12).

Regionaal en provinciaal overleg

In de regio vindt regelmatig bestuurlijk en ambtelijk overleg plaats over de detailhandelsontwikkelingen op schaal van Noord Kennemerland, HAL en tussen de gemeenten Hoorn, Den Helder en Alkmaar. Op dit moment werkt de provincie aan een provinciale detailhandelsnota in samenwerking met alle regiogemeentes, KvK en bedrijfsleven. Deze wordt, naar verwachting, in december vastgesteld en zal dan gelden als vigerend beleid en opgenomen worden in de structuurvisie van de provincie. De visie verplicht gemeentes via een verordening tot afstemming van winkelplannen die gemeente-grenzen overstijgen. Waar nodig vervult de provincie een regisseursrol. Totdat vertaling in de structuurvisie en verordening heeft plaatsgevonden is de detailhandelsnota, conform de overgangsregeling, vigerend beleid en heeft de provincie de mogelijkheid om maatwerk te leveren en naar aanleiding van casussen, als Westpoort, een commissie van regiogemeentes en de Kamer bijeen te roepen. Wanneer de gemeentes er onderling niet uitkomen is de provincie beslissingsbevoegd.

Ontwikkelingen aanloopstraten en kernwinkelgebied

Voor het centrum is een begrenzing gewenst die enerzijds ruimte biedt aan nieuwe impulsen maar anderzijds zorgt voor enige druk op de markt

waardoor leegstand wordt voorkomen. Voor het meest recreatieve winkelaanbod in het kernwinkelgebied is een relatief grote stroom passanten essentieel om voldoende omzet te behalen. Bij recreatief winkelen worden winkels voor een belangrijk deel impulsief bezocht. Daarom hebben zij voor vestiging en voldoende omzet een zekere passantenstroom nodig en is het gewenst het centrumgebied duidelijk af te bakenen. De gewenste winkelrouting is die tussen de historische binnenstad en Overstad. De begrenzing betekent niet dat in andere (centrum)gebieden geen winkelontwikkeling plaats kan vinden maar wel dat het college streeft naar een hoofdroute, waarop een zo groot mogelijke stroom bezoekers gebundeld kan worden met als doel een optimaal vestigingsklimaat in het A1 winkelgebied. Hierop aansluitend, en ertussen, zijn alternatieve secundaire routes gewenst voor aanvullende en onderscheidende winkelmilieus.

De kansen van de historische binnenstad met straten die aansluiten aan het A1 winkelgebied, zijn een mogelijke drager voor de verdere ontwikkeling. Gezien de recente groei van de binnenstad is de uitbreidingsruimte aan de ruime kant maar gelet op de doorlooptijd (tot 2015) kan de 17.500 m² (3.500m² voor Overstad, 14.000 m² voor de Binnenstad) nog altijd als richtlijn dienen mits er een goede aansluiting is op het A1 winkelgebied. In dat licht en in de huidige markt is een reservering van de potenties van de as Hofplein – Kanaalkade van strategisch belang en kan de ontwikkeling van een grootschalige winkel-formule op die as teveel omvattend zijn.

In de quickscan is een aantal straten (laat Oost, straten richting Kanaalschiereiland) door Droogh Trommelen en Partners aangegeven

als zijnde aanloopgebied (secundair winkelmilieu). Een aanloopgebied is onder andere aantrekkelijk voor gespecialiseerde winkels die relatief gericht worden bezocht. Deze winkels hebben weinig voordeel van een drukke, dure locatie en prefereren een locatie aansluitend aan het kernwinkelgebied die relatief goedkoop, goed zichtbaar en bereikbaar is met de auto. Een dergelijk winkelmilieu is voor aanloopstraten als de Laat Oost, Paar-denmarkt en andere straten gewenst zodat Alkmaar ook deze speciaalzaken een (relatief goedkope) vestigingslocatie kan bieden.

In de “Uitwerking regionaal detailhandelsbeleid” staat de gewenste routing op pagina 30 verder uitgewerkt.

Parkeren

Vanuit de gewenste winkelstructuur wordt uitgegaan van een aantal aanvoerwegen naar het centrum om de grote passantenstromen de hoofdwinkelroute te laten volgen. Overstad is vanuit de detailhandelsvisie de parkeerlocatie voor het kernwinkelgebied van Alkmaar. Uitgaande van de ambities voor het centrum voor bewoners, ondernemers én bezoekers is het wel essentieel om voldoende parkeercapaciteit op diverse bronpunten om het centrum te creëren en te behouden zo dicht mogelijk op het kernwinkelapparaat. De Schelphoek ligt wellicht op grotere afstand van het kernwinkelgebied maar voorziet wel in essentieel extra capaciteit voor het centrum en bedient ook het winkelmilieu op de Laat Oost.

Hoe verder

Sinds 2004 heeft de nota “Uitwerking Regionaal Detailhandelsbeleid” als input gediend voor diverse plannen en projecten. Onder andere in de

plannen Overstad, het Ontwikkelingsprogramma Centrum, de plannen voor de binnenstad maar ook de Kadernota Duurzame Bereikbaarheid en de plannen ten aanzien van parkeren. Wanneer de raad deze nota als kaderstellende nota vaststelt biedt dit bestuurlijk en ambtelijk meer houvast om de gewenste detailhandelsstructuur in Alkmaar verder vorm te geven.

1 Inleiding

In 2004 is door ons de nota 'Alkmaar, uitwerking regionaal detailhandelsbeleid' opgesteld. Hierin is een visie uitgewerkt voor een samenhangende ontwikkeling van de historische binnenstad, het centrale deel van Overstad en een themacentrum voor woninginrichting. De nota vormt de basis voor het gemeentelijke detailhandelsbeleid.

De gemeente Alkmaar werkt met een groot aantal projecten aan de versterking van haar centrumgebied. Het Ontwikkelingsprogramma Centrumgebied Alkmaar schetst hiervoor het samenhangende kader en geeft aan hoe en wanneer projecten worden uitgevoerd. Het Ontwikkelingsprogramma wordt twee keer per jaar geactualiseerd.

De uitgangspunten uit het detailhandelsbeleid vormen mede de basis voor het programma en de ruimtelijke structuur in het Ontwikkelingsprogramma. Ten behoeve van de actualisatie ervan (mei 2008) bestaat de behoefte het detailhandelsbeleid en ingezette ontwikkelingen te toetsen.

Vraagstelling

Mede gelet op de planning, bestaat er op dit moment geen behoefte aan een uitgewerkte visie voor de detailhandel in het centrum. Het nu beoogde doel is een beknopte toets op hoofdlijnen ('quick scan'). Ten aanzien van het Ontwikkelingsprogramma heeft de gemeente Alkmaar de volgende concrete vragen:

1. Zijn de inmiddels ingezette ontwikkelingen (Overstad, Paardenmarkt, Schelphoek, Kanaalvisie, uitbreiding Singelgarage) in lijn met de detailhandelsvisie?
2. Zijn er ontwikkelingen in de markt of de regio die aanleiding zijn om de visie op het centrumgebied te herzien?
3. Zijn de uitbreidingsmogelijkheden die DTNP voorzag nog altijd aanwezig, zo ja waar dan?
4. Hoe moet de 1.300 m² commerciële ruimte die bij de Paardenmarkt komt worden ingevuld (ook detailhandel)?

In het licht van bovenstaande vragen, gaan wij in de komende drie hoofdstukken in op de volgende drie onderwerpen:

- Hoofdstuk 2: welke actuele ontwikkelingen in Alkmaar en de regio spelen een rol voor de detailhandel?
- Hoofdstuk 3: welke regionale positie kan het centrum van Alkmaar innemen en welk winkelaanbod is bij deze positie haalbaar en gewenst?
- Hoofdstuk 4: hoe moet het Ontwikkelingsprogramma op basis van een en ander worden beoordeeld; hoe kunnen bovenstaande vier vragen worden beantwoord?

2 Ontwikkelingen

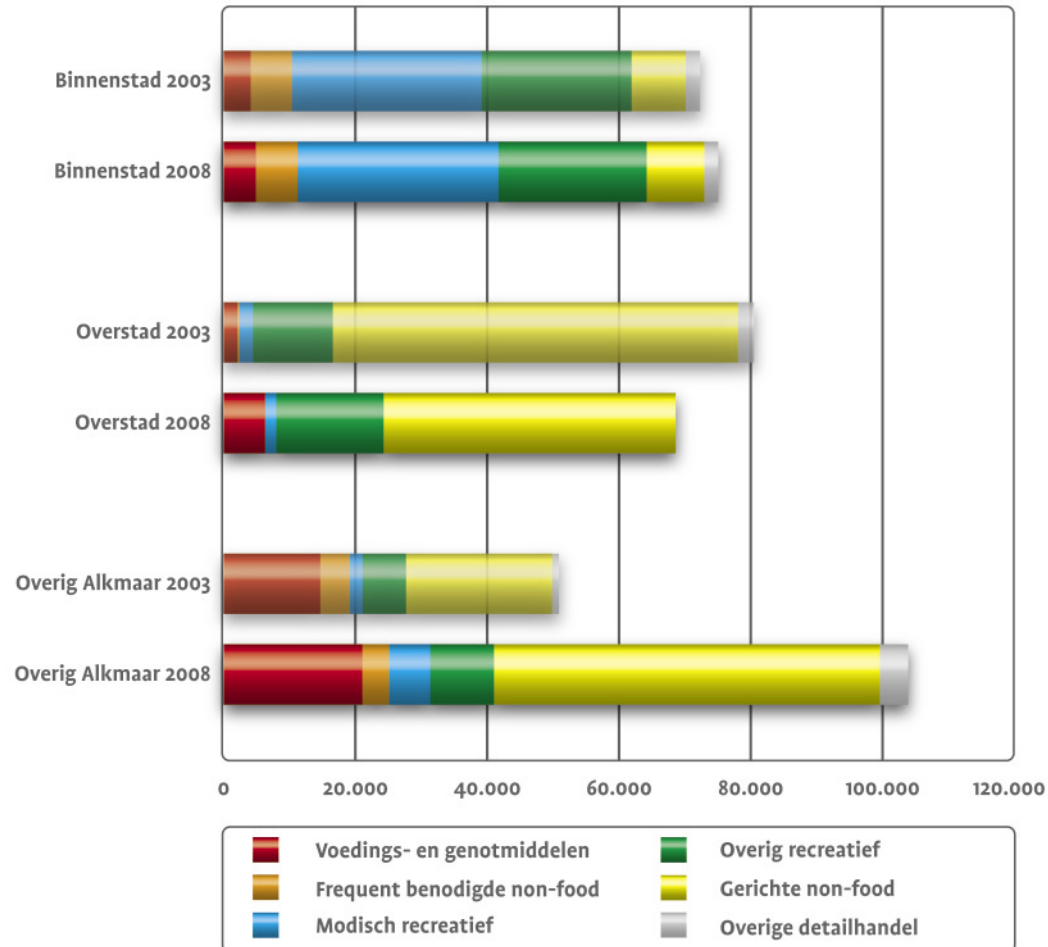
2.1 Ontwikkeling aanbod 2003-2008

Bij het opstellen van het detailhandelsbeleid in 2004 is gebruik gemaakt van cijfers uit 2003. Deze kunnen we vergelijken met de situatie in 2008 (Locatusverkenner, cijfers april 2008).

- Het totale winkelvloeroppervlak (wvo) in Alkmaar is toegenomen van ± 208.500 m² wvo in 2003 tot ± 247.500 in 2008 (toename van 18,7%);
- Het aanbod in de historische binnenstad is toegenomen van ± 72.300 m² wvo in 2003 tot ± 75.000 m² wvo in 2008 (toename van 3,7%);
- Het aanbod in Alkmaar Overstad is afgenomen van ± 80.500 m² wvo in 2003 tot 68.600 m² wvo in 2008 (afname van 14,8%);
- Het modische en overig recreatieve aanbod in het centrum (historische binnenstad + Overstad) is toegenomen van ± 65.700 m² wvo in 2003 tot ± 86.800 m² wvo in 2008 (toename van 32,1%).

Figuur 1

Aanbodontwikkeling Alkmaar in de periode 2003 - 2008



Bron: Locatus, datum; bewerking Droogh Trommelen en Partners

2.2 Ontwikkelingen in de regio

Binnen Alkmaar wordt gewerkt aan de uitbreiding van winkelcentrum De Mare met $\pm 5.500 \text{ m}^2$ winkels (non-food). De plannen voor de binnenstad en Overstad zijn samengevat in het Ontwikkelingsprogramma Centrumgebied.

Buiten Alkmaar spelen de volgende ontwikkelingen een belangrijke rol:

- Het centrum van Heerhugowaard is reeds gegroeid van $\pm 16.600 \text{ m}^2$ wvo in 2003 tot $\pm 20.700 \text{ m}^2$ wvo in 2008. Er bestaan concrete plannen het centrum verder te laten uitbreiden tot $\pm 50.000 \text{ m}^2$ bvo winkels, horeca en diensten (waarvan $\pm 30.000 \text{ m}^2$ wvo winkels);
- Op Heerhugowaard-Beveland ontstaat een PDV-concentratie met detailhandel in volumineuze artikelen. Er zijn plannen voor doorgroei (Westpoort);
- In Langedijk is het centrum gegroeid van $\pm 7.300 \text{ m}^2$ wvo in 2003 tot $\pm 10.900 \text{ m}^2$ wvo in 2008;
- In Hoorn zijn plannen het Runshopping-center (Van Aalstweg e.o.) uit te breiden met $\pm 25.000 \text{ m}^2$ wvo. Belangrijke trekker

wordt Mediamarkt. In de binnenstad wordt een project voorzien rond de Vale Hen met onder meer winkels en parkeren;

- In Purmerend is de Kop van West (A7) als nieuwe PDV-locatie aangewezen met een oppervlak van $\pm 24.000 \text{ m}^2$ winkels.
- In Zaanstad voorziet het project Inverdan in revitalisering van het centrum. Hierbij wordt $\pm 15.000 \text{ m}^2$ winkels toegevoegd en $\pm 5.000 \text{ m}^2$ winkels vervangen;
- Het centrum van Beverwijk wordt uitgebreid met het Meerplein ($\pm 7.500 \text{ m}^2$ winkels en horeca);
- In Amsterdam-Noord wordt het stadsdeelcentrum uitgebreid met $\pm 26.000 \text{ m}^2$ winkels. Op korte termijn wordt Mediamarkt toegevoegd.

2.3 Ontwikkelingen vraagzijde

Het aantal inwoners in Alkmaar is gegroeid van ± 93.580 in 2003 tot ± 93.700 in 2008*.

* CBS Statline (2008), ABF Research (2007) Primos Prognose

** Gemeente Alkmaar (2006), De verwachte bevolkingsontwikkeling Alkmaar 2005-2020

Het aantal inwoners van Alkmaar groeit naar verwachting door tot ± 103.600 in 2015**.

In de overige regio Noord-Kennemerland* is het aantal inwoners gegroeid van ± 170.000 in 2003 tot ± 176.000 in 2007. In dit gebied wonen in 2015 naar verwachting ± 184.100 inwoners*.

Inwoners uit Noord Kennemerland zijn voor de recreatieve assortimenten kleding en schoenen voor respectievelijk 68% en 67% gericht op de binnenstad van Alkmaar. In 2002 was dit voor zowel kleding als schoenen 68%. In 2005 was dit nog voor kleding 71% en voor schoenen 69%***.

Voor de overige (minder keuzegevoelige) assortimenten ligt de oriëntatie op de Alkmaarse binnenstad wat lager, behalve bij de productgroepen bruin- en witgoed (72%) en sport (66%).

*** Gemeente Alkmaar (2007), Consumentenvraag-onderzoek 2007

Regio Noord-Kennemerland bestaat uit de gemeenten: Alkmaar, Bergen, Castricum, Graft-De Rijp, Heerhugowaard, Heiloo, Langedijk, Schermer

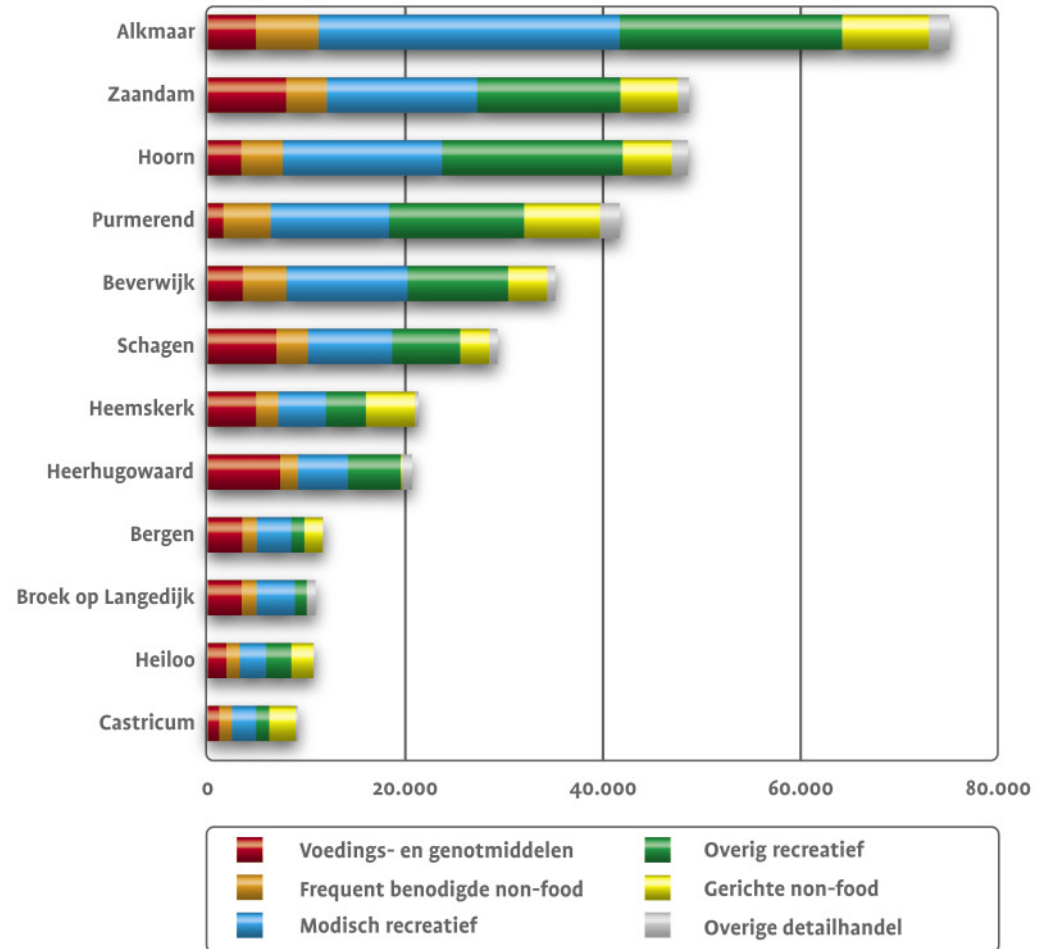
3 Marktpotenties Alkmaar

3.1 Uitgangspunten

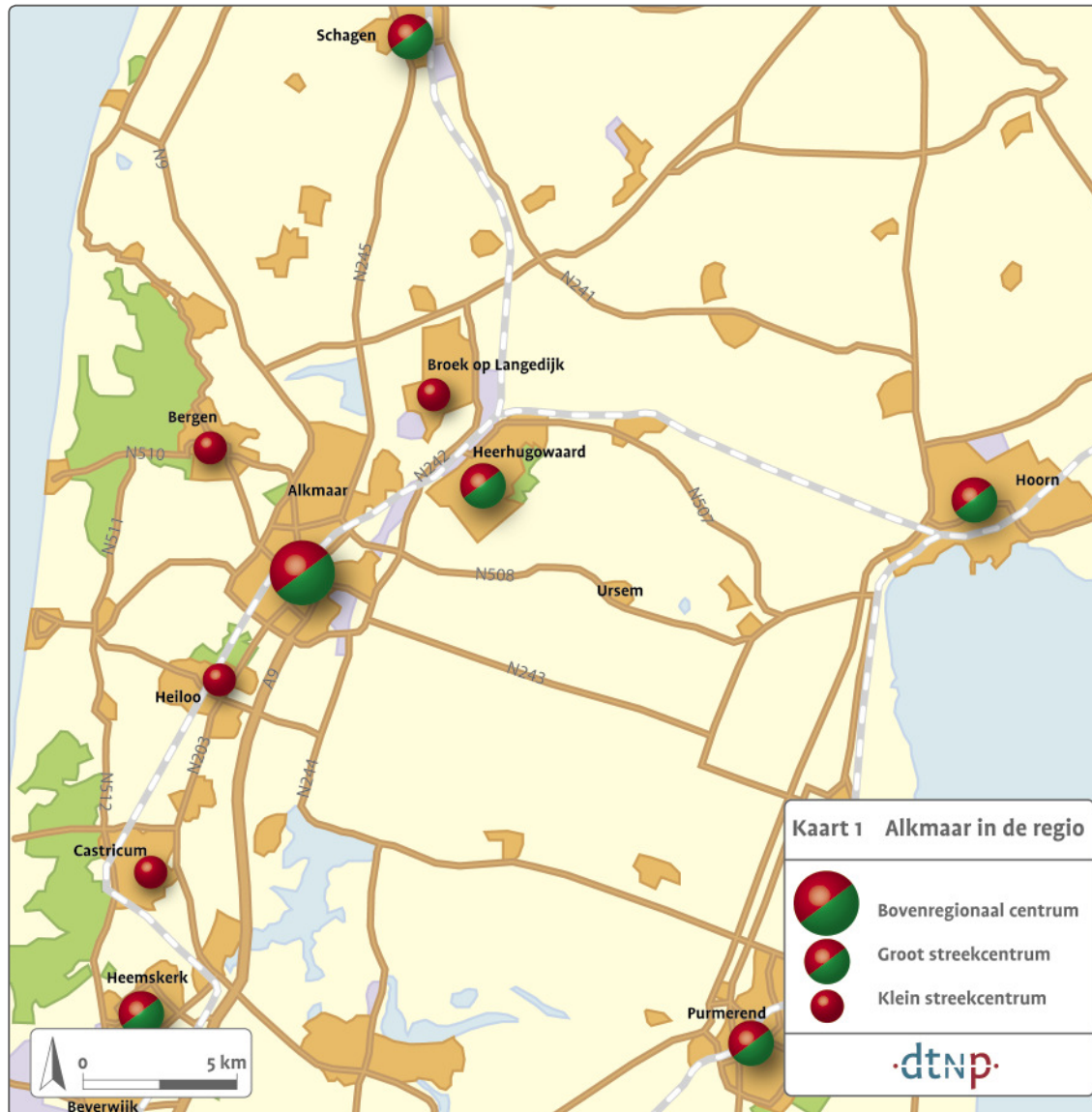
De historische binnenstad van Alkmaar is het grootste centrum van Noord-Holland-Noord (± 75.000 m² vvo). Plannen in de regio zijn deels gericht op volumineuze artikelen en (overige) doelgerichte aankopen. De centrumplannen van Heerhugowaard en Zaanstad betreffen (deels) modisch en overig recreatief aanbod. Ook na de geplande groei is Alkmaar nog altijd het dominante centrum.

De binnenstad van Alkmaar functioneert sterk op basis van regiobezoekers. Om die positie te behouden, moet de binnenstad kwantitatief en kwalitatief op peil blijven ten opzichte van haar concurrerende centra. Bij een optimale ontwikkeling kan het centrale deel van Overstad onderdeel gaan uitmaken van het kernwinkelgebied, hetgeen de attractiviteit van het centrum als geheel weer vergroot. In deze 'quick scan' gaan we uit van dit hoge ambitieniveau.

Figuur 2 Aanbod in centra in de regio



Bron: Locatus, april 2008; bewerking Droogh Trommelen en Partners



3.2 Distributieve berekening

De regionale potentie van Alkmaar in 2015 is afhankelijk van veel factoren. Een distributieve berekening voor uitbreidingsmogelijkheden is dan ook indicatief. Op basis van actuele cijfers kan een uitbreidingsruimte in de duurzame en overige goederen worden berekend voor 2015 van $\pm 22.000 \text{ m}^2$ wvo. Rekening houdend met plannen voor de Mare ($\pm 5.500 \text{ m}^2$) resteert ± 16.500 voor de binnenstad, Overstad en overig Alkmaar.

Tabel 3 Indicatie haalbaar aanbod duurzame en overige goeden (excl. wonen en dhz) in 2015

Bestedingen per hoofd	€ 1.830
Inwoners NKL Totaal*	287.700
Koopkrachtbinding	60%
Totale bestedingen uit NKL	€ 315,9 mln
Koopkrachttoevloeiing	5%
Totale bestedingen (mln)	€ 332,6 mln
Normzet per m^2 wvo	€ 2.650
Haalbaar aanbod m^2 wvo	125.500
Aanwezig aanbod m^2 wvo	103.500
Uitbreidingspotentie m^2 wvo	22.000

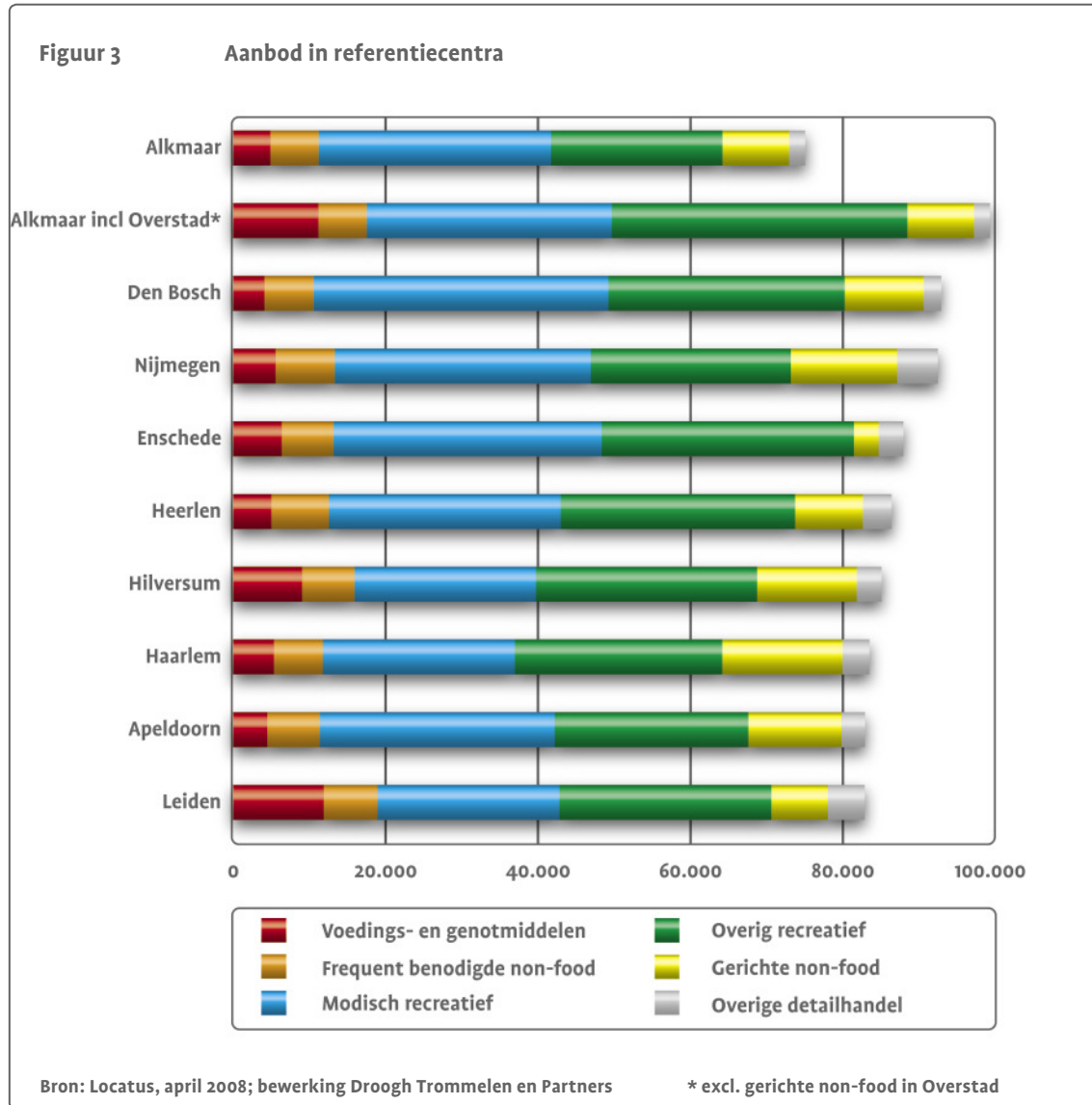
* Gemeente Alkmaar (2007), Consumentenvraagonderzoek 2007; CBS Statline (2008)

3.3 Referentiesteden

De kwantitatieve berekening kan beschouwd worden als eerste indicatie van het haalbare aanbod. Het werkelijk haalbare aanbod hangt sterk samen met de kwaliteit van het aanbod en de situering van (nieuwe) winkelprojecten in de totale structuur.

Om meer zicht te krijgen op de mogelijkheden voor uitbreiding van het aanbod, maken we een vergelijking met aanbod in een aantal referentiesteden. Hierbij gaan we na welke winkeltypen (formules) mogelijk ontbreken in Alkmaar en/of aanwezige winkels in Alkmaar mogelijk relatief kleinschalig gehuisvest zijn.

Op basis van de berekende uitbreidingsruimte en er van uitgaande dat de binnenstad en het centrale deel van Overstad ontwikkelen tot één samenhangend kernwinkelgebied, is het gerechtvaardigd Alkmaar te vergelijken met binnensteden die 'een maat groter' zijn dan de huidige binnenstad. Voorzichtigheidshalve gaan we voornamelijk uit van binnensteden in de bandbreedte van 80.000 à 90.000 m² vwo.



Tabel 1 Niet aanwezige winkelformules

Hobby	Kleding
Fotoplus	Adam menswear
Pipoos	America Today
	Bonita
Schoenen Lederw.	Britain
Aerosoles	Claire acc
Axi Schoenen	Duthler
Bitter	Five Pocket
Bretoniere	Houtbrox
Dr. Adams	Jambelle
Dungelmann	NewYorker
Durlinger	Only
Leemans	Open32
Munnichs	Promiss
Nelson	Replay Fashion
v Os leder	Soc13ty
Poco Loco	St Oliver
Shoe line	Turnover
Sluis leder	Vila Clothes
Taft schoenen	
Timberland	
Wolky shop	

Elektronica	Boek CD Kantoor
Computerland	Blz
Electroworld	De Slegte
EP	Expo
Europart	Fakkelt Boekhandel
Expert	Office1
Harens Smit	Plantage B&M
Hobo Hifi	Plato
Mikro Electro	Selexyz
Onderdelensp.	
Paradigit	Optiek Juwelier
Plentyparts	Eye fashion
TelecomToday	Eyes and more
Witgoedspecialist	Eyewish
	Kompleet optiek
Huishoud. Cadeau	Maaren C
Burmann	Schaap&Citroen
Cook&Co	Strego
Dille&Kamille	
Hoyng	Warenhuis
LinoLux	Bijenkorf
Sola Fabriek	
	Sport en Spel
Auto- en Fietsacc.	Prosport
Ado Bike	Run 2 day
Rijwielshop	Sport Inn
Topmerk	Time Out Sport
	ToyChamp

3.4 Ontbrekende winkelformules

Geconcludeerd kan worden dat de binnenstad van Alkmaar inclusief het (niet-volumineuze) aanbod in Overstad ± 100.000 m² groot is. Met een dergelijk aanbod kan Alkmaar zich meten met grotere binnensteden zoals o.a. 's-Hertogenbosch, Nijmegen en Enschede.

In referentiesteden is het aanbod voedings- en genotmiddelen naar verhouding beduidend kleiner. Dit sluit aan op de eerdere conclusies (2004) dat het centrum (te) veel supermarkten heeft. Kansen lijken meer te liggen in frequent benodigde en modisch-recreatieve goederen.

Gericht onderzoek kan inzicht geven in vestigingswensen van ontbrekende winkelformules. Op basis van een eerste verkenning is bijgaand overzicht gemaakt van winkelformules die in een of meer referentiesteden wel en in Alkmaar niet aanwezig zijn. De lijst is indicatief: mogelijk zijn in Alkmaar vergelijkbare winkels met een andere naam aanwezig. Niettemin hebben ontbrekende formules, als er een passende lokatie beschikbaar is, mogelijk belangstelling voor vestiging in Alkmaar.

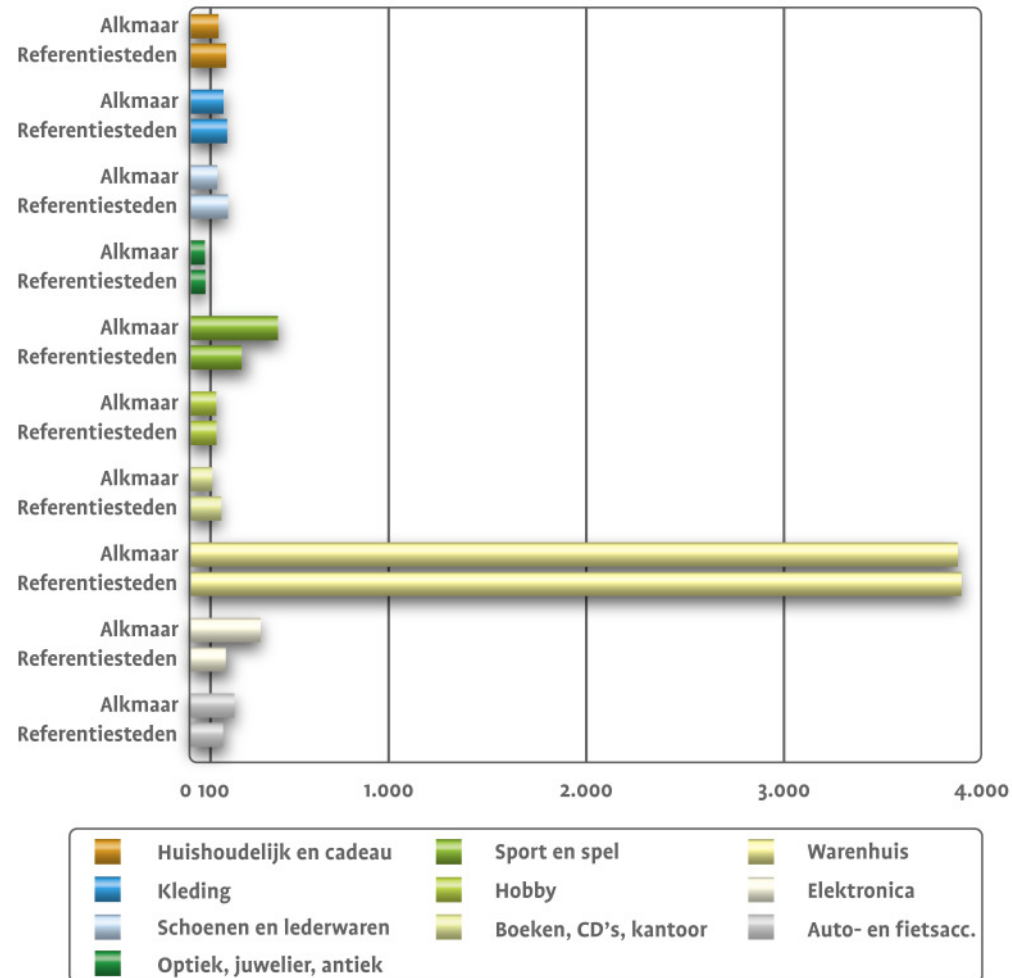
3.5 Schaalgrootte bestaande winkels

Behalve nieuw vestigende winkels, hebben bestaande winkels mogelijk belangstelling om uit te breiden. Om hierover een eerste indruk te krijgen, is voor dezelfde branches als in paragraaf 3.4 een analyse gemaakt van de schaalgrootte van winkels in Alkmaar en referentiesteden.

Mede door enkele grote elektronikazaken (o.a. Mediamarkt en BCC) en een grote sportzaak (Intersport Megastore) in Overstad zijn de winkels in deze branche gemiddeld groot. Vooral de winkels in de branche schoenen en lederwaren en in de branche boeken, CD's, kantoor zijn gemiddeld kleiner dan winkels in die branches in de referentiesteden. De gemiddelde omvang van de andere branches zijn vergelijkbaar met de referentiecentra of iets kleiner.

Geconcludeerd kan worden dat de winkels in Alkmaar gemiddeld aan de kleine kant zijn. Alleen de winkels in branches die ook in Overstad gevestigd zijn, zijn gemiddeld groter dan die winkels in de referentiesteden.

Figuur 4 Schaalgrootte per branche in Alkmaar binnenstad en in referentiecentra



Bron: Locatus, april 2008; bewerking Droogh Trommelen en Partners

Tabel 2 Aanwezigheid formules (in m² wvo)

Form./Stad	Alkmaar	Apeldoorn	Enschede	Haarlem	Heerlen
H&M	*2.440	1.027	2.000	1.100	1.000
C&A	*3.241	2.250	± 2.000	± 2.000	*4.630
The Sting	730	690	*1.910	790	
Zara	?				
Intersport	5.463	710	1.660		
Perry Sport	900	790	1.100	730	650
Selexyz					
Bijenkorf			5.400		
Hema	1.234	1.711	± 2.000	*± 3.000	*1.735
V&D	6.530	6.490	6.460	10.000	5.380
Mediamarkt	3.000		2.900		2.400

Form./Stad	Hilversum	Leiden	Nijmegen	Den Bosch
H&M	1.350	470	*1.910	1.700
C&A	1.170	1.600	2.500	2.600
The Sting	830		450	340
Zara	984			500
Intersport			1.380	1.500
Perry Sport	730	710	1.713	2.140
Selexyz		*900	1.000	250
Bijenkorf				2.600
Hema	1.359	± 1.000	1.690	1.644
V&D	7.900	6.480	1.370	6.690
Mediamarkt				

* : Geeft aan dat er van deze formule meer dan één vestiging in de binnenstad gevestigd is

3.6 Toonaangevende formules

In binnensteden zijn warenhuizen en grote modewinkels toonaangevende 'ankers'. In bijgaand overzicht is voor de belangrijkste formules aangegeven in welke steden ze aanwezig zijn en welk oppervlak ze hebben.

Geconcludeerd kan worden dat in Alkmaar de meeste toonaangevende winkelformules al aanwezig zijn. In enkele gevallen beschikt Alkmaar zelfs over twee vestigingen. Bijenkorf en Selexyz ontbreken. Hoewel vestiging ervan niet vanzelfsprekend is, moet niet uitgesloten worden dat deze formules/organisaties onder bepaalde voorwaarden interesse kunnen hebben voor Alkmaar.

In paragraaf 3.5 hebben we geconstateerd dat de gemiddelde schaalgrootte in Alkmaar klein is ten opzichte van referentiesteden. Dit geldt in veel mindere mate voor de toonaangevende ankers. Deze zijn vrijwel even groot als in referentiesteden. Niettemin openen sommige formules indien zij de kans hebben, beduidend grotere winkels (o.a. H&M, Sting, Perry: ± 2.000 m² wvo).

3.7 Marktontwikkelingen en kansrijke vestigingsmilieus

In deze quick scan beperken wij ons tot een aantal belangrijke hoofdlijnen. In 3.2 is een globale distributieve berekening gemaakt. In 3.3 t/m 3.6 is ingegaan op kansrijke winkels. In Alkmaar kan daarbij ingespeeld worden op een aantal landelijke ontwikkelingen:

Schaalvergroting in winkels manifesteert zich in een afname van het aantal winkels en een groei van het gemiddelde oppervlak. Dit leidt tevens tot verdringing van zelfstandig midden- en kleinbedrijf en een toename van filiaal- en grootwinkelbedrijf.

Dit proces leidt tot een sterke toename van de behoefte aan A1-winkelmilieus. Op de drukke locaties willen veel formules zitten, met steeds grotere winkels. Voor secundaire winkelstraten bestaat minder belangstelling. Globaal ligt het A1-winkelmilieu tussen de grote ankers (V&D, Hema, H&M). De huurprijzen weerspiegelen dit beeld.

Het A1-gebied moet enerzijds groot genoeg zijn om voldoende ruimte te bieden voor

schaalvergroting en nieuwvestiging. Aan de andere kant kan het A1-gebied niet oneindig worden opgerekt. In dit licht is het bijvoorbeeld niet te verwachten dat Overstad eenvoudig op A1-niveau kan worden gebracht. Afhankelijk van het hier ontwikkelde commerciële concept en de ontwikkelingen in het tussengebied, ligt een recreatief A2/B-winkelmilieu wellicht binnen de mogelijkheden.

In grotere historische binnensteden met een grote recreatieve verblijfsfunctie bestaan er kansen voor meer gespecialiseerd aanbod in een kleinschaliger winkelmilieu. In Alkmaar is dit aanbod deels aanwezig. Mogelijk bestaan er kansen dit aanbod verder te versterken. De straten direct aansluitend aan het A-milieu die beschikken over een aantrekkelijke ambiance en courante winkelunits hebben hiervoor de beste kansen.

Afgelopen decennia zijn veel doelgericht bezochte winkels verplaatst naar bedrijventerreinen (doe-het-zelf, woninginrichting, etc.). Andere branches (bank, reisbureau, makelaar, fotozaak, etc.) opereren in toenemende mate via internet. Door deze ontwikkelingen staan veel aanloopstraten (C-milieus) onder druk. Er

is sprake van groot verloop en leegstand. De behoefte aan C-milieus neemt verder af.

De vestigingsmogelijkheden voor detailhandel op perifere locaties is in de meeste gevallen beperkt gebleven tot volumineuze artikelen (woninginrichting, bouwmarkten, tuincentra). Door de sterke groei van het aantal perifere centra is het verzorgingsgebied per cluster in de loop der jaren afgenomen. In veel situaties is sprake van stagnatie, verschraving van het aanbod en leegstand. Winkelgebieden met onvoldoende 'kritische massa', duidelijk profiel en/of onderscheidend vermogen worden van de markt verdrongen.

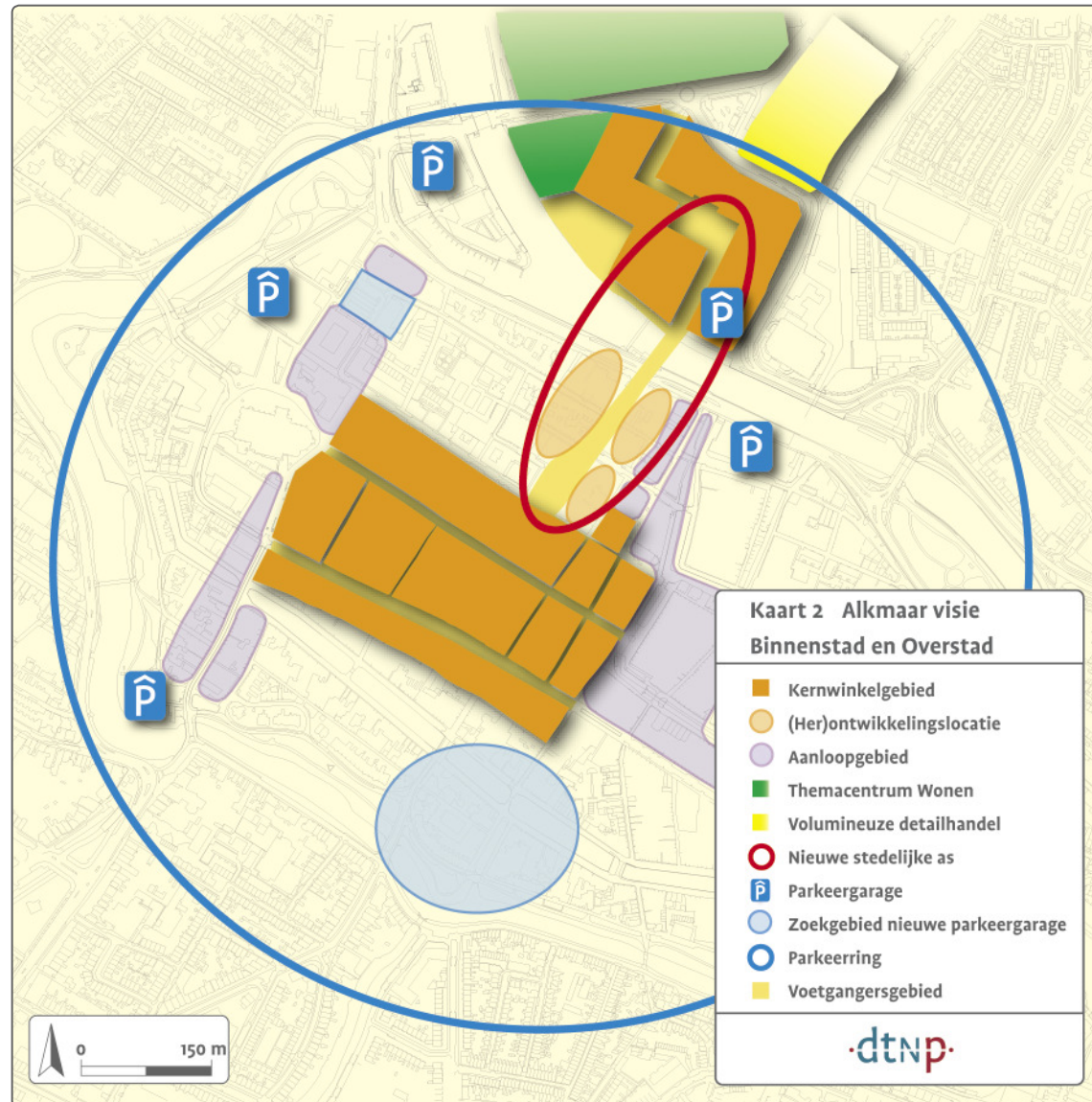
Een en ander in ogenschouw nemende, kan voor Alkmaar binnenstad en Overstad worden geconcludeerd dat er vooral behoefte bestaat aan (extra) A1/A2-winkelmilieus. De kansen voor C-milieus (aanloopstraten) en (semi-) perifere locaties met een onduidelijk profiel (o.a. het huidige Overstad) zijn matig. Onder voorwaarden bestaan er kansen in straten die aansluiten op de A1/A2-straten. Voorwaarde om winkelstraten/gebieden te 'promoveren' tot A1/A2 (of B) is het creëren van grote (dus het concentreren van) passantenstromen.

4 Oordeel Ontwikkelingsprogramma Centrum

4.1 Ontwikkelingsvisie DTNP

In onze visie van 2004 is geadviseerd de binnenstad en het centrale deel van Overstad te beschouwen als één winkelgebied voor recreatief winkelen. Aansluitend aan Overstad Centrum is (her)ontwikkeling gewenst tot een hoogwaardiger en zich sterker profilerend woonwinkelcentrum. Anno 2008 achten wij deze visie uit 2004 nog steeds actueel.

Geadviseerd is de binnenstad een impuls te geven door te voorzien in schaalvergroting van winkelpanden en een betere routing en verblijfsklimaat. Schaalvergroting is nodig om in de binnenstad ruimte te kunnen bieden aan grote publiekstrekkers. Door een winkelproject te ontwikkelen in de zone tussen Hofplein en Kanaalkade kan een functionele relatie gelegd worden met Overstad-Centrum. Zo wordt een aantrekkelijke as gerealiseerd tussen het hart van Overstad-Centrum en het Hofplein in de binnenstad. Het kanaal en de brug worden in de visie meer dan nu benut als attractie.



Door Overstad-Centrum te herontwikkelen tot één samenhangende shopping-mall met (boven)regionale uitstraling, kan het aantal bezoekers hier sterk toenemen. Grote netto uitbreiding van het aantal m² ligt niet voor de hand. Meerwaarde is vooral te halen uit een betere branchering, lay-out en parkeersituatie. Aansluitend aan Overstad-Centrum kan (deels te verplaatsen) doelgericht winkel-aanbod clusteren (o.a. thema wonen).

4.2 Toets Ontwikkelingsprogramma

De analyses in voorgaande hoofdstukken geven geen aanleiding de ontwikkelingsvisie te herzien. Wel geven de resultaten aanleiding zeer kritisch te zijn ten aanzien van het type vestigingsmilieu van eventuele uitbreidingen. De berekende marktpotenties (paragraaf 3.2) zijn niet op elke locatie invulbaar. Kansen liggen er vooral in A1/A2-winkelmilieus.

Het Ontwikkelingsprogramma biedt nog ruimte voor interpretatie ten aanzien van de beoogde positie voor Overstad. Op pagina 10 van het ontwikkelingsprogramma is dit 'doelgericht winkelen', op pagina 12 is Overstad onderdeel van het kernwinkelgebied.

De toekomstige positie van Overstad-Centrum wordt sterk bepaald door de vraag of partijen komen tot een integrale herontwikkeling van voldoende kwaliteit. Zijn zij in staat een sterk en samenhangend concept op A2/B-niveau te realiseren? Afhankelijk daarvan is het zinvol de tussenliggende as in een bepaalde richting te ontwikkelen (A1/A2). Indien Overstad een minder uitgesproken (onsamenhangend) en doelgericht karakter behoudt (B/C-milieu), zal ook het ontwikkelen van een winkel-as naar de binnenstad minder snel haalbaar/zinvol zijn.

Uitgaande van ± 16.500 m² uitbreidingsruimte voor Alkmaar (paragraaf 3.2) is de genoemde uitbreiding in het Ontwikkelingsprogramma na de recente groei van de binnenstad nu aan de ruime klant. Gelet op het globale karakter en de doorlooptijd (2015) kunnen de opgenomen 3.500 m² voor Overstad en 14.000 m² voor de binnenstad nog altijd als richtlijn dienen, mits sprake is van goede aansluiting op het A1-gebied. In dit licht is een 'reservering' van potenties voor de as Hofplein-Kanaalkade (pagina 14) van strategisch belang. Het verdient sterke aanbeveling buiten het 'kernwinkelgebied' (pagina 14) geen nieuwe winkelruimten te ontwikkelen. In dit licht draagt



Overstad: integrale herontwikkeling gewenst



Binnenstad: compact A1-gebied met trekkers



Nieuwe verbindingas Hofplein-Kanaalkade

ook winkelontwikkeling op de Paardenmarkt en de Laat-Oost (pagina 15) niet bij aan de beoogde clustering van passantenstromen. Het gele 'aanloopgebied' (pagina 14) is ruim bemeten en uit marktperspectief kwetsbaar.

De kaarten in het Ontwikkelingsprogramma sluiten goed aan op onze ontwikkelingsvisie, uitgaande van het hoge ambitieniveau voor Overstad. Naast een doorlopende winkelwand kan worden overwogen op het Hofplein de vestiging van daghoreca met terrassen te stimuleren. Een meer autoluwe inrichting past bij een grotere verblijfsfunctie.

Cruciaal voor het welslagen van het beoogde totaalconcept voor het centrum is een goede (auto)bereikbaarheid en parkeersituatie. Dit vraagt om heldere, directe aanrijroutes, een korte logische parkeerroute en voldoende en kwalitatief goede parkeerplaatsen aansluitend op het kernwinkelgebied. De vraag doet zich voor of de in het Ontwikkelingsprogramma gepresenteerde structuur (pagina 18) voldoet.

In onze visie heeft Overstad een rol als dé parkeerlocatie voor Alkmaar. In hoeverre Overstad rechtstreeks bereikbaar is vanuit de

verschillende windrichtingen is nog onduidelijk (o.a. aansluiting Zeswielentracé). De 'binnenring' is als parkeerroute onoverzichtelijk en erg ruim buiten het kernwinkelgebied gelegen. Een eventuele 'uitklapping' (pagina 18 ontwikkelingsprogramma) vergroot dit bezwaar.

Uitgaande van de ambities voor het centrum, dient voldoende parkeercapaciteit aanwezig te zijn in of naast het kernwinkelgebied. De sterk op te waarderen Overstadgarages en de Karpertongarage hebben daarbij bij voorkeur voldoende capaciteit. Betrokken partijen in Overstad zijn bepalend in hoeverre hier één samenhangend parkeercluster ontstaat of dat de situatie van meerdere (kleine) clusters blijft bestaan. De garages Kanaalschiereiland, De Vest, Singelgarage en Schelphoek liggen aan een aanloopgebied en zijn daarmee minder gunstig gelegen.

Het is gewenst dat bij het opstellen van de 'Kadernota duurzame bereikbaarheid' afstemming wordt gezocht met de ambities voor het kernwinkelgebied van Alkmaar.

4.3 Conclusie

Het Ontwikkelingsprogramma Centrumgebied Alkmaar sluit goed aan op de ontwikkelingsvisie van DTNP en actuele ontwikkelingen en potenties. Binnen het programma is er ruimte de binnenstad en Overstad te ontwikkelen tot samenhangend recreatief winkelgebied.

Ondanks het Ontwikkelingsprogramma is nog niet zeker of het ambitieniveau in de visie van DTNP gehaald kan worden. Onduidelijk is of in Overstad een sterk functioneel-ruimtelijk concept wordt ontwikkeld, in de binnenstad een eenduidiger routing wordt gecreëerd en er voldoende aanleiding ontstaat (passanten zijn) om een nieuwe centrumas tussen beide delen te ontwikkelen.

De opzet van een 'dynamisch', twee keer per jaar te actualiseren ontwikkelingsprogramma biedt optimale kansen geleidelijk in te spelen op zich uitkristalliserende plannen. In het licht van de detailhandelsvisie verdienen routing en positionering van deelgebieden alsmede de bereikbaarheid en parkeersituatie (en de relatie tussen beide) blijvende aandacht.