



## INHOUDSOPGAVE

<b>1. Inleiding</b>	<b>Blz.</b>
1.1. Aanleiding notitie detailhandel	3
1.2. Leeswijzer	3
<b>2. Ontwikkelingen in de detailhandel</b>	
2.1. Inleiding	4
2.2. Ontwikkelingen aan de vraagzijde	4
2.3. Ontwikkelingen aan de aanbodzijde	5
2.4. Gevolgen voor de detailhandel	6
<b>3. Beleid Rijk/Provincie/Regio/Gemeente</b>	
3.1. Inleiding	8
3.2. Beleid Rijk	8
3.3. Beleid Provincie	8
3.4. Beleid Regio	9
3.5. Beleid Gemeente	11
<b>4. Lokale Situatieschets</b>	
4.1. Algemeen gemeente Castricum	12
4.2. Woonkern Akersloot	16
4.3. Woonkern Bakkum en Castricum	19
4.4. Woonkern Limmen	25
<b>5. Samenvatting</b>	<b>27</b>

### Bijlagen

1. Geraadpleegde stukken
2. Factsheets Gemeente Castricum, Dorpscentrum Castricum en Geesterduin
3. Kaderstellende besluit van de gemeenteraad bij de uitbreiding van Geesterduin
4. Samenvatting Detailhandelsvisie Regio Alkmaar

## **1. INLEIDING**

### **1.1. Aanleiding notitie Detailhandel**

#### *Ontwikkelingen*

Winkels zijn een belangrijke voorziening voor de inwoners van onze gemeente. Een compact en compleet aanbod van dagelijkse en niet-dagelijkse producten in de nabijheid draagt bij aan een aantrekkelijke woonomgeving. De detailhandel is op dit moment aan een veelheid van ontwikkelingen onderhevig. Als gevolg van deze ontwikkelingen zal naar verwachting de komende 10 jaar een substantieel deel van het winkelvloeroppervlak (wvo) verdwijnen. Met deze notitie maken we de positie en uitgangspunten van ons college ten opzichte van de voorziening detailhandel duidelijk. Deze uitgangspunten vloeien voort uit het provinciale en regionale beleid en zullen de basis vormen voor de bestemmingsplannen en voor medewerking aan ontwikkelingen op dit terrein.

#### *Coalitieakkoord*

Met deze notitie geven wij uitvoering aan ons coalitieakkoord 2010-2014. In relatie tot de voorzieningen hebben we in het coalitieakkoord opgenomen dat “we ons richten op de toekomst en blijven bouwen aan een gemeente waar het plezierig wonen, werken en recreëren is. Extra aandacht wordt besteed aan het verkrijgen van een meer evenwichtige bevolkingsopbouw, *de voorzieningen* en de grenzen tussen bebouwd en open gebied. We hanteren daarbij een duurzame en flexibele ontwikkelingsstrategie.”

#### *Notitie als toetsingskader*

In deze notitie schetst ons college de gewenste ontwikkeling op het gebied van detailhandel in de gemeente Castricum. Ons college kiest ervoor om initiatieven op het gebied van detailhandel over te laten aan de markt. Deze notitie vormt vervolgens het kader, waaraan deze initiatieven worden getoetst.

### **1.2. Leeswijzer**

In deze notitie wordt in hoofdstuk 2 eerst ingegaan op de ontwikkelingen in de detailhandel en de gevolgen daarvan voor deze branche. Vervolgens volgt in hoofdstuk 3 het overheidsbeleid voor de detailhandel, zowel op landelijk, provinciaal, regionaal als gemeentelijk niveau. In hoofdstuk 4 wordt op het gebied van detailhandel de lokale situatie geschetst per woonkern. Tot slot volgt in hoofdstuk 5 een samenvatting van de uitgangspunten.





## 2. ONTWIKKELINGEN IN DE DETAILHANDEL

### 2.1. Inleiding

Winkels zijn de ruggengraat van attractieve en leefbare dorpen. Het beleid in Nederland is dan ook gericht op behoud en versterking van centrumgebieden. Winkels daarbuiten zijn alleen in uitzonderlijke gevallen toegestaan. Intussen is sprake van stagnatie in de winkelmarkt. De bezoekersaantallen in centra dalen, speciaalzaken sluiten en leegstand neemt toe. De winkelmarkt is de afgelopen jaren gewijzigd van een groei- naar een verdringingsmarkt.

Vraag en aanbod hangen natuurlijk nauw met elkaar samen. Hierna komen de landelijke ontwikkelingen aan zowel de vraag- als aanbodzijde en de gevolgen daarvan voor de detailhandel aan de orde. Bron van de geschetste ontwikkelingen zijn de geraadpleegde stukken, zoals opgenomen in bijlage 1.

De ontwikkelingen zijn over het algemeen al langere tijd aan de gang. Sommige veranderingen zijn versneld onder invloed van de economische recessie, die in Nederland eind 2008 is ingetreden.

### 2.2. Ontwikkelingen aan de vraagzijde

Er is een aantal factoren aan de vraagzijde van de markt die de winkelstructuur beïnvloedt. De consumententrends zijn de volgende:

- Demografische ontwikkelingen:
  - o Bevolkingsopbouw en –aantal. In zijn geheel groeit de bevolking in Nederland de komende 10 jaar naar 17,3 miljoen mensen. Daarnaast is echter in veel gebieden sprake van krimp. De samenstelling van de bevolking verandert eveneens. Het aandeel 65-plussers neemt toe. Voor winkels kan dit een nadeel zijn. Op dit moment besteden ouderen minder in winkels dan mensen in de opbouwfase van hun leven (onder andere op het gebied van kleding, meubels en sport). De laatste jaren lijkt hierin echter sprake van een kentering en nemen de bestedingen in de leeftijdsgroep 65-75 jaar toe;
  - o Gezinsverdunding: de laatste decennia is de gemiddelde huishoudgrootte gedaald van 2,8 tot 2,3.
- Veranderende leef- en activiteitenpatronen:
  - o hierbij gaat het om ontwikkelingen als individualisering, stijging van het opleidingsniveau, meer tweeverdieners, hogere arbeidsparticipatie van vrouwen, delen van zorgtaken enz. Naast de fysieke nabijheid van een winkel, wordt tegenwoordig door consumenten steeds meer waarde gehecht aan snelheid, gemak en uitgebreide keuzemogelijkheden.

Het gevolg is dat er minder vaak wordt gewinkeld, het winkelen wordt in toenemende mate gecombineerd met andere activiteiten en dagelijkse boodschappen worden vaker met de auto (in plaats van fiets of lopend) gehaald;

- De groei van de bestedingen blijft achter bij de groei van het aanbod. Consumenten besteden minder onder andere als gevolg van de economische recessie;
- Autobezit: ongeveer driekwart van alle huishoudens beschikt over één of meerdere auto's. De verwachting is dat het autobezit verder zal toenemen. De afstanden tot winkelgebieden worden hierdoor als het ware steeds kleiner en de keuzevrijheid van de consument groter.

*Vraagzijde samengevat: Demografische opbouw en leefpatronen veranderen. Het bevolkingsaantal voor Nederland is stabiel, maar opbouw en aantal verschilt sterk per gebied. Het aantal mensen van 65 jaar en ouder groeit tot 2040. Deze leeftijdsgroep besteedt op dit moment minder dan andere leeftijdsgroepen aan niet-dagelijkse artikelen. Om in te spelen op de veranderingen is een compact, compleet en goed bereikbaar aanbod steeds belangrijker.*

### 2.3. Ontwikkelingen aan de aanbodzijde

De volgende factoren aan de aanbodzijde van de markt beïnvloeden de winkelstructuur:

- Groei van het totale Nederlandse winkelvloeroppervlak; in de periode 2004-2011 is in Noord-Holland het winkelvloeroppervlak gegroeid met 14% en in de regio Alkmaar met 26%;
- Grotere winkels: de groei van het winkelvloeroppervlak wordt met name ingevuld met grotere winkels. De gemiddelde winkelgrootte is toegenomen van 209 m<sup>2</sup> (2004) naar 239 m<sup>2</sup> (2011). In de regio Alkmaar is het gemiddelde aantal m<sup>2</sup> per winkel 298 m<sup>2</sup>.
- Minder winkels: per inwoner zijn meer vierkante meters winkelvloeroppervlak beschikbaar, maar minder winkels.
- Het aandeel filiaalbedrijven groeide de afgelopen 10 jaar van 28% naar 35%. Het aantal zelfstandige winkeliers is afgenomen.
- De omzet per vierkante meter is de afgelopen 10 jaar met 10% afgenomen. Filiaalbedrijven en grotere winkels kunnen deze omzetsdaling compenseren door middel van kostenreductie. Dit geldt in veel mindere mate voor zelfstandige, kleinere winkeliers.
- Aandeel leegstaand winkeloppervlak is sinds 2004 toegenomen. In de gemeente Castricum bedraagt het leegstaande winkeloppervlak tussen de 2 en 5%. Dit is gelijk aan het percentage in de omringende gemeenten (Bergen, Heiloo en Heemskerk).
- Meer zelfstandige winkeliers met pensioen. Circa 40% van de zelfstandige winkeliers is ouder dan 50, eenzesde is ouder dan 60 jaar. Meer dan voorheen gaan zelfstandigen stoppen. Zij worden minder opgevolgd door starters.
- Groei van internet als aankoopkanaal. In de afgelopen drie jaar is het aantal webwinkels verdubbeld tot een totaal van 37.500 webwinkels in 2011. Het marktaandeel van internet op de totale winkelomzet is nu nog beperkt. In de gemeente Castricum is het aandeel internetverkopen op de totale omzet nu nog beperkt met 1% voor dagelijkse artikelen en 7% voor niet-dagelijkse artikelen. Naar verwachting zal internet zich de komende jaren echter verder ontwikkelen. Techniek en logistiek verbeteren en (nieuwe) generaties consumenten groeien op met internet.

De verwachting is dat het aandeel verkopen via internet voor versproducten laag blijft, maar voor electronica, vrijetijdsartikelen en mode zal dit aandeel verder groeien. Ondernemers die zowel via online als offline kanalen (cross-channel) hun klanten bereiken hebben de beste troeven in handen.

***Aanbodzijde samengevat:** Het aantal winkels neemt af, maar de gemiddelde winkel heeft wel een groter vloeroppervlak en maakt in toenemende mate deel uit van een filiaalbedrijf. Veel niet-dagelijkse goederen worden aangeboden via internetwinkels. Hoewel het aandeel aankopen via internet nu nog betrekkelijk gering is, is de verwachting dat dit in de toekomst verder uit zal groeien.*

## 2.4. Gevolgen voor de detailhandel

De gevolgen van deze ontwikkelingen aan vraag- en aanbodzijde zijn naar verwachting groot. Mede onder invloed van de economische recessie hebben deze ontwikkelingen geleid tot een afnemende behoefte aan fysieke winkels. Naar verwachting zet deze ontwikkeling zich voort.

Winkelformules met een groot oppervlak en/of veel vestigingen verdringen kleinschalige spelers. Veel (kleinere) winkelruimte, met name in aanloopstraten, komt vrij en wordt niet meer ingevuld. Vraag, aanbod en leegstand zullen sterk per plaats en winkelgebied verschillen. De consument kiest elke keer zijn winkel of winkelgebied, afhankelijk van zijn motief op dat moment. De volgende motieven zijn te onderscheiden:

- recreatief winkelen,
- vergelijkend winkelen,
- doelgericht aankopen en
- niet-keuzegevoelig aankopen.

Relatie aanbod en motieven

<b>Aanbod via:</b>	<b>Aankoopmotieven:</b>
<b>Dorpscentra</b>	Voor de consument met name het aankoopkanaal voor het boodschappen doen. Dit zijn de frequente, doelgerichte, weinig-keuzegevoelige aankopen, waarvoor efficiëntie en verkrijgbaarheid belangrijk zijn.
<b>Binnensteden en grote centra</b>	Met name door de consument bezocht uit het oogpunt van recreatief en vergelijkend winkelen.
<b>Themacentra</b>	Sluit aan bij het motief vergelijkend winkelen en is in mindere mate gericht op het recreatieve motief.
<b>PDV- en GDV<sup>1</sup>-locaties</b>	Deze locaties sluiten met name aan bij het motief doelgericht aankopen.
<b>Internet</b>	Biedt goede mogelijkheden voor vergelijkend winkelen en doelgericht aankopen. In recreatief winkelen (beleving) en dagelijkse boodschappen (o.a. versproducten) houden fysieke winkelgebieden nog hun een voorsprong op internet.

<sup>1</sup> PDV: perifere detailhandelsvestigingen, winkels met volumineuze artikelen (waaronder woninginrichting, bouwmarkten, tuincentra, auto's, boten, caravans).

GDV: grootschalige detailhandelsvestigingen, dit zijn in de regel winkels groter dan 1.000 of 1.500 m<sup>2</sup> wvo (veelal electronica, sport, speelgoed).



De kracht van dorpscentra is de nabijheid voor de consument en het gemak. Dagelijkse boodschappen en doelgerichte, niet-keuzegevoelige aankopen worden hier gedaan. Recessie, schaalvergroting, beperkt bevolkingsdraagvlak (kritische massa) en met pensioen gaande zelfstandige winkeliers leiden vooral in de kleinste centra tot verdere afname van het aantal winkels en daarmee in sommige gevallen tot leegstand.

Grotere dorpscentra hebben goede kansen door overname van de rol van kleinere centra als zij compact zijn en een compleet aanbod hebben.

Om de gevolgen voor de detailhandel op lokaal niveau te beperken wordt in het koopstromenonderzoek aan gemeenten het advies gegeven om heldere keuzes te maken over de locaties waar detailhandel gewenst is en waar niet.

Zonder deze keuzes versnipperen marktpotenties over te veel locaties met elk te weinig kritische massa en attractiviteit.

Behoeftte blijft aan nieuwe 'betere' meters, maar deze kunnen alleen worden toegevoegd als ze bestaande meters vervangen. 'Betere' meters is bijvoorbeeld het plaatsen van een supermarkt in het centrum van een kern. Dit heeft op zijn minst een afremmend effect op verdere daling van de lokale niet-dagelijkse sector<sup>2</sup>. Dagelijks aanbod<sup>3</sup> heeft (nog) geen concurrentie van internet en is de enige brache die in de toekomst toeloop naar winkels garandeert. 'Betere' meters is bijvoorbeeld ook het vergroten van het vloeroppervlak van een winkel om een compleet aanbod mogelijk te maken.

**Gevolgen samengevat:** we hebben in de toekomst minder behoefte aan fysieke winkels. De centra die we bezoeken moeten compact zijn en de winkels die we bezoeken moeten beschikken over een compleet aanbod. Om mensen te verleiden tot recreatief winkelen moet in het winkelgebied een beleving gecreëerd worden. Om de gevolgen voor de detailhandel op lokaal niveau te beperken moeten heldere keuzes gemaakt worden.

<sup>2</sup> Niet-dagelijkse artikelen: kleding, schoenen en lederwaren, electronica, huishoudelijke artikelen, woninginrichting, doe-het-zelf, bloemen, planten, tuinartikelen, vrije tijds- en juweliersartikelen.

<sup>3</sup> Dagelijkse artikelen: boodschappen (levensmiddelen, alcoholische dranken, tabak en schoonmaakartikelen) en persoonlijke verzorging (drogisterij- en parfumerieartikelen).

### **3. BELEID RIJK / PROVINCIE / REGIO / GEMEENTE**

#### **3.1. Inleiding**

Het beleid in Nederland is gericht op het aanbieden van zo compleet mogelijke en aantrekkelijke voorzieningen aan consumenten. Dit draagt bij aan een prettige leefomgeving. De consument staat centraal, deze dient op aanvaardbare afstand de geregelde aankopen te kunnen doen. Een duurzame winkelstructuur, intensief ruimtegebruik en winkelgebieden met ruimtelijke kwaliteit vormen het uitgangspunt. Dit is vertaald in het volgende beleid door rijk, provincie, regio en gemeente.

#### **3.2. Beleid Rijk**

Het Rijk heeft het detailhandelsbeleid gedecentraliseerd aan de provincies en gemeenten. Provincies en gemeenten zijn verantwoordelijk voor een voldoende en gevarieerd aanbod van locaties voor voorzieningen. Uitgangspunt is dat nieuwe vestigingslocaties voor detailhandel niet ten koste mogen gaan van de bestaande detailhandelsstructuur.

In de Wet ruimtelijke ordening (Wro) is bepaald dat gemeenten over actuele bestemmingsplannen moeten beschikken. Het detailhandelsbeleid wordt vertaald in bestemmingen. Bij de bestemming detailhandel mogen, ter bevordering van de ruimtelijk-economische kwaliteit, nadere regels worden opgenomen ten aanzien van bijvoorbeeld branches en/of oppervlakten per winkel. Voorwaarde is wel dat de regels worden gemotiveerd op basis van ruimtelijke criteria. Branchering bevordert ruimtelijk gezien de kwaliteit, maar het grote nadeel van branchering is dat de detailhandel 'op slot' wordt gezet. De marktwerking wordt min of meer teniet gedaan.

#### **3.3. Beleid Provincie**

In 2009 is de nota 'Detailhandels- en leisurebeleid Noord-Holland' vastgesteld. De provincie staat positief tegenover dynamiek in de detailhandel (kwaliteitsverbetering, innovatie en schaalvergroting). Nieuwe ontwikkelingen in de detailhandel mogen echter de bestaande winkelstructuur in de regio niet verstoren of duurzaam ontwrichten. De versterking van de bestaande winkelgebieden heeft prioriteit. De ontwikkeling van grootschalige, solitaire detailhandel in het landelijk gebied is niet toegestaan. (Nota Detailhandels- en Leisurebeleid Noord-Holland, 9 februari 2009.)

De provincie verplicht gemeenten om in regionaal verband hun winkelplannen af te stemmen en vast te leggen in een regionale detailhandelsvisie. De provincie heeft twee onafhankelijke regionale adviescommissies (RAC's) in het leven geroepen, die de grotere winkelplannen toetst aan het provinciale en regionale detailhandelsbeleid. De regio Alkmaar valt samen met de regio's Kop van Noord-Holland en West-Friesland onder de RAC Noord-Holland Noord.

Gemeenten moeten de volgende winkelontwikkelingen ter advisering aan deze adviescommissie voorleggen:

- In bestaande winkelcentra vanaf 5.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo);
- Buiten bestaande winkelcentra vanaf 1.500 m<sup>2</sup> wvo.

Gedeputeerde Staten betrekken het advies van de RAC bij de totale beoordeling van het (voor)ontwerp-bestemmingsplan.



### 3.4. **Beleid Regio**

Begin 2011 is de Detailhandelsvisie Regio Alkmaar vastgesteld. In de regionale visie is opgenomen dat de detailhandelsstructuur in de Regio Alkmaar op hoofdlijnen een sterke structuur is en voldoende aanknopingspunten biedt om deze uit te bouwen. De harde winkelplannen en een deel van de zachte winkelplannen<sup>4</sup> dragen bij aan deze structuur.

#### *Uitgangspunten regionale detailhandelsstructuur*

Voor de regionale detailhandelsstructuur gelden de volgende uitgangspunten:

- Versterken van de bestaande detailhandelsstructuur door winkels zoveel mogelijk in te passen in en aan winkelgebieden;
- Behoud van een basispakket dagelijkse winkelvoorzieningen nabij de consument (nabijheid, gemak, beperking autogebruik);
- Bundeling van niet-dagelijks aanbod in grotere centra (kritische massa, synergie, keuze);
- Nieuwe ontwikkelingen aansluiten bij winkelgebieden met eenzelfde functie en verzorgingsgebied;
- Afbouw van onvoldoende levensvatbare winkelvoorzieningen en winkellocaties;
- Spreiding van bouwmarkten en tuincentra behouden, streven naar optimum tussen voldoende schaalgrootte en nabijheid bij de consument (mobiliteit);
- Bundeling van aanbod in auto's, boten en caravans (ABC-goederen) in herkenbare clusters centraal in het stedelijke gebied 'rode kern' van de regio.

#### *Kwaliteit voor Kwantiteit*

Vanuit kwantitatieve overwegingen is er geen aanleiding het winkelaanbod boven de winkelplannen substantieel uit te breiden. Vanuit kwalitatieve overwegingen kunnen nieuwe ontwikkelingen boven de marktruimte wenselijk zijn. Dit zal en mag gepaard gaan met afbouw van minder levensvatbare (minder duurzame) winkellocaties. Een dergelijke herschikking is alleen gewenst als de winkelstructuur substantieel wordt versterkt en de effecten zorgvuldig zijn gewogen.

#### *Vestiging in bestaand winkelgebied is uitgangspunt*

Winkelruimte wordt in eerste instantie gezocht in de bestaande winkelgebieden. Als initiatieven echt niet inpasbaar zijn in (of aan) winkelgebieden kan onder bepaalde voorwaarden perifere vestiging worden overwogen (in of direct aan de bebouwde kom). Hierbij geldt het (ruimtelijk relevante) criterium dat de aard of omvang van de artikelen een dusdanig ruimtegebruik vragen, dat dit niet inpasbaar is in een bestaand winkelgebied.

#### *Opbouw regionale detailhandelsstructuur*

Alkmaar centrum is het bovenregionale centrum voor recreatief winkelen voor Noord-Holland Noord. Daarnaast beschikt de regio over een uitgebreid aanbod van streekverzorgende tot lokale centra. Veel centra kennen een planmatige opzet met veel landelijke ketens en ruimte voor relatief grootschalige winkels. Andere (dorps)centra hebben juist een historische ambiance en een onderscheidend aanbod.

Met name in de kustregio en in Alkmaar is het aantal dag- en verblijfstoeristen groot. Dit biedt, vooral in kleinere dorpscentra, extra draagvlak voor voorzieningen. Deze centra kunnen hun onderscheidende kwaliteiten en toeristische potenties verder benutten.

---

<sup>4</sup> Zachte plannen: zijn de plannen waarvoor nog geen bestemmingsplan is vastgesteld. In de regio is sprake van diverse zachte plannen. Hierin is ook de uitbreiding van Geesterduin opgenomen.

Tabel inwoners en winkelvloeroppervlak 2010

<b>Gemeente</b>	<b>Inwoners</b>	<b>m<sup>2</sup> WVO</b>
Alkmaar	93.900	253.600
Bergen	31.100	30.900
Castricum	34.700	38.100
Graft/De Rijk	6.500	3.100
Heerhugowaard	51.200	122.700
Heiloo	22.400	31.900
Langedijk	27.000	60.000
Schermer	5.400	1.600
Totaal	272.200	542.000

De aanbodstructuur in de regio Alkmaar bestaat uit:

- een bovenregionaal centrum (>75.000m<sup>2</sup> wvo); de Alkmaarse binnenstad
- een groot streekcentrum (20.000-30.000m<sup>2</sup> wvo); Middenwaard in Heerhugowaard
- kleine streekcentra/stadsdeelcentra (10.000-20.000m<sup>2</sup> wvo); De Mare in Alkmaar, centrum van Bergen, Broekerveiling in Broek op Langedijk, 't Loo in Heiloo.
- Bovenlokale centra (7.500-10.000m<sup>2</sup> wvo); waaronder winkelcentrum Geesterduin en het dorpscentrum van Castricum.
- Groot lokaal centrum (5.000-7.500m<sup>2</sup> wvo); bijvoorbeeld centrum Egmond aan Zee
- Dorpscentrum/klein wijkwinkelcentrum (2.500-5.000m<sup>2</sup>); bijvoorbeeld De Hoef in Alkmaar.
- Klein Dorpscentrum/buurtwinkelcentrum (<2.500m<sup>2</sup> wvo); bijvoorbeeld het centrum van Limmen en het centrum van Akersloot.

#### *Regionale afstemming*

Naast de verplichte advisering door de Regionale Adviescommissies over grootschalige winkelplannen, worden alle ontwikkelingen in de regio Alkmaar groter dan 1.500 m<sup>2</sup> wvo (circa 1.800 m<sup>2</sup> bvo) regionaal afgestemd. In de regio Alkmaar vindt deze afstemming plaats in het Portefeuillehouders-overleg Noord-Kennemerland (PONK EZT). Voor deze afstemming is gekozen omdat grotere winkelontwikkelingen, met name in kleine plaatsen of nabij de grenzen van buurgemeenten, al gauw bovenlokale effecten hebben.

**Beleid Rijk, Provincie en Regio samengevat:** provincies en gemeenten zijn verantwoordelijk voor een voldoende en gevarieerd aanbod van locaties voor detailhandel. De versterking van de bestaande winkelgebieden heeft daarbij prioriteit. Winkelruimte wordt in eerste instantie gezocht in of aan bestaande winkelgebieden. Perifere vestiging is alleen mogelijk indien aard of omvang van de artikelen dit noodzakelijk maakt. Dynamiek in de detailhandel is gewenst. Nieuwe ontwikkelingen moeten echter wel bijdragen aan de kwaliteit van het aanbod en moeten regionaal afgestemd worden. Het behoud van een basispakket van dagelijkse artikelen nabij de consument is daarbij wenselijk.



### 3.5. *Beleid Gemeente*

Voor de gemeente vormen het provinciale en regionale beleid het bovenliggende kader. Verder is het beleid van de gemeente op het gebied van detailhandel opgenomen in de Kwaliteitsimpuls Economie Castricum (KEC) en de Structuurvisie Buitengewoon Castricum. De KEC en de Structuurvisie zijn respectievelijk op 25 september 2008 en op 7 oktober 2010 door de gemeenteraad vastgesteld. In de KEC en de Structuurvisie zijn vier pijlers voor de lokale economie onderscheiden. Dit zijn de pijlers werkgelegenheid; recreatie en toerisme; bedrijfshuisvesting; en voorzieningen. Detailhandel maakt deel uit van de pijler voorzieningen.

Over detailhandel is in de KEC en de Structuurvisie het volgende ten aanzien van de woonkernen Akersloot, Bakkum/Castricum en Limmen opgenomen.

#### *Akersloot*

Voor de kern Akersloot is uitgesproken dat met name concentratie van voorzieningen de levensvatbaarheid van detailhandel en voorzieningen zal vergroten. Een combinatie met andere functies kan daarbij helpen, bijvoorbeeld met recreatie.

#### *Bakkum/Castricum*

Voor de kernen Bakkum en Castricum wordt gestreefd naar versterking van de twee bestaande winkelgebieden Castricum Centrum en winkelcentrum Geesterduin. Het dorpscentrum kan meer als verblijfsruimte worden ingericht door een breder aanbod van speciaalzaken en de ontwikkeling van kleinschalige en kwalitatieve daghoreca. Ontwikkeling van detailhandel buiten de twee winkelgebieden is niet wenselijk om te voorkomen dat koopkracht uit de bestaande winkelgebieden weglekt. Het weglekken van koopkracht kan tot gevolg hebben dat het bestaande aanbod verschaalt. Kleinschalige buurtfuncties krijgen wel de ruimte op het Kooplein.

#### *Limmen*

In de kern Limmen neemt het afzetgebied toe door uitbreiding van het aantal woningen in de Zandzoom. Daarmee wordt draagvlak gecreëerd voor versterking van het huidige winkelgebied 'de Vuurbaak.' Een combinatie met andere functies kan daarbij helpen, bijvoorbeeld met zorgvoorzieningen.

Verder is in de KEC en in de structuurvisie ten aanzien van de voorzieningen opgenomen dat de versterking van de voorzieningen wordt gestimuleerd door:

- Te werken aan een realistische bevolkingsontwikkeling (met name door middel van voldoende en geschikte huisvesting).
- De identiteit van de gemeente te versterken als geheel en van de afzonderlijke kernen.

## 4. LOKALE SITUATIESCHETS

### 4.1. Algemeen Gemeente Castricum

#### *Winkelstructuur*

De gemeente Castricum maakt deel uit van de regio Alkmaar. In de regio Alkmaar is een ruim winkelaanbod beschikbaar. Inwoners van Castricum maken naast de eigen winkelgebieden met name gebruik van het winkelaanbod in Alkmaar, Heiloo, Heemskerk, Beverwijk, Uitgeest, Haarlem en Amsterdam.

De kernen Akersloot, Bakkum/Castricum en Limmen beschikken over een winkelaanbod, dat varieert afhankelijk van de grootte van de kern. Voor alle kernen geldt dat het aanbod relatief sterk gericht is op de dagelijkse artikelen.

Op De Woude is 1 winkel. Deze winkel met woonaccessoires is gelegen op de camping 3 Akers. Inwoners van De Woude maken met name gebruik van het winkelaanbod in West- en Oost-Graftdijk, Graft, De Rijp, Krommenie en Wormerveer. In de gemeente Castricum richten winkels zich vaker dan gemiddeld voor gemeenten van deze omvang op het dagelijkse aanbod. Winkels gericht op 'in-en-om-het-huis' en op ontspanning komen beduidend minder vaak voor.

#### *Perifere vestiging volumineuze detailhandel*

Op de bedrijventerreinen Boekel, Castricummerwerf, Nieuwelaan en Schulpstet is volumineuze detailhandel gevestigd. Daarnaast is perifere en/of volumineuze detailhandel in de gemeente onder andere gelegen aan het Kooiplein (Castricum) en langs de Rijksweg (Limmen).

Aansluitend bij het provinciale en regionale beleid geldt in Castricum de regel dat alle detailhandel is gevestigd in of grenzend aan de bestaande winkelgebieden. Op deze regel wordt alleen een uitzondering gemaakt voor detailhandel, waarvan aard of omvang van de artikelen een dusdanig ruimtegebruik vragen (minimaal 1.000 m<sup>2</sup>), dat dit niet inpasbaar is in een winkelgebied. Vestiging in de periferie (in of direct aan de bebouwde kom) kan dan worden overwogen. Het betreft dan bijvoorbeeld detailhandel op het gebied van auto's, boten, caravans, grove bouwmaterialen, keukens, badkamers, sanitair, bouwmarkten, tuincentra en woninginrichting. Het is expliciet niet de bedoeling dat deze winkels zich ontwikkelen tot winkels met (ook) een substantieel niet-volumineus aanbod. Om ruimtelijke spreiding en variëteit te garanderen is in regionaal verband afgesproken dat voor nieuwe initiatieven en/of uitbreidingen van bouwmarkten en tuincentra de volgende maximummaten gelden:

- Bouwmarkten: 7.000 m<sup>2</sup> wvo en
- Tuincentra: 10.000 m<sup>2</sup> wvo.

Verder is in de regionale detailhandelsvisie uitgesproken dat auto-, boten- en caravanwinkels zich bij voorkeur dienen te vestigen op Boekelermeer, Beverkoog en caravanboulevard Zandhorst.

Een samenvatting van het regionale detailhandelsbeleid is opgenomen in bijlage 4.

#### *Webwinkels*

Onder voorwaarden is het voor online winkels van niet volumineuze goederen mogelijk zich te vestigen op een bedrijventerrein. Dit betreft dan echter uitsluitend de opslag, verzending en administratieve afhandeling van de goederen. De online winkel mag niet de ruimtelijke uitstraling krijgen van reguliere detailhandel. Dit zou het geval zijn als de online winkel over een showroom beschikt, op gezette tijden of op afspraak is geopend voor publiek, en als goederen kunnen worden uitgetoond, afgehaald en betaald.





### *Koopstromenonderzoek*

In 2011 heeft de gemeente deelgenomen aan het onderzoek dat naar de koopstromen in de provincies Utrecht en Noord- en Zuid-Holland is uitgevoerd. In het kader van dit onderzoek is informatie over de detailhandel in de gemeente Castricum samengebracht in 'factsheets.' Deze factsheets betreffen de gemeente Castricum als geheel en de winkelgebieden Castricum centrum en Geesterduin. De factsheets zijn opgenomen in bijlage 2 van deze notitie.

Uit de kerngegevens blijkt dat het winkelaanbod in de gemeente sinds 2004 is toegenomen. Dit betreft vooral de mode en luxe branche, waar zowel het aantal winkels als het winkelvloeroppervlak toenam. Het oppervlak van winkels in niet-dagelijkse artikelen is ondanks de toename nog duidelijk kleiner dan in gemeenten met een vergelijkbare bevolkingsomvang.

In 2004 was de omvang van het winkelvloeroppervlak 37.713 m<sup>2</sup> (221 winkels) en in 2011 was het winkelvloeroppervlak 41.641 m<sup>2</sup> (236 winkels) . De leegstand nam in deze periode toe van 2.076 m<sup>2</sup> in 2004 naar 2.590 m<sup>2</sup> in 2011.

Onderstaand een overzicht van het winkelvloeroppervlak voor de hele gemeente in 2012 (gegevens Kvk).

Aanbod naar winkelgebied in 2012

	Dagelijks		Niet-dagelijks		Leegstand		Totaal	
	Win-kels	m <sup>2</sup> wvo	Win-kels	m <sup>2</sup> wvo	Win-kels	m <sup>2</sup> wvo	Win-kels	m <sup>2</sup> wvo
<b>Akersloot</b>								
Centraal	3	286	3	191	1	227	7	704
Onder-steunend	2	665	1	53	-	-	3	718
Verspreide bewinkeling	4	175	8	769	-	-	12	944
<b>Castricum</b>								
Centraal	19	2.075	51	8.218	10	983	80	11.276
Onder-steunend	21	6.113	40	5.604	2	376	63	12.093
Verspreide bewinkeling	7	928	11	2.850	2	360	20	4.138
<b>De Woude</b>								
Verspreide bewinkeling	1	30	-	-	-	-	1	30
<b>Limmen</b>								
Centraal	6	1.517	3	1.276	1	140	10	2.933
Verspreide bewinkeling	3	63	17	6.213	5	1.700	25	7.976
<b>Totaal</b>	<b>66</b>	<b>11.852</b>	<b>134</b>	<b>25.174</b>	<b>21</b>	<b>3.786</b>	<b>221</b>	<b>40.812</b>

### *Bevolking opbouw en aantal*

In 2012 telt de gemeente Castricum 34.474 inwoners. De gemeente bestaat uit de kernen Akersloot (4.876), Bakkum (2.824), Castricum (19.762), De Woude (166) en Limmen (6.846). Het inwoneraantal van de gemeente Castricum zal naar verwachting tot 2020 met 2% afnemen en vervolgens stabiel blijven/licht groeien.

Het inwoneraantal blijft stabiel, maar de samenstelling van de bevolking verandert. Het aantal inwoners van 65 jaar en ouder groeit naar verwachting van 6.898 (20%) naar 10.048 (29,7%) inwoners in 2040.

De markt voor senioren is daarmee een interessante groeimarkt. Met name lokale centra kunnen zich onderscheiden door de combinatie van hoge service/klantvriendelijkheid en nabijheid.

### Prognosecijfers provincie Noord-Holland

Leeftijd	2011	%	2020	%	2030	%	2040	%
t/m 17 jaar	7.326	21,2	6.010	17,8	6.076	18	6.445	19
18 t/m 22 jaar	2.031	5,8	2.105	6,3	1.636	4,8	1.727	5,1
23 t/m 29 jaar	1.822	5,3	2.424	7,2	2.439	7,2	2.202	6,5
30 t/m 54 jaar	11.349	32,9	9.373	27,8	8.983	26,6	9.989	29,5
55 t/m 64 jaar	5.057	14,7	5.438	16,1	4.936	14,6	3.436	10,2
65 t/m 74 jaar	3.723	10,8	4.563	13,5	5.047	14,9	4.569	13,5
75 jaar en ouder	3.175	9,2	3.792	11,3	4.690	13,9	5.479	16,2
Totaal inwoners	34.483	100,00	33.705	100,00	33.807	100,00	33.847	100,00

### *Aankopen in de eigen gemeente*

De mate waarin inwoners gebruik maken van het winkelaanbod in de eigen gemeente wordt uitgedrukt in bindingspercentages. Uit het koopstromenonderzoek blijkt dat de bindingspercentages in Castricum als volgt zijn: 87% voor het dagelijkse aanbod en 45% voor het niet-dagelijkse aanbod. Dit betekent dat bijna 9 van de 10 inwoners van Castricum de dagelijkse artikelen in de eigen gemeente koopt en voor het niet-dagelijkse aanbod is dit bijna de helft. De bindingspercentages voor Castricum liggen net iets hoger dan bij andere gemeenten van vergelijkbare grootte. Deze percentages zijn namelijk 82% voor het dagelijkse aanbod en 42% voor het niet-dagelijkse aanbod.

In zijn algemeenheid neemt de mate, waarin inwoners aankopen doen in de eigen woonplaats, toe naarmate het inwonertal stijgt. De omvang en samenstelling van het winkelaanbod staan aan de basis van deze keuze. Grote steden zijn met hun winkelaanbod het best in staat inwoners aan zich te binden. Bij de dagelijkse sector wordt de binding lager vanaf gemeenten met 20.000-50.000 inwoners. In gemeenten met maximaal 10.000 inwoners doet ongeveer de helft van de inwoners de dagelijkse boodschappen in de eigen gemeente en 16% de niet-dagelijkse boodschappen. Het aantal winkelmeters is in deze gemeenten beperkt, ook is veelal sprake van een onvolledig winkelaanbod waarbij sommige branches niet of nauwelijk (meer) aanwezig zijn. De binding in deze niet-dagelijkse branches valt dan volledig weg, waardoor de totale binding voor de niet-dagelijkse sector afneemt.

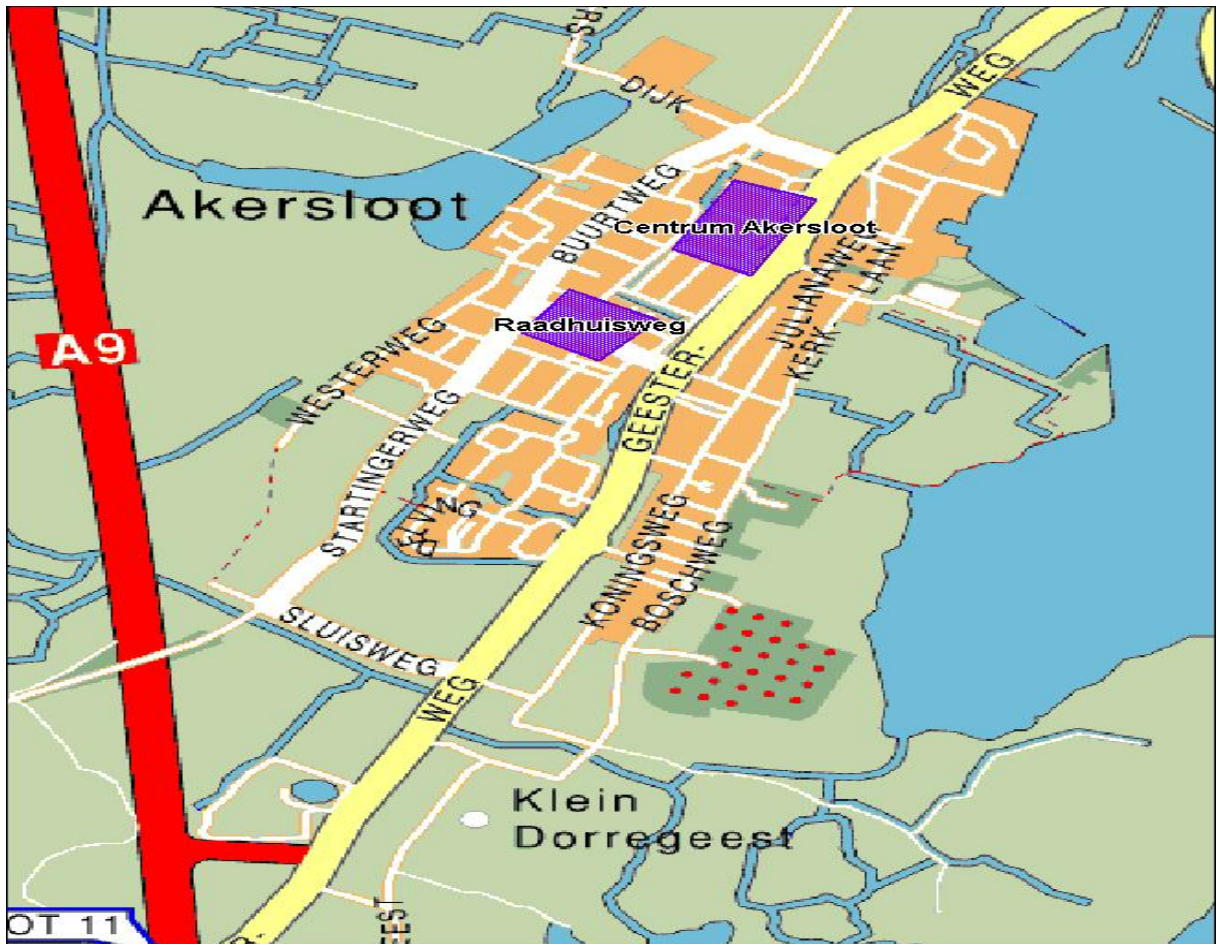
Om de binding met het winkelaanbod te versterken is het goed rekening te houden met de belangrijkste bezoekmotieven van de consument.

Belangrijkste bezoekenmotieven voor de dagelijkse boodschappen:	Belangrijkste bezoekenmotieven voor winkelen:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dichtbij huis</li> <li>- Compleetheid winkelaanbod</li> <li>- Compleetheid aanbod artikelen</li> <li>- Parkeermogelijkheden</li> <li>- Prijsniveau winkelaanbod</li> <li>- Bereikbaarheid per auto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compleetheid winkelaanbod</li> <li>- Dichtbij huis</li> <li>- Compleetheid aanbod artikelen</li> <li>- Sfeer/uitstraling winkelgebied</li> <li>- Bereikbaarheid per auto</li> <li>- Parkeermogelijkheden.</li> </ul>

#### *Vloerproductiviteit*

In het koopstromenonderzoek is het volgende opgenomen over de vloerproductiviteit. Het landelijk gemiddelde van de vloerproductiviteit voor gemeenten met 20.000-50.000 inwoners is € 7.730 in de dagelijkse sector en € 1.420 in de niet-dagelijkse sector. De vloerproductiviteit in de dagelijkse sector is voor Castricum tussen de € 7.000 - € 8.000. Dit is vergelijkbaar met de omzet in Heiloo en hoger dan de omzet in de gemeenten Heemskerk, Bergen en Alkmaar. De vloerproductiviteit in de niet-dagelijkse sector ligt in Castricum tussen de € 1.400 - € 1.900. Dit is eveneens vergelijkbaar met de omringende gemeenten Heiloo, Heemskerk en Alkmaar en ligt iets hoger dan in Bergen.

## 4.2. Woonkern Akersloot



### *Inleiding*

Het centrum van Akersloot wordt in de regionale detailhandelsstructuur gerekend tot de kleine dorpscentra (< 2.500 m<sup>2</sup> wvo). Deze kleine centra hebben een beperkt boodschappenaanbod met over het algemeen een supermarkt als centrale trekker. Zij hebben een kernverzorgende functie. Leidend bezoekmotief voor inwoners is boodschappen doen. Naast inwoners trekken de winkels in Akersloot ook bezoekers via de jachthavens, camping en het hotel. Zij bieden extra draagvlak voor de winkelvoorzieningen in Akersloot.

### *Perifere/Volumineuze Detailhandel*

De kern Akersloot beschikt eveneens over enkele perifeer gelegen volumineuze detailhandelsvestigingen, waaronder Tuincentrum Frits Janssen (Klein Dorregeest) en Autobedrijf Akersloot (Dorpsstraat). Verder zijn op bedrijventerrein Boekel onder andere gelegen; Budgetverf, Bakker buitenverlichting, de Scooterbox (webshop en reparatie), het BuffettenPaleis (catering) en SaRoBe Siergrindvloeren en Keukenwinkel.nl (keukenwinkel en –montage).





### *Winkels verspreid gelegen in het dorp*

Akersloot beschikt over winkels met een beperkt boodschappenaanbod. De beschikbaarheid van winkels voor de dagelijkse boodschappen sluit goed aan bij de wens van consumenten om dichtbij huis boodschappen te kunnen halen. Verder vinden consumenten een compleet winkelaanbod en een compleet aanbod van artikelen belangrijk naast goede parkeermogelijkheden, een aantrekkelijk prijsniveau en een goede bereikbaarheid per auto. De omstandigheden in Akersloot sluiten niet goed aan bij deze wensen.

Oorspronkelijk waren de winkels (gecombineerd met woonhuis) in Akersloot met name in een lint gelegen langs de Julianaweg. Een aantal winkels is daar nog te vinden, waaronder Novy, keurslager Hoogland en vishandel Kerssens. Andere winkels gelegen aan deze weg zijn inmiddels verdwenen en de panden zijn volledig in gebruik genomen als woningen. In latere jaren zijn op verschillende plaatsen in het dorp winkels gevestigd, waaronder aan de Raadhuisweg en het Churchillplein. Als gevolg van deze achtereenvolgende ontwikkelingen kent Akersloot geen winkelhart. Rondom Supermarkt Deen (aan de Raadhuisweg) zijn nauwelijks andere winkels gelegen, die kunnen profiteren van klanten van de supermarkt. Als gevolg daarvan kan de supermarkt niet als trekker voor meerdere winkels fungeren en daarmee het draagvlak voor deze winkels vergroten. Als boodschappencentrum kan het winkelgebied in Akersloot daardoor niet zijn volledige potentie benutten.

In 2000 is met de bouw van het Akerhof getracht Akersloot een winkelhart te bieden. Het Akerhof kan deze functie, bij gebrek aan de aanwezigheid van een supermarkt, onvoldoende waarmaken. Met het vertrek van de Rabobank en binnenkort het vertrek van de kinderkledingwinkel staan ook enkele winkels leeg. Dit maakt het Akerhof minder aantrekkelijk voor winkelend publiek.

Als gevolg van de algemene ontwikkelingen in de detailhandel, de economische recessie en de huidige winkelstructuur is het aantal winkels in Akersloot afgenomen. Het animo voor opvolging van bestaande detaillisten en voor ondernemers om in Akersloot met nieuwe winkels te starten is gering. De ontwikkeling in Akersloot sluit daarmee wel aan bij de landelijke ontwikkeling, dat in woonplaatsen met 2.000-5.000 inwoners het winkelaanbod tussen 2004 en 2011 met 8% is afgenomen.

### *Ondernemersinitiatief voor concentratie van winkels*

De Ondernemersvereniging Akersloot (OVA) wil, met ondersteuning van de Kamer van Koophandel en BN Vastgoed, de voorzieningen concentreren in het centrum van Akersloot. Concreet gaat het om de realisatie van een supermarkt (1.300 m<sup>2</sup>), 4 winkelunits (90 m<sup>2</sup> elk) en woningen aan het Heer Derckplantsoen (op de plaats van de bestaande woningen en de peuterspeelzaal).

Als voordelen van deze ontwikkeling noemt de OVA:

- Centralisering van de winkels draagt bij aan een levendiger Akersloot, enerzijds verhoogt het de toeristische aantrekkelijkheid van Akersloot en anderzijds verbetert het rendement voor de middenstand. Hierdoor is de middenstand in staat een (financiële) bijdrage te leveren aan het in stand houden van voorzieningen (bijvoorbeeld door middel van sponsoring).
- Behoud van voorzieningen voor een vergrijzende, minder mobiele bevolking.
- Bestaande winkels krijgen een betere verdien capaciteit. De daling van het aantal winkels wordt daarmee een halt toegeroepen.
- Bij nieuwbouw kan de bevoorrading via de Geesterweg verlopen en levert daardoor minder overlast op voor bewoners. Nu loopt de bevoorrading via de Raadhuisweg (supermarkt Deen) en via de Julianaweg (verschillende lokale winkels).

Het plan lijkt op dit moment niet haalbaar. De supermarkt Deen heeft recent verbouwd op de huidige locatie aan de Raadhuisweg en is niet bereid te investeren in een nieuwe vestiging aan het Heer Derckplantsoen. Daarnaast zijn de mogelijkheden voor parkeren in het gebied beperkt. De kosten van ondergronds parkeren maken uitvoering van het plan eveneens lastig.

In het verleden is overigens eerder het initiatief genomen om de supermarkt te verplaatsen naar het Heer Derckplantsoen. Als gevolg van grote weerstand bij omwonenden is dit initiatief niet tot uitvoering gebracht.

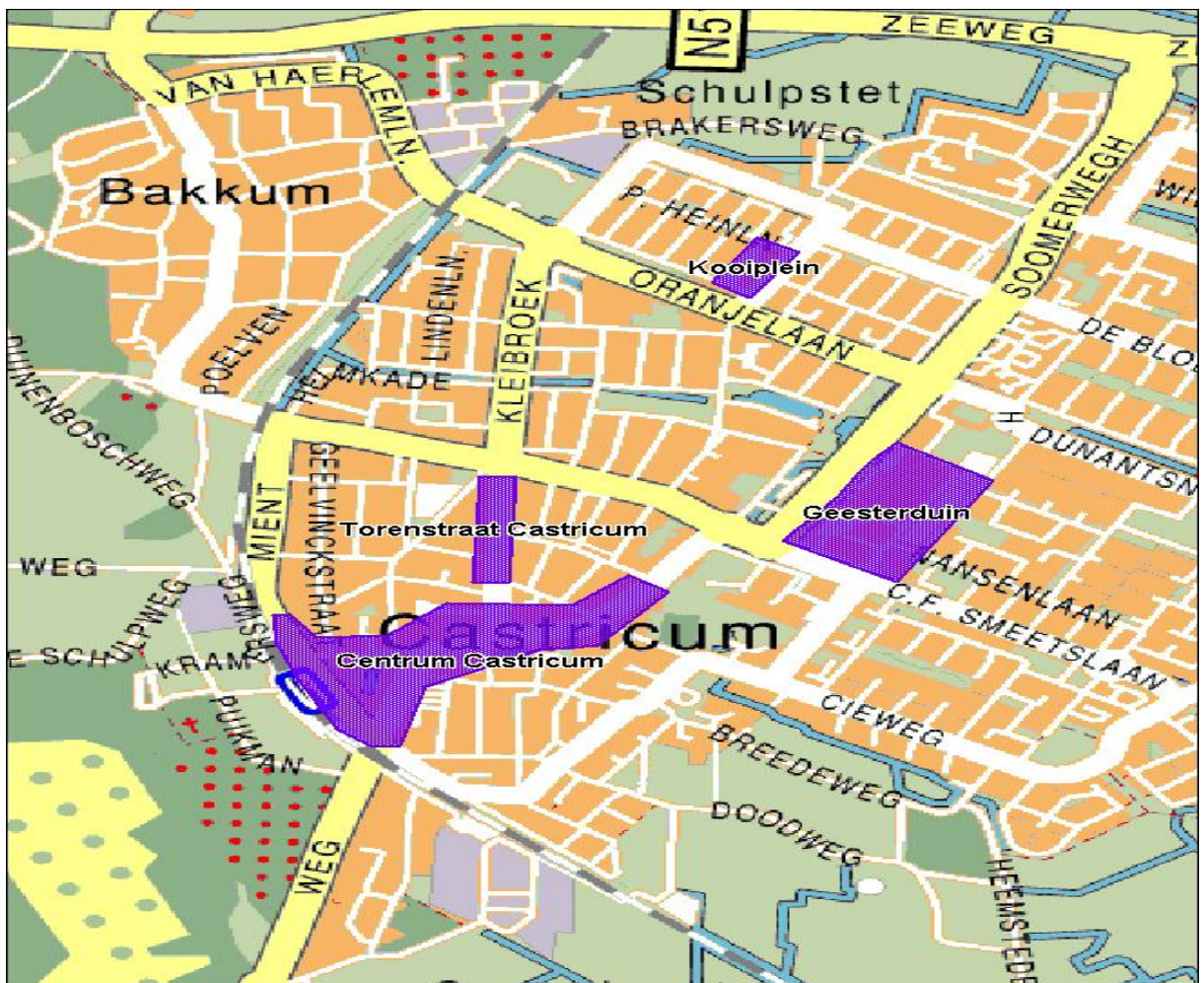
#### *Parkeren en verkeer*

Bij de supermarkt Deen is voldoende parkeerruimte aanwezig op de openbare weg en het naastgelegen parkeerterrein. Dit geldt eveneens voor het Akerhof, dat is gelegen naast een parkeerterrein, waaraan eveneens de Apotheek en een fitnessfaciliteit zijn gelegen. Zowel het Akerhof als Deen zijn goed bereikbaar per auto en fiets. De winkels gelegen aan de Julianaweg zijn per auto minder goed bereikbaar en de parkeergelegenheid is daar eveneens beperkt.

***Detailhandel Akersloot samengevat:*** Akersloot wordt gerekend tot de kleine dorpscentra met een beperkt detailhandelsaanbod met name gericht op de dagelijkse boodschappen. Voor behoud van dit aanbod is concentratie van de winkels met een supermarkt als trekker belangrijk om te kunnen voldoen aan de wensen van de consument. De consument vraagt om een compleet en makkelijk bereikbaar aanbod, bij voorkeur dichtbij huis en met goede parkeermogelijkheden. Een initiatief voor realisatie van een nieuw winkelgebied zal daarom minimaal moeten voldoen aan deze eisen.

*Een dergelijk initiatief is op dit moment niet binnen bereik. Hierdoor ontbreekt de structuur voor behoud van een optimaal winkelaanbod voor een kern van deze omvang. Mogelijk zal het winkelaanbod in Akersloot dan ook verder afnemen. Voor detailhandel op het gebied van de dagelijkse boodschappen, zoals de supermarkt, de drogist, de bakker en de slager, is vooralsnog voldoende draagvlak aanwezig.*

#### 4.3. Woonkernen Bakkum en Castricum



##### *Inleiding*

Het dorpscentrum van Castricum en winkelcentrum Geesterduin behoren in de regionale detailhandelsstructuur tot de bovenlokale centra. Deze centra worden gekenmerkt door een compleet dagelijks aanbod met meerdere (of één grote) supermarkt(en) en een substantieel aanvullend niet-dagelijks aanbod. De centra hebben een bescheiden bovenlokale functie. Het leidende bezoekmotief is boodschappen doen. Het historische dorpscentrum van Castricum heeft vooral niet-dagelijks aanbod (en horeca) en een zekere toeristische functie. Inwoners uit de woonkern Bakkum zijn aangewezen op de winkels in de woonkern Castricum. Dit versterkt het draagvlak van deze winkels, evenals het grote aantal dag- en verblijfstoeristen dat de kern Castricum bezoekt. Naast het dorpscentrum en Geesterduin beschikken de woonkernen nog over enkele winkels gelegen aan het Kooiplein, dat daarmee een buurtfunctie vervult. In het kampeerseizoen, van eind maart tot eind oktober, is een campingwinkel geopend op de campings Bakkum en Geversduin. Het aanbod van deze winkels voorziet (deels) in de behoefte van de kampeers aan dagelijkse boodschappen en speelgoed.

Het totale winkelvloeroppervlak in de kern Castricum is 27.507 m<sup>2</sup> (2012). Per inwoner is dit 1,4 m<sup>2</sup> wvo. Dit is minder vloeroppervlak dan op basis van landelijke gegevens verwacht mag worden. Landelijk is 1,7 m<sup>2</sup> wvo per inwoner gebruikelijk voor een vergelijkbare gemeente. Dit relatief lage aantal vierkante meters is deels het



gevolg van het ontbreken van grootschalig aanbod op een PDV/GDV-locatie. Daarnaast is echter ook sprake van een ondervertegenwoordiging in andere (niet-grootschalige) branches.

#### *Perifere/volumineuze detailhandel*

In de kernen Bakkum en Castricum is perifere/volumineuze detailhandel gevestigd op de bedrijventerreinen Castricummerwerf en Schulpstet. De detailhandel op deze bedrijventerreinen betreft; een bouwmarkt, garagebedrijf en verkoop van auto's, keukens, ruitersport & life style, bandenhandel, landbouw- en tuinartikelen, verf en bruidsmode. De aard van de detailhandel, die momenteel op de bedrijventerreinen is gevestigd sluit goed aan bij de regionale afspraken hierover. Binnenkort zal ook aan het Kooiplein volumineuze detailhandel worden gevestigd. Het betreft de verkoop van auto's in de al enkele jaren leegstaande garage/showroom aan het Kooiplein.

#### *Oorsprong*

Evenals in Akersloot waren de winkels in de woonkernen Bakkum en Castricum oorspronkelijk verspreid gelegen. In Bakkum waren de winkels in een lint gevestigd langs de Bakkummerstraat en de Van der Mijleweg. Daar zijn nu ook nog enkele winkels te vinden waaronder Muziekhandel Borstlap, Textielwinkel De Winter en Bakkerij Beerse.

In Castricum waren de winkels onder andere gelegen aan de Torenstraat, de Van Egmondstraat, de Dorpsstraat, de Burgemeester Mooijstraat, de Verlegde Overtoom, de Anna Paulownastraat en het Kooiplein. De winkels aan de Verlegde Overtoom, de Van Egmondstraat en de Anna Paulownastraat zijn merendeels omgezet in een volledige woonfunctie. Het huidige winkelaanbod is inmiddels grotendeels geconcentreerd in het dorpscentrum (Burgemeester Mooijstraat, Dorpsstraat en Torenstraat) en Geesterduin.

#### *Tweepolenstructuur Dorpscentrum en Geesterduin*

In Castricum is ruim 80% van het totale winkelaanbod gevestigd in het dorpscentrum en het winkelcentrum Geesterduin. Daarmee beschikt Castricum over twee sterke en onderscheidende winkelgebieden. Deze twee winkelgebieden functioneren relatief autonoom, mede omdat geen sprake is van een aaneengesloten bewinkeling tussen de Dorpsstraat en Geesterduin.

#### *Dorpscentrum*

Het dorpscentrum is vooral als verblijfsmilieu te typeren en is gericht op funshoppen, levendigheid en recreatief en/of doelgericht winkelen in het hoogwaardige en exclusieve segment (aansluitend bij de sociaal-economische kenmerken van de bevolking). De branches Wonen en Kleding & Mode zijn relatief sterk vertegenwoordigd. Het dorpscentrum biedt eveneens veel plaats aan horeca en dienstverlening. Ter versterking van de winkelstructuur in het centrum is op 3 juli 2010 het Bakkerspleintje geopend. Daarmee is het winkelvloeroppervlak met 750 m<sup>2</sup> uitgebreid en heeft het winkelgebied in het dorpscentrum een nieuw, kwalitatief sterk hart gekregen. Met het aantrekkelijke verblijfsklimaat en aanbod van zelfstandige speciaalzaken onderscheidt het dorpscentrum zich van de diverse (planmatige) boodschappencentra in de regio. Bij voorkeur worden deze onderscheidende kwaliteiten verder versterkt.

Het winkelaanbod in Castricum Centrum wordt door de consument zeer gewaardeerd. Het winkelgebied heeft bij beoordeling van de kwaliteitsaspecten een vergelijkbare of hogere score gekregen van consumenten dan vergelijkbare winkelgebieden in Nederland.





### *Parkeren en verkeer*

Ook op het aspect parkeren ontvangt Castricum Centrum een hogere score dan vergelijkbare centra. Het Bakkerspleintje is per auto goed bereikbaar als gevolg van de ruime parkeergelegenheid in de ondergrondse parkeergarage. Het aantal parkeerplaatsen in de Dorpsstraat en de Burgemeester Mooijstraat is beperkt. Bezoekers aan de Torenstraat kunnen gebruik maken van een voldoende aantal parkeerplaatsen in de Torenstraat zelf. Verder is er ruime parkeergelegenheid achter de Torenstraat op de Brink en naast de Maranathakerk. Voor het hele gebied geldt dat parkeren gratis is. Verder is in het winkelgebied (Dorpsstraat, Burgemeester Mooijstraat en Torenstraat) een Blauwe Zone van toepassing. In deze zone kunnen bezoekers gedurende 2 uur met parkeerschijf parkeren. De Blauwe Zone is ingesteld om deze parkeerplaatsen zo veel mogelijk beschikbaar te houden voor klanten en te voorkomen dat deze parkeerplaatsen meestentijds worden benut door bewoners en werknemers.

Overigens is uit het koopstromenonderzoek gebleken dat het merendeel van de bezoekers het gebied per fiets bezoekt. Voor de fietsers zijn er in het gebied voldoende mogelijkheden om de fiets te plaatsen. In het dorpscentrum zijn verder geen problemen rond de bevoorrading van de detailhandel.

### *Winkelstructuur Dorpscentrum*

De winkelstructuur in het Dorpscentrum is nog niet optimaal. Gezien de huidige trends en met name de verwachting dat tot 2020 circa 20-25% van het winkelvloeroppervlak zal verdwijnen is concentratie van het winkelaanbod een voorwaarde voor de instandhouding van een gezond winkelgebied.

Met de realisatie van het Bakkerspleintje ligt de kern van het winkelgebied bij het Bakkerspleintje/Dorpsstraat. Deze functie van winkelhart wordt versterkt door de daghoreca op het 'Horecapleintje' aan de Dorpsstraat. Bezoekers worden daarmee gestimuleerd om langer in het gebied te verblijven. Voor het goed functioneren als kern van het winkelgebied ontbreekt op dit moment echter een full service supermarkt. Een supermarkt fungeert als trekker voor de omliggende winkels. De vestiging van supermarkt Deen aan de Torenstraat trekt nauwelijks publiek voor de winkels gevestigd aan het Bakkerspleintje/Dorpsstraat.

De detailhandel in de Burgemeester Mooijstraat vormt een aansluitend winkelgebied met de winkels aan het Bakkerspleintje en Dorpsstraat. In de Burgemeester Mooijstraat zijn van nature veel verkeersbewegingen door het (fiets)verkeer van en naar het station. Een betere verbinding tussen stationsgebied en winkelhart Castricum Centrum kan de winkelfunctie van de Burgemeester Mooijstraat verstevigen.



Op dit moment is echter sprake van leegstand in de Burgemeester Mooijstraat. De leegstand is in gang gezet met de komst van het Bakkerspleintje. Verschillende detaillisten uit de Burgemeester Mooijstraat zijn verhuisd naar het Bakkerspleintje, waardoor lege plekken zijn ontstaan in de Burgemeester Mooijstraat. De winkels in de Dorpsstraat zijn verspreid gelegen. Om in te spelen op de huidige ontwikkelingen heeft het de voorkeur als de winkels zich concentreren in de richting van het Bakkerspleintje. In de uitlopers van de Dorpsstraat kan dan een meer gemengd gebied ontstaan.

Verder is een deel van de winkels gevestigd aan de Torenstraat. De Torenstraat heeft met de supermarkt Deen en Expert de Graaf belangrijke trekkers voor dit gebied. De Torenstraat vormt echter geen aaneengesloten winkelgebied meer met de Dorpsstraat. In de gegevens van Locatus (factsheets Koopstromenonderzoek) wordt het winkelvloeroppervlak aan de Torenstraat dan ook niet meer meegerekend in het winkelvloeroppervlak voor het dorpscentrum. Het winkelaanbod gevestigd aan de Torenstraat kent echter weinig verloop en weinig leegstand. Recent heeft zich op de kop van de Torenstraat apotheek de Brink gevestigd. Aangezien het winkelaanbod niet direct aansluit op de winkels in de Dorpsstraat is de verwachting dat in de Torenstraat eveneens een meer gemengd milieu zal ontstaan, waar ruimte is voor kantoorfuncties, (medische) dienstverlening en wonen.

**Detailhandel Dorpscentrum Castricum *samengevat*:** Om aan te sluiten bij de huidige ontwikkelingen is het wenselijk dat in het dorpscentrum een compleet en compact winkelgebied ontstaat. Uitgangspunt daarvoor is het Bakkerspleintje als dorpshart. Winkels dienen zoveel mogelijk gelegen te zijn in de nabijheid van de winkels aan het Bakkerspleintje. Dit betekent dat de concentratie van het winkelgebied plaatsvindt rond het Bakkerspleintje/Dorpsstraat (in de omgeving van het Bakkerspleintje) en de Burgemeester Mooijstraat. Om dit gebied optimaal te laten functioneren is de vestiging van een full service supermarkt in dit kerngebied gewenst. Het winkelaanbod in de Torenstraat sluit niet direct aan op de winkels aan de Dorpsstraat. Naar verwachting zal als gevolg daarvan in de Torenstraat een meer gemengd milieu ontstaan.

### **Geesterduin**

Geesterduin is een gemakscentrum, dat hoofdzakelijk voorziet in een compleet aanbod aan dagelijkse en frequent benodigde artikelen (levensmiddelen en persoonlijke verzorging). Daarnaast is de modische sector relatief sterk vertegenwoordigd. Aspecten als bereikbaarheid en parkeren zijn belangrijk voor een winkelcentrum dat gericht is op gebruiksgemak zoals Geesterduin.

Winkelcentrum Geesterduin dateert uit 1975 en is voor het laatst gerenoveerd in 1995. Het winkelcentrum telt 9.175 m<sup>2</sup> vvo (exclusief horeca) en 52 winkelverkooppunten. Naast lokale ondernemers is hier een groot aantal landelijke filiaalbedrijven gevestigd. Het centrum is compact en functioneel ingericht en heeft een duidelijke looproute. Het winkelcentrum is echter voornamelijk naar binnen gekeerd en slecht zichtbaar vanaf de omliggende wegen. Daarnaast bestaat er een groot verschil in bebouwings- en omgevingskwaliteit tussen de buitenzijde van het winkelcentrum en de binnenzijde.



Al enige tijd zijn er plannen om het winkelcentrum Geesterduin aan te passen aan de eisen van de tijd. Er zijn verbeteringen nodig om aantrekkelijk te blijven voor consumenten en in te spelen op de behoefte van de consument aan grotere winkels met een completer aanbod van artikelen en de behoefte van de ondernemer om de bedrijfsvoering te optimaliseren. De winkels in Geesterduin zijn op dit moment gemiddeld kleiner dan in soortgelijke winkelcentra.

Voor de planontwikkeling van Geesterduin heeft de gemeenteraad op 19 april 2007 een kaderstellend besluit genomen. Hierin is opgenomen dat de herontwikkeling structuurversterkend dient te zijn. Met de herontwikkeling van Geesterduin wordt beoogd de uitstraling van het winkelcentrum te verbeteren, waardoor de functionele kwaliteit wordt gecompleteerd door een goede uitstraling; modern, open en verzorgd. Aan de uitbreiding zijn grenzen gesteld. Op basis van de autonome groei is een toename van 10% van het brutovloeroppervlak (bvo) mogelijk. Dit betreft circa 1.500 m<sup>2</sup>. Wanneer meer dan 1.500 m<sup>2</sup> toegevoegd wordt dan dient dit met nader onderzoek onderbouwd te worden. Een uitbreiding met meer dan 3.800 m<sup>2</sup> bruto vloeroppervlak is niet toegestaan. Het complete kaderstellende besluit van de gemeenteraad is in bijlage 3 opgenomen.

#### *Parkeren en verkeer*

Het winkelcentrum is goed bereikbaar, per auto en fiets, via de Soomerwegh en de C.F. Smeetslaan. Dit zijn beide belangrijke ontsluitingswegen. Het winkelcentrum heeft eveneens ruime parkeervoorzieningen. In totaal zijn er 625 (gratis) parkeerplaatsen (bij Blokker, Albert Heijn, Geesterhage, het grote parkeerterrein, het parkeerdek en bij het gemeentehuis). Op bereikbaarheid per Openbaar Vervoer scoort Geesterduin minder goed. Bezoekers van Geesterduin komen vooral met de auto (63%).

**Detailhandel Geesterduin samengevat:** Geesterduin is een gemakscentrum met een compleet aanbod op het gebied van dagelijkse artikelen en een sterk aanbod in de modische sector. De uitstraling van Geesterduin is gedateerd. Verbeteringen zijn nodig om aantrekkelijk te blijven voor consumenten. Voor de planontwikkeling is een kaderstellend besluit genomen op basis waarvan Geesterduin met maximaal 3.800 m<sup>2</sup> (mits onderbouwd) mag uitbreiden.

#### *Positionering Dorpscentrum/Geesterduin*

In het verleden is gekozen voor twee winkelgebieden in de kern Castricum. Het is van belang dat de positionering van de verschillende centra helder is. Helderheid van de positionering versterkt beide centra en voorkomt onderlinge concurrentie.

### Onderscheid Castricum Centrum en Winkelcentrum Geesterduin

Aspect	Dorp	Geesterduin
Mentaal beeld	Hart van het dorp	Koopcentrum nummer 1
Functieverdeling	Gemengd centrummilieu	Winkelfunctie prevaleert
Nadruk in branchering	Lokale ondernemers	Landelijk filiaalbedrijf
Onderscheidend vermogen	Kwaliteit individuele ondernemers	Samenhang branchering in compact winkelcentrum
Meerwaarde voor Castricum	Versterken eigene, ondersteunen toeristische functie (link met station/duingebied)	Verhoging kwaliteit van voorzieningen en populariteit van wonen in Castricum
Meest geschikt deelmilieu voor	Horeca	Grootschalige detailhandel
Stedenbouwkundige referentie	Behouden historische structuur, kleinschaligheid, dorpsheid	Overzichtelijk, verzorgd, up to date
Bereikbaarheidsprofiel	Fietsbereikbaarheid/ openbaar vervoer hand in hand met auto	Autobereikbaarheid en parkeren hebben prioriteit
Exposure individuele winkels	Zichtbaarheid vanaf fiets/auto/lopend: visuele contactfrequentie	Geïntegreerd promotiebeleid
Commercieel accent	Specifiek aanbod	Compleet aanbod
Rol als vestigingsmilieu	Milieu voor startende ondernemers	Vestigingsmilieu voor ontbrekende landelijke formules
Waardering consument door	Eigenheid, bijzonder aanbod & breed aanbod aan voorzieningen	Hoge waardering door gemak, snelheid en slaagkans

### Kooiplein

Naast de winkelgebieden Castricum Centrum en Geesterduin beschikt Castricum over een klein buurtwinkelcentrum gevestigd aan het Kooiplein. Op het Kooiplein krijgen kleinschalige buurtfuncties de ruimte. Belangrijkste trekker op het Kooiplein is de Dekamarkt. De toekomst van het Kooiplein als winkelgebied is fragiel gezien de ontwikkelingen. Versterking van de winkelgebieden Castricum Centrum en Geesterduin heeft prioriteit. Voorkomen moet worden dat koopkracht wegloopt uit deze winkelgebieden.

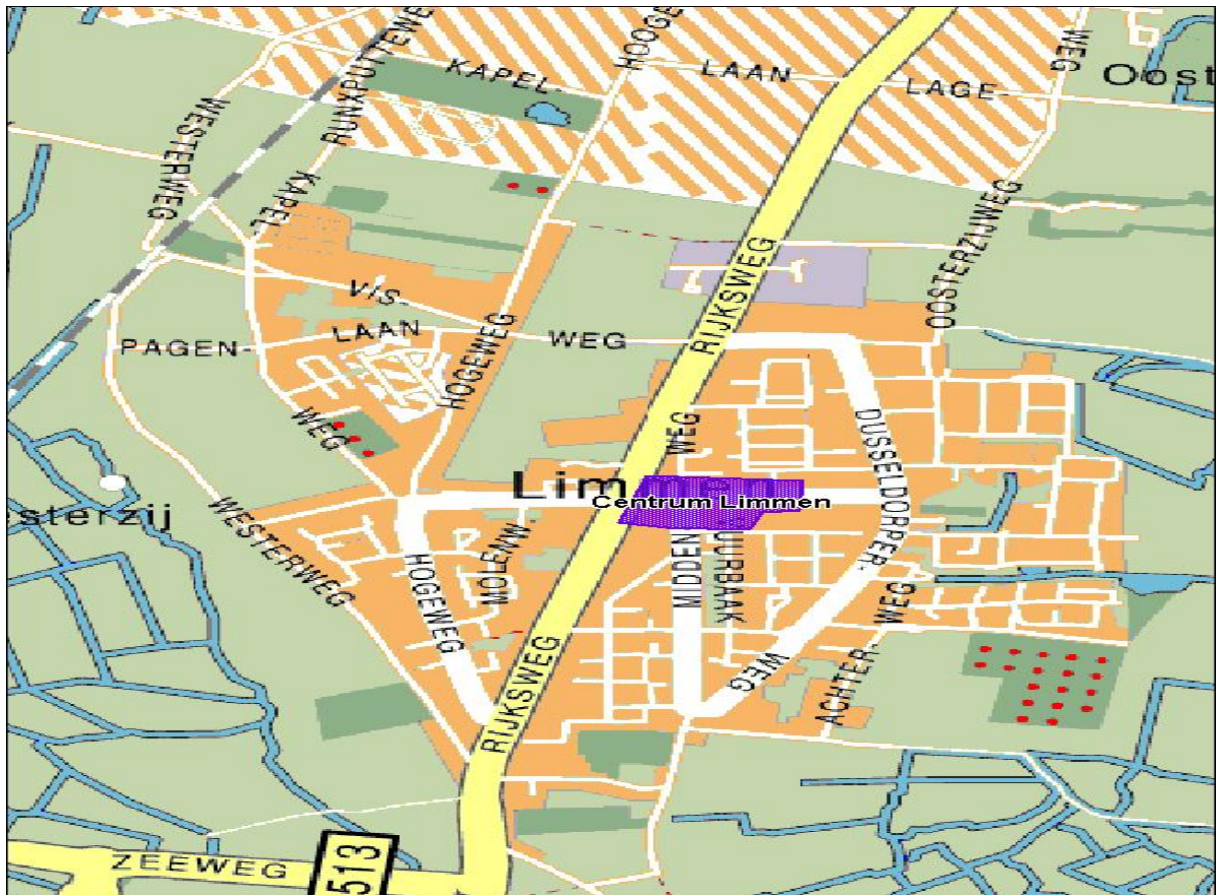
**Detailhandel Castricum samengevat:** De detailhandel in Castricum is met name gericht op de dagelijkse boodschappen. Daarnaast is er een ruim modisch aanbod in Geesterduin en een gevarieerd niet-dagelijks aanbod in Castricum Centrum. Belangrijk voor het goed functioneren van een winkelgebied is dat een full service supermarkt kan fungeren als trekker in het gebied. Voor Geesterduin, Torenstraat en Kooiplein is dit inderdaad het geval. In het dorpshart ontbreekt op dit moment deze basisstructuur.

Met het oog op de huidige ontwikkelingen is het noodzakelijk om het winkelaanbod te concentreren in het Dorpshart (Bakkerspleintje/Dorpsstaat (in de omgeving van het Bakkerspleintje) en de Burgemeester Mooijstraat) en Geesterduin. Deze winkelgebieden dienen zo compact en compleet mogelijk te zijn om aan te sluiten bij de wensen van de consument. Naast concentratie dienen de winkelgebieden verder versterkt te worden door enerzijds een heldere positionering (een winkelaanbod dat elkaar versterkt) en anderzijds een aantrekkelijke verblijfsruimte te creëren. In Castricum Centrum is hieraan vormgegeven door de ontwikkeling van het Bakkerspleintje. Het centrum heeft hiermee een winkelhart gekregen. Zorgelijk is echter de ontwikkeling dat daarmee leegstand is ontstaan in de Burgemeester Mooijstraat.

Naast versterking van het winkelgebied in Castricum Centrum is versterking van Geesterduin belangrijk. De geplande uitbreiding van het winkelvloeroppervlak in Geesterduin is voornamelijk bestemd voor uitbreiding van de huidige winkels. Daarmee kan de gewenste schaalvergroting worden bereikt.



#### 4.4. Woonkern Limmen



##### *Inleiding*

Het centrum van Limmen wordt, evenals Akersloot, in de regionale detailhandelsstructuur gerekend tot de kleine dorpscentra. Het dorpscentrum heeft een kernverzorgende functie en het leidende bezoekmotief is boodschappen doen.

Naast het aanbod in het dorpscentrum is in Limmen ook sprake van een substantieel aanbod van volumineuze detailhandel. Deze detailhandel is onder andere gelegen langs de Rijksweg, waar met name sprake is van aanbod op het gebied van auto's, caravans, fietsen en slaapkamerspecialzaken. Volumineuze detailhandel is ook gelegen op bedrijventerrein Nieuwelaan met de vestiging van Fixet, Ronada en de Meubelstofeerderij. Verder zijn aan de rand van Limmen Tuincentrum Nuijens en Zijlstra Collection (woninginrichting) gelegen.

##### *Oorsprong*

Van oudsher concentreerden de winkels in Limmen zich langs de Dusseldorperweg en de Kerkweg. Het winkelgebied is in de loop van de jaren compacter geworden. De winkels langs de randen zijn langzaam verdwenen en omgezet in een woonbestemming. Met de komst van de supermarkt Albert Heijn is het accent van het winkelgebied deels verlegd naar de Vuurbaak. In de Kwaliteitsimpuls en de Structuurvisie is de keuze gemaakt om de winkels te concentreren rond de Vuurbaak.



### *Huisartsenpraktijk*

De ontwikkeling van de Vuurbaak als centrum van het winkelgebied in Limmen kan verder versterkt worden door de vestiging van detailhandel in de huisartsenpraktijk op de hoek Kerkweg/Vuurbaak. De huisartsenpraktijk komt vrij door de concentratie van de zorgvoorzieningen in het voormalige gemeentehuis in Limmen aan de Zonnedaauw 4.

### *Verkeer en parkeren*

De Vuurbaak en de Kerkweg zijn van alle kanten goed bereikbaar. De bevoorrading van de detailhandel vormt dan ook geen probleem. Voor een bezoek per auto aan de supermarkt, de naastgelegen winkels en de winkels aan de Kerkweg biedt het parkeerterrein naast de Albert Heijn voldoende mogelijkheden. Daarnaast is autoparkeren mogelijk zowel langs de weg aan de Vuurbaak als aan de Kerkweg. De mogelijkheden voor fietsparkeren zijn eveneens ruim voldoende.

### *Zandzoom*

In het Zandzoomgebied tussen Limmen en Heiloo is nog substantiële uitbreiding van het aantal woningen gepland. Voor Heiloo wordt uitgegaan van 1.200 te bouwen woningen en voor Limmen van 600 nieuwe woningen.

In het bestemmingsplan voor het plangebied Zandzoom Limmen is de bouw van een supermarkt opgenomen. De definitieve plek is nog niet bekend en hangt af van de wijze waarop het woningbouwproject wordt uitgevoerd. Verschillende supermarkten hebben al aangegeven interesse te hebben in vestiging in het Zandzoomgebied.

In de Kwaliteitsimpuls Economie Castricum wordt de voorkeur gegeven aan concentratie van detailhandel in Limmen rond de Vuurbaak. Spreiding van detailhandel kan het draagvlak voor het bestaande winkelgebied verminderen. Met name als de woningbouw, die het uitgangspunt vormt voor de nieuwe detailhandel, nog niet is gerealiseerd.

***Detailhandel Limmen samengevat:*** De voorwaarden voor concentratie van de detailhandel in Limmen rond de Vuurbaak zijn gunstig. In het centrum van het winkelgebied, aan de Vuurbaak is een supermarkt gelegen, die als trekker fungeert voor het omliggende winkelaanbod. Limmen beschikt eveneens over een kwalitatief hoogstaand detailhandelsaanbod op het gebied van (volumineuze) niet-dagelijkse goederen met name gelegen langs de Rijksweg. Het draagvlak voor het winkelaanbod wordt versterkt met de nieuwbouw in het Zandzoomgebied.

## 5. SAMENVATTING

De ontwikkelingen van onder andere schaalvergroting en concentratie van winkels is al lange tijd aan de gang. In alle kernen zijn kleine, decentraal gelegen winkels verdwenen. In de afgelopen decennia is deze ontwikkeling in versneld tempo doorgezet door de sterke groei van het winkelaanbod. In de Regio Alkmaar is het winkelaanbod in deze periode bijvoorbeeld sterker gegroeid dan de bevolking.

Veel centra zijn in toenemende mate afhankelijk van koopkracht buiten hun primaire verzorgingsgebied. Dit draagt ertoe bij dat centra relatief kwetsbaar zijn en steeds meer 'in elkaars vijver vissen.' Deze ontwikkeling stimuleerde centra tot nieuwe uitbreiding om met een grotere kritische massa hun concurrentiepositie te versterken. De relatief sterke positie van grotere centra gaat gepaard met een relatief zwakke positie van centra in kleinere kernen en buurten in de omgeving. Deze ontwikkeling wordt nog versterkt door de economische recessie.

Provincie en regio Alkmaar staan positief tegenover dynamiek in de detailhandel als deze bijdraagt aan kwaliteitsverbetering, innovatie en schaalvergroting. Nieuwe ontwikkelingen in de detailhandel mogen echter de bestaande winkelstructuur in de regio niet verstoren of duurzaam ontwrichten.

Boodschappencentra blijven kansrijk, mits het centrum compact is, over voldoende winkels beschikt en een compleet aanbod van artikelen heeft in de nabijheid van de consument (gemak). Dagelijkse boodschappen en doelgerichte, niet-keuzegevoelige aankopen worden hier met name gedaan.

De nieuwe winkelmarkt dwingt tot keuzes. De komende jaren nemen naar verwachting leegstand en stagnatie in winkelgebieden toe. Maatschappelijk is het gewenst te (blijven) voorzien in:

- Een gezond ondernemersklimaat voor bestaande en nieuwe detailhandel;
- Complete en aantrekkelijke voorzieningen voor consumenten ter bevordering van een prettige leefomgeving;
- Duurzaam en intensief ruimtegebruik en winkelgebieden met ruimtelijke kwaliteit.

De gemeente kan bijdragen aan deze doelstellingen via het ruimtelijk ordeningsbeleid. Het is belangrijk heldere keuzes te maken in de winkelstructuur ter onderbouwing voor detailhandel in bestemmingsplannen en bij de toetsing van nieuwe initiatieven. Bovendien ontstaat duidelijkheid en zekerheid bij marktpartijen en daarmee financiële ruimte voor investeringen in relatief complexe centrumlocaties.

Ter uitwerking van het coalitieakkoord en de structuurvisie Buitengewoon Castricum op het gebied van detailhandel, en aansluitend bij de regionale en provinciale detailhandelsvisies, hanteert het college de volgende uitgangspunten:

<b>Algemene Uitgangspunten</b>	
1.	Concentratie van de winkels in bestaande winkelgebieden bevorderen, zodat een compact en compleet aanbod ontstaat. .
2.	Detailhandel buiten de bestaande winkelgebieden af te bouwen door andere functies op deze locaties toe te staan als deze initiatieven ruimtelijk inpasbaar zijn.
3.	Nieuwe vestiging van winkels alleen in of grenzend aan bestaande winkelgebieden.
4.	Een uitzondering op het uitgangspunt genoemd onder 3. geldt voor detailhandel, waarvan aard of omvang van de artikelen een dusdanig ruimtegebruik vragen, dat dit niet inpasbaar is in een winkelgebied.
5.	De winkelstructuur in de bestaande winkelgebieden is zoveel mogelijk opgebouwd rond een full service supermarkt, die als trekker voor een gebied kan fungeren.
6.	Voldoende en gratis autoparkeermogelijkheden versterken de bestaande winkelgebieden.
<b>Uitgangspunten voor Akersloot</b>	
1.	Bevorderen van de concentratie van winkels tot een compact winkelgebied, dat met name gericht is op de dagelijkse boodschappen.
2.	Om aan te sluiten bij de wensen van de consument dient een dergelijk winkelgebied tevens goed bereikbaar te zijn, voldoende plekken te bieden voor auto- en fietsparkeren en goede mogelijkheden te bieden voor laden en lossen.
<b>Uitgangspunten voor Bakkum en Castricum</b>	
1.	Concentratie van de winkels in de winkelgebieden Castricum Centrum en Geesterduin.
2.	Bevorderen van een duidelijke positionering van de winkelgebieden Castricum Centrum en Geesterduin.
3.	Voor Castricum Centrum de concentratie van winkels te bevorderen in het gebied Bakkerspleintje/Dorpsstraat (in de omgeving van het Bakkerspleintje) en de Burgemeester Mooijstraat.
4.	Het toestaan van andere functies aan de randen van het winkelgebied Bakkerspleintje/Dorpsstraat (in de omgeving van het Bakkerspleintje) en de Burgemeester Mooijstraat, mits ruimtelijk inpasbaar.
5.	Uitstraling van winkelcentrum Geesterduin te verbeteren, zodat de functionele kwaliteit wordt gecompleteerd door een goede uitstraling; modern, open en verzorgd. De uitbreiding, die met name dient om bestaande ondernemers te faciliteren, is maximaal meer dan 3.800 m <sup>2</sup> bruto vloeroppervlak (zie ook bijlage 3; het kaderstellende besluit van de gemeenteraad bij de uitbreiding van Geesterduin).
<b>Uitgangspunten voor Limmen</b>	
1.	Concentratie van winkels in de omgeving van de Vuurbaak, zodat de full service supermarkt kan fungeren als trekker voor het gebied.
2.	Perifere, volumineuze detailhandel (niet zijnde supermarkt of andere in een winkelgebied inpasbare detailhandel) bij voorkeur situeren langs de Rijksweg.
3.	Positieve grondhouding ten aanzien van de vestiging van detailhandel in de huisartsenpraktijk op de hoek Vuurbaak/Kerkweg.
4.	Vestiging van een supermarkt in het gebied Limmen Zandzoom.



# Bijlage 1

## Geraadpleegde stukken:

1. Versterking tweepolenstructuur Castricum, een onderzoek naar de distributieve mogelijkheden, Bureau Stedelijke Planning 9 oktober 2008.
2. Een gedegen basis voor goede prestatieafspraken, onderzoek ontwikkelingen bevolking en woningmarkt in de regio Alkmaar, Laagland Advies 8 december 2011.
3. Werkdocument Kwaliteitsimpuls Economie Castricum 2008-2012, 25 september 2008
4. Detailhandels- en leisurebeleid Noord-Holland, Provincie Noord-Holland, mei 2009.
5. Detailhandelsvisie Regio Alkmaar, Droogh Trommelen en Partners (DTNP), 4 januari 2011.
6. Concept-Middenstand Akersloot, Akersloot verdient een hart, nut en noodzaak discussie, Ondernemersvereniging Akersloot, juli 2010
7. Middenstand Akersloot, Globale inrichtingstekening Heer Derckplantsoen, Ondernemersvereniging Akersloot, juli 2011.
8. Randstad Koopstromenonderzoek 2011, waar gaat het heen?, I&O Research, november 2011
9. Dynamiek door beleid; Hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert, DTNP mei 2011.

## **Bijlage 2: Factsheets**

## Bijlage 3

### Raadsbesluit randvoorwaarden ontwikkeling Geesterduin

#### De raad van de gemeente Castricum;

Gezien het voorstel van burgemeester en wethouders van 6 maart 2007, nr. 88;

Overwegende dat op 30 juni 2005 de Ontwikkelingsvisie Geesterduin is vastgesteld, waarin onder meer de volgende uitgangspunten zijn vastgelegd:

1. De herontwikkeling dient ten minste structuurversterkend te zijn. Met andere woorden de herontwikkeling van Geesterduin verbetert de uitstraling van het winkelcentrum, waardoor de functionele kwaliteit wordt gecompleteerd door een goede uitstraling: modern, open en verzorgd;
2. Woningbouw in het winkelgebied is gewenst;
3. De hoogte voor de nieuw toe te voegen bouwhoogten zijn voor de bakens 8 lagen plus 1 winkellaag en voor de overige bebouwing 3-4 lagen plus 1 winkellaag. De woonbebouwing op de huidige parkeerterreinen langs de Geesterduinweg mag maximaal uit 4 lagen bestaan;
4. Er wordt voorzien in uitbreiding van het winkelvloeroppervlak;
5. De Geesterduinweg wordt onderbroken voor autoverkeer teneinde de deelgebieden met elkaar te kunnen verbinden;

Dat het voor de planontwikkeling winkelgebied Geesterduin noodzakelijk is om in aanvulling op de Ontwikkelingsvisie Geesterduin een nader kader vast te stellen;

Gezien het advies uit de carrousel, d.d. 22 maart en 5 april 2007, alsmede de brief aan de raad van 29 maart 2007;

#### **besluit:**

1. De volgende uitgangspunten voor de planontwikkeling winkelgebied Geesterduin vast te stellen:

##### **A. Ruimtelijk kader**

1. BVO

Op basis van autonome groei is een toename van 10% van het brutovloeroppervlak (bvo) mogelijk. Dit betreft circa 1.500 m<sup>2</sup>. Wanneer meer dan 1.500 m<sup>2</sup> toegevoegd wordt, dient dit onderbouwd te worden door een onderzoek. In dit onderzoek dient

zowel Geesterduin, "het oude centrum" en de regionale ontwikkelingen centraal te staan. De uitkomsten van dat onderzoek dienen onderschreven te worden door de kamer van koophandel. Tevens dienen het stabiel blijven van de bevolking en het internet winkelen onderdeel uit te maken van het onderzoek. Een uitbreiding van meer dan 3.800 m<sup>2</sup> bvo is niet toegestaan.

2. Ver-/nieuwbouw of sloop

In principe mag het winkelcentrum in zijn totaliteit gesloopt worden, dit wordt overgelaten aan de markt. Gedeeltelijke sloop en nieuwbouw (ver-/nieuwbouw) is ook mogelijk. Het alleen cosmetisch aanpassen van de bebouwing wordt als onvoldoende gekwalificeerd.

3. Naast winkels zijn daghoreca, openbare functies, kantoren met balie en (publieksgerichte) dienstverlening toegestaan.

4. Woningbouwaantallen

De ondergrens van het woningbouwprogramma is 150 woningen. De definitieve besluitvorming over de bovengrens wordt bepaald aan de hand van een ontwerp dat wordt voorgelegd aan de gemeenteraad. Daarbij moeten naast financiële haalbaarheid, ook hoogte, massa, verkeer en parkeren in verantwoord evenwicht zijn met de bestaande omgeving.

5. Woningbouwcategorieën

Uitgangspunt voor het woningbouwprogramma is een categorisering van 40% sociaal, 30% middelduur en 30% duur.

De categorie sociaal bevat zowel sociale huurwoningen als koopgarantwoningen (maatschappelijk gebonden eigendom).

6. Doelgroepen

Door de categorisering alsmede door het bepaalde in de Ontwikkelingsvisie ontstaat vanzelf een gemêleerd aanbod. Een voorwaarde is wel het stellen van hoge eisen aan de toegankelijkheid van de woningen, zodat de woningen voor brede doelgroepen geschikt zijn.

## **B. Stedenbouwkundig/beeldkwaliteit**

1. De bouwhoogte van de bakens is maximaal 8 lagen inclusief winkellaag, mits deze stedenbouwkundig verantwoord en gemotiveerd zijn. De definitieve besluitvorming vindt plaats aan de hand van een ontwerp dat voorgelegd wordt aan de gemeenteraad.

2. Het benzinstation moet gezien het ruimtebeslag, de ruimtelijke en de milieuhinder uitstraling geamoveerd worden: zonder verplaatsing geen ontwikkeling.

3. Voorwaarde van de planontwikkeling is het opstellen van een beeldkwaliteitsplan door de gemeente.

4. De gemeentelijke stedenbouwkundige heeft een supervisorrol voor het bewaken van de afstemming tussen de drie deelprojecten (naast winkelgebied, het Kulturhuis en de vernieuwbouw gemeentehuis).

5. De gemeente stelt een Programma van Eisen voor de buitenruimte op dat recht doet aan centrumfunctie van het gebied.

## **C. Duurzaam omgeven**

1. Bij algehele nieuwbouw van het winkelcentrum Geesterduin is de ambitie het realiseren van het Topniveau.

Bij ver-/nieuwbouw van het winkelcentrum zijn de ambities voor het nieuwbouwdeel het Topniveau en voor het verbouwdeel het Plusniveau.



#### **D. Verkeer**

1. De planontwikkeling mag niet leiden tot een onaanvaardbare verkeersdruk en verkeersonveiligheid op het achterliggende woongebied van Geesterduin. Dit speelt met name voor de Albert Schweitzerlaan. Er zal in de volgende fase een onderzoek worden verricht welke maatregelen noodzakelijk zijn om dit doel te bereiken.
2. De parkeernormen per functie zoals opgenomen in het beslisdocument zijn uitgangspunt voor de planontwikkeling.
3. Voorwaarde is dat de extra parkeerdruk die ontstaat niet afgewenteld mag worden op de omgeving.
4. De exacte parkeerbehoefte (op basis van de parkeernormen) is afhankelijk van het definitieve programma (zowel qua woningen als qua winkelvloeroppervlakte) en dient herleid te worden op basis van de systematiek zoals die is opgenomen in de Parkeerbilans winkelcentrum Geesterduin (2006).
5. Er wordt van uitgegaan dat al het parkeren voor het wonen ondergronds wordt gesitueerd.
6. De auto's dienen met uitzondering van het nieuwe parkeerterrein dat aan de Soomerwegh gerealiseerd wordt uit beeld geparkeerd kunnen worden. Dit hoeft niet perse ondergronds, het mag ook op het dak van het (nieuwe) winkelcentrum.

#### **E. Communicatie**

1. Er wordt gekozen voor een actieve en interactieve communicatie.
2. Er wordt een burgerpanel ingesteld dat een adviesfunctie krijgt tijdens de planvormingsfase.
3. Er worden inloopavonden georganiseerd om de meningen van burgers te peilen.
4. Er wordt ten behoeve van het volgende besluitmoment een raadsactiviteit gehouden waarin het college de opvattingen van de Raad kan vernemen.

#### **F. Grondhouding**

1. Er wordt gekozen voor een overwegend faciliterende grondhouding. De gemeente stelt de kaders en toetst plannen van initiatiefnemers.
2. Er wordt een sterke regierol gevoerd op de kwaliteit van de herontwikkeling (beeldkwaliteit, PvE openbare ruimte en supervisor), de maatschappelijke haalbaarheid en de financiële haalbaarheid.
3. De regierol kan in dit project zowel met publiekrechtelijke als privaatrechtelijke instrumenten worden gevoerd.

#### **G. Financiën**

1. De aanlegkosten voor de infrastructuur rondom Geesterduin worden gedekt uit de exploitatie van het winkelgebied.
2. De planvoorbereidingskosten van het winkelgebied dienen te worden gedekt uit de exploitatie van het winkelgebied.
3. Een marktconforme prijs voor inbreng van de eigen gronden.

## **H. Structuurplan**

1. Geen structuurplan meer op te stellen voor de planontwikkeling Geesterduin.
2. Een voorbereidingskrediet van € 200.000 voor de planvormingfase van het winkelgebied Geesterduin vast te stellen en dit ten laste te brengen van het binnen het grondbedrijf bekend zijnde complex "Geesterduin en omgeving".

Aldus besloten door de raad van de gemeente Castricum  
in zijn vergadering van 19 april 2007

de griffier,  
mr V.H. Hornstra

de voorzitter,  
A. Emmens-Knol

## **Bijlage 4**

### **Samenvatting Detailhandelsvisie Regio Alkmaar**