

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie



Wijdmeren

Detailhandelsstructuurvisie





DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



*Adviseurs voor Ruimte en Strategie*

## Wijdemeren

Opdrachtgever: gemeente Wijdemeren

Projectnummer: 617.1106

Datum: 4 mei 2007

## Detailhandelsstructuurvisie

Droogh Trommelen en Partners

Voorstadslaan 254

6542 TG Nijmegen

T 024 - 379 20 83

F 024 - 378 06 53

E [info@dtnp.nl](mailto:info@dtnp.nl)

W [www.dtnp.nl](http://www.dtnp.nl)



# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>Beleid</b>	<b>45</b>
			5.1	Planologisch beleidskader	45
			5.2	Maatregelenpakket	48
<b>2</b>	<b>Analyse huidige situatie</b>	<b>2</b>	<b>Bijlage 1</b>	<b>Begeleidingscommissie</b>	<b>51</b>
2.1	Ligging en kenmerken	2	<b>Bijlage 2</b>	<b>Begrippenlijst</b>	<b>51</b>
2.2	Winkelaanbod in de gemeente	4	<b>Bijlage 3</b>	<b>Indeling branches in branchegroepen</b>	<b>55</b>
2.3	Winkelaanbod per kern	6	<b>Bijlage 4</b>	<b>Indicatie distributieve ruimte</b>	<b>56</b>
2.4	Winkelaanbod in de regio	12			
<b>3</b>	<b>Beleid en ontwikkelingen</b>	<b>15</b>			
3.1	Rijksbeleid	15			
3.2	Provinciaal beleid	16			
3.4	Gemeentelijk beleid	18			
3.5	Ontwikkelingen in de detailhandel	18			
3.6	Ontwikkelingen in Wijdemeren	24			
<b>4</b>	<b>Visie detailhandel</b>	<b>27</b>			
4.1	Ambitie	27			
4.2	Randvoorwaarden	27			
4.3	Distributieve mogelijkheden	27			
4.4	Positie van de centra	29			
4.5	Centrum Kortenhoef	30			
4.6	Centrum Loosdrecht	35			
4.7	Centrum Nederhorst den Berg	40			



# 1 Inleiding

De gemeente Wijdmeren wil inzicht krijgen in de staat van de detailhandelsstructuur in de gemeente en de te verwachten ontwikkelingen binnen deze structuur. Daarnaast heeft zij behoefte aan een visie op de haalbare en gewenste detailhandelsstructuur voor de toekomst. Hierdoor ontstaat een actueel gemeentelijk beleidskader dat duidelijkheid verschaft voor zowel de gemeente zelf, als voor ondernemers en vastgoedpartijen.

Aan Droogh Trommelen en Partners (DTNP) is gevraagd een samenhangende visie op de gehele detailhandelsstructuur in de gemeente Wijdmeren op te stellen.

## *Vraagstelling*

In de detailhandelsstructuurvisie worden de volgende onderzoeksvragen beantwoord:

- Hoe ziet de huidige aanbodstructuur van Wijdmeren eruit?
- Welke vraag- en aanbodontwikkelingen doen zich voor in en om Wijdmeren?
- Welke trends en ontwikkelingen doen zich voor in de detailhandel?

- Wat is de gewenste en haalbare positie (functie) van de afzonderlijke centra in Wijdmeren?
- Wat zijn, uitgaande van deze positie, de sterke en zwakke punten en kansen en bedreigingen in de afzonderlijke centra van Wijdmeren?
- Wat is de gewenste functioneel-ruimtelijke structuur van het winkelaanbod in de afzonderlijke centra?
- Welk beleid is gewenst om deze structuur te bereiken?

## *Werkwijze*

Tijdens de totstandskoming van deze detailhandelsstructuurvisie heeft terugkoppeling plaatsgevonden met de begeleidingscommissie (bijlage 1).

## *Leeswijzer*

In hoofdstuk 2 maken we een analyse van de huidige situatie, waarbij we ingaan op omvang en aard van het winkelaanbod in de kernen van de gemeente Wijdmeren en omgeving. Hoofdstuk 3 bestaat uit een overzicht van het relevante beleid op landelijk, regionaal en gemeentelijk niveau. Daarnaast komen ontwikkelingen en trends in de detailhandel

aan bod en wordt gekeken naar ontwikkelingen in vraag en aanbod in Wijdmeren. In hoofdstuk 4 gaan we in op de gewenste detailhandelsstructuur. Er wordt gekeken naar de ambities en mogelijkheden van de verschillende winkelgebieden. Per winkelcentrum wordt de ontwikkelingsrichting verder uitgewerkt. Tot slot gaat hoofdstuk 5 in op het beleidskader en de maatregelen die nodig zijn om de gewenste structuur te realiseren.

## 2 Analyse huidige situatie

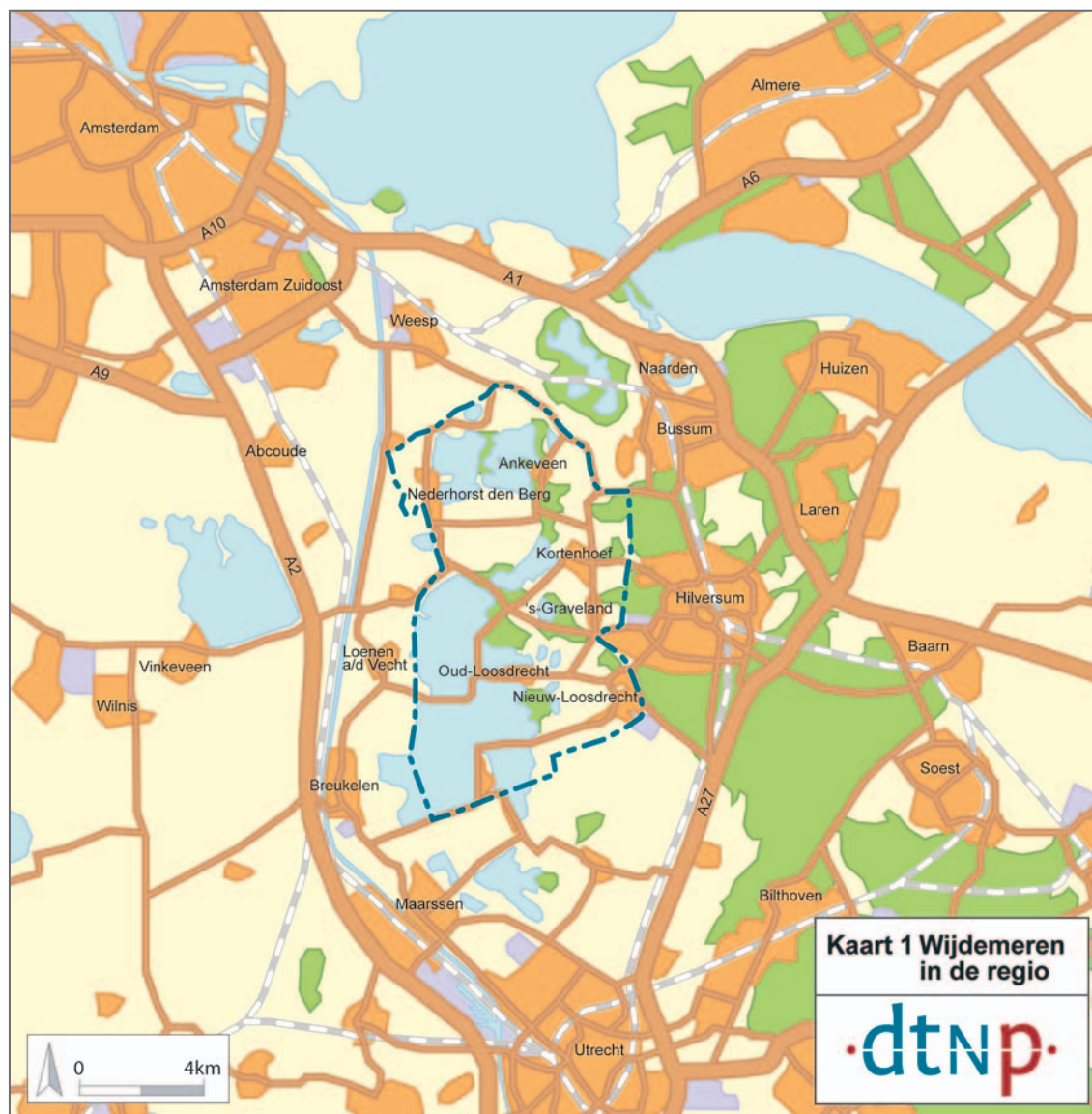
### 2.1 Ligging en kenmerken

De gemeente Wijdmeren ligt in het zuidoosten van de provincie Noord-Holland. Wijdmeren is in 2002 ontstaan door samenvoeging van de voormalige gemeenten Loosdrecht, 's-Graveland en Nederhorst den Berg. In de gemeente Wijdmeren wonen circa 23.400 inwoners. Het grootste deel hiervan woont in zes grotere kernen (tabel 1). Het overige deel woont in de kleine kernen Boomhoek, Breukeleveen, Muyevelde en Overmeer en in overig gebied.

**Tabel 1 Aantal inwoners per kern\***

Kortenhoef	6.280
Nieuw-Loosdrecht	5.890
Nederhorst den Berg	4.220
Oud-Loosdrecht	1.770
Ankeveen	1.600
's-Graveland	1.200
Verspreid	2.460
TOTAAL	23.420

\* CBS (2007), Kerncijfers wijken en buurten







Het centrum van Hilversum op korte afstand



Wijdmeren is een natuurrijke gemeente



Watersport speelt een belangrijke rol

Ten oosten van de gemeente Wijdmeren ligt een aantal grotere plaatsen. Hilversum ligt tegen de gemeentegrens aan en heeft in het centrum een ruim winkelaanbod in vooral recreatieve branches. Andere grotere plaatsen in de omgeving zijn Bussum, Naarden, Weesp, Breukelen en Maarssen. Op enige afstand liggen de steden Utrecht en Amsterdam met een (inter)nationale functie.

Door de aanwezigheid van veel plassen en afwisselende natuurgebieden heeft de gemeente Wijdmeren een belangrijke toeristisch-recreatieve functie. Vooral in Loosdrecht zijn verschillende jachthavens aanwezig voor de watersport. Daarnaast zijn de diverse landgoederen, monumenten en beschermde dorpsgezichten beeldbepalend voor Wijdmeren. De omgeving biedt aantrekkelijke wandel- en fietsroutes en met evenementen als de Kunstronde, Gondelvaart en de Loosdrechtweek wordt de toeristische functie van Wijdmeren versterkt.

Met name in het zomerseizoen wordt de gemeente Wijdmeren bezocht door verblijfs- en dagtoeristen\*. Deze bezoekers zorgen voor extra bestedingen in winkels in de gemeente.

In 2006 lag het aantal overnachtingen van gasten in de gemeente Wijdmeren op circa 145.000\*\*. Over de gemeente verspreid zijn vele jachthavens, campings, hotels en andere verblijfsaccomodaties aanwezig. Met name Oud-Loosdrecht heeft een belangrijke toeristische functie door een concentratie van jachthavens en hotels. Zo'n 90% van alle overnachtingen van gasten vonden dan ook in Loosdrecht plaats.

---

\* VVV (2006), Jaarstatistiek  
informatieraadplegingen

\*\* Gemeente Wijdmeren (2007), Aantal  
overnachtingen afgeleid van toeristenbelasting

## 2.2 Winkelaanbod in de gemeente

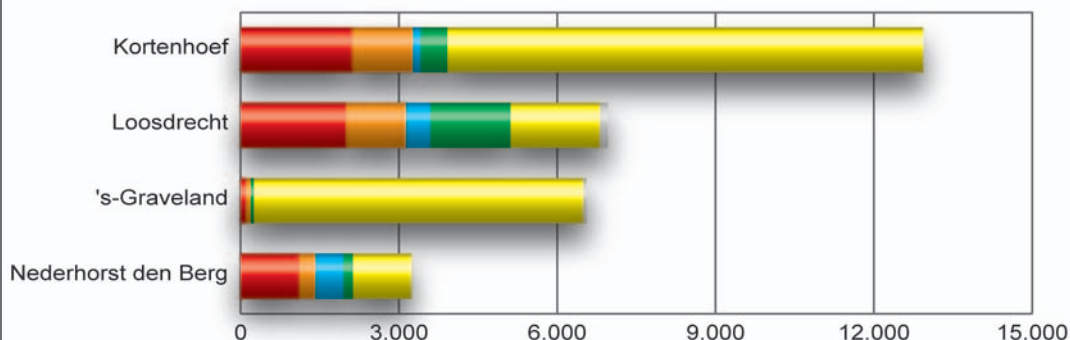
Het winkelaanbod in Wijdemeren heeft een omvang van ± 30.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) verdeeld over ± 110 verkooppunten. In de bijlagen zijn een toelichting op de begrippen en een overzicht van de branchegroepen opgenomen.

Het meeste winkelaanbod is gevestigd in de kern Kortenhoef (± 13.000 m<sup>2</sup> wvo). Dit aanbod bestaat vooral uit branches in gerichte non-food en ligt verspreid over de kern.

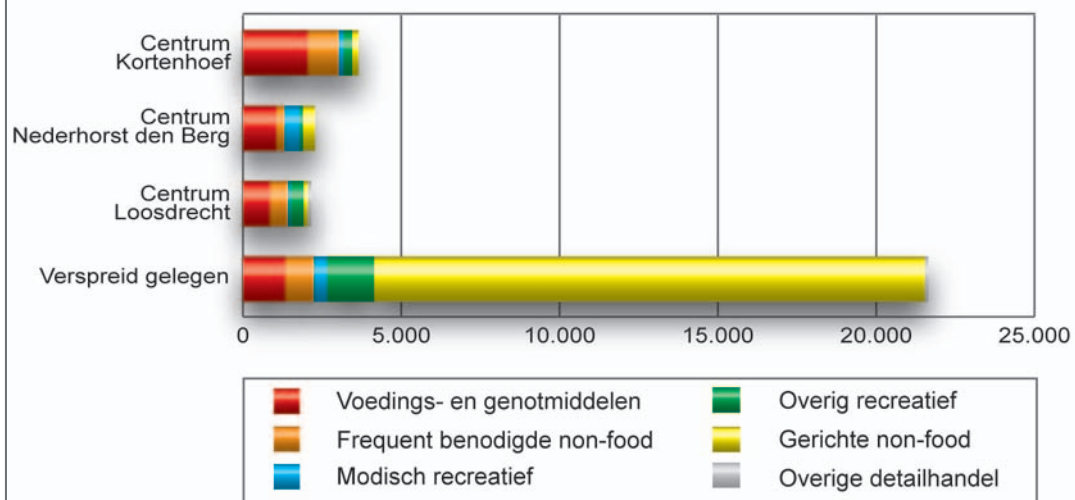
Aanbod in overige branches is geconcentreerd in het centrum. Het gaat dan om dagelijkse boodschappen (voedings- en genotmiddelen en frequent benodigde non-food). Recreatief aanbod is nauwelijks aanwezig. Het aanbod in Kortenhoef heeft een lokale verzorgingsfunctie.

Het winkelaanbod in de kern Loosdrecht (Nieuw- en Oud-Loosdrecht) heeft een omvang van circa 7.000 m<sup>2</sup> wvo. Ongeveer 2.000 m<sup>2</sup> wvo bevindt zich in het centrum van Loosdrecht. Ook hierbij gaat het vooral om aanbod in dagelijkse branches. Daarnaast is enig recreatief aanbod aanwezig. Net als

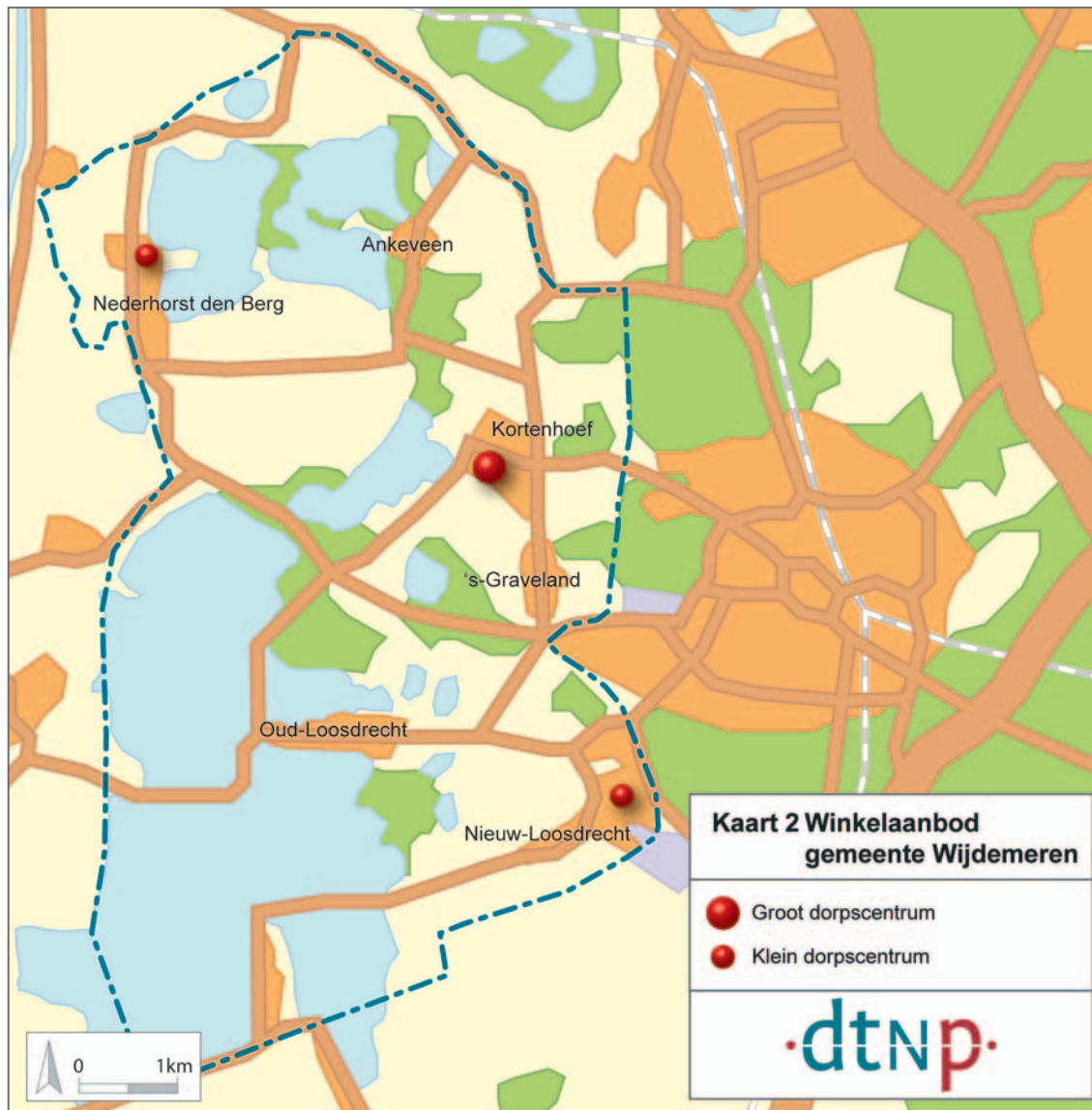
**Figuur 1 Winkelaanbod gemeente Wijdemeren per kern (m<sup>2</sup> wvo)**



**Figuur 2 Winkelaanbod gemeente Wijdemeren per centrum (m<sup>2</sup> wvo)**



Bron: Locatus, oktober 2006; bewerking Droogh Trommelen en Partners



Kortenhoef heeft het centrum van Loosdrecht vooral een functie voor de eigen inwoners.

Het winkelaanbod in 's-Graveland bestaat voor het overgrote deel uit branches in gerichte non-food (vooral woninginrichting en tuinartikelen) en is verspreid gelegen over de kern. Van een clustering van winkels in een winkelcentrum is geen sprake. De kern Nederhorst den Berg heeft wel een winkelcentrum (2.300 m<sup>2</sup> vvo) met een lokaal verzorgende functie. Ook hier is sprake van vooral aanbod in voedings- en genotmiddelen, aangevuld met enig aanbod in frequent benodigde non-food en mode.

De winkelstructuur in de gemeente bestaat aldus uit drie lokaal verzorgende winkelcentra en verspreid gelegen aanbod in gerichte non-food. In de overige kernen is vrijwel geen detailhandel aanwezig. Verder is ambulante handel aanwezig in Kortenhoef, Ankeveen, Loosdrecht en Nederhorst. In de meeste gevallen gaat het om enkele standplaatsen die ingevuld worden door aanbieders in voedingsmiddelen (vis, kaas, brood etc.). In Ankeveen is sprake van een wekelijkse markt met naast voedingsmiddelen ook aanbod in kleding.

### 2.3 Winkelaanbod per kern

#### Kortenhoef

Het winkelaanbod in de kern Kortenhoef heeft een omvang van  $\pm 13.000 \text{ m}^2$  vvo verspreid over  $\pm 25$  verkooppunten. Dit is groter dan gemiddeld in kernen met een vergelijkbaar aantal inwoners. Dit komt vooral door het grote aanbod in branches in gerichte non-food (o.a. Intratuin,  $\pm 8.700 \text{ m}^2$  vvo). Het aanbod in recreatieve branches is kleiner dan gemiddeld in vergelijkbare kernen. Dit kan verklaard worden door de nabijheid van grotere centra als Hilversum en Amsterdam. Het aanbod voor dagelijkse boodschappen (voedings- en genotmiddelen en frequent benodigde non-food) in Kortenhoef is vergelijkbaar met het gemiddelde (figuur 3).

Van alle winkelmeters is slechts 28% van het totale winkelaanbod in Kortenhoef is gevestigd in het centrum. De lage concentratiegraad wordt echter met name veroorzaakt door de aanwezigheid van Intratuin op een perifere locatie. Als we kijken naar het aantal winkels, dan is 64% van alle winkels in het centrum gevestigd.

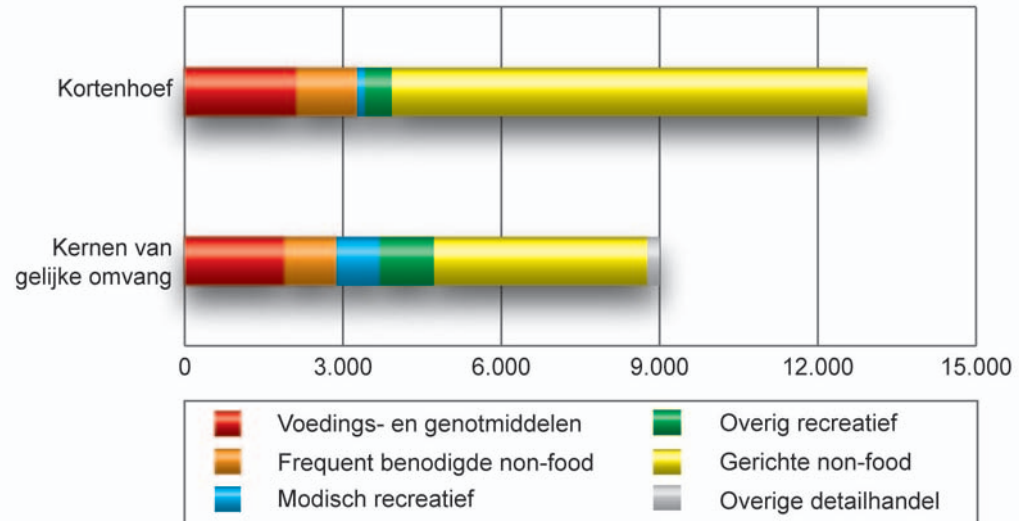


Winkels aan de Kerklaan



Landelijke ketens in het centrum

**Figuur 3 Winkelaanbod in Kortenhoef en in kernen van gelijke omvang ( $\text{m}^2$  vvo)**



Bron: Locatus, oktober 2006; bewerking Droogh Trommelen en Partners

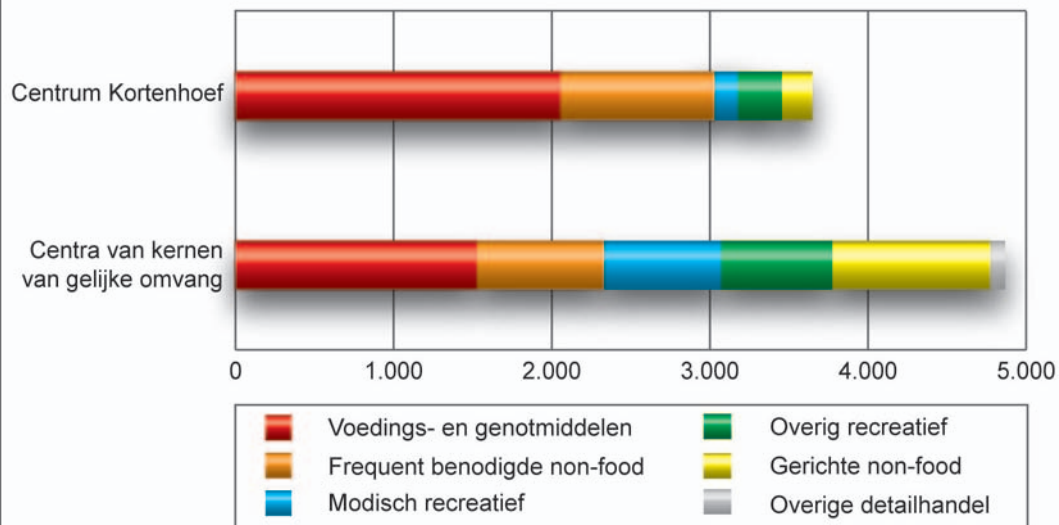


Super de Boer is een van de trekkers in het centrum



Winkels aan de Dodaarslaan

**Figuur 4** Winkelaanbod in het centrum van Kortenhoeve en in centra van kernen van gelijke omvang (m<sup>2</sup> vvo)



Bron: Locatus, oktober 2006; bewerking Droogh Trommelen en Partners

De gemiddelde winkelomvang in het centrum van Kortenhoeve is 228 m<sup>2</sup> vvo. Dit ligt hoger dan de gemiddelde winkelomvang in vergelijkbare kernen (186 m<sup>2</sup> vvo). Het totale winkelaanbod in het centrum is wel iets kleiner dan gemiddeld in vergelijkbare centra (figuur 4). Dit wordt veroorzaakt door een relatief beperkt recreatief aanbod. Het aanbod in dagelijkse artikelen is groter dan gemiddeld.

De belangrijkste aanbieders in het centrum zijn de supermarkten Albert Heijn en Super de Boer. Beide hebben een omvang van circa 1.000 m<sup>2</sup> vvo. Dit supermarktaanbod wordt aangevuld met enkele (vers)speciaalzaken (slager, bakker, slijter). In de branchegroep frequent benodigde non-food zijn de landelijke formules DA, Kruidvat en Blokker aanwezig. Daarnaast is er een dierenwinkel gevestigd. Het beperkte recreatieve aanbod in het centrum van Kortenhoeve bestaat voornamelijk uit een vestiging van textielsuper Zeeman.

Het centrum bestaat uit het planmatig opgezette winkelcentrum de Meenthof waarin alle formules zijn gevestigd. Aan de achtergelegen Dodaarslaan zijn ook nog enige winkels gevestigd.

### Loosdrecht

Het winkelaanbod in Loosdrecht heeft een omvang van ± 7.000 m<sup>2</sup> wvo verspreid over 44 verkooppunten. Dit winkelaanbod is kleiner dan het aanbod in kernen van vergelijkbare omvang (figuur 5). Dit komt door een ondervetegenwoordiging van het aanbod in gerichte non-food. De omvang van aanbod in dagelijkse branches komt redelijk overeen met het gemiddelde. Het aanbod in overig recreatieve branches is groter dan gemiddeld.

De concentratiegraad van het winkelaanbod in de kern Loosdrecht is relatief laag. Van het totale winkeloppervlak is 31% in het centrum gevestigd. Verschillende formules (o.a. Boni Markt, Doeland) zijn buiten het centrum gevestigd. Van het totale aantal winkels is circa 30% in het centrum gevestigd.

De gemiddelde winkelomvang in het centrum van Loosdrecht (Nieuw-Loosdrecht) is 167 m<sup>2</sup> wvo en ligt lager dan gemiddeld (196 m<sup>2</sup> wvo). Er is sprake van een relatief kleinschalige winkelstructuur. Ook het totale aanbod in het centrum is met een omvang van meer dan 2.000 m<sup>2</sup> wvo kleiner dan gemiddeld in

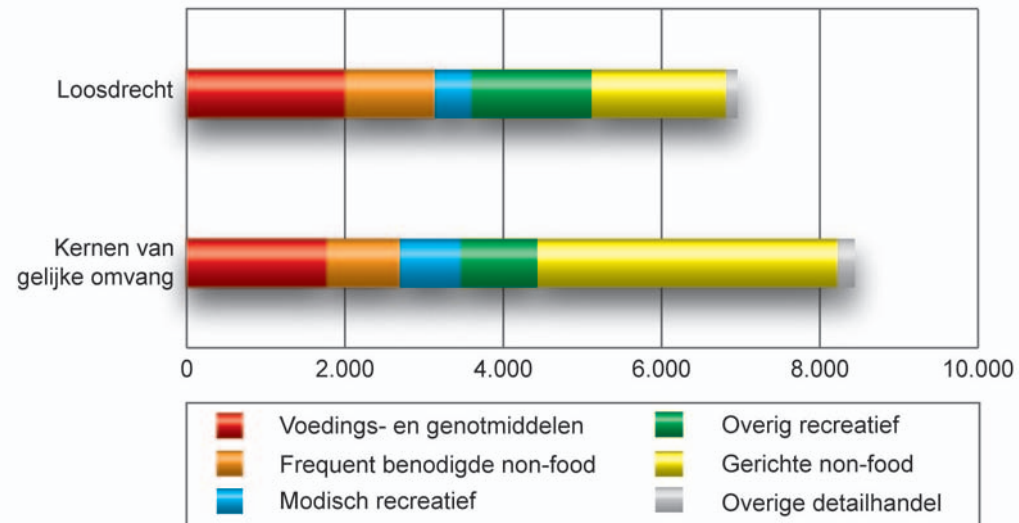


Verspreid gelegen winkels aan de Rading



Water- en hengelsportwinkel in Oud-Loosdrecht

**Figuur 5 Winkelaanbod in Loosdrecht en in kernen van gelijke omvang (m<sup>2</sup> wvo)**



Bron: Locatus, oktober 2006; bewerking Droogh Trommelen en Partners

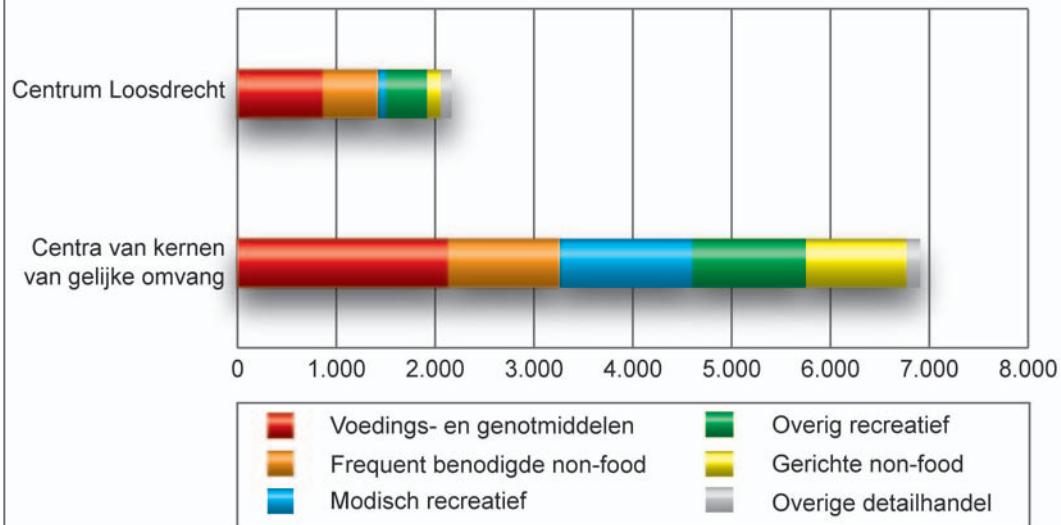


Winkels in het centrum van Loosdrecht



Supermarkt Super de Boer

**Figuur 6** Winkelaanbod in het centrum van Loosdrecht en in centra van kernen van gelijke omvang (m<sup>2</sup> wvo)



Bron: Locatus, oktober 2006; bewerking Droogh Trommelen en Partners

vergelijkbare kernen ( $\pm 7.000 \text{ m}^2 \text{ wvo}$ ). In elke branche is het aanbod relatief klein (figuur 6). Het relatief kleine aanbod voedings- en genotmiddelen in het centrum kan onder meer worden verklaard doordat één supermarkt (Boni) buiten het centrum ligt. Het bescheiden aanbod modisch en overig recreatief aanbod hangt mede samen met de nabijheid van grotere centra als Hilversum.

Belangrijkste aanbieder in het centrum van Loosdrecht is supermarkt Super de Boer ( $\pm 660 \text{ m}^2 \text{ wvo}$ ). Het aanbod in voedings- en genotmiddelen wordt aangevuld met een bakker en een slager. Drogisterij Dio is een belangrijke aanbieder in frequent benodigde non-food. In recreatieve branches zijn Bruna, Electroworld en Bike Totaal aanwezig in het centrum.

### Nederhorst den Berg

Nederhorst den Berg heeft met een omvang van 3.200 m<sup>2</sup> wvo het kleinste winkelaanbod in de gemeente Wijdmeren. Dit aanbod is verdeeld over 23 verkooppunten en is kleiner dan gemiddeld voor kernen van vergelijkbare omvang (figuur 7). Het modisch recreatieve aanbod is redelijk gemiddeld. Daarentegen is in de overige branches minder aanbod aanwezig dan in vergelijkbare kernen.

Bij de winkels in Nederhorst den Berg is sprake van relatief hoge concentratie. Van het totale oppervlak is 70% in het centrum gevestigd. Van alle winkels is 52% in het centrum gelegen.

De gemiddelde winkelomvang in het centrum van Nederhorst is ongeveer gelijk aan de gemiddelde winkelomvang in centra van kernen van vergelijkbare omvang. Het totale winkelaanbod in het centrum is kleiner dan gemiddeld (figuur 8). Het aanbod in voedings- en genotmiddelen en modisch recreatief is vergelijkbaar met centra van kernen van gelijke omvang. Het gaat echter om enkele winkels, zodat elke winkel een relatief groot percentage vertegenwoordigt.

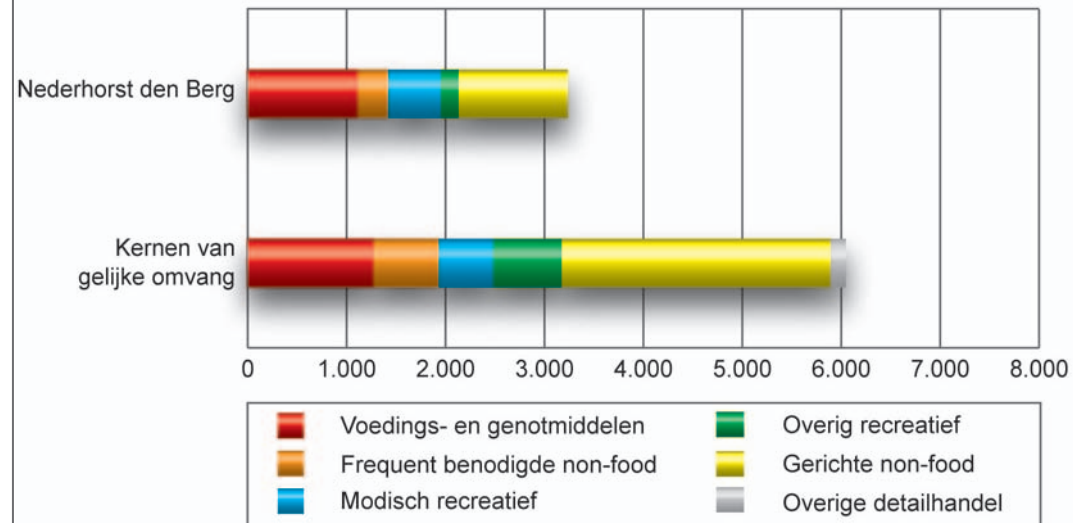


Versspecialzaak in Nederhorst den Berg



Winkels aan de Voorstraat

**Figuur 7** Winkelaanbod in Nederhorst den Berg en in kernen van gelijke omvang (m<sup>2</sup> wvo)



Bron: Locatus, oktober 2006; bewerking Droogh Trommelen en Partners





Supermarkt Albert Heijn

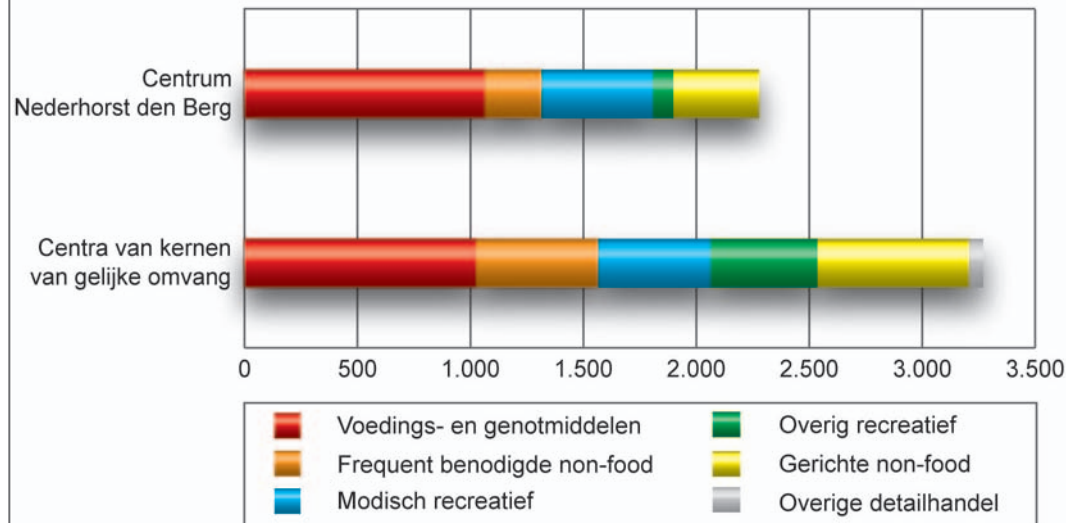


Aanbod in frequent benodigde non-food

Albert Heijn is er gevestigd en heeft een omvang van  $\pm 1.150 \text{ m}^2$  wvo. Dit wordt aangevuld met enkele verspecialzaken. Ook is sprake van een relatief grote aanbieder in mode.

De branches frequent benodigde non-food, overig recreatief en gerichte non-food zijn ondervetegenwoordigd in het centrum van Nederhorst den Berg.

**Figuur 8** Winkelaanbod in het centrum van Nederhorst den Berg en in centra van kernen van gelijke omvang ( $\text{m}^2$  wvo)



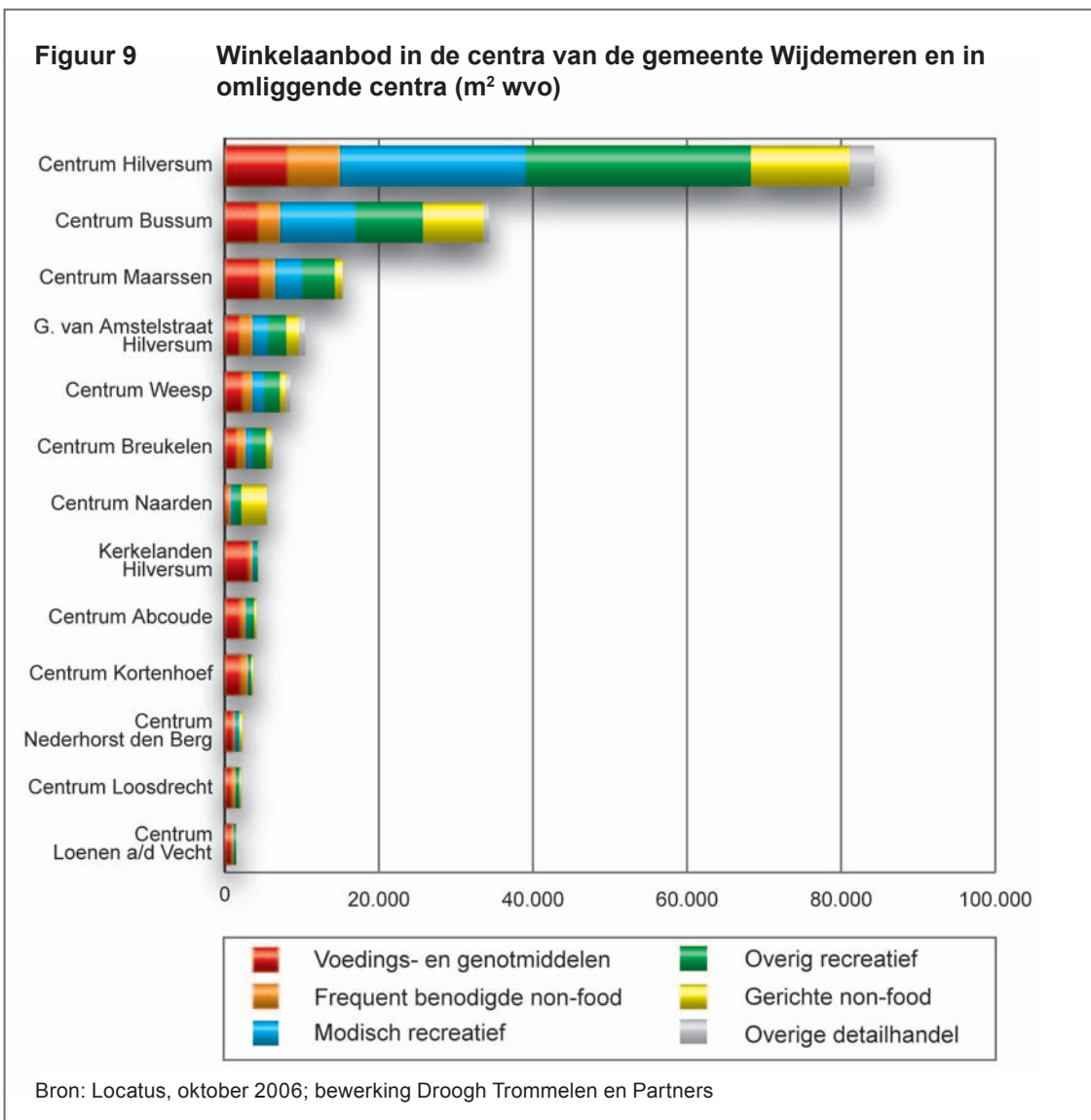
Bron: Locatus, oktober 2006; bewerking Droogh Trommelen en Partners

## 2.4 Winkelaanbod in de regio

De gemeente Wijdmeren ligt in een sterk verstedelijkte omgeving. Op circa 15 km afstand liggen de grote steden Amsterdam en Utrecht met een zeer ruim en divers winkelaanbod in aantrekkelijke winkelcentra. Ook de stad Almere ligt op relatief korte afstand van de gemeente.

Tegen de gemeentegrens van Wijdmeren aan ligt Hilversum met een groot en veelzijdig winkelaanbod in het centrum (± 85.000 m<sup>2</sup> wvo). Dit is het belangrijkste recreatieve winkelcentrum van de regio met een groot aantal trekkers in de recreatieve branches (o.a. V&D en Hema). Belangrijke onderdelen van het centrum zijn de goed bereikbare overdekte winkelcentra Hilvertshof (± 20.000 m<sup>2</sup> bedrijfsploeroppervlak (bvo)) en De Goische Brink (± 14.000 m<sup>2</sup> bvo)\*. Er is een ruim modisch aanbod aanwezig, aangevuld met winkels in overige recreatieve branches en enige daghoreca.

\* NRW (2007), NRW-register





Ook enkele overige winkelcentra in Hilversum liggen op korte afstand van de gemeente Wijdmeren (stadsdeelcentrum Gijsbrecht van Amstelstraat en winkelcentrum Kerkelanden).

Wat het winkelaanbod betreft neemt het centrum van Bussum in de regio de tweede plaats in achter het centrum van Hilversum. Hier is een winkelaanbod met een omvang van  $\pm 35.000 \text{ m}^2$  wvo aanwezig met onder andere enkele landelijke formules in de modische branche. Ook is het centrum een belangrijke aankoopplaats voor dagelijkse boodschappen.

Kleinere streekcentra in de regio zijn de centra van Maarsse, Weesp en Breukelen. Deze winkelgebieden fungeren als boodschappencentra waarbij supermarkten de trekkers vormen.

In het centrum van Naarden zijn vooral aanbieders in de hogere segmenten gevestigd. Daarnaast is met het Design Centrum van Jan des Bouvrie een themacentrum in woninginrichting aanwezig. Dit landelijk bekende winkelcentrum trekt bezoekers van ver buiten de regio.

De omvang van het winkelaanbod in het centrum van Abcoude is vergelijkbaar met het centrum van Kortenhoef. Hierdoor is de invloed van dit centrum op Wijdmeren beperkt. Er is vooral aanbod in voedings- en genotmiddelen aanwezig waardoor het een lokale verzorgingsfunctie heeft. Dit geldt ook voor het centrum van Loenen aan de Vecht, dat qua omvang vergelijkbaar is met Loosdrecht en Nederhorst den Berg.

De gemeente Wijdmeren ligt in een omgeving waar een aantal grote winkelgebieden gevestigd is. Naast Amsterdam en Utrecht is vooral het winkelaanbod in Hilversum van belang voor de bewoners van Wijdmeren. Voor de dagelijkse boodschappen kunnen de bewoners terecht in de eigen gemeente maar ook in Hilversum. Voor een uitgebreid recreatief aanbod is men aangewezen op het centrum van Hilversum en in mindere mate op het centrum van Bussum.

Door de nabijheid van deze grote centra is ook de (potentiële) regiofunctie van de kernen binnen Wijdmeren op voorhand beperkt.



Een groot recreatief aanbod in Amsterdam



Dorpscentrum Maarssen



Winkelcentrum Hilvertshof in Hilversum centrum



Ook in Utrecht is veel recreatief aanbod gevestigd



Design Centrum in het Arsenal in Naarden



Kerkelanden heeft belangrijke boodschappenfunctie

## 3 **Beleid en ontwikkelingen**

### 3.1 **Rijksbeleid**

#### *Nota Ruimte*

Op 17 mei 2005 is de Nota Ruimte vastgesteld door de Tweede Kamer. In de Nota Ruimte zijn het locatiebeleid uit de Vierde Nota ('ABC-locatiebeleid') en het locatiebeleid voor perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen (PDV/GDV-beleid) vervangen door één integraal locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen. Doel is ieder bedrijf een goede vestigingsplaats te bieden zodat een optimale bijdrage wordt geleverd aan de kracht van steden en dorpen.

De invulling van het nieuwe locatiebeleid wordt gedecentraliseerd naar provincies en WGR-plusregio's\*. De provincies en, voorzover het om binnenregionale vraagstukken gaat, de WGR-plusregio's

---

\* Het betreft de 'kaderwetgebieden': regionale samenwerkingsverbanden rond Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Arnhem/Nijmegen Eindhoven/Helmond en Hengelo/Enschede

dienen in hun eigen ruimtelijke, verkeers- en vervoerbeleid het integrale locatiebeleid te concretiseren. Uitgangspunt hierbij is dat nieuwe vestigingslocaties voor detailhandel niet ten koste mogen gaan van de bestaande detailhandelsstructuur in wijkwinkelcentra en binnensteden.

Verder dienen provincies en WGR-plusregio's te reguleren dat bedrijven en voorzieningen die vanwege veiligheid, hinder en verkeers-aantrekkende werking niet inpasbaar zijn in woonbebouwing, ruimte wordt geboden op daarvoor te bestemmen (bedrijven)terreinen.

Ook dient aan nieuwe en bestaande bedrijven en voorzieningen met omvangrijke goederenstromen en/of een omvangrijke verkeersaantrekkende werking en/of arbeids- en bezoekersintensieve functies, ruimte te worden geboden op locaties met een goede aansluiting op (bij voorkeur verschillende vormen van) verkeers- en vervoersverbindingen.

#### *IPO-richtlijnen perifere detailhandel*

De Nota Ruimte geeft gemeenten de mogelijkheid om in hun bestemmingsplan een aparte bestemming op te nemen voor perifere detailhandel. De provincies hebben gezamenlijk richtlijnen opgesteld met betrekking tot branchebeperkingen voor perifere detailhandel\*. Het gaat om een minimumpakket aan richtlijnen, een strenger beleid door individuele provincies is mogelijk. De volgende richtlijnen zijn afgesproken:

- Het IPO geeft prioriteit aan de positie van de bestaande winkelgebieden. Ruimte voor veranderingen wordt geboden onder voorwaarde dat de bestaande voorzieningenstructuur niet duurzaam wordt aangestast;
- Vernieuwing of uitbreiding vindt bij voorkeur plaats binnen of onmiddellijk grenzend aan bestaande winkelgebieden;
- Vestiging van detailhandel in het buitengebied is niet toegestaan;
- Grootschalige winkelvoorzieningen worden bij voorkeur geacommodeerd op binnenstedelijke locaties;

---

\* Interprovinciaal overleg (23 februari 2006), Perifere detailhandel

- Detailhandel voor niet-frequente doelgerichte aankopen is alleen op perifere locaties toegestaan als deze moeilijk inpasbaar is in bestaande winkelgebieden vanwege de volumineuze aard, brand- en explosiegevaar en/of dagelijkse bevoorrading;
- Thematische ontwikkelingen zijn alleen dan toegestaan als er geen ruimte is aangrenzend aan bestaande centra en als het thema specifiek aan de perifere locatie is gebonden;
- Grootschalige detailhandel met een bovenlokale verzorgingsfunctie sluit bij voorkeur aan op bestaande detailhandelsconcentraties en dient goed bereikbaar te zijn met openbaar vervoer en auto.
- Clusters van grootschalige detailhandel (eventueel in combinatie met leisure) kunnen alleen worden geconcentreerd in stedelijke netwerken nabij knooppunten met een bovenregionale functie;
- Onderzoek moet aantonen dat de ontwikkeling van (een cluster van) grootschalige detailhandel geen ontwrichting van de bestaande detailhandelsstructuur tot gevolg heeft.

De IPO-richtlijnen zijn geaccordeerd door het kabinet\*. Onderzocht wordt nog op welke wijze 'branchering' van perifere detailhandel wettelijk kan worden verankerd.

Opgemerkt moet worden dat de werking van het PDV/GDV-beleid met de Nota Ruimte niet ineens is opgeheven. Het maakt immers nog onderdeel uit van het vigerende ruimtelijke beleid op gemeentelijk en provinciaal niveau. Gemeenten en provincies kunnen er bij het vaststellen van nieuw beleid voor kiezen hun ruimtelijke detailhandelsbeleid te wijzigen.

### 3.2 Provinciaal beleid

#### *Streekplan Noord-Holland Zuid*

In het streekplan voor het zuidelijke deel van de provincie Noord-Holland streeft men naar een moderne en evenwichtige voorzieningenstructuur\*\*. Verder worden geen uitspraken gedaan over de detailhandelsstructuur.

---

\* Min. VROM en EZ (10 november 2006), Kabinetsreactie IPO richtlijnen perifere detailhandel

\*\* Provincie Noord-Holland (2003), Streekplan Noord-Holland Zuid

Wel worden ontwikkelingen buiten de bestaande verstedelijkte gebieden onwenselijk geacht. Er zijn rode contouren getrokken om bestaande verstedelijkte gebieden. Hiertoe behoren ook de kernen Kortenhoeft, Loosdrecht en Nederhorst den Berg. Buiten deze rode contouren mag geen verdere verstedelijking plaatsvinden. Ook de woningbehoefte dient in eerste instantie opgevangen te worden in bestaand gebied.

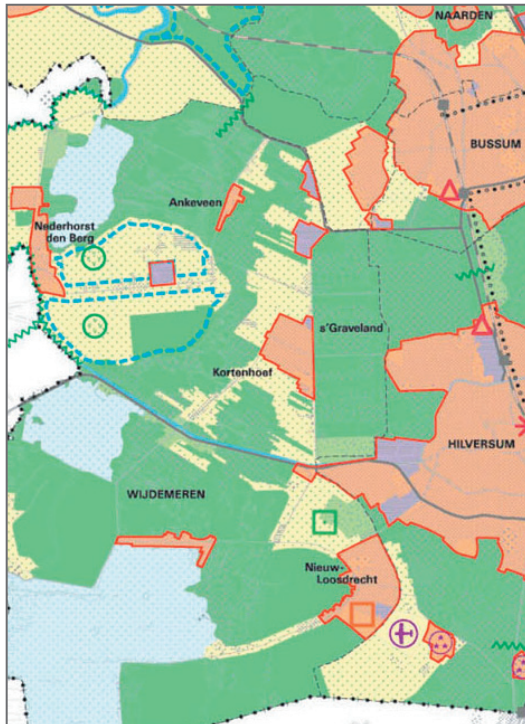
#### *Notitie perifere en grootschalige detailhandel*

Voor het locatiebeleid heeft de provincie Noord-Holland een nota vastgesteld\*. Hierin is opgenomen dat perifere en grootschalige detailhandel zich dient te vestigen in verstedelijkt of te verstedelijken gebied (contouren streekplan), op locaties die multimodaal ontsloten worden.

Voor nieuwe perifere en grootschalige ontwikkelingen geldt onder meer dat deze de bestaande regionale aanbodstructuur dient te versterken of te vernieuwen. Clustering met vrijetijdsfuncties (leisure) is mogelijk.

---

\* Provincie Noord-Holland (2005), Een goede plek voor ieder bedrijf



Rode contouren in het Streekplan Noord Holland Zuid



Winkelkompas: Een nieuwe koers voor de detailhandel

#### *Regionale detailhandelsstructuurvisies*

In 1999 is het Winkelkompas Gooi & Vechtstreek door DTNP opgesteld in opdracht van MKB Gooi en Vechtstreek en Kamer van Koophandel Gooi- en Eemland\*. De winkelstructuur is geanalyseerd en vervolgens is een visie opgesteld voor de toekomstige structuur.

Daarnaast is in 2006 door de Kamer van Koophandel Gooi- en Eemland en het Gewest Gooi en Vechtstreek aan Ecorys gevraagd een detailhandelsstructuurvisie op te stellen voor de regio Gooi- en Eemland\*\*.

Beide rapporten geven richting aan winkelontwikkelingen in de regio maar hebben geen formele status. In de visie van zowel DTNP als van Ecorys komen de aanbevelingen voor de detailhandelsstructuur in kleine kernen neer op de volgende uitgangspunten:

- een goede ruimtelijke spreiding van voorzieningen;

- het handhaven van een compleet pakket aan dagelijkse artikelen;
- zoveel mogelijk ruimtelijke concentratie van voorzieningen;
- goede bereikbaarheid van en voldoende parkeergelegenheid in voorzieningscentra.

---

\* DTNP (voorheen Droogh Trommelen Broekhuis) (1999), Winkelkompas Gooi & Vechtstreek

### 3.4 Gemeentelijk beleid

#### *Nota Economische Zaken*

In de Nota Economische Zaken\* wordt de ambitie van het huidige college van B&W om de lokale economie te stimuleren verder uitgewerkt. Er bestaat zorg over het afnemende winkelaanbod in de gemeente. Men streeft daarom naar tenminste behoud van het bestaande winkelaanbod door middel van actief beleid.

Speciale aandacht gaat uit naar het functioneren van bestaande winkelcentra. In Kortenhoef dient bekeken te worden in hoeverre het functioneren van het winkelcentrum verbeterd kan worden. Momenteel vindt een proces van revitalisering van oude winkels plaats waarvan de eerste fase inmiddels is afgerond. Daarnaast wordt in Loosdrecht en Nederhorst gestreefd naar een grotere concentratie van bewinkeling in de centra.

---

\* Gemeente Wijdmeren (2006), Geef Economie de ruimte, Nota Economische Zaken, Recreatie en Toerisme

### 3.5 Ontwikkelingen in de detailhandel

Bij winkelbezoek hangt het gedrag van de consument samen met het bezoekmotief. Globaal maken we een onderscheid tussen boodschappen doen, recreatief winkelen en het doen van gerichte aankopen. De drie typen kennen elk hun eigen ruimtelijk patroon.

#### *Boodschappen doen*

Bij boodschappen doen staat de aankoop van voedings- en genotmiddelen en frequent benodigde non-food (o.a. drogist, bloemen) centraal. Verkrijgbaarheid (compleet assortiment), gemak (reistijd, comfort, openingstijden) en bereikbaarheid spelen een belangrijke rol. Dit type winkelgedrag vindt frequent plaats, overwegend in de omgeving van de woning (buurt- en dorpscentra). De kwaliteit en omvang van de supermarkt zijn sterk bepalend voor de trekkracht van een boodschappencentrum.

#### *Recreatief winkelen*

Bij recreatief winkelen gaat het om de aankoop van keuzegevoelige artikelen (mode, boeken, CD's, sportartikelen, etc.). Veelal is

de actie zelf (rondkijken, ontspannen) belangrijker dan de aankoop. De attractiviteit van een recreatief winkelgebied wordt primair bepaald door de omvang van het modisch recreatieve aanbod en de aanwezigheid van landelijk bekende trekkers (V&D, Hema, H&M, etc.). Een ruim aanbod verrassende speciaalzaken, horeca en een aantrekkelijke sfeer vergroten de attractiviteit. Naarmate de aankoop zelf meer centraal staat (op zoek naar schoenen, MP3-speler of tennisracket) is efficiëntie als kwaliteit belangrijker: optimale bereikbaarheid en een compleet assortiment in een zo compact mogelijke opzet.

#### *Gerichte aankopen*

Bij gerichte aankopen gaat het enerzijds om artikelen die niet keuzegevoelig zijn (doe-het-zelf, tuinartikelen). Combinatiebezoek met andere winkels vindt nauwelijks plaats. Belangrijker zijn een goede vindbaarheid, zichtbaarheid en bereikbaarheid. Anderzijds gaat het om duurdere en laagfrequent gekochte artikelen, zoals meubelen en auto's. Hiervoor is men bereid relatief grote afstanden af te leggen om een clustering van meerdere aanbieders te bereiken (bijv. woonboulevard).





Boodschappen doen bij Super de boer



Recreatief winkelen in de binnenstad van Amsterdam



Gerichte aankopen doen in Loosdrecht

### *Voorzieningsstructuur*

De Nederlandse voorzieningsstructuur is relatief fijnmazig. In beginsel is de consument gericht op het meest nabij gelegen winkelgebied dat in zijn behoefte voorziet. Door de toenemende mobiliteit wordt afstand echter steeds minder belangrijk. Kwantiteit en kwaliteit van het winkelaanbod zijn de belangrijkste factoren die bepalen welk winkelcentrum wordt bezocht. In de afweging tussen centra met een vergelijkbaar aanbod spelen factoren zoals bereikbaarheid, parkeren, inrichting van de openbare ruimte en sfeer een doorslaggevende rol.

Door toenemende individualisering kunnen we steeds minder spreken van 'de consument'. Een grotere verscheidenheid aan culturen, leefstijlen en huishoudentypen leidt tot een sterke toename van het aantal doelgroepen. Ook binnen een doelgroep of zelfs van één consument wordt het gedrag meer fragmentarisch. Zo kan het zijn dat een consument een grote supermarkt bezoekt voor de wekelijkse boodschappen, een kleinere supermarkt voor 'vergeten' boodschappen en de discountsupermarkt voor een beperkt aantal goedkope artikelen.

### *Schaalvergroting in de structuur*

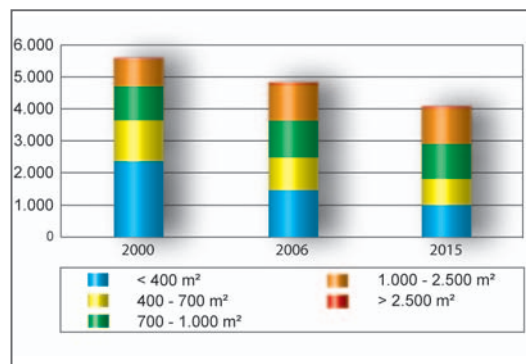
Voor kleinschalige winkelvoorzieningen is het steeds moeilijker om aan de toenemende eisen van de moderne consument te voldoen. Die verwacht een compleet aanbod en keuze, of het nu gaat om levensmiddelen, mode of meubelen. De noodzakelijke massa (aantal m<sup>2</sup> wvo) voor een winkelgebied neemt dan ook toe en daarmee weer het benodigde aantal consumenten. Op deze manier vindt geleidelijk schaalvergroting plaats in de voorzieningen-structuur. Het gevolg is dat dorps- en buurtwinkelcentra verdwijnen en binnensteden en grotere wijkwinkelcentra opkomen.

Dit proces staat dikwijls op gespannen voet met de (maatschappelijke en beleidsmatige) wens voor winkels in de woonomgeving. Deze dragen immers bij aan de aantrekkelijkheid van een dorp of buurt en zijn vooral belangrijk voor niet-mobiele inwoners (o.a. ouderen). Deze groep is echter onvoldoende groot om een compleet dagelijks winkelaanbod op buurtniveau in stand te houden.

### Schaalvergroting op winkelniveau

Ook op het niveau van de winkel vindt schaalvergroting plaats. Tegenwoordig heeft een volwaardige servicesupermarkt al gauw een minimale omvang van 1.000 m<sup>2</sup> wvo. Voor de toekomst moet rekening worden gehouden met een nog grotere omvang (1.200 m<sup>2</sup> wvo of meer). De komende jaren wordt een verdere afname verwacht van kleinschalige supermarkten (< 700 m<sup>2</sup> wvo). Het aantal grootschalige supermarkten (> 2.500 m<sup>2</sup>) zal naar verwachting groeien. Per saldo neemt het aantal supermarkten af (zie figuur 10).

**Figuur 10 Ontwikkeling van het aantal supermarkten naar omvang\***



\* AC Nielsen (2006), Aantal supermarkten naar oppervlakteklasse

### Verdringingsmarkt

Schaalvergroting in de supermarktbranche leidt tot een afnemend aantal vestigingen. In deze verdringingsmarkt is sinds eind 2003 een 'prijzenoorlog' gestart. Onder invloed van discountformules als Aldi en Lidl en de landelijke expansie van formules als Jumbo en Dirk van den Broek, zijn gevestigde supermarktorganisaties gedwongen hun prijzen substantieel te verlagen. Met overwegend even hoge kosten als voorheen resulteert dit in beduidend lagere bedrijfsresultaten. Hierdoor staan niet alleen individuele supermarkten, maar ook hele supermarktorganisaties onder druk. Onze verwachting is dat de komende jaren veel (vooral kleinere) supermarktvestigingen zullen sluiten.

### Dynamiek in de supermarktbranche

De supermarktbranche kan op basis van het service- en het prijsniveau grofweg ingedeeld worden in de volgende drie marktsegmenten:

- servicesupermarkten (Albert Heijn, Super de Boer, Deen);
- softdiscounters (Dirk van den Broek, Jumbo, Vomar, Deka);
- harddiscounters (Aldi, Lidl).

Deze indeling is niet statisch, maar verandert voortdurend. We zien nu dat de servicesupermarkt, de softdiscounter en de harddiscounter steeds meer naar elkaar toe groeien.

Supermarkten opereren in een agressieve markt en in het gevecht om de consument worden prijspeil en serviceniveau aangepast. De druk op de servicesupermarkten om hun prijzen te verlagen heeft geleid tot een kleiner assortiment en uitbreiding van het eigen huismerk. Dit gaat ten koste van de A-merken. Daarnaast worden kosten gedrukt door minder service te verlenen, bijvoorbeeld op versafdelingen. Door daling van het prijspeil en de service bewegen servicesupermarkten zich naar het midden van het spectrum, in de richting van de softdiscounters.

Ook de harddiscounters passen hun strategie aan en bewegen zich richting de softdiscounters. Het lage prijspeil was de belangrijkste kracht van de harddiscounters bij hun introductie op het Nederlandse markt. Het beperkte ( $\pm$  700 producten), maar goedkope assortiment van Aldi en Lidl viel vooral in de smaak bij gezinnen met een lager inkomen en



Kleinschalige voorzieningen staan onder druk



Schaalvergroting in de supermarktbranche



Harddiscounter Lidl biedt meer versproducten

gezinnen met kinderen\*. Door de algehele prijsverlagingen in de supermarktbranche is het onderscheidend vermogen van de harddiscounters echter afgenomen. De consument is niet langer overgevoelig voor prijsstunten en hecht bij de keuze voor een supermarkt meer belang aan kwaliteit van de winkel, de versafdelingen en het versassortiment. Lage prijzen en aantrekkelijke aanbiedingen komen pas daarna. De harddiscounters proberen nu door meer versproducten aan te bieden niet alleen hun marge te verhogen, maar vooral ook winkeltrouw te bevorderen. Door uitbreiding van het assortiment krijgen harddiscounters behoefte aan een groter winkelvloeroppervlak. Een moderne discounter heeft al gauw een omvang van  $\pm 800 \text{ m}^2$  wvo.

Het gevecht om de consument vindt niet alleen plaats in de winkel, maar ook nadrukkelijk daarbuiten met de verwerving van vestigingsplaatsen. Supermarktorganisaties proberen hun marktpositie te versterken door (nieuwe) vestigingsplaatsen te bemachtigen. In het voorjaar van 2006

\* GfK (2003), Kengetallen Aldi en Lidl

heeft het supermarktconcern Laurus haar formules Konmar en Edah verkocht. Met deze verkoop kwam in één keer een groot aantal vestigingsplaatsen op de markt. Dit heeft consequenties voor de bestaande verhoudingen in de supermarktbranche. Zo krijgen onder meer Albert Heijn, Jumbo en Plus een steviger marktpositie, nadat zij het merendeel van de voormalige Konmar- en Edahsupermarkten hebben gekocht.

#### *Speciaalzaken*

De rol van de (vers)speciaalzaken in de verkoop van versartikelen is de laatste jaren afgenomen. Schaalvergroting en meer aandacht voor vers (relatief hoge marges) in supermarkten heeft geleid tot een sanering onder (vers)speciaalzaken en een groei van het marktaandeel van supermarkten. Op dit moment komt nog slechts 10% van de bestedingen aan aardappelen, verse groenten en vers fruit terecht in de groentewinkel. Bakkers scoren een marktaandeel van  $\pm 27\%$  en slagers  $\pm 19\%^*$ . Door de voortdurende prijzenoorlog is de dienstverlening in supermarkten inmiddels sterk verminderd. Om

\* HBD (2007), [www.hbd.nl](http://www.hbd.nl)

kosten te drukken wordt in supermarkten steeds vaker overgegaan op zelfbediening. Uit onderzoek blijkt dat het bezoek aan versspeciaalzaken in 2005 niet (nog) verder is gedaald\*. Een deel van de consumenten blijft de service van speciaalzaken waarderen, als aanvulling op de meer op prijs gerichte supermarkten. Hiervan kunnen naar verwachting met name de specialistische verszaken (viszaken, kaaswinkels) profiteren. Niettemin blijft de supermarkt sterk dominant bij de aankoop van dagelijkse boodschappen.

#### *Supermarkt steeds belangrijker*

De kwaliteit en omvang van de supermarkt zijn dan ook sterk bepalend voor de trekkracht van een boodschappencentrum. Inmiddels hebben supermarkten voor aankopen in winkels in voedings- en genotmiddelen circa 80% marktaandeel\*\*.

Het stijgende marktaandeel van supermarkten zorgt ervoor dat veel speciaalzaken het moeilijker krijgen. Tegelijkertijd zorgen juist de

---

\* GFK (2005), Food Klantenkringen buiten supermarkten 2003-2005

\*\* HBD (2006), Bestedingen en marktaandelen 2005

supermarkten in een winkelcentrum voor een grote bezoekersstroom. Uit onderzoek\* blijkt dat 1/3 deel van de bezoekers aan supermarkten in buurt- en wijkcentra ook één of meer van de nabijgelegen speciaalzaken bezoekt. Dit percentage varieert niet of nauwelijks met de omvang van de supermarkt. Speciaalzaken kunnen daarom meer bezoekers verwachten indien zij nabij een sterk supermarktaanbod gelegen zijn.

#### *Branchevervaging*

In veel sectoren binnen de detailhandel treden verschijnselen van branchevervaging op: het aangeboden assortiment is anders dan gebruikelijk in de branchegroep. Zo zijn er drogisterijen die ook speelgoed verkopen en supermarkten waar computers worden verkocht. In normale winkelgebieden leidt dit niet tot (planologisch-juridische) problemen, omdat de branchering niet in het bestemmingsplan kan worden opgenomen.

Op perifere locaties is detailhandel veelal specifiek bestemd of via een vrijstelling geregeld. Geconstateerd kan worden dat

---

\* G.F.B. Stinstra/ DTNP (2005), Compleet anders?!

bedrijven, die zich vanwege de aard en omvang van de artikelen (volumineus) op een perifere locatie mogen vestigen (PDV-beleid), vaker branchevreemde artikelen verkopen. Zo zijn er bouwmarkten die speelgoed aanbieden en tuincentra die huishoudelijke artikelen verkopen. Om te voorkomen dat structuurversturende effecten ontstaan voor reguliere winkelgebieden, is handhaving noodzakelijk.

#### *Specialisering en thematisering*

Steeds vaker zien we dat winkelgebieden zich specialiseren naar bezoekmotief en dat consumenten voor specifieke motieven andere winkelgebieden bezoeken. Winkelgebieden die in staat zijn voor een bepaald bezoekmotief een voldoende sterk aanbod te bieden, blijken in de praktijk succesvol. Sommige centra zijn in staat in te spelen op meerdere bezoekmotieven. In dat geval wordt per afzonderlijk motief (boodschappen doen, recreatief winkelen, doelgerichte aankopen) een voldoende groot aanbod (kritische massa) geboden in een passende setting, vaak in deelgebieden. Voorbeelden zijn grote stadsdeelcentra en stadscentra met een kernwinkelgebied, aanloopstraten en randzones.



Mexx verkoopt ook kleding via internet



Service van speciaalzaken wordt gewaardeerd



Drogisterijen: branchevervaging

### *Winkelen via internet*

De omzet van Nederlandse internetwinkels stijgt jaarlijks. Succesvolle aanbieders zijn vaak bestaande winkel- en postorderbedrijven die hun activiteiten uitbreiden via internet (Mexx, Wehkamp, Kijkshop). De fijnmazige winkelstructuur in Nederland draagt ertoe bij dat het kopen via internet waarschijnlijk minder belangrijk zal blijven dan bijvoorbeeld in de Verenigde Staten.

In sommige branches (cd-winkels, makelaars, banken, reisbureaus) is de invloed van internet toch al sterk merkbaar. In 2005 bedroegen de verkopen via internet in Nederland  $\pm$  € 2,2 miljard. Dit is een groei van bijna 30% ten opzichte van het voorgaande jaar. Bijna de helft van de totale online bestedingen in 2005 betrof de reisbranche (tickets, etc.). De resterende € 1,2 miljard komt overeen met een bedrag van  $\pm$  € 76 per hoofd van de bevolking.

Een deel van de  $\pm$  € 2,2 miljard aan online bestedingen betreft een verschuiving van catalogusverkoop (Wehkamp, Neckermann) naar verkoop via internet. De belangrijkste artikelgroepen die via internet verkocht

worden zijn consumentenelectronica, multimedia en kleding\*.

Vooralsnog gaan marktpartijen ervan uit dat het aandeel van internet als aankoopkanaal beperkt blijft en dat het geen invloed heeft op de winkelstructuur als geheel. In de supermarktbranche wordt al een aantal jaren geëxperimenteerd met kopen via internet. Het blijkt nog altijd moeilijk het brede assortiment van een supermarkt, waaronder verse en gekoelde producten, heelhuids, op tijd en tegen concurrerende prijzen thuis te bezorgen.

Ahold (albert.nl) is de enige substantiële aanbieder. De omzet van Albert.nl stijgt jaarlijks, maar draagt slechts in zeer beperkte mate ( $\pm$  1%) bij aan de totale omzet van Albert Heijn. Niettemin kunnen internetsupermarkten in de toekomst mogelijk een belangrijke bijdrage leveren aan het voorzieningenniveau en de leefbaarheid in kleine kernen of buurten waar vanwege het beperkte draagvlak geen winkels meer zijn.

---

\* Thuiswinkel.org (2006), Thuiswinkelen in Nederlands perspectief

### 3.6 Ontwikkelingen in Wijdemeren

#### Winkelaanbod

In de Nota Economische zaken, Toerisme en Recreatie (gemeente Wijdemeren, 2006) wordt geconstateerd dat het winkelaanbod in de kernen de laatste jaren is afgenomen. Dit blijkt ook als het huidige aanbod vergeleken wordt met het aanbod ten tijde van het winkelkompas (DTNP, 1999). In figuur 11 is te zien dat het totale oppervlak aan winkels in de gemeente is toegenomen, maar dat het aanbod in dagelijkse en recreatieve artikelen is gedaald. De toename wordt veroorzaakt door de komst van Intratuin, maar in de overige branches is sprake van een afname van het winkelaanbod. Naar verwachting zal deze ontwikkeling zich de komende jaren voortzetten.

#### Ambulante handel

De markt in Ankeveen functioneert momenteel goed. Er is geen sprake van leegstand. De stichting die de markt beheert, heeft plannen om het aanbod op de Ankeveense markt in de toekomst uit te breiden. Bovendien wil men themamarkten gaan organiseren.

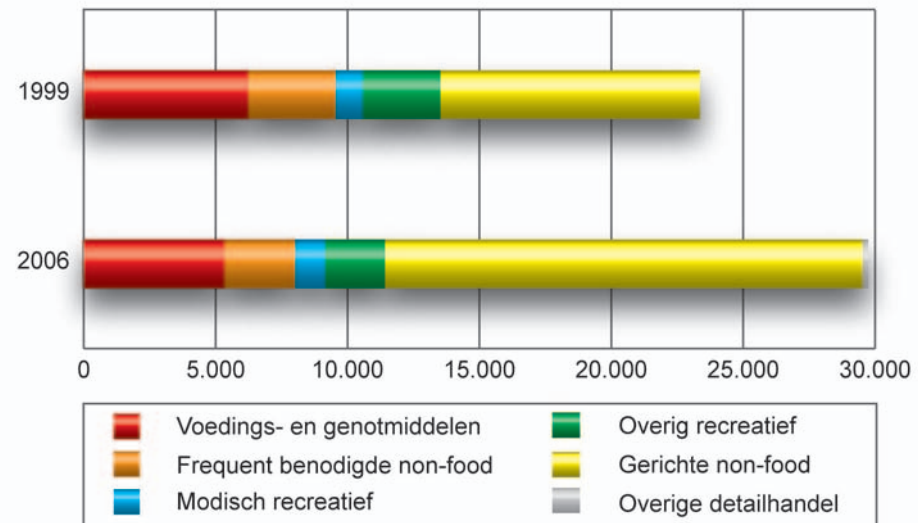


Winkelaanbod in Wijdemeren is afgenomen...



...door de toenemende schaalvergroting

**Figuur 11**      **Ontwikkeling van het winkelaanbod in de gemeente Wijdemeren (in m<sup>2</sup> wvo)**



Bron: Droogh Trommelen en Partners, 1999; Locatus, oktober 2006, bewerking Droogh Trommelen en Partners

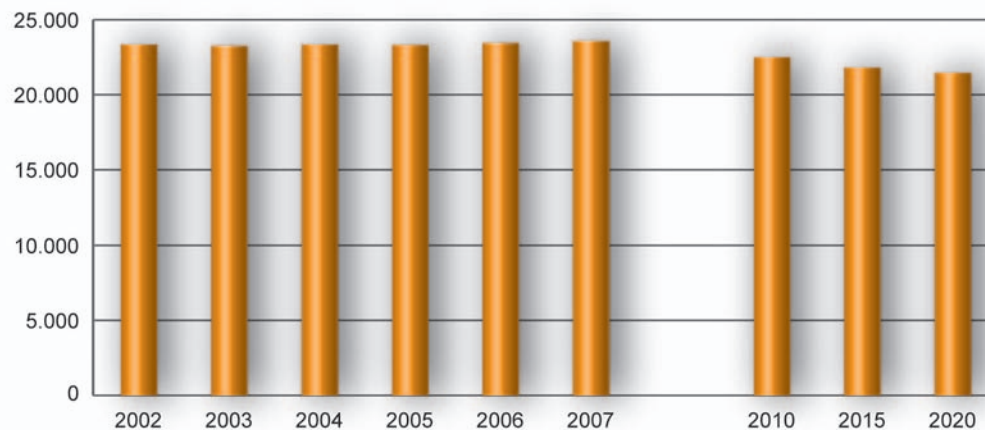


De bevolkingssomvang is licht toegenomen..



...maar zal in de komende jaren afnemen

**Figuur 12**      **Ontwikkeling bevolkingssomvang in de gemeente Wijdmeren**



Bron: ABF Research (2007), Primos prognose; CBS (2007), Kerncijfers wijken en buurten

### *Bevolkingssomvang*

Een ontwikkeling die de afname van het winkelaanbod mogelijk zal versnellen, is de afname van het aantal inwoners. De afgelopen jaren is de bevolkingssomvang in de gemeente Wijdmeren ongeveer op een gelijk niveau gebleven. Sinds 2002 is het aantal inwoners met circa 1% gestegen (CBS, 2007).

Voor de komende jaren wordt echter een daling van het aantal inwoners verwacht.

Deze afname het gevolg van een daling van de gemiddelde huishoudengrootte in de gemeente (CBS, 2006). De prognose voor de gemeente Wijdmeren gaat uit van een daling van 7% tot circa 21.800 inwoners in 2015\*.

Mogelijk kan deze daling op termijn deels worden gecompenseerd met de bouw van ± 440 woningen in Nieuw-Loosdrecht (Ter Sype). Gelet op de onzekerheid over deze plannen, worden deze woningen in deze visie buiten beschouwing gelaten. De afnemende bevolkingssomvang, zetten het winkelaanbod (verder) onder druk.

\* ABF Research (2007), Primos prognose

### Toerisme

Wijdmeren heeft een belangrijke toeristisch-recreatieve functie. Zo is Oud-Loosdrecht een van de populairste watersportcentra van Nederland. De gemeente constateert echter in haar nota Economische zaken, Recreatie en Toerisme (gemeente Wijdmeren, 2006) dat het aantal bezoekers de laatste jaren is teruggelopen. Volgens de gemeente komt dit onder meer door het achterblijvende niveau van op het toerisme gerichte voorzieningen. Ook op grotere schaal, in het hele toeristische Hollands-Utrechtse merengebied (waaronder gemeente Wijdmeren), is het aantal overnachtingen van gasten de laatste jaren flink teruggelopen (CBS, 2007).

### Dorpscentrum Oud Loosdrecht

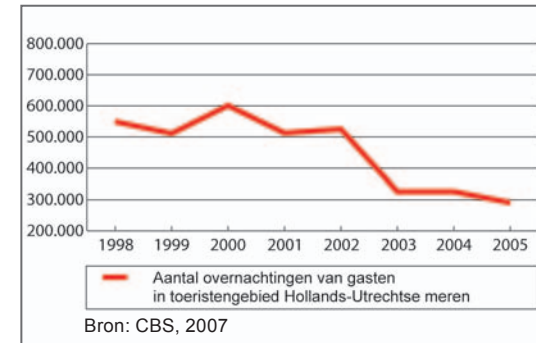
Om het toerisme een impuls te geven zijn er vergaande plannen voor de ontwikkeling van een nieuw dorpscentrum in Oud-Loosdrecht. Onderdeel hiervan zijn woningen, winkels, horeca en andere voorzieningen. In totaal zijn er 62 appartementen en 6 grondgebonden woningen gepland. Daarnaast is ruimte voor circa 2.000 m<sup>2</sup> aan voorzieningen waaronder een supermarkt, andere winkels, horeca en de VVV. Ook komen er ligplaatsen voor boten

en parkeerplaatsen\*. Naast het stimuleren van het toerisme is ook het creëren van voorzieningen voor de bewoners van Oud-Loosdrecht een belangrijk doel. Daarnaast wordt door middel van een passantenhaven en een dorpsplein de gewilde verbinding tussen land en water gemaakt.

### Woon-winkelproject centrum Loosdrecht

In het centrum van Loosdrecht is een woon-winkelproject gepland. Naast 16 appartementen is er ruimte voor circa 2.700 m<sup>2</sup> bvo winkels. Onderdeel hiervan is uitbreiding van de aanwezige Super de Boer tot circa 1.300 m<sup>2</sup> wvo. Ook zal Bruna, die al in het centrum gevestigd is, verplaatsen naar het nieuwe project (170 m<sup>2</sup> bvo). Naast deze verplaatsers wordt het project verder ingevuld met twee landelijke ketens in frequent benodigde non-food (Blokker ± 460 m<sup>2</sup> bvo en Kruidvat ± 425 m<sup>2</sup> bvo).

\* Royal Haskoning (2006), Voorontwerp Bestemmingsplan Dorpscentrum Oud-Loosdrecht



Ontwikkeling toerisme Hollands-Utrechtse meren



Plannen voor een dorpscentrum in Oud-Loosdrecht



Loosdrecht centrum: uitbreiding van het winkelaanbod



## 4 Visie detailhandel

### 4.1 Ambitie

De gemeente Wijdmeren streeft, als het gaat om het winkelaanbod, in de eerste plaats naar een zo compleet mogelijk dagelijks aanbod voor de inwoners van de afzonderlijke kernen. Een volledig en gevarieerd aanbod van een moderne omvang is echter in veel kleine kernen niet meer haalbaar. We zien steeds vaker dat zelfs dagelijkse boodschappen-winkels uit kleinere kernen verdwijnen. Door de toegenomen mobiliteit en de toenemende wens om snel en efficiënt alle boodschappen te doen, bezoeken consumenten steeds vaker grotere centra met een breder assortiment.

Voor behoud van de concurrentiepositie is schaalvergroting van de dagelijkse winkels in kleinere kernen noodzakelijk. Hiervoor zijn de marktmogelijkheden echter beperkt. Uitdaging in het detailhandelsbeleid is het optimum te vinden en te behouden tussen fijnmazigheid in de nabijheid van de inwoners en schaalgrootte die nodig is voor een gezond economisch functioneren van ondernemers.

### 4.2 Randvoorwaarden

De winkels in de dorpscentra in Wijdmeren moeten het vooral hebben van bestedingen door de lokale bevolking. Afhankelijk van de kern in Wijdmeren kunnen bestedingen van toeristen hierop een aanvulling betekenen.

Om de bestedingen van de lokale bevolking zoveel mogelijk in de eigen gemeente te houden, zijn vitale dorpscentra van groot belang. Aan een eigentijds dorpscentrum kunnen de volgende functioneel-ruimtelijke randvoorwaarden worden gesteld:

- een servicesupermarkt van voldoende omvang (> 1.000 m<sup>2</sup> wvo) als trekker;
- zo mogelijk (indien voldoende draagvlak) meerdere supermarkten, die qua marktsegment complementair zijn;
- een compleet overig dagelijks aanbod (versspeciaalzaken, drogist, bloemen, huishoudelijke artikelen);
- minimale loopafstanden en barrières tussen winkels onderling, vooral tussen de supermarkten en de speciaalzaken;
- een overzichtelijke opzet, met zicht op het totale aanbod;

- voortdurend voldoende (gratis) parkeergelegenheid voor klanten;
- een goede en duidelijke relatie tussen winkels en parkeren met minimale loopafstanden en barrières;
- verzorgde en eigentijds uitstraling van het winkelaanbod en winkels;
- goede en veilige bereikbaarheid per auto, fiets en te voet.

### 4.3 Distributieve mogelijkheden

Een berekening van de distributieve ruimte voor detailhandel geeft een indicatie van de haalbare omvang van de detailhandel die in een winkelgebied aanwezig is. Wij richten ons in de berekening van de distributieve mogelijkheden op de toekomstige situatie in 2015. Aan de hand van gegevens over het toekomstig inwoneraantal, koopkrachtbinding en -toevloeiing en algemene kengetallen berekenen we voor de gemeente Wijdmeren als geheel wat de (uitbreidings)potentie is.

De basis voor winkelvoorzieningen in dorpscentra wordt bepaald door het aanbod winkels in voedings- en genotmiddelen. Bij het doen van dagelijkse boodschappen heeft de

supermarkt ± 80% marktaandeel. Alleen als er een goede supermarkt aanwezig is, krijgen andere winkels met dagelijks aanbod potentie (versspeciaalzaken, drogist, etc.). Indien ook dit aanbod haalbaar is, ontstaan kansen voor frequent benodigde artikelen als textiel en huishoudelijke artikelen. Modisch en overig recreatief aanbod wordt daarna haalbaar.

Bij het bepalen van het haalbare aanbod aan winkels in de verschillende kernen kan uitgegaan worden van deze 'stapeling' met de supermarkt (en verswinkels) als basis. Het aanbod dat aanvullend haalbaar is, hangt vervolgens sterk samen met de positie van het centrum en de kwaliteit van de individuele ondernemer. Zo kan het aanbod duurzame en overige goederen in een centrum met twee supermarkten in de regel groter zijn dan in een centrum met één supermarkt.

#### *Inwoners en verblijfstoeristen*

De toonbankbestedingen per hoofd van de bevolking in winkels van voedings- en genotmiddelen bedragen € 2.050 per jaar. Hierbij is rekening gehouden met de gemiddeld hogere inkomens in Wijdmeren.

Ook de verblijfstoeristen kunnen tot op zekere hoogte als 'inwoners' worden beschouwd. Het koopgedrag verschilt per type verblijfstoerist. Hotelgasten zijn nauwelijks afhankelijk van winkels voor dagelijkse boodschappen, maar de verblijfstoeristen in Wijdmeren verblijven grotendeels in recreatiewoningen, boten en op campings. Het merendeel van hen zal net als de inwoners 'dagelijkse boodschappen' nodig hebben. Ervan uitgaande dat de bestedingen gemiddeld op hetzelfde niveau liggen als bij inwoners, komen de 145.000 overnachtingen per jaar (gedeeld door 365 dagen) overeen met ± 400 'inwonerequivalenten'.

Niet alle bestedingen kunnen worden gebonden binnen Wijdmeren. Door het concurrerende aanbod in de omgeving en de mobiliteit van de bevolking (forensisme) vindt afvloeiing van koopkracht plaats. Voor heel Wijdmeren, inclusief verblijfstoeristen, gaan wij uit van een koopkrachtbinding van ± 80%.

#### *Dagtoeristen en overige bezoekers*

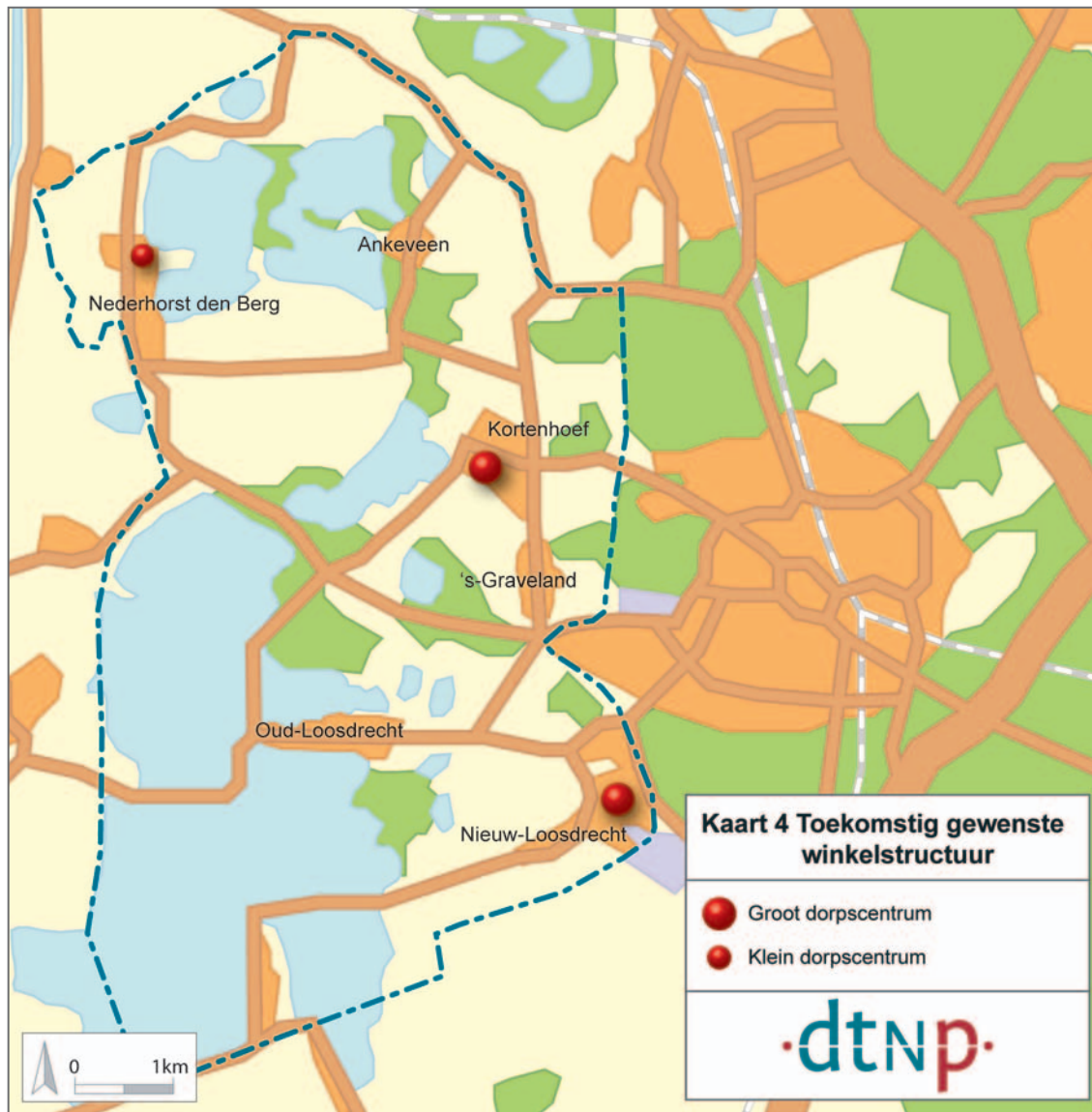
De dagtoeristen en overige bezoekers van de gemeente (passanten, werknemers, etc.) zijn minder gericht op het dagelijks winkelaanbod. Op basis van ervaringscijfers elders, gaan wij

ervan uit dat winkels voor voedings- en genotmiddelen in Wijdmeren maximaal ± 10% omzettoevloeiing kunnen halen uit dagtoeristen en overige bezoekers.

Uitgaande van een noodzakelijke omzet per m<sup>2</sup> vvo van € 7.100 (Nederlands gemiddelde) kan indicatief een haalbaar aanbod winkels in voedings- en genotmiddelen worden berekend van ± 5.700 m<sup>2</sup> vvo. Benadrukt wordt dat het werkelijk haalbare aanbod altijd afhankelijk is van individuele ondernemerskenmerken. Vraag en aanbod zijn op het niveau van de totale gemeente echter globaal in evenwicht. Nadere uitleg over distributieve berekeningen en variabelen is te vinden in bijlage 4.

**Tabel 2 Indicatie haalbaar aanbod winkels voedings- en genotmiddelen 2015**

Inwoners+verblijfstoeristen	22.200
Toonbankbesteding	€ 2.050
Koopkrachtbinding	80%
Koopkrachttoevloeiing	10%
Totale omzet	€ 40,5 mln
Omzet per m <sup>2</sup> vvo	€ 7.100
Haalbaar aanbod	±5.700 m <sup>2</sup> vvo
Aanwezig aanbod	±5.300 m <sup>2</sup> vvo
Uitbreidingsruimte	±400 m <sup>2</sup> vvo



#### 4.4 Positie van de centra

De indicatieve berekening in paragraaf 4.3 maakt duidelijk dat er geen mogelijkheden bestaan om het huidige aanbod voedings- en genotmiddelen substantieel uit te breiden met nieuwe centra of grote supermarkten. Ook lijkt geen aanleiding rekening te houden met een substantiële krimp in het aanbod.

Uitgaande van de geformuleerde ambitie om in de nabijheid van de inwoners een compleet dagelijks aanbod te behouden, de spreiding van de inwoners over de kernen en bestaande kwaliteiten van het huidige aanbod, adviseren wij voor de toekomst de bestaande centra te versterken met de volgende winkelstructuur:

- Kortenhoef en Nieuw-Loosdrecht: grote dorpscentra met twee supermarkten als basis, elk met een primair verzorgingsgebied van  $\pm 9.000$  inwoners;
- Nederhorst den Berg: klein dorpscentrum met een supermarkt als basis, primair verzorgingsgebied van  $\pm 5.000$  inwoners.

Op basis van deze beoogde positie werken we in de volgende paragrafen de visie voor de afzonderlijke centra verder uit.

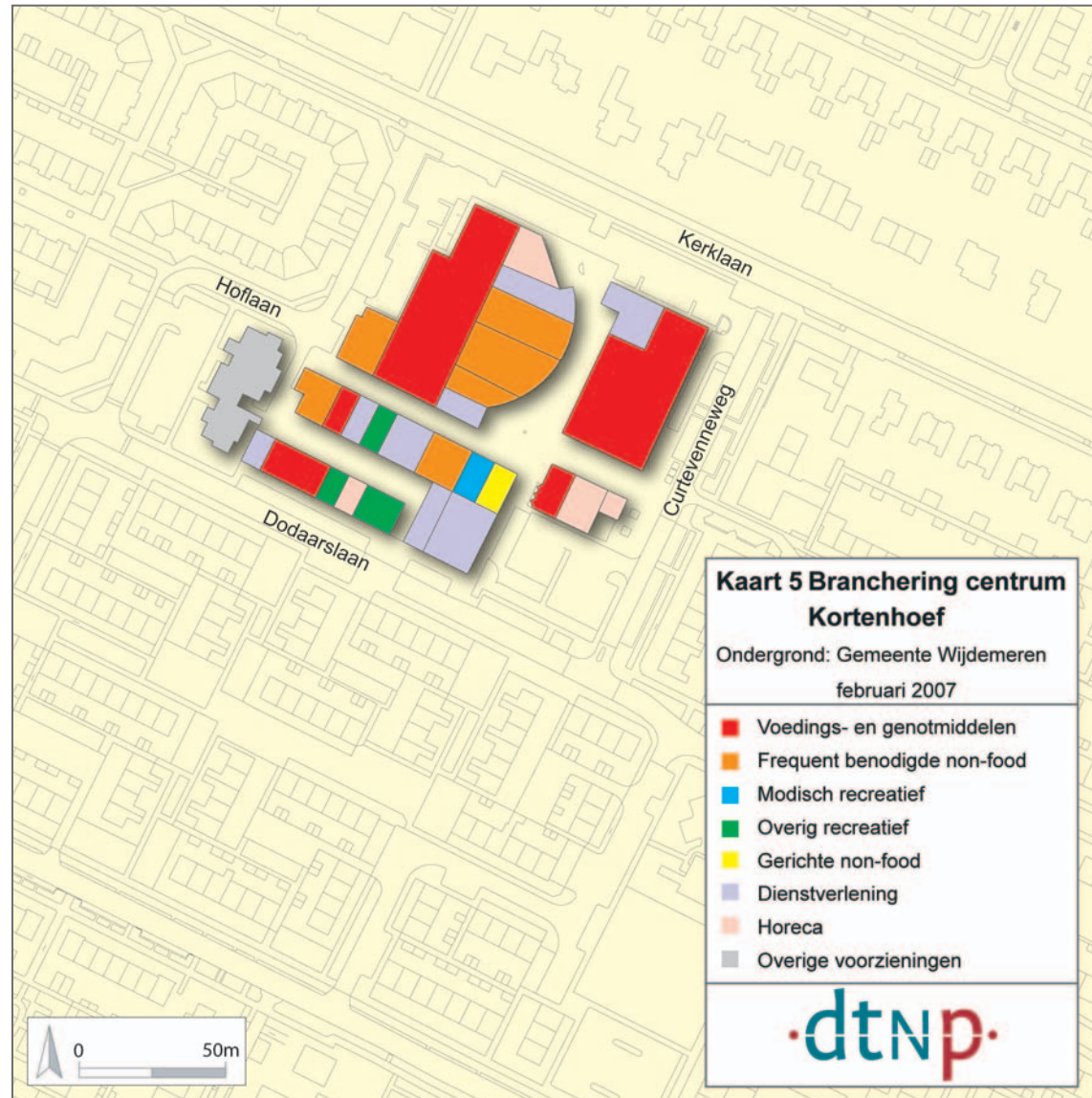
## 4.5 Centrum Kortenhoef

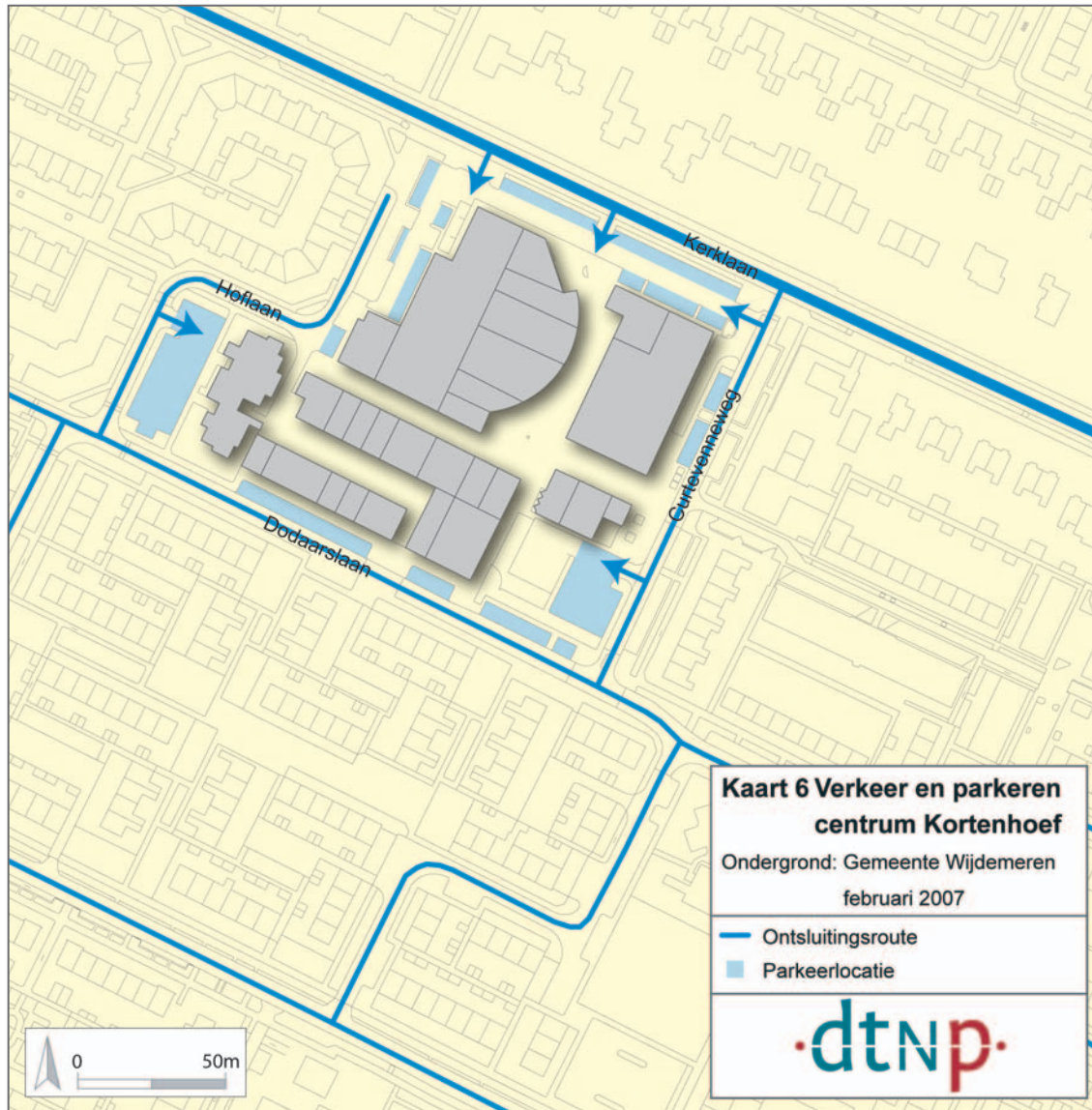
### Branchering

Het centrum van Kortenhoef bestaat uit het planmatige opgezette winkelcentrum De Meenthof. De basis van het winkelcentrum wordt gevormd door twee supermarkten die als trekkers fungeren. Zowel Super de Boer als Albert Heijn hebben een eigentijdse omvang van circa 1.000 m<sup>2</sup> wvo. Het overig aanbod in voedings- en genotmiddelen bestaat uit enkele versspecialzaken (bakkerij, slagerij, slijterij).

Het aanbod in de frequent benodigde non-food bestaat uit vestigingen van enkele landelijke ketens (Blokker, Kruidvat en DA). Daarnaast is een dierenwinkel en bloemenzaak aanwezig. Het recreatieve aanbod in De Meenthof is beperkt. In de modische branche is alleen textielsuper Zeeman aanwezig. Daarnaast is er een fiets-, een foto- en een boekenwinkel.

Ook zijn er nog enkele dienstverlenende en horecabedrijven aanwezig. Aan de westzijde van het winkelcentrum ligt een apotheek en een gezondheidscentrum.





### Verkeer en parkeren

De Meenthof ligt aan de Kerklaan die fungeert als wijkontsluitingsweg. Hierdoor is de autobereikbaarheid vanuit de omliggende kernen goed. Vanuit de wijk is het winkelcentrum verder via de Hoflaan, Dodaarslaan en Curtevenneweg te bereiken. Opvallend is dat de Hoflaan doodlopend is en niet aansluit op de Kerklaan. Hierdoor is er van een goede parkeerroute geen sprake.

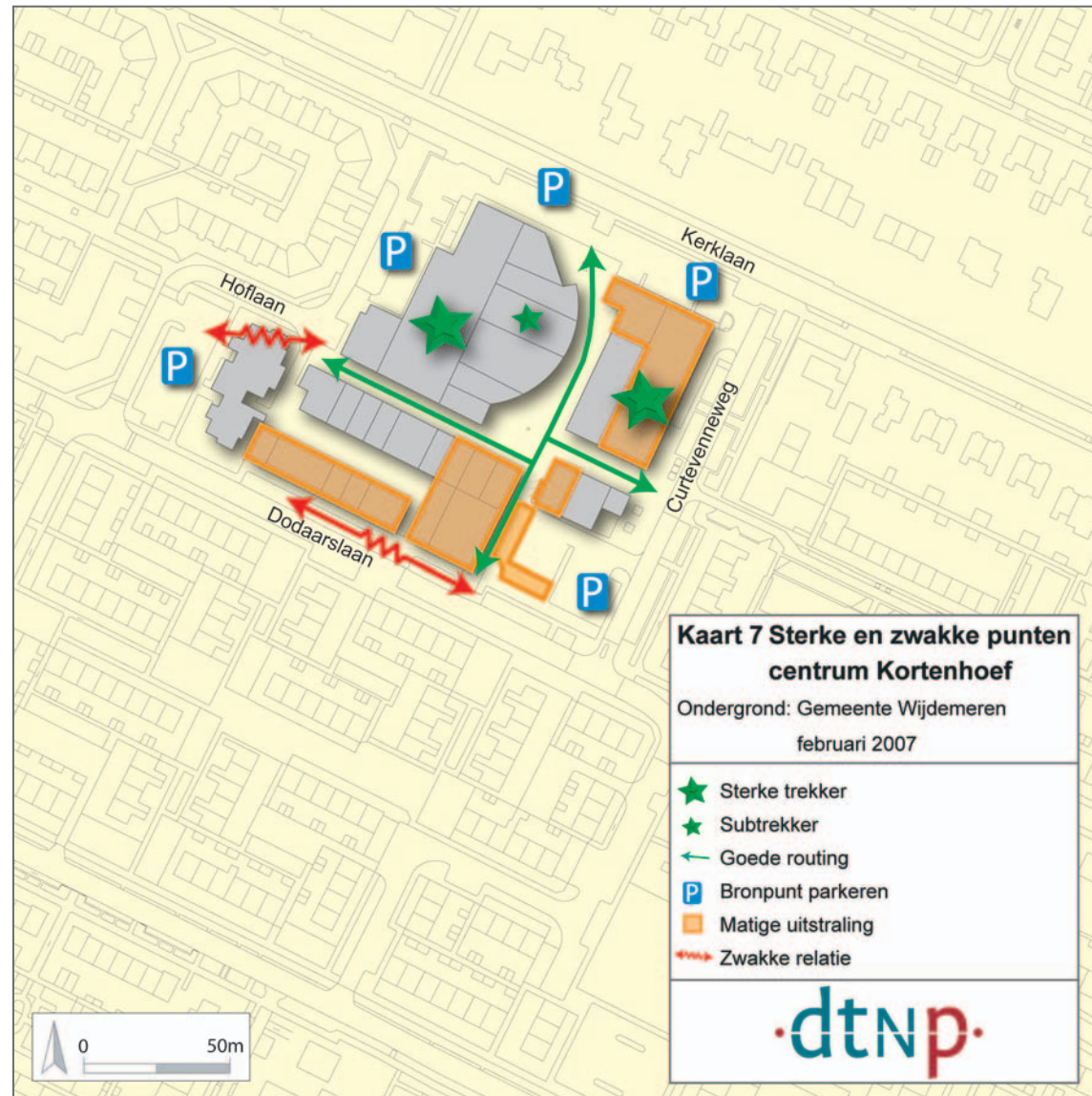
Om het winkelcentrum liggen enkele grote en kleinere parkeerlocaties. De belangrijkste parkeerlocatie is gelegen aan de noordzijde van het winkelcentrum, direct aan de Kerklaan. Deze locatie sluit redelijk aan op beide supermarkten. Aan de zuidelijke kant van het winkelcentrum liggen nog twee grotere parkeerlocaties. Verder is er langs de ontsluitingswegen ruimte voor parkeren. In totaal zijn er circa 150 parkeerplaatsen rondom het winkelcentrum te vinden.

### Sterke en zwakke punten

Winkelcentrum De Meenthof is compact en overzichtelijk opgezet met een goede routing. De parkeerlocaties liggen overal rondom het winkelcentrum. Vanuit deze locaties is het winkelcentrum via vier ingangen goed te bereiken. De winkels liggen op korte loopafstand van elkaar en in het midden van het centrum is vrijwel het gehele aanbod te zien. Alleen de winkels aan de Dodaarslaan liggen geïsoleerd. De relatie tussen De Meenthof en deze winkelstrip is slecht.

Het aanwezige dagelijkse winkelaanbod is compleet. Er zijn twee trekkers aanwezig met een eigentijdse omvang. Nadeel is wel dat beide supermarkten opereren in hetzelfde marktsegment. Er zijn enkele subtrekkers (Blokker, Kruidvat) aanwezig die het aanbod in dagelijkse artikelen verder aanvullen.

De uitstraling van sommige delen van het winkelcentrum is zwak. Met name aan de zuid- en oostzijde laat de uitstraling te wensen over (o.a. garageboxen). Deze delen maken een gedateerde indruk. In het hart van het centrum is er sprake van een blinde wand bij het pand van de bakkerij.





Sterk dagelijks aanbod



Compact en overzichtelijke opzet



Blinde wand in het centrale deel van het centrum



Geïsoleerde ligging Dodaarslaan



Matige parkeerroute door doodlopende Hoflaan



Hoge parkeerdruk

De capaciteit van de parkeergelegenheid is matig. Uitgaande van 3 à 4 parkeerplaatsen per 100 m<sup>2</sup> bvo zijn er in De Meenthof 150 à 200 parkeerplaatsen nodig. Met de aanwezige ± 150 parkeerplaatsen is de parkeerdruk, met name in het weekend, erg hoog, waarschijnlijk omdat veel plaatsen worden ingenomen door langparkeerders (bewoners, werknemers)

**Tabel 3 Sterkte-/zwakteanalyse centrum**

**Kortenhof**

Branchering	+ -	Sterk dagelijks aanbod Beperkt overig aanbod
Trekkerbeeld	+ ±	Twee sterke trekkers Niet aanvullende marktsegmenten
Routing/Opzet	+ -	Compacte opzet Geïsoleerde ligging Dodaarslaan
Uitstraling	±	Matige uitstraling in zuidelijk en oostelijk gedeelte
Ligging	+	Centraal in de kern
Bereikbaarheid	+	Ligging aan ontsluitingsweg
Parkeren	- -	Hoge parkeerdruk Matige P-route Versnipperde ligging parkeerruimte

### Ontwikkelingsrichting

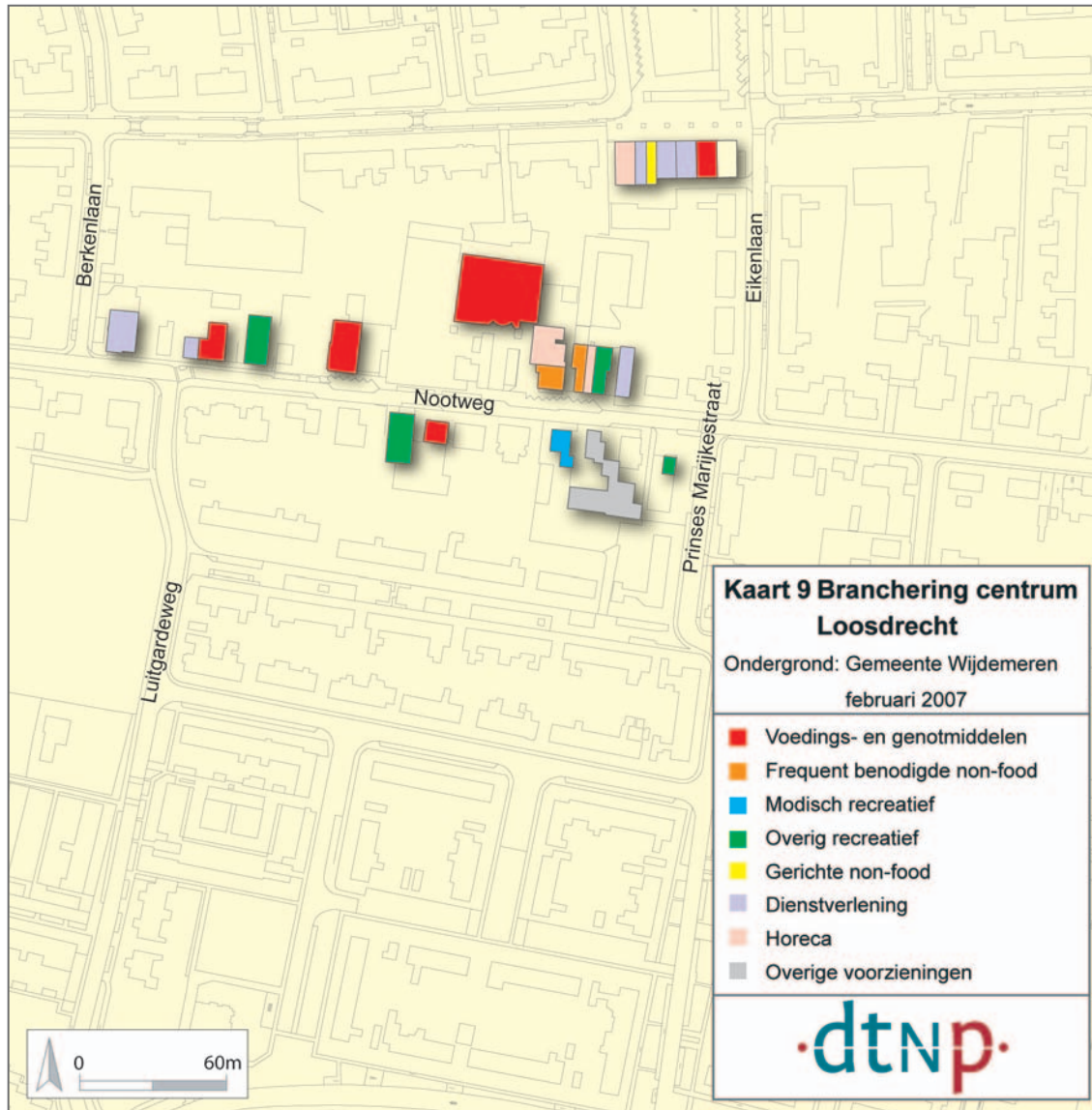
De basis van het centrum van Kortenhoeft is sterk en behoeft geen grote wijzigingen. Wel is het gewenst de geconstateerde knelpunten op te lossen. Bij voorkeur wordt gekozen voor een integraal herstructureringsplan waarbij bestaande winkels kunnen uitbreiden en opbrengsten hiervan kunnen worden ingezet om de uitstraling en parkeersituatie van het centrum te verbeteren.

De parkeersituatie kan worden verbeterd door de capaciteit te vergroten en door invoering van een blauwe zone. Op de hoek Dodaarslaan-Curtevenneweg is ruimte voor een efficiënter parkeerterrein met een nieuwe entree naar het centrum. Ook herontwikkeling van het gezondheidscentrum en uitbreiding van het parkeren aldaar is mogelijk. Koppeling van de Hoflaan met de Kerklaan is gewenst.

Voor de herstructurering van het centrum zijn vele ruimtelijke mogelijkheden denkbaar. Aan diverse zijden is onroerend goed verouderd. Sociale en medische voorzieningen kunnen eventueel elders op verdieping terugkomen. De eigenaar van het winkelcentrum is in beginsel de initiatiefnemer voor plannen.







#### 4.6 Centrum Loosdrecht

##### *Branchering*

In het centrum van Loosdrecht is supermarkt Super de Boer aanwezig met een omvang van circa 660 m<sup>2</sup> vvo. Tegenwoordig is deze omvang voor een supermarkt aan de kleine kant. Er zijn dan ook plannen om deze supermarkt uit te breiden naar circa 1.300 m<sup>2</sup> vvo (±1.600 m<sup>2</sup>, bvo).

In de dagelijkse branches zijn verder enkele versspecialzaken (slijterij, bakkerij, slagerij) en een drogisterij (Dio) aanwezig. Het aanbod in overige branches (recreatief en gerichte non-food) is beperkt. In de recreatieve branches is een kleinschalige Bruna aanwezig. Daarnaast is er Electroworld- en een Bike Totaalwinkel.

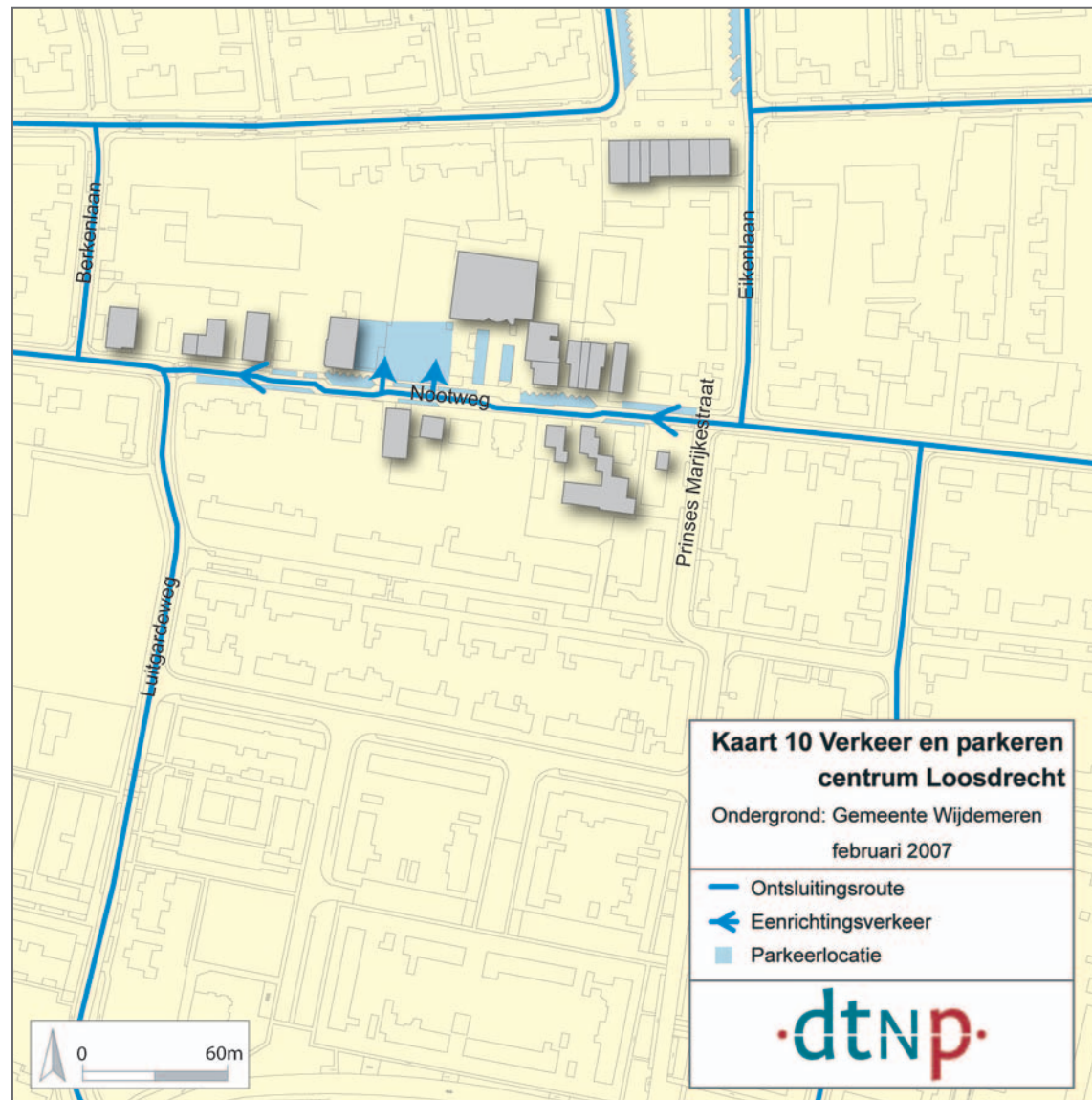
Het winkelaanbod wordt aangevuld met enkele horecaondernemers en dienstverleners zoals een vestiging van de ABN Amro bank en een sauna.

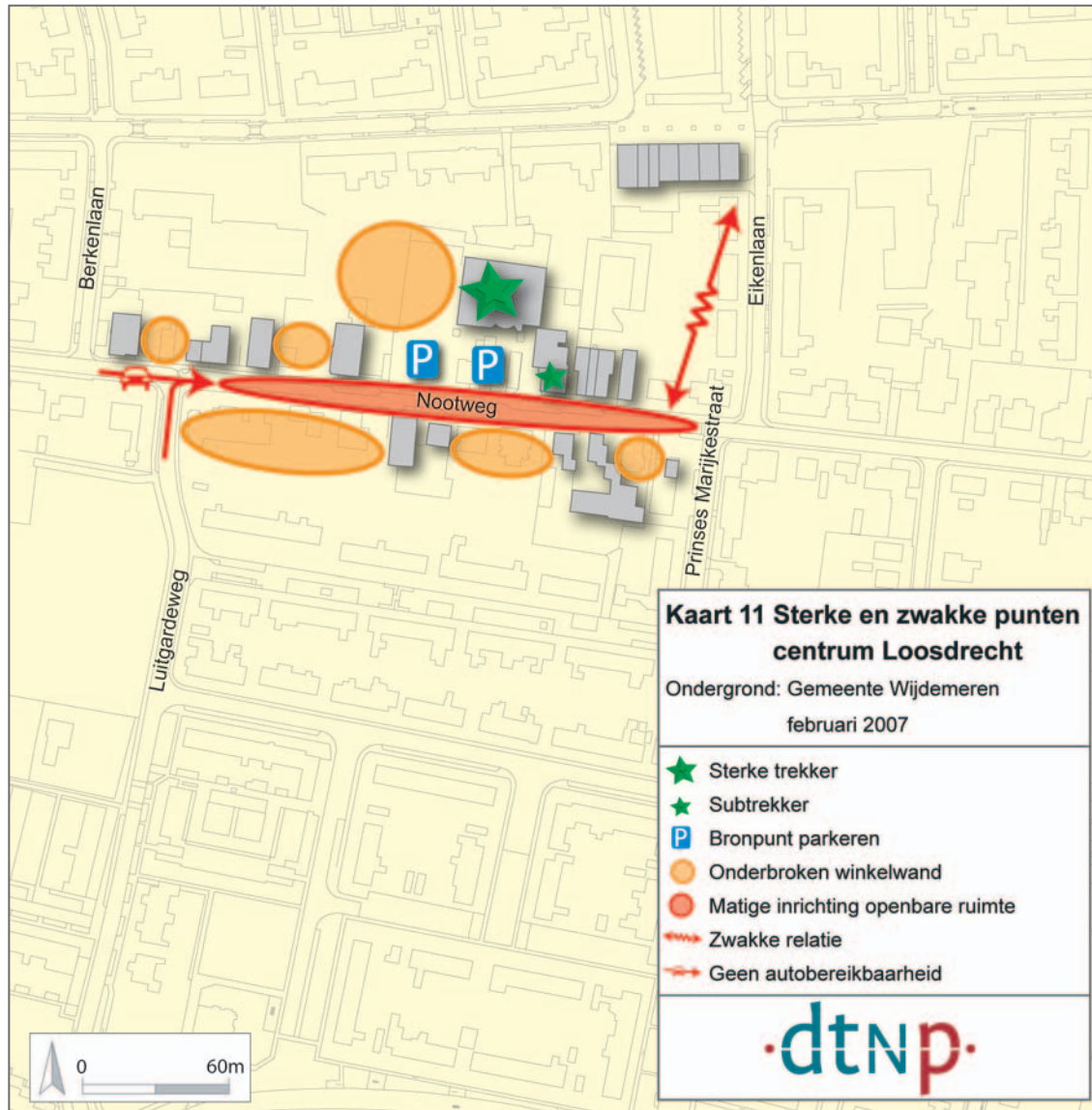
### Verkeer en parkeren

De bereikbaarheid van het centrum van Loosdrecht is matig. Het centrum als geheel is omgeven door woongebied en ligt niet aan een duidelijke ontsluitingsweg. De meeste winkels liggen aan de Nootweg met eenrichtingsverkeer. Vanuit het westen moeten de autobezoekers omrijden via de omliggende (woon)straten. Het eenrichtingsverkeer in de Nootweg biedt echter wel ruimte parkeercapaciteit te realiseren voor de winkels

De parkeergelegenheid is hoofdzakelijk gelegen op een braakliggend terrein dat inmiddels is ingericht als parkeerlocatie. Hierdoor is de parkeerdruk afgenomen. Daarnaast zijn er direct aan de Nootweg enkele parkeerplaatsen waar kortparkeren geldt (blauwe zone).

Ook aan de verderop gelegen Lindenlaan zijn parkeerplaatsen aanwezig, maar deze hebben geen functie voor de Nootweg. In totaal zijn er circa 95 parkeerplaatsen in het centrum van Loosdrecht.





### Sterke en zwakke punten

Het centrum van Loosdrecht voldoet niet aan de eisen die de consument tegenwoordig stelt aan een boodschappencentrum. Er is wel een supermarkt aanwezig, maar die is aan de kleine kant. Afgezien van drogist Dio en enkele versspecialzaken is het overige boodschappenaanbod beperkt.

De winkels zijn niet compact gelegen. Er is een langgerekte structuur met relatief lange loopafstanden. Hierdoor zijn de zichtrelaties tussen winkels ook beperkt. Winkels worden afgewisseld met vrijstaande woningen. Er is dan ook geen aaneengesloten winkelwand. De relatie met de winkels aan de Lindenlaan is erg zwak. Door het te realiseren woon-winkelproject zullen de routing en onderlinge relaties verbeteren.

Door ligging en het eenrichtingsverkeer is de autobereikbaarheid van het centrum matig. Om de winkels met de auto vanuit het westen te bereiken, moet worden omgedren. De openbare ruimte van de Nootweg is matig ingericht. Dit draagt niet bij aan het gemak dat bij boodschappen doen zo belangrijk is.

In totaal zijn er, uitgaande van de parkeernorm 3 à 4 parkeerplaatsen per 100 m<sup>2</sup> bvo, tussen de 90 en 120 parkeerplaatsen nodig in het centrum van Loosdrecht. Momenteel zijn er circa 95 plaatsen aanwezig en hiermee voldoet het aan de minimale eisen. In de toekomst zal dit aantal te weinig zijn.

**Tabel 4 Sterkte-/zwakteanalyse centrum Loosdrecht**

Branchering	±	Matig dagelijks aanbod - Beperkt overig aanbod
Trekkerbeeld	-	Supermarkt is te klein - Supermarkt in aanvullend segment buiten centrum (Boni)
Routing/Opzet	-	Langerekte opzet - Geen gesloten winkelwand - Geïsoleerde ligging winkels Lindenlaan
Uitstraling	±	Matige uitstraling en inrichting openbare ruimte
Ligging	+	Centraal in de kern
Bereikbaarheid	-	Eenrichtingsverkeer
Parkeren	±	Redelijke omvang parkeerruimte



Supermarkt aan de kleine kant



Matig dagelijks aanbod



Langerekte structuur



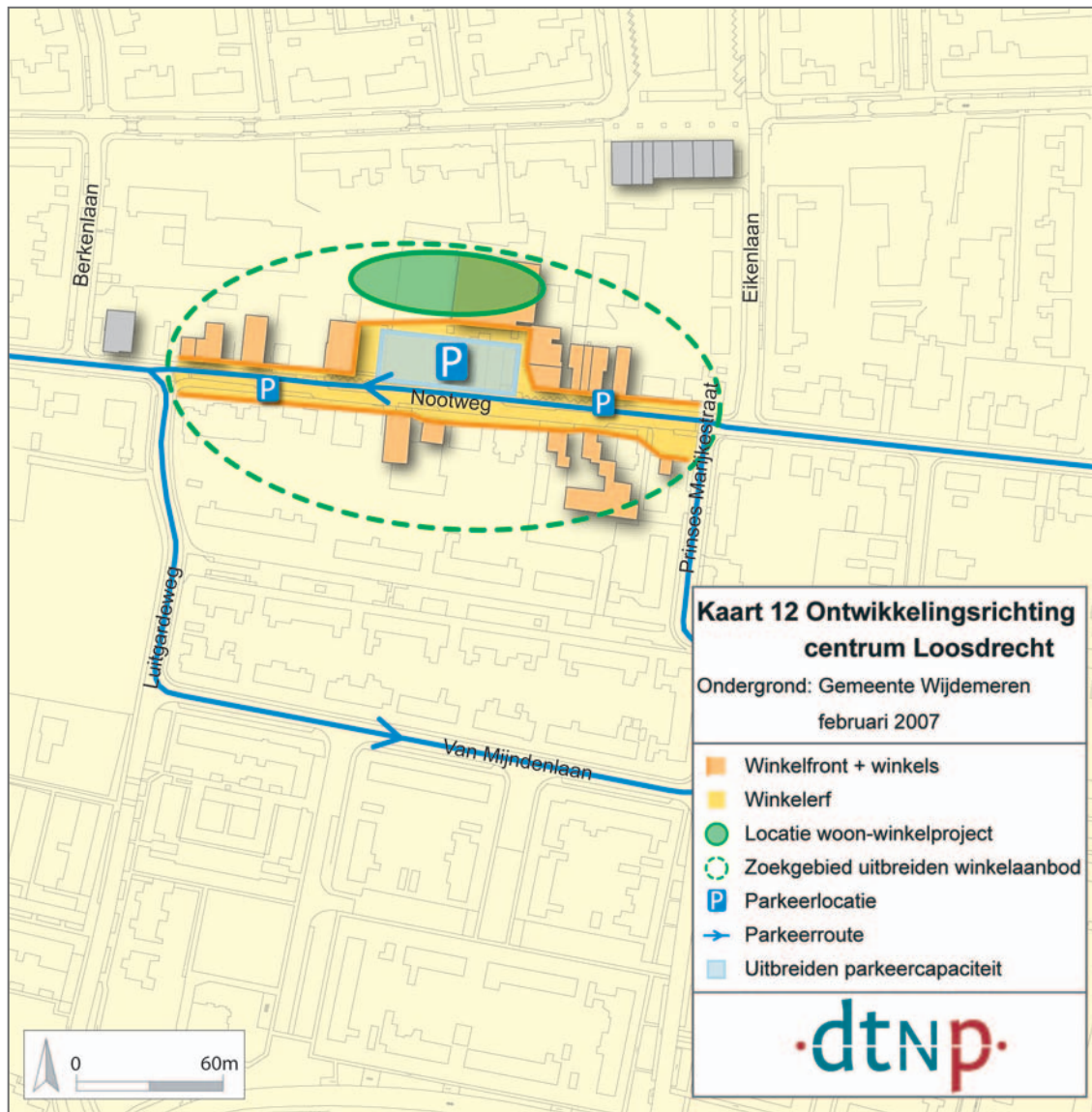
Winkels aan Lindenlaan geïsoleerd



Eenrichtingsverkeer in de Nootweg



Grote parkeerlocatie



### Ontwikkelingsrichting

Met de realisatie van het winkelproject aan de Nootweg krijgt het centrum een belangrijke impuls. De grotere supermarkt en de nieuwe subtrekkers Blokker en Kruidvat versterken de concurrentiepositie substantieel. De beoogde positie van groot dorpscentrum kan in het verlengde hiervan verder worden uitgebouwd.

Het is gewenst nieuwe winkelontwikkelingen te concentreren aan de Nootweg tussen de Luitgardeweg en de Eikenlaan. Herinrichting van de openbare ruimte is gewenst om het verblijfsklimaat te verbeteren en het gebied meer identiteit te geven en af te bakenen. Behoud van parkeren voor de deur is te prefereren boven tweerichtingverkeer.

In de lijn met de beoogde positie van het centrum is een tweede supermarkt in een aanvullend segment gewenst. Een tweede supermarkt aan de Nootweg kan zo leiden tot duurzame versterking van de voorzieningsstructuur. Hiermee wordt de basis gelegd voor uitbreiding van het overige aanbod (vergelijk: Kortenhoef). Een nadere studie moet uitwijzen welke locatie in het concentratiegebied hiervoor beschikbaar is te maken.

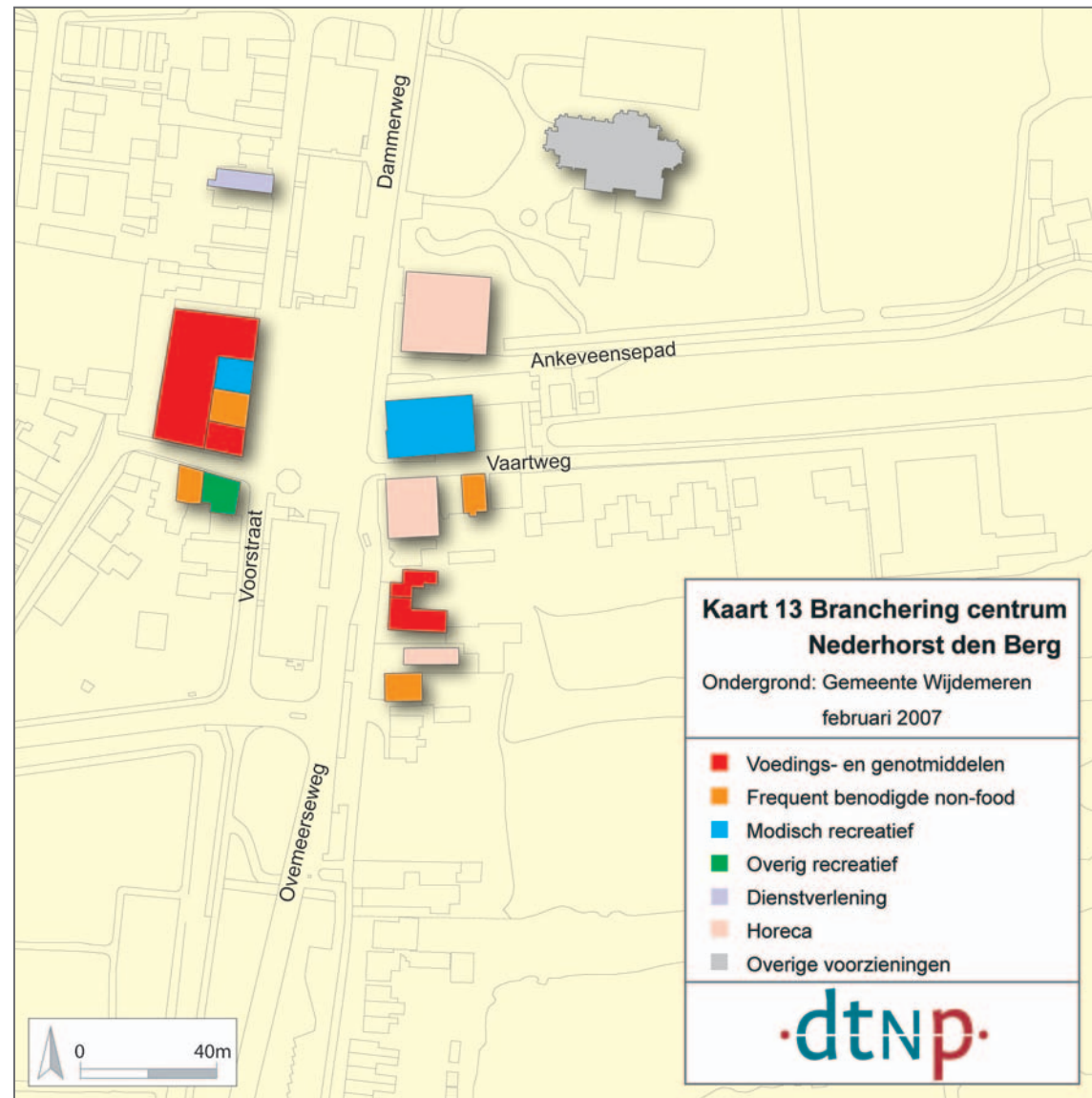
## 4.7 Centrum Nederhorst den Berg

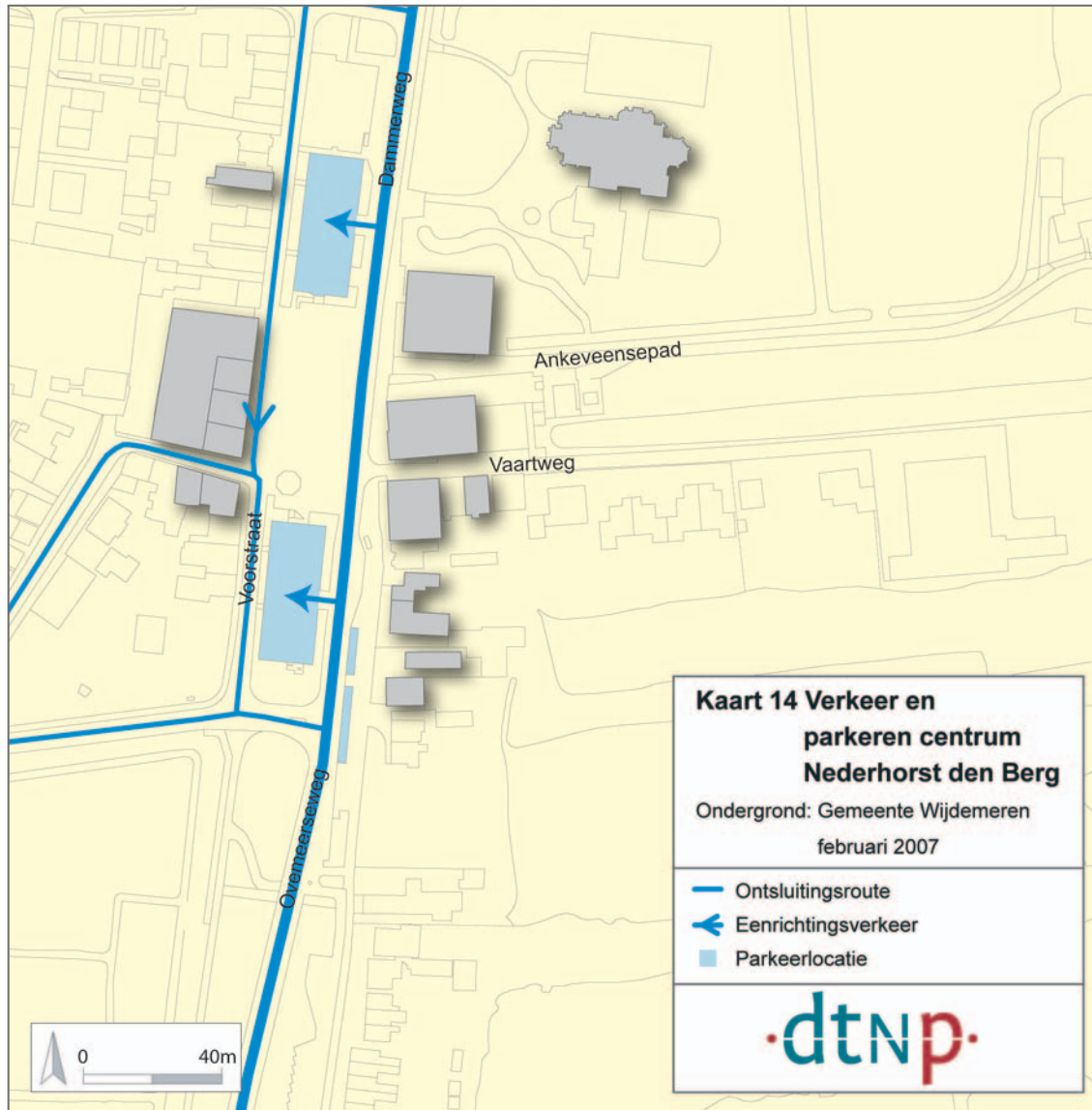
### Branchering

Supermarkt Albert Heijn in het centrum van Nederhorst den Berg heeft met circa 1.200 m<sup>2</sup> wvo een eigentijds omvang. Het overige aanbod is echter beperkt. Het aanbod in voedings- en genotmiddelen wordt aangevuld met een groentewinkel, slagerij en bakkerij.

In de frequent benodigde non-food is er een drogist aanwezig. Daarnaast zijn er nog twee aanbieders in bloemen en planten. Opvallend is de aanwezigheid van een relatief grootschalige modewinkel aan de Dammerweg.

Het overige aanbod bestaat uit enige horeca en dienstverlener Rabobank.





### Verkeer en parkeren

De bereikbaarheid van het centrum van Nederhorst is goed door de ligging aan de doorgaande weg Overmeerseweg-Dammerweg. De Voorstraat is gedeeltelijk eenrichtingsverkeer. Dit is echter niet van belang voor de bereikbaarheid omdat dit geen onderdeel is van de parkeerroute.

De parkeergelegenheid is voor het grootste deel gelegen op twee locaties die direct via de de Dammerweg te bereiken zijn. Daarnaast is er nog een beperkt aantal parkeerplaatsen gelegen langs de Overmeerseweg. In verband met de barrièrewerking van de doorgaande weg zijn deze langsparkerplaatsen voor de winkels hier van extra belang. In het regelmatige gebruik van de bushalte als parkeerplaats komt dit belang ook tot uiting.

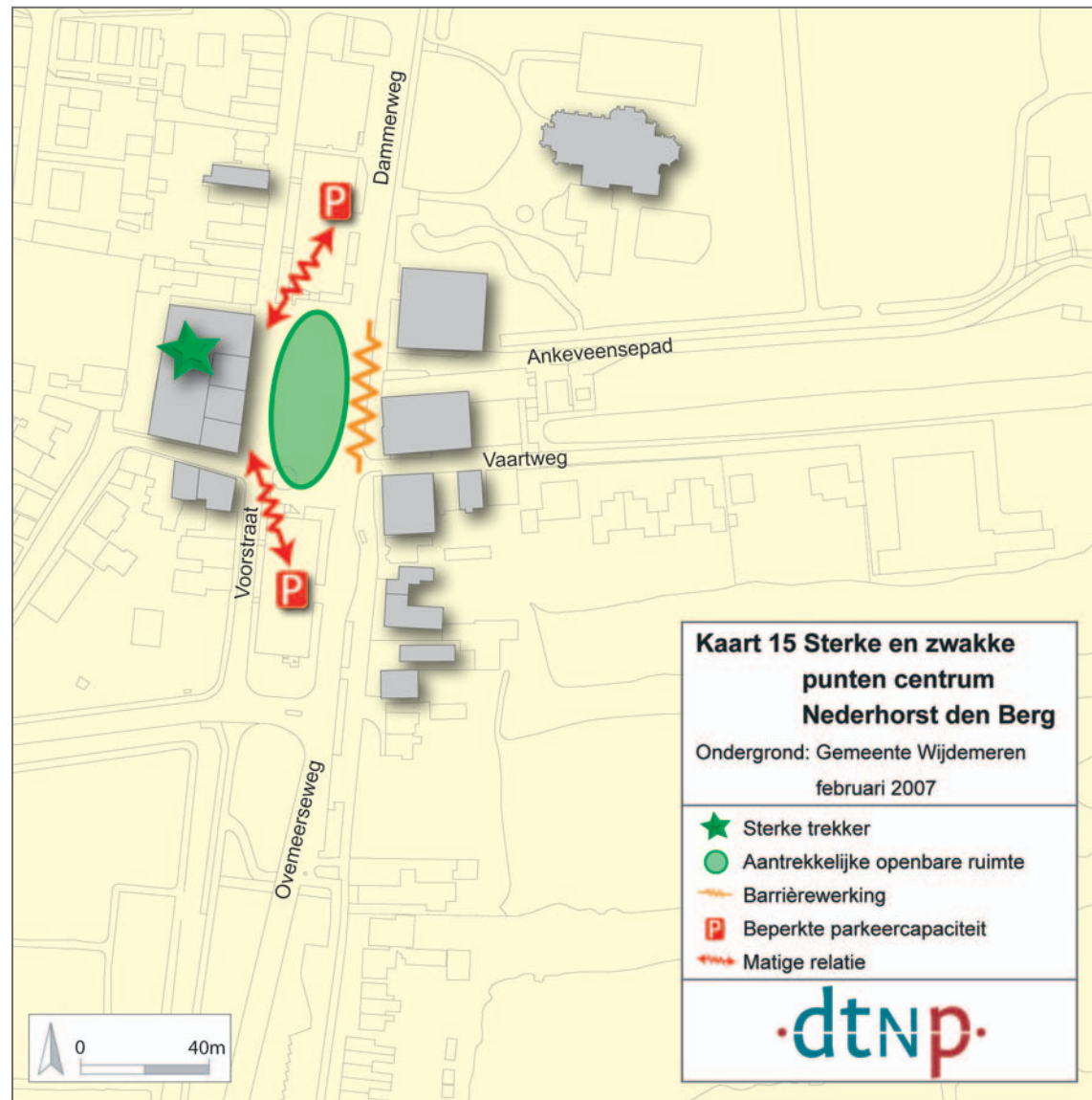
In totaal zijn er circa 60 parkeerplaatsen aanwezig in het centrum van Nederhorst den Berg. De relatie tussen de parkeerplaatsen op beide parkeerterreinen en de supermarkt is matig. De afstand is redelijk groot en zijn een aantal obstakels die een barrière vormen.

### *Sterke en zwakke punten*

Het aanbod in het centrum van Nederhorst den Berg is beperkt. Supermarkt Albert Heijn speelt een grote rol in het centrum. Deze supermarkt heeft een moderne omvang. Daarnaast is er een aangenaam verbijfsklimaat op het plein aan de Dammerweg. Dit plein heeft een dorpse uitstraling met enkele mooie panden. De kerk en de kapel op het plein vormen belangrijke beeldbepalende elementen.

De ligging aan de Dammerweg is positief voor de bereikbaarheid van de winkels. De Dammerweg vormt echter wel een barrière tussen de winkels aan de westkant en winkels aan de oostkant. Hierdoor wordt de gewenste wisselwerking tussen supermarkt (trekker) en speciaalzaken belemmerd.

De voetgangersrelatie tussen de supermarkt en de parkeerlocaties laat te wensen over. Er zijn allerlei obstakels waardoor de relatie slecht is. Bovendien is de parkeercapaciteit beperkt. Er zijn volgens de parkeernormen tussen de 90 en 120 parkeerplaatsen nodig. De aanwezige capaciteit met circa 60 plaatsen ligt hier ver onder.







Albert Heijn fungeert als sterke trekker



Het overige aanbod is beperkt



Beeldbepalend element



Dammerweg heeft voor- en nadelen



Beperkte parkeercapaciteit



Relatie tussen winkels en parkeren is matig

**Tabel 5 Sterkte-/zwakteanalyse centrum  
Nederhorst den Berg**

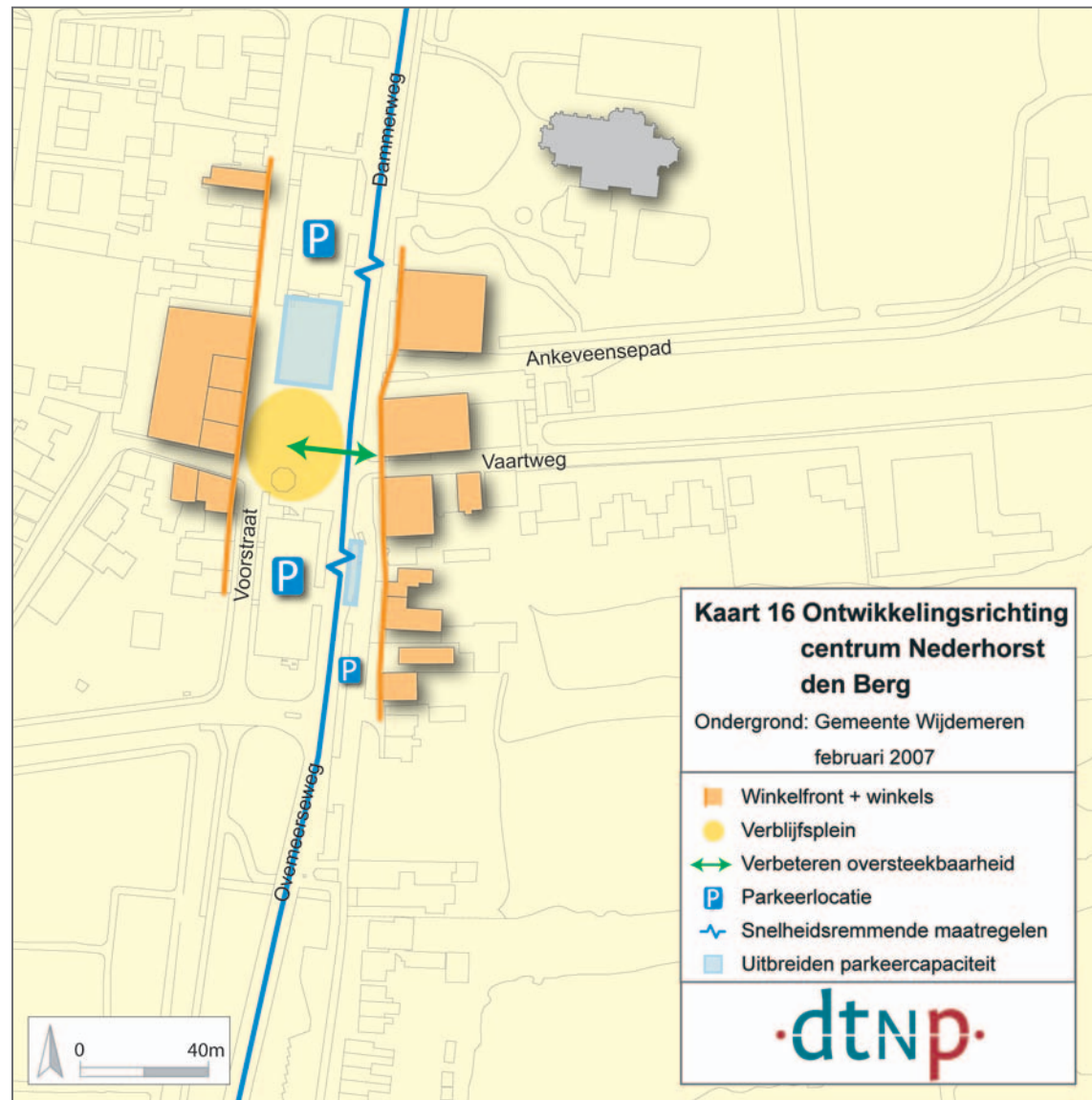
Branchering	±	Beperkt dagelijks aanbod - Beperkt overig aanbod
Trekkerbeeld	+	Supermarkt heeft eigentijdse omvang - Afwezigheid supermarkt in aanvullend segment
Routing/Opzet	+	Compacte ligging rondom het plein - Dammerweg vormt een barrière
Uitstraling	+	Aantrekkelijke openbare ruimte + Beeldbepalende elementen
Ligging	+	Centraal in de kern
Bereikbaarheid	+	Ligging aan doorgaande weg
Parkeren	-	Slechte looprelatie met winkels - Beperkte omvang parkeercapaciteit

### Ontwikkelingsrichting

Uitdaging in deze relatief kleine kern is om ook op langere termijn een zo gevarieerd mogelijk dagelijks winkelaanbod te behouden. De beperkte marktpotenties voor uitbreiding bieden dan ook niet veel mogelijkheden om de ruimtelijke structuur sterk te wijzigen.

Ook op langere termijn vormt de supermarkt de belangrijkste basis voor (behoud van) het winkelaanbod. In de directe omgeving van de supermarkt zijn de marktkansen voor overige winkels het grootst. De huidige supermarkt heeft een courante omvang. Een toekomstige behoefte aan verdere schaalvergroting moet echter niet worden uitgesloten. Op deze wijze kan de supermarkt ook op termijn de positie van aanvullend winkelaanbod verbeteren.

Efficiënt boodschappen kunnen doen is in dit centrum belangrijker dan langdurig verblijf. Bij de inrichting van de openbare ruimte kan het accent meer komen te liggen op parkeren, met name rond de supermarkt. Mogelijk kan de bushalte worden verplaatst ten gunste van enige extra parkeerplaatsen aan de oostzijde. Fysieke maatregelen kunnen de oversteekbaarheid van de doorgaande weg verbeteren.





Kortenhoef: groot dorpscentrum



Loosdrecht: groot dorpscentrum



Nederhorst den Berg: klein dorpscentrum

## 5 Beleid

### 5.1 Planologisch beleidskader

#### *Gemeentelijk detailhandelsbeleid*

Het ruimtelijke detailhandelsbeleid komt met de Nota Ruimte nadrukkelijker te liggen bij de gemeentelijke overheid. Gemeenten dienen een eigen ruimtelijk detailhandelsbeleid te formuleren. Deze visie beoogt hierin te voorzien. Op basis van deze visie kunnen initiatieven worden getoetst en kan vertaling plaatsvinden naar toekomstige structuurvisies, en bestemmingsplannen. Het bestemmingsplan en de handhaving hiervan zijn voor gemeenten de krachtigste instrumenten voor een succesvol ruimtelijk detailhandelsbeleid. Hiermee wordt structureel bepaald waar wel en waar geen detailhandel is toegestaan.

#### *Goede ruimtelijke ordening*

Bestemmingen en voorschriften mogen slechts worden aangewezen in het belang van een goede ruimtelijke ordening (artikel 10 WRO). In jurisprudentie over bestemmingsplannen is de afgelopen jaren een groot aantal uitspraken gedaan over wat wel of niet

vastgelegd mag worden. Planvoorschriften mogen slechts om dringende redenen het meest doelmatige gebruik beperken. Deze dringende redenen dienen een planologisch karakter te hebben (ruimtelijk relevant te zijn) en moeten vanuit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening worden gemotiveerd.

Branche- of assortimentsbepalingen in een bestemmingsplan zijn in beginsel niet toegestaan. Ruimtelijk relevante motiveringen om hiervan af te wijken, zijn:

- de eisen die een bepaalde branche stelt aan gronden en opstellen wijken af van eisen van andere branches;
- er is sprake van ontwrichtende effecten op de ruimtelijke verzorgingsstructuur.

#### *Detailhandelsstructuur*

In deze visie voor de gemeente Wijdmeren wordt gekozen voor concentratie van het winkelaanbod in twee grotere dorpscentra in Kortenhoef en Loosdrecht en een kleiner dorpscentrum in Nederhorst den Berg. Nieuwe winkelontwikkelingen worden zoveel mogelijk ingepast in of aan deze winkelcentra. Uitbreiding van winkelmeters daarbuiten wordt zoveel mogelijk voorkomen.

### *Perifere detailhandel*

In het verleden is het onderscheid tussen zogenaamde 'PDV-branches' en de algemene bestemming detailhandel ruimtelijk relevant gebleken vanwege de aard en omvang van de artikelen (brandgevaarlijk of volumineus). Zo zijn bijvoorbeeld veel bouwmarkten door middel van een eigen bestemming of via vrijstelling op een bedrijventerrein gevestigd.

Bij het toestaan van winkels buiten reguliere winkelgebieden wordt dikwijls geprobeerd branches, maatvoeringen en assortimenten gedetailleerd vast te leggen om eventuele effecten van nieuwe winkels op de bestaande structuur te beperken. In de praktijk is het, afgezien voor de traditionele PDV-branches, moeilijk om ruimtelijk relevante criteria te vinden om tot een branche- of assortimentsbeperking over te gaan. Branchebeperkingen die afwijken van de traditionele PDV-branches zullen in veel gevallen de rechterlijke toets niet doorstaan.

Bij het nader detailleren van branches, assortimenten, schaalgrootte of een ander criterium in afwijking van de algemene bestemming detailhandel, moet bovendien

worden bedacht dat bestemmingsplannen handhaafbaar moeten zijn. Een te strikte bestemmingsregeling is, afgezien van de juridische houdbaarheid en praktische handhaafbaarheid, snel verouderd en gaat voorbij aan de dynamiek in de detailhandel (veranderende winkelconcepten).

De aard en omvang van de verkochte artikelen (volumineus, brandgevaarlijk) is een goed houdbaar, maar vooral relevant criterium gebleken voor het maken van onderscheid tussen verschillende typen detailhandel.

Wij adviseren het accent te leggen op de centrumgebieden en buiten de aangewezen centrumgebieden alleen vrijstelling te verlenen voor detailhandel uit het traditionele PDV-beleid: auto's, boten, caravans, woning-inrichting, keukens, sanitair, tuincentra, bouwmarkten en brand- en explosiegevaarlijke stoffen.

*Verspreide bewinkeling, bestaande gevallen*  
Voor overige detailhandel buiten aangewezen winkelgebieden, niet zijnde de uitzonderingen van het PDV-beleid, adviseren wij geen substantiële uitbreiding van bestaande winkels



Bouwmarkt vaak op bedrijventerrein



Alleen vrijstelling voor traditionele PDV-branches



Ankeveense Markt heeft zelfstandige functie

of ontwikkeling van nieuwe winkelruimte toe te staan. Indien mogelijk kan tot functiewijziging worden overgegaan zodat de winkelfunctie buiten de winkelcentra op den duur verdwijnt.

#### *Toetsingskader*

Het voeren van ruimtelijk detailhandelsbeleid is vooral zinvol indien nieuwe ontwikkelingen zorgvuldig worden getoetst. Bij de toetsing van elk initiatief kan de gemeente de volgende stappen doorlopen:

1. Past het initiatief bij de verzorgingsfunctie van het betreffende centrum?

Om te voorkomen dat de positie van andere centra in Wijdmeren in gevaar komt, dient de verzorgingsfunctie van het initiatief overeen te komen met de verzorgingsfunctie van het betreffende centrum. Indien de verzorgingsfunctie van het beoogde initiatief de beoogde verzorgingsfunctie van het betreffende centrum overstijgt (bijvoorbeeld grootschalige supermarkt), is het initiatief niet passend.

2. Past het initiatief op de beoogde locatie?

In deze visie wordt uitgegaan van inpassing van de detailhandel in of aan de centra van

Kortenhoef, Loosdrecht en Nederhorst den Berg. Binnen deze centra gelden geen branchebeperkingen. Alleen winkels in de PDV-branches kunnen zich vestigen buiten de aangewezen winkelgebieden. Voor deze categorieën kan op een perifere locatie een vrijstelling worden gegeven.

3. Ruimtelijk-functionele inpassing?  
Gewenste initiatieven dienen, indien zij op grond van bovenstaande stappen worden toegestaan, beoordeeld te worden op de mate waarin zij inpasbaar zijn op de beoogde locatie (bereikbaarheid, parkeercapaciteit en fysieke ruimte).

#### *Handhaving*

Het voeren van ruimtelijk detailhandelsbeleid is vooral zinvol indien het vastgestelde beleid ook wordt gehandhaafd. Een te stringente en gedetailleerde bestemmingsregeling is moeilijk te handhaven en bovendien is de juridische houdbaarheid twijfelachtig. Daarnaast gaat het voorbij aan de dynamiek in de detailhandel (snel verouderd). Wij adviseren daarom een niet te gedetailleerd en eenduidig regime, met een consequente handhaving.

#### *Ambulante handel*

In de verschillende kernen van Wijdmeren zijn standplaatsen aanwezig. Ambulante handel kan een waardevolle aanvulling betekenen op het winkelaanbod, zeker wanneer het assortiment betreft dat niet (meer) aanwezig is. Nadeel is echter dat de gemeente geen instrumenten heeft om de branchering van standplaatsen te reguleren. Dit betekent dat een eenmaal ingestelde standplaats ook ingenomen kan worden door een branche die direct concurreert met een of meer winkels.

Het draagvlak voor voorzieningen in de drie centra is niet groot. Met name de positie van de (vers)speciaalzaken staat onder druk. Een ambulante handelaar in dezelfde branche op een of enkele dagdelen in de week kan het functioneren van een winkel ernstig aantasten. Rekening houdend met deze situatie en het feit dat branchering van standplaatsen niet mogelijk is, adviseren wij terughoudend te zijn met het toestaan van standplaatsen.

Uitzondering hierop vormt de warenmarkt in Ankeveen. Hier zijn geen winkels aanwezig en de markt heeft hier een zelfstandige functie.

## 5.2 Maatregelenpakket

Het initiatief voor winkelontwikkelingen ligt primair bij marktpartijen (ondernemers, eigenaren, ontwikkelaars). De gemeente Wijdmeren kan een offensief beleid voeren door initiatieven in de winkelgebieden aan te moedigen, te sturen of te voorzien in de optimale randvoorwaarden voor detailhandelsontwikkelingen. Hieronder lichten we het instrumentarium dat de gemeente tot haar beschikking heeft toe. Afhankelijk van concrete situaties en beschikbare middelen kan hiervan gericht gebruik worden gemaakt.

### *Actualisatie bestemmingsplannen*

Alleen een duidelijk en consistent ruimtelijk beleid leidt tot een duurzame winkelstructuur, waarin marktpartijen durven te investeren. Het maken van keuzes kan leiden tot de benodigde schaarste en zekerheid die nodig is om investeringen op bepaalde locaties rendabel te maken. Deze detailhandelsvisie vormt de basis voor een helder en consistent ruimtelijk detailhandelsbeleid dat vastgelegd moet worden in structuurvisie(s) en bestemmingsplannen. Deze vormen de basis voor andere vormen van detailhandelsbeleid.

### *Concentratiebeleid*

De winkelstructuur kan worden versterkt door het voeren van een concentratiebeleid. Hiermee wordt concurrerend winkelaanbod buiten de winkelgebieden afgebouwd. Er zijn diverse vormen te onderscheiden. Zo kan (bij de ontwikkeling van nieuwe winkelprojecten) voorrang worden gegeven aan bestaande ondernemers van buiten het centrumgebied. Er kunnen subsidieregelingen worden gemaakt gericht op het verplaatsen van ondernemingen, bedrijfsbeëindiging en het schadeloosstellen van eigenaren van winkelpanden buiten het centrum waarvan de winkelbestemming wordt afgehaald.

### *Inzet van algemene middelen*

De detailhandel in de gemeente Wijdmeren is van groot belang voor de werkgelegenheid, het toerisme en de horeca en is sterk bepalend voor het imago en het woonklimaat. Het is dan ook goed verdedigbaar dat de gemeente een deel van haar beschikbare middelen investeert in haar centra, bijvoorbeeld ten behoeve van een betere verkeersafwikkeling, de aanpak van parkeerproblematiek of een aantrekkelijke inrichting van de openbare ruimte. Het direct



Schaarste en zekerheid is nodig voor investeringen



Concentratie van winkels



Nieuwe winkelontwikkelingen in de bestaande centra



Initiatieven worden getoetst aan detailhandelsvisie



Detailhandel van groot belang voor de gemeente



Project 1: Revitalisering winkelcentrum Meenthof

of indirect subsidiëren van ondernemers is echter in strijd met de Mededingingswet.

#### *Subsidies*

Er zijn geen specifieke rijks- of provinciale subsidies voor detailhandel. Veelal is het echter mogelijk in het kader van een integrale centrumontwikkeling een beroep te doen op overheidssubsidies. Op deze wijze kan bijvoorbeeld een herinrichting of een nieuw stedelijk project (winkels, wonen, parkeren) eerder haalbaar worden.

#### *Initiatie van een duurzame overlegstructuur*

Voor een doelmatig detailhandelsbeleid is een goede overlegstructuur tussen de gemeente en betrokken ondernemers en eigenaren gewenst. Professioneel georganiseerde ondernemers én eigenaren kunnen een waardevolle gesprekspartner zijn voor de overheid en voor andere partijen.

Op verschillende manieren kan worden samengewerkt aan versterking van de winkelstructuur. Het is minimaal gewenst dat overheid en bedrijfsleven regelmatig overleggen over initiatieven en het te voeren beleid. Deze uitwisseling van informatie kan

leiden tot een doelmatiger inzet van middelen, zowel door de overheid als door marktpartijen.

#### *Projecten*

De detailhandelsstructuurvisie vormt het beleidskader voor de komende 10 jaar. In het verlengde hiervan zijn vele acties mogelijk en gewenst. Wij ronden dit hoofdstuk af met een beperkt aantal concrete projecten die prioriteit verdienen. De nummering is willekeurig en suggereert geen volgorde of prioriteit:

### **1. Revitalisering winkelcentrum De Meenthof Kortenhof**

Doel	Eigentijds winkelcentrum met goede uitstraling
Wat	Integraal plan voor het h�ele centrum waarin wordt voorzien in behoefte aan individuele uitbreidingswensen en de uitstraling in en rond het centrum wordt verbeterd.
Wie	Eigenaar van winkelcentrum primair verantwoordelijk, samenwerking met supermarkten (trekkers) en overige winkeliers. Afstemming met/toetsing door gemeente (zie ook project 2)
Tijd	Marktpartijen reeds in overleg, plan (laten) maken $\pm$ half jaar, vervolgens overleg/overeenstemming partijen

**2. Parkeren winkelcentrum De Meenthof Kortenhoef**

Doel	Betere bereikbaarheid en parkeren
Wat	In samenhang met eventueel plan voor revitalisering kan de parkeer-situatie worden verbeterd. Capaciteit kan worden vergroot door extra plaatsen. Zoekgebied met name aan de zuid- en westzijde. Een blauwe zone kan de capaciteit beter benutten (tegengaan langparkeren). Ook de ontsluiting (Hoflaan) vraagt aandacht.
Wie	Gemeente is verantwoordelijk voor openbare ruimte en verkeer- en parkeerbeleid. Afstemming met plan winkelcentrum noodzakelijk (zie ook project 1)
Tijd	Marktpartijen reeds in overleg over plan, parkeren dient hiervan onderdeel uit te maken. Uitwerking parkeren in overleg.

**3. Herinrichting openbare ruimte Nootweg Loosdrecht**

Doel	Aantrekkelijk centrum met identiteit
Wat	Met het nieuwe centrumproject aan de Nootweg krijgt het winkelgebied een nieuwe impuls. Om het effect hiervan te vergroten, kan de Nootweg tussen de Luitgardeweg en de Eikenlaan worden heringericht. De verblijfsfunctie en identiteit worden hiermee versterkt. Bovendien ondersteunt de afbakening het concentratiebeleid. Een erf-achtige inrichting (eenrichtingverkeer met parkeren voor de deur) ligt hier voor de hand.
Wie	Gemeente is verantwoordelijk voor openbare ruimte en verkeer- en parkeerbeleid.
Tijd	Uitvoering in het verlengde van nieuwbouw centrumplan. Planvorming starten op korte termijn.

**4. Optimalisering gebruiksgemak Nederhorst den Berg**

Doel	Vergroten gebruiksgemak als efficiënt boodschappencentrum
Wat	In de huidige inrichting van de openbare ruimte ligt de nadruk op de verblijfskwaliteit (groot autovrij plein). Plein en muziektent zijn belangrijke kwaliteiten, maar parkeren voor de deur, bevoorrading supermarkt en stalling van fietsen zijn knelpunt. Door de inrichting van het plein deels aan te passen, kan het gebruiksgemak van het centrum substantieel toenemen. Door het nemen van fysieke maatregelen kan de oversteekbaarheid van de weg worden verbeterd (snelheid remmen, visueel/fysiek versmallen, etc.).
Wie	Gemeente is verantwoordelijk voor openbare ruimte en verkeer- en parkeerbeleid. Het gaat hier veelal om subtiele aanpassingen. Zorgvuldig overleg met winkeliers, met name supermarkt, gewenst.
Tijd	Planvorming en uitvoering kan direct starten



## Bijlage 1 Begeleidingscommissie

Gemeente Wijdmeren, Afdeling Economische Zaken	de heer B.A. Versteegh
Gemeente Wijdmeren, Afdeling Ruimtelijke Ordening	de heer B. Burema
Ondernemerscollectief Wijdmeren (Kortenhoef)	de heer J. Verbruggen
	de heer G.P. Landwaart
Ondernemerskring Loosdrecht	de heer H.J. van de Bunt
	de heer E. van Melsen
Ondernemerscollectief Wijdmeren (Nederhorst den Berg)	de heer D. van der Panne
	de heer R. van der Molen

## Bijlage 2 Begrippenlijst

### *Ambulante handel*

Het te koop aanbieden of venten van goederen via deur- aan deurverkoop, op een warenmarkt, een solitaire standplaats of bijvoorbeeld op een jaarmarkt of braderie.

### *Branche*

Een groep van bedrijven die wordt gekenmerkt door één bepaalde (dominante) assortimentsgroep of door een veel voorkomende combinatie van assortimentsgroepen (bijv. warenhuizen).

### *Bouwmarkt*

Detailhandel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak van minimaal 1.000 m<sup>2</sup> waarop het volledige assortiment van bouw- en doe-het-zelfproducten uit voorraad aan zowel vakman als particulier op basis van zelfbediening wordt aangeboden.

### *Brutovloeroppervlak (bvo)*

Totale ruimte van een winkel bestaande uit winkelvloeroppervlak inclusief niet voor consumenten toegankelijke ruimten (opslag, kantine, etc.).

Globaal gaan we uit van een verhouding 100% wvo = 70 à 80% bvo, afhankelijk van de branche.

### *Detailhandel*

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die

die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit alsmede anders dan voor verbruik ter plaatse.

#### *Doe-het-zelf*

De doe-het-zelfbranche wordt gevormd door winkels met een assortiment dat gericht is op gebruik en verbruik door particuliere consumenten voor werkzaamheden in, aan het om het huis. In de doe-het-zelfbranche onderscheiden we bouwmarkten, breedpakketwinkels, ijzerwaren winkels en verf-/behangspecialisten.

#### *Dienstverlening*

Een bedrijf met uitsluitend of in hoofdzaak een dienstverlenende of verzorgende taak met een publieksaantrekkende functie (bijv. wasserette, kapsalon, schoenmaker, autorijdschool, videotheek, reisbureau, postagentschap alsmede naar aard en uitstraling overeenkomstige bedrijven).

#### *Grootschalige detailhandelsvestiging (GDV)*

Vestiging van detailhandel op een locatie buiten de bestaande winkelgebieden waar ruimte is gereserveerd voor dergelijke grootschalige detailhandel (minimaal 1.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak per vestiging) waarbij de branchebeperkingen van de perifere detailhandelsvestiging (PDV) niet of niet volledig gelden.

#### *Koopkrachtbinding*

Niet alle bestedingen van de inwoners van een verzorgingsgebied komen terecht in het eigen winkelapparaat. Het aandeel (%) van de totale bestedingen van inwoners dat wordt gedaan in het winkelapparaat in het eigen verzorgingsgebied, noemen we de koopkrachtbinding.

#### *Koopkrachttoevoeiing*

Naast de inkomsten uit het eigen verzorgingsgebied komt een deel van de omzet van buiten het verzorgingsgebied. Dit aandeel binnen de totale omzet noemen we de koopkrachttoevoeiing of het aandeel vreemde koopkracht.

#### *Maatschappelijke voorzieningen*

Educatieve, sociaal-medisch, sociaal-culturele en levensbeschouwelijke voorzieningen. Voorzieningen ten behoeve van sport en sportieve recreatie en voorzieningen ten behoeve van openbare dienstverlening, als ook ondergeschikte detailhandel en horeca ten dienste van deze voorzieningen.

#### *Perifeer*

Perifeer betreft de ligging van winkels buiten de bestaande winkelconcentraties, maar binnen bestaand of te ontwikkelen stedelijk gebied.

#### *Perifere detailhandelsvestiging (PDV)*

In het beleid voor perifere detailhandelsvestigingen (PDV-beleid) is tot op heden een uitzondering gemaakt voor de detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen en detailhandel in ABC-goederen (auto's, boten en caravans), tuincentra, bouwmarkten, grove bouwmaterialen,

keuken en sanitair alsmede woninginrichting waaronder meubels. Deze winkels hebben vanwege omvang en aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig voor de uitstalling en kunnen daarom niet binnen de aangewezen winkelconcentratiegebieden gevestigd worden. Deze branches worden wel PDV-branches genoemd.

#### *Toonbankbesteding*

Consumentenbestedingen in winkels. Hiertoe behoren dus niet de bestedingen aan aankopen via bijvoorbeeld postorderbedrijven en internet. In veel distributieplanologische berekeningen wordt uitgegaan van bestedingen die consumenten doen in een bepaalde branche. Wij kiezen ervoor te rekenen met winkels als eenheden, omdat we in de distributieplanologie de uitbreidingsruimte van winkelmeters berekenen. In de indicatieve berekening van de uitbreidingsruimte maken we onderscheid tussen winkels in voedings- en genotmiddelen (VGM) en winkels in duurzame en overige goederen (DOG). De sector voedings- en genotmiddelen bestaat uit de supermarkten en versspeciaalzaken. De sector duurzame en overige goederen is opgebouwd uit artikelen in de branchegroepen frequent benodigde non-food (o.a. drogisterij, huishoudelijke artikelen), modisch recreatief (o.a. kleding, lederwaren), overig recreatief (o.a. boeken, juwelier, warenhuis) en overige detailhandel (o.a. tweedehands). In onze methodiek wordt de aankoop van pannen (huishoudelijke artikelen) bij een supermarkt gerekend tot een besteding in winkels in de branche voedings- en genotmiddelen en de aankoop van een Hemaworst (voeding) wordt gerekend tot een besteding in winkels in duurzame en overige goederen.

In Nederland bedragen de gemiddelde toonbankbestedingen per hoofd van de bevolking € 4.217,- per jaar. Hiervan wordt € 1.973,- besteed in winkels voor voedings- en genotmiddelen en € 1.833,- in winkels voor duurzame en overige goederen (zonder wonen en doe-het-zelf)\*.

Wanneer in het verzorgingsgebied het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner afwijkt van het Nederlands gemiddelde is het gewenst de bestedingscijfers aan te passen. Voor voedings- en genotmiddelen is het gebruikelijk het bestedingscijfer aan te passen met een correctie van  $\frac{1}{4}$  van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde. Voor duurzame en overige goederen is het gebruikelijk het bestedingscijfer aan te passen met een correctie van  $\frac{1}{2}$  van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde.

#### *Tuincentrum*

Detailhandel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak waar bedrijfsmatig boomkwekerijproducten, planten, bloembollen en bloemen ten verkoop worden aangeboden, alsmede attributen voor de aanleg, de verfraaiing en het onderhoud van tuinen en daarbij noodzakelijk hulpmiddelen.

#### *Verkoopvloeroppervlak (vvo)*

Gelijk aan winkelvloeroppervlak (wvo). Vanwege de verwarring die kan ontstaan met verhuurbaar vloeroppervlak (vvo) hanteren wij het begrip winkelvloeroppervlak.

---

\* HBD (2006), Bestedingen en marktaandeelen 2005

#### *Vloerproductiviteit*

De gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak kan als maat worden gezien voor het economisch functioneren. De noodzakelijke omzet per m<sup>2</sup> varieert per type winkelgebied, branche en winkelformule. In Nederland ligt de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> in winkels voor voedings- en genotmiddelen rond de € 7.100,-. Voor winkels in duurzame en overige goederen (zonder wonen en doe-het-zelf) is de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> € 2.400,- (HBD, 2006).

#### *Winkelvloeroppervlak (wvo)*

De voor het publiek toegankelijke winkelruimte ten behoeve van detailhandel, inclusief zichtbare ruimten zoals bijvoorbeeld etalages en de ruimte achter toonbanken en kassa's.

### Bijlage 3 Indeling branches in branchegroepen

Branchegroepen	Branches
Voedings- en genotmiddelen	Supermarkt, versspecialzaak, slijter, tabak/lectuur
Frequent benodigde non-food	Persoonlijke verzorging Huishoudelijke artikelen Bloemen/planten, dierbenodigdheden
Modisch recreatief	Kleding en mode-accessoires Schoenen en lederwaren
Overig recreatief	Optiek, juwelier, antiek en kunst Sport en spel Hobby-artikelen Boeken, cd's, kantoorartikelen Warenhuis Bruin- en witgoed Fietsen en autoaccessoires
Gerichte non-food	Woninginrichting (o.a. meubelen, keukens, sanitair, vloerbedekking) Doe-het-zelfartikelen Tuincentra en tuinartikelen
Overige artikelen	Tweedehandsartikelen, Wereldwinkel, handicap, religie, etc.

## Bijlage 4 Indicatie distributieve ruimte

### *Distributie planologisch onderzoek (dpo)*

In vroegere dpo's werd het haalbare winkelaanbod vaak nauwkeurig berekend. Door grote onderlinge verschillen in typen winkelgebieden, branches en winkelformules moeten dergelijke berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. De haalbaarheid van winkels wordt veel meer bepaald door de potentiële functie en kwaliteit van het winkelgebied. Niettemin kan een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod een indicatie geven van overbewikeling of uitbreidingspotenties.

### *Variabelen*

Bij deze kwantitatieve analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de bestedingen in winkels in voedings- en genotmiddelen per hoofd van de bevolking (toonbankbesteding per jaar), de omvang van het verzorgingsgebied (het aantal inwoners), de mate waarin de inwoners hun aankopen doen in het betreffende winkelgebied (de koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloeit (de koopkrachttoevoeiing). Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak) en benodigde omzet per m<sup>2</sup> vwo (vloerproductiviteit) een rol.

### *Toonbankbesteding*

Omdat het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente Wijdmeren ± 16% hoger is dan het Nederlands gemiddelde passen we de landelijke bestedingscijfers aan\*. Wij gaan uit van een toonbankbesteding van € 2.050,- (€ 1.973,- + (¼ x 16% x €1.973,-)) in winkels in voedings- en genotmiddelen.

### *Verzorgingsgebied*

Wij beschouwen de gehele gemeente Wijdmeren hier als één verzorgingsgebied. Op dit moment heeft Wijdmeren ± 23.400 inwoners. De bevolkingsprognose van ABF Research (2007) gaat uit van een lichte daling van het aantal inwoners tot ± 21.800 in 2015 en ± 21.400 inwoners in 2020. In deze detailhandelsstructuurvisie gaan wij uit van de situatie in 2015. De daling wordt met name veroorzaakt door de algemene trend van gezinsverdunding (aantal mensen per huishouden). Mogelijk worden op termijn ± 440 woningen (± 1.000 inwoners) gebouwd in Nieuw-Loosdrecht (Ter Sype). Vanwege de onzekerheid over het doorgaan dan wel de termijn van dit plan, laten wij dit voor 2015 buiten beschouwing.

Ook de verblijfstoeristen kunnen tot op zekere hoogte als 'inwoners' worden beschouwd. Het merendeel van hen zal net als de inwoners 'dagelijkse boodschappen' nodig hebben. Er van uitgaande dat de bestedingen gemiddeld op hetzelfde niveau liggen als bij inwoners, komen de 145.000 overnachtingen per jaar (gedeeld door 365 dagen) overeen met ± 400 'inwonerequivalenten'.

---

\* CBS (2003), Kerncijfers wijken en buurten

#### *Koopkrachtbinding*

Op basis van algemene gemiddelden\* en een eigen inschatting gaan wij in winkels in voedings- en genotmiddelen uit van een koopkrachtbinding van 80% in de gemeente Wijdmeren.

#### *Aandeel vreemde koopkracht*

Toevloeiing van koopkracht wordt in de gemeente Wijdmeren hoofdzakelijk gerealiseerd door bestedingen van verblijfs- en dagtoeristen. Op basis van algemene gemiddelden en een eigen inschatting gaan wij in winkels in voedings- en genotmiddelen uit van een koopkrachttoevloeiing van 10% in de gemeente Wijdmeren.

#### *Vloerproductiviteit*

Landelijk ligt de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> in winkels in voedings- en genotmiddelen rond de € 7.100,-. Wij gaan uit van deze gemiddelden. Niettemin kan de vloerproductiviteit per winkel door een specifieke situatie afwijken van dit gemiddelde.

#### *Indicatie distributieve mogelijkheden*

In tabel 5 is op basis van bovenstaande cijfers een indicatieve berekening gemaakt van de distributieve mogelijkheden per verzorgingsgebied voor winkels in voedings- en genotmiddelen. Wij benadrukken dat het werkelijk haalbare aanbod wordt bepaald door de individuele kenmerken van ondernemers en de specifieke omstandigheden.

**Tabel 5 Indicatie distributieve ruimte in de gemeente Wijdmeren in 2015 winkels voedings- en genotmiddelen**

Inwoners+verblijfstoeristen	22.200
Toonbankbesteding per hoofd	€ 2.050
Koopkrachtbinding	80%
Omzet uit verzorgingsgebied	€ 36,4 mln
Aandeel vreemde koopkracht	10%
Totale omzet	€ 40,5 mln
Gemiddelde omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 7.100
Potentieel winkelaanbod	± 5.700 m <sup>2</sup> wvo
Aanwezig winkelaanbod	± 5.300 m <sup>2</sup> wvo
Indicatie uitbreidingsruimte	± 400 m <sup>2</sup> wvo

---

\* E.J. Bolt (2003), Winkelvoorzieningen op waarde geschat