

Retailvisie Gooi en Vechtstreek

Analyse bestaande structuur

Definitief



Retailvisie Gooi en Vechtstreek

Analyse bestaande structuur

Definitief

Rapportnummer:	204X00359.067632_1_12
Datum:	19 november 2012
Contactpersoon opdrachtgever:	mevrouw M. Zivkovic-Laurenta
Projectteam BRO:	Tis Kolen en Eefje van der Velden
Trefwoorden:	Retailaanbod, Koopstromen
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 13
Beknopte inhoud:	In deze nota wordt een beschrijving gegeven van de retailstructuur in de Gooi en Vechtstreek. Deze nota dient als onderlegger voor de uiteindelijke visie (zie Retailvisie Gooi en Vechtstreek).

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	3
2. SAMENVATTING ANALYSE HUIDIGE STRUCTUUR	7
3. DE GOOI EN VECHTSTREEK IN PERSPECTIEF	11
3.1 De Gooi en Vechtstreek in beeld	11
4. DETAILHANDELS- EN HORECA AANBOD IN DE GOOI EN VECHTSTREEK	19
4.1 Het aanbod in de Gooi en Vechtstreek	19
4.2 Concurrerende centra	26
4.3 Koopstromen in de Gooi en Vechtstreek	29
4.4 Structuur van het winkelaanbod in de regio	37
5. BELEIDSKADERS	43
5.1 De Europese Dienstenrichtlijn	43
5.2 Het rijksbeleid	43
5.3 Het provinciaal beleid van Noord Holland	44
5.4 Lokaal beleid van gemeenten in de Gooi en Vechtstreek	45
BIJLAGEN	
Bijlage 1: Winkelaanbod in de Gooi en Vechtstreek per gemeente en per branche in 2005	
Bijlage 2: Winkelaanbod in de Gooi en Vechtstreek per gemeente en per branche in 2011	
Bijlage 3: Leegstand in hoofdwinkelcentra van vergelijkbare steden in Nederland (tussen 50.000 en 80.000 inwoners)	
Bijlage 4: Branchering van de belangrijkste winkelcentra in de Gooi Vechtstreek	
Bijlage 5: Uitbreidingsplannen winkelaanbod in de Gooi en Vechtstreek	
Bijlage 6: De belangrijkste uitkomsten van het koopstromenonderzoek 2004 en 2011 per gemeente	
Bijlage 7: Winkelstructuur in de Gooi en Vechtstreek	
Bijlage 8: Aanwezigen en verslag workshop 31 januari 2012.	
Bijlage 9: Begrippenlijst	

1. INLEIDING

Hetgeen vooraf ging

In 2006 is de Regionale Detailhandelsvisie van Gooi en Eemland vastgesteld. In dit strategische beleidsdocument zijn de ontwikkelingen en trends op het gebied van detailhandel voor de negen gemeenten in de Gooi en Vechtstreek en de gemeenten in de regio Eemland vastgelegd. Ook zijn wensbeelden benoemd en is een kader ontstaan waarbinnen, bij nieuwe ontwikkelingen en locaties, samenwerkingsafspraken tussen de gemeenten zijn vastgelegd. In 2009 heeft de provincie Noord-Holland een Detailhandels- en Leisurevisie vastgesteld¹. In dit document worden voorstellen gedaan ten aanzien van de besluitvorming over nieuwe winkelontwikkelingen boven de 5.000 m² wvo in winkelcentrumgebieden en nieuwe winkelontwikkelingen boven de 1.500 m² wvo buiten de reguliere winkelcentra. Ook vraagt de provincie aan alle deelregio's (waaronder de Gooi en Vechtstreek) om regionaal detailhandelsbeleid te ontwikkelen.

Nieuwe trends en ontwikkelingen

Thans wordt een aantal nieuwe trends en ontwikkelingen in de detailhandel of versnellingen daarvan waargenomen (zoals verkoop via internet, webwinkels en afhaalpunten, branchevervaging, toename belang retailstructuur in het imago/DNA van de verschillende gemeenten in de regio, het belang van leisure, de zondagopening) die het noodzakelijk maakt een nieuwe retailvisie voor de regio te ontwikkelen. Daar deze op sommige punten meer omvat dan alleen detailhandel wordt in het vervolg gesproken van een retailvisie. In deze visie zijn waarborgen opgenomen voor regionale afstemming aansluitend op het provinciaal beleid. Deze nieuwe visie zal in een aantal gevallen vragen om nieuw regionaal beleid, afstemming en kennisdeling.

Kaders waaraan de nieuwe visie dient te voldoen

Door de provincie is een aantal richtlijnen meegegeven die aan de basis moeten staan van de op te stellen structuurvisie. Hierbij gaat het met name om:

- de Provinciale Verordening Structuurvisie, vastgesteld door PS op 21 juni 2010;
- het Reglement Regionale Adviescommissies Detailhandel Noord-Holland, 25 mei 2010 en;
- de Economische Beleidsagenda 2012-2015, vastgesteld door GS op 8 november 2011.

Provinciale Verordening Structuurvisie

Gedeputeerde Staten (GS) hebben de startnotitie voor actualisatie van de Provinciale Ruimtelijke Verordening (PRVS) vastgesteld. Doordat het Rijk de Wet ruimtelijke

¹ Detailhandels- en leisurebeleid Noord-Holland, provincie Noord-Holland, Haarlem 2009.

ordering gaat wijzigen, is het noodzakelijk de PRVS hiermee in lijn te brengen. Een onderdeel van de wetwijziging, de Spoedwet Wro, heeft grote gevolgen voor de huidige ontheffingsystematiek van de PRVS. De Spoedwet Wro treedt naar verwachting 1 juli 2012 in werking.

Gemeenten krijgen na invoering van de spoedwet Wro en aanpassing van de PRVS meer helderheid over het te voeren beleid en de omvang van hun beslissingsruimte.

Reglement Regionale Adviescommissies Detailhandel

Bij besluit van 25 mei 2010 heeft de provincie Noord-Holland de Regionale Adviescommissie Noord-Holland-Noord, de Regionale Adviescommissie Noord-Holland – Zuid en het Reglement Regionale Adviescommissie ingesteld. In dit reglement is bepaald dat de Regionale Adviescommissie Detailhandel Noord-Holland-Zuid advies zal uitbrengen wanneer het gaat over ruimtelijke plannen in het zuidelijk deel van de provincie Noord-Holland, waaronder de gemeenten in de Gooi en Vechtstreek. Meer concreet gaat het dan over:

- ruimtelijke plannen voor grootschalige detailhandel met een (boven)regionale impact. Hieronder wordt verstaan:
 - plannen groter dan 1.500 m² wvo en gelegen buiten bestaande winkelcentra;
 - plannen groter dan 5.000 m² wvo en gelegen binnen bestaande winkelcentra;
- wijzigingen van het Detailhandels- en leisurebeleid van Noord-Holland;
- wijzigingen van het regionale beleid voor detailhandel;
- wijzigingen van het gemeentelijk beleid voor detailhandel.

De toetsing dient plaats te vinden aan:

- het Detailhandels- en leisurebeleid van Noord-Holland;
- de Structuurvisie Noord-Holland 2040;
- de Provinciale Ruimtelijke Verordening Structuurvisie;
- het regionale beleid voor detailhandel.

Economische agenda 2012-2015

Ondernemers, overheden en onderwijs- en onderzoeksinstituten moeten beter samenwerken rond kansrijke regionale bedrijfsclusters. Dat is een van de ambities van de provincie Noord-Holland in de nieuwe Economische Agenda 2012-2015 die op dinsdag 8 november 2011 door GS werd vastgesteld.

Volgens de provincie stimuleert clustervorming bij bedrijven de onderlinge concurrentie en innovatie. Ook kunnen bedrijven daardoor makkelijker een gemeenschappelijke behoefte ontwikkelen voor toegespitste opleidingseisen in de regio, infrastructuur en andere gedeelde voorzieningen.

De Economische Agenda bevat het economische beleid van de provincie voor de komende vier jaar. Voor het thema werklocaties richt de provincie zich de komende jaren op een zorgvuldige planning van nieuwe bedrijventerreinen en het efficiënt benutten van de bestaande terreinen. De provincie wil dat er ruimte wordt gemaakt voor nieuwe ontwikkelingen door eerst de mogelijkheden van bestaande bedrijventerreinen te benutten door te intensiveren en te herstructureren.

Analyse en visiedocument

In het nu voorliggende document (deel 1) wordt een beschrijving gegeven van de huidige situatie met betrekking tot retail in de Gooi en Vechtstreek. Aan bod komen het aanbod, de vraag, koopstromen, enz. In deel 2 (Retailvisie Gooi en Vechtstreek, Visierapport, BRO, 19 november 2012) wordt nader ingegaan op de gewenste structuur van de retail in de Gooi en Vechtstreek. Ook is in het voorliggende deel het verslag van de workshop opgenomen.

Totstandkoming van deze nota

Aan het tot stand komen van deze nota hebben diverse personen in de vorm van hun deelname aan de workshop van 31 januari of in de vorm van een persoonlijk gesprek met de onderzoekers hun medewerking gegeven. Wij danken hen hartelijk voor hun medewerking. In bijlage 8 van deel 1 is aangegeven welke personen aan het tot stand komen van deze nota hun medewerking hebben verleend

Begrippenlijst

In bijlage 9 is een begrippenlijst opgenomen van veel in deze nota gebruikte termen.

2. SAMENVATTING ANALYSE HUIDIGE STRUCTUUR

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste uitkomsten van het inventariserend onderzoek met betrekking tot de huidige retailstructuur in de Gooi en Vechtstreek weergegeven:

Demografisch:

- In de Gooi en Vechtstreek wonen momenteel circa 245.000 inwoners. Dit aantal zal de komende jaren toenemen tot circa 250.000 in het jaar 2020, 254.000 in het jaar 2030 en circa 260.000 inwoners in 2040.
- Ook in de Gooi en Vechtstreek is sprake van vergrijzing van de bevolking. In 2030 is een kwart van de bevolking 65 jaar of ouder. Nu is dat nog maar circa 18%.
- Het gemiddeld persoonlijk inkomen in een aantal gemeenten in de Gooi en Vechtstreek is zeer hoog. Bij andere gemeenten ligt het gemiddeld inkomen meer op het landelijk gemiddelde.

Toerisme:

- In de Gooi en Vechtstreek worden veel inspanningen verricht om het toerisme te bevorderen. Een groot aantal voorzieningen (waaronder het winkelaanbod) in de regio heeft een grote aantrekkingskracht.

Retailaanbod:

- In de Gooi en Vechtstreek zijn in totaal 1.750 winkels aanwezig met een totale omvang van circa 350.000 m² wvo.
- Het winkelaanbod onderscheidt zich vooral door haar kleinschaligheid, en het hoge kwaliteitsniveau op een aantal locaties.
- In tegenstelling tot andere regio's in Nederland is het winkelaanbod in de Gooi en Vechtstreek de afgelopen 5 jaar slechts marginaal gegroeid.
- De leegstand in de regio is vergelijkbaar met de leegstand elders in Nederland.
- Over het algemeen is er in de meeste gemeenten in de Gooi en Vechtstreek ten opzichte van referentiegemeenten sprake van een ondervertegenwoordiging van het winkelaanbod. Dit wordt vooral veroorzaakt door het relatief geringe aanbod op het gebied van doe-het-zelf en woninginrichting.
- Ten opzichte van andere referentiesteden in Nederland is de ondervertegenwoordiging van winkels in Hilversum, Huizen en Weesp erg opvallend. In Huizen doet zich deze ondervertegenwoordiging in veel branches voor. Ook in Weesp is dat het geval, doch in minder sterke mate dan in Huizen.
- Hilversum is de belangrijkste retailstad in de Gooi en Vechtstreek. Veel van het aanbod in recreatieve branches is hier geconcentreerd.

- Ook Bussum, Huizen en Laren kennen, wat m² wvo en het aantal winkels betreft, een aanzienlijk winkelaanbod met een subregionale verzorgingsfunctie.
- In de Gooi en Vechtstreek bestaat een aantal uitbreidingsplannen voor het winkelaanbod. De meest in het oog springende zijn het Langgewenst in Hilversum, Scapino / de Nieuwe Brink in Bussum, de Keucheniusstraat in Huizen en de Hogeweyselaan/Bloemendalerweg in Weesp.
- Horeca is in de Gooi en Vechtstreek sterk vertegenwoordigd. Dit geldt met name voor restaurants. In de drankensector blijft het aanbod enigszins achter op het Nederlands gemiddelde.
- Rndom de Gooi en Vechtstreek zijn diverse grote winkelcentra aanwezig. Ook het aanbod van perifere centra is groot te noemen. In Amsterdam en Almere mogen winkels elke zondag open.

Koopstromen:

- Uit het Koopstromenonderzoek dat in 2011 in de Randstad werd uitgevoerd blijkt dat in de Gooi en Vechtstreek de regionale binding aan winkels opnieuw een daling vertoont. Met name geldt dit voor niet-dagelijkse artikelen. Oorzaken hiervan zijn een toenemende afvloeiing naar omliggende regio's, maar ook een toename van de internetaankopen.
- Nagenoeg alle centrumgebieden in de Gooi en Vechtstreek worden geconfronteerd met een daling van de lokale binding. Alleen bij Maxis in Muiden is sprake van een toenemende lokale binding.

Economisch functioneren:

- De gemiddelde omzetten per m² wvo vertonen in de dagelijkse sector een toename ten opzichte van 2004. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen vertonen de omzetten per m² wvo een daling.
- Desondanks functioneren de winkels in de Gooi en Vechtstreek nog steeds goed. Zeker in vergelijking met de winkels in omliggende regio's worden in de Gooi en Vechtstreek goede resultaten geboekt.

Huidige structuur:

- In de retailstructuur van de Gooi en Vechtstreek heeft het centrum van Hilversum een regionaal verzorgende functie.
- De hoofdwinkelgebieden van Bussum, Huizen en Laren hebben een subregionaal verzorgende functie.
- Tot de lokaal verzorgende hoofdwinkelgebieden behoren de centra van Naarden, Weesp, Blaricum, Kortenhoef, Loosdrecht, Muiden, Muiderberg en Nederhorst den Berg.
- Op het gebied van perifere detailhandel hebben de Megastores op de Maxis locatie in Muiden vooral een subregionaal verzorgende functie.

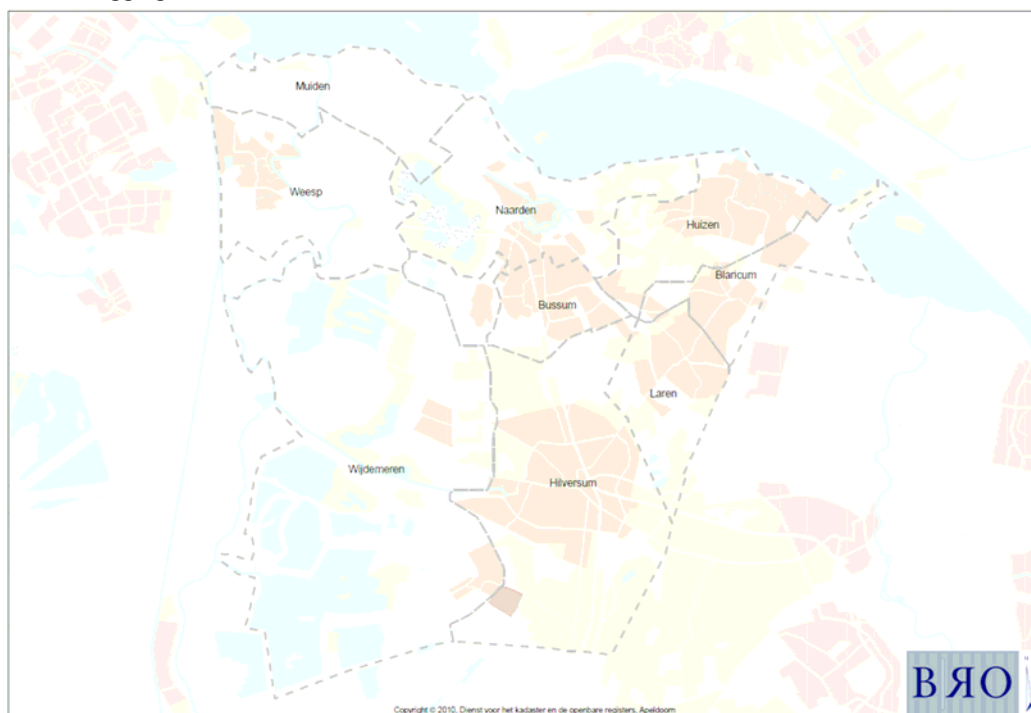
- De diverse stadsdeel-, wijk- en buurtcentra in de woongebieden in de Gooi en Vechtstreek hebben vooral een functie voor de in deze woongebieden wonende bevolking.
- In het beleid van de afzonderlijke gemeenten in de Gooi en Vechtstreek staat het behoud van de reeds bestaande retailstructuur centraal.

3. DE GOOI EN VECHTSTREEK IN PERSPECTIEF

3.1 De Gooi en Vechtstreek in beeld

De Gooi en Vechtstreek is gelegen in het zuidelijk deel van de provincie Noord-Holland en wordt omringd door de steden Amsterdam, Utrecht, Amersfoort en Almere. Hieronder is een kaartje opgenomen van de regio.

Kaart 3.1 Ligging Gooi en Vechtstreek



Gemeentelijke herindeling

Momenteel bestaat de Gooi en Vechtstreek nog uit een negental zelfstandige gemeenten. Op termijn is echter mogelijk sprake van een gemeentelijke herindeling. Op basis van een Herindelingsadvies van de regio Gooi en Vechtstreek heeft de ministerraad ingestemd met een wetsvoorstel tot samenvoeging van Bussum, Muiden, Naarden en Weesp. Het voorstel moet nog worden voorgelegd aan de Tweede Kamer.

De gemeenten Blaricum en Laren blijven zelfstandig. Deze gemeenten en de Utrechtse gemeente Eemnes, hebben enkele jaren geleden besloten om hun ambtelijke organisaties samen te voegen tot één gezamenlijke organisatie. Deze samenwerking (BEL) is na drie jaar geëvalueerd middels bestuurskrachtmetingen. Op 12 juli

2011 hebben GS naar aanleiding van de resultaten van de bestuurskrachtonderzoeken besloten geen reden te zien om met de gemeenten Laren en Blaricum opnieuw het gesprek aan te gaan over een gemeentelijke herindeling. Beide gemeenten hebben hun bestuurskracht voldoende verbeterd en versterkt en de BEL-samenwerking heeft voor beide gemeenten zeker meerwaarde.

Licht groeiende bevolking

In de Gooi en Vechtstreek wonen momenteel circa 245.000 inwoners. 10 jaar geleden waren dat er nog circa 241.500. Het inwonertal is de afgelopen jaren derhalve nauwelijks gewijzigd. Voor de komende jaren wordt enige groei van de bevolking verwacht. Zo worden er voor het jaar 2015 circa 247.000 mensen in de regio verwacht, in 2020 circa 250.000, in 2030 circa 254.000 en in 2040 circa 260.000.

In de hieronder staande tabel is dat per gemeente weergegeven.

Tabel 3.1 Aantal inwoners in de Gooi en Vechtstreek per 1 januari 2000 tot en met 1 januari 2011 en een prognose tot 1 januari 2040².

Gemeente	2000	2005	2010	2011	2015	2020	2030	2040
Blaricum	9.525	9.179	8.955	8.957	9.597	9.983	10.248	10.615
Bussum	30.938	31.220	32.112	32.397	33.125	33.578	33.113	32.909
Hilversum	82.177	83.682	84.573	85.004	85.600	86.000	85.300	85.500
Huizen	42.141	42.098	41.934	41.714	41.100	40.989	39.952	39.696
Laren	11.580	11.488	11.323	11.404	11.565	11.695	12.261	12.798
Muiden	6.808	6.675	6.500	6.493	6.655	7.841	8.813	9.731
Naarden	17.006	17.110	17.152	17.188	17.398	17.543	18.206	19.177
Weesp	18.111	17.671	17.636	17.983	18.546	19.443	21.481	23.463
Wijdemeren	23.191	23.298	23.391	23.314	23.352	23.127	24.609	26.631
Totaal	241.477	242.421	243.576	244.454	246.938	250.199	253.983	260.520

Met uitzondering van Hilversum, overwegend kleine gemeenten

De gemeente Hilversum is verreweg de grootste gemeente in de regio. Hilversum telt circa 85.000 inwoners en is qua inwonertal de 35e gemeente van Nederland. De op-een-na grootste gemeente in de regio is de gemeente Huizen met circa 41.000 inwoners (op de 102e plaats), gevolgd door de gemeente Bussum met ruim 32.000 inwoners (op de 146e plaats). De overige gemeenten zijn allen kleiner dan 25.000 inwoners. Opvallend is verder dat alleen in de gemeente Huizen de bevolking de komende jaren iets zal afnemen.

Qua oppervlakte is de gemeente Wijdemeren de grootste gemeente in de regio.

² Bron: ABF Research B.V. – Primos prognose 2011. Cijfers van de gemeente Hilversum zijn niet afkomstig van ABF Research, maar zijn door de gemeente beschikbaar gesteld (gemeente Hilversum 2011).

Maar wel grote buren

Wel wordt de regio omringd door enkele grote gemeenten. Zo telt de stad Amsterdam ruim 750.000 inwoners (de grootste stad van Nederland), Utrecht ruim 300.000 inwoners (de 4^e stad van Nederland), Amersfoort 145.000 inwoners (op de 16^e plaats) en Almere circa 190.000 inwoners (op de 7^e plaats). In deze steden is een uitgebreid winkelaanbod aanwezig.

Sterke vergrijzing

Ook in de Gooi en Vechtstreek zal de bevolking de komende jaren vergrijzen. Behoort momenteel nog maar circa 18% van de bevolking tot de groep 65 jaar en ouder, in 2020 zal dat 22% zijn, waarna dit percentage verder oploopt tot circa 25% in 2030 en tot 27% in 2040. Tegelijkertijd is vooral een vermindering zichtbaar van het aantal 45 tot 64 jarigen en in mindere mate bij jeugdigen onder de 15 jaar en 30 tot 44 jarigen. Deze ontwikkeling zal zich in alle gemeenten in de Gooi en Vechtstreek voordoen.

Tabel 3.2 Bevolkingssamenstelling in de Gooi en Vechtstreek naar leeftijd.

	2010	2015	2020	2030	2040
< 14 jaar	18%	17%	16%	16%	16%
15 – 29 jaar	15%	15%	16%	15%	15%
30 – 44 jaar	20%	18%	17%	18%	18%
45 – 64 jaar	29%	29%	29%	25%	23%
65 – 74 jaar	9%	11%	12%	12%	12%
75 en ouder	9%	9%	10%	13%	15%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

Wanneer naar de afzonderlijke gemeenten gekeken wordt blijkt dat in de periode tot 2020 de vergrijzing vooral in Blaricum, Huizen, Muiden en Wijdemeren sterk zal zijn. In deze gemeenten neemt het aandeel 65-plussers de komende 10 jaar met meer dan 10% toe (van circa 20 naar 30% van de bevolking). In de gemeenten Hilversum en Bussum is de vergrijzing veel kleiner. In deze gemeenten stijgt het aandeel 65-plussers van circa 20% van de bevolking tot circa 20 a 25% van de bevolking. Wanneer deze cijfers vergeleken worden met landelijke cijfers blijkt dat momenteel in de Gooi en Vechtstreek relatief veel 65 plussers wonen (18% van de bevolking), terwijl dat in het gehele land nog maar 15% is. De vergrijzing zal de komende jaren in Nederland echter sneller verlopen dan in de Gooi en Vechtstreek. In 2040 zal het aantal 65-plussers in Nederland relatief ongeveer gelijk zijn aan het aantal in de Gooi en Vechtstreek.

Relatief lage werkloosheid

Circa 3,8% van de 15 tot en met 64-jarigen in de regio is werkloos. Dat is vergeleken met het gemiddelde in de provincie Noord-Holland (4,3%) en het landelijk gemiddelde (4,4%) vrij laag.

In de gemeenten Hilversum en Weesp ligt de werkloosheid ongeveer op het Noord-Hollands en landelijk niveau. In de andere gemeenten is steeds sprake van een lagere werkloosheid³.

Hoge inkomens

De Gooi en Vechtstreek kenmerkt zich tevens door hoge inkomens. Het gemiddeld persoonlijk inkomen in de regio ligt met circa € 37.000,- ongeveer 25% hoger dan het gemiddeld persoonlijk inkomen in geheel Nederland en circa 10% boven het provinciaal gemiddelde. In alle gemeenten in de regio liggen de inkomens boven het landelijk en provinciaal gemiddelde. Met name in Blaricum, Laren en Naarden is sprake van zeer hoge inkomens die respectievelijk 70%, 60% en 55% boven het landelijk gemiddelde liggen⁴. De gemiddelde inkomens in Hilversum, Huizen en Weesp zijn min of meer vergelijkbaar met het Nederlands gemiddelde.

Toerisme in de Gooi en Vechtstreek

De Gooi en Vechtstreek wordt ook wel de 'Oase van de Randstad' genoemd. De regio herbergt verschillende historische landgoederen, forten en verschillende vestingsteden en brinkdorpen omringd door een diversiteit aan natuur⁵. Een grote aantrekkingskracht hebben:

- het congrescentrum Spant! in Bussum met een uitgebreid cultuur aanbod, congressen en evenementen;
- het Media Park en het Instituut voor Beeld en Geluid. Het Instituut voor Beeld en Geluid is in 5 jaar uitgegroeid tot een grote publiekstrekker in de regio. In 2011 werd de miljoenste bezoeker ontvangen;
- het Singer Theater in Laren (vroeger de Singer Concertzaal);
- het Arsenaal in Naarden van Jan des Bouvrie;
- het Vestingmuseum in Naarden;
- het Muiderslot, het forteiland Pampus en de Muidense verdedigingswerken in Muiden;
- de Loosdrechtse Plassen in Wijdmeren;
- de hei in Huizen en Blaricum;
- Weesp: Historisch vestingstadje aan de Vecht met fort Ossenmarkt, fort Uitermeer en andere verdedigingswerken;
- het Nautisch Kwartier in Huizen;
- diverse andere kleinere en grotere bezienswaardigheden en musea die het bezoek aan de Gooi en Vechtstreek aantrekkelijk maken.

³ Bron: UWV Werkbedrijf – bewerking ABF Research B.V.

⁴ Bron: CBS Regionale Inkomensverdeling

⁵ Bron: www.vvgooivecht.nl



Studio 21 en het Instituut voor Beeld en Geluid op het Media Park in Hilversum

Naast deze landelijk bekende attracties zijn er ook imposante monumenten en villa's, fraaie historische gebouwen en architectonische hoogstandjes van Dudok en Duiker.

Ook het winkelaanbod onderscheidt zich

Naast deze attracties onderscheidt de regio zich ook in haar winkelaanbod ten opzichte van andere regio's. Zo zijn in verschillende gemeenten in de Gooi en Vechtstreek diverse kwalitatief hoogwaardige winkels te vinden. De hoge inkomens in de regio maken de exploitatie van dergelijke winkels mogelijk. Met name in Laren en Blaricum valt het winkelaanbod op door haar kleinschaligheid, kwaliteit en een zeer aantrekkelijke ruimtelijke omgeving. Ook is er het Arsenaal van Jan des Bouvrie in Naarden. Het winkelaanbod in de regio is derhalve eveneens een belangrijke attractiefactor.

Regionale stimulansen gericht op innovatie

In de Gooi en Vechtstreek zijn verschillende samenwerkingsverbanden opgericht om de samenwerking tussen overheid en het bedrijfsleven te stimuleren en synergie te ontfangen aan elkaars krachten. De meest in het oog springende samenwerkingsverbanden zijn:

- iTRovator;
- iLocator;
- iMMovator;
- iZovator.

iTRovator

iTRovator is een netwerkorganisatie, die zich samen met het Regionaal Bureau voor Toerisme (RBT) Gooi en Vecht vooral richt op het toeristisch promoten van de regio, waaronder ook de belangrijkste winkelstraten en de meest bijzondere winkels. Zij heeft hiervoor de website www.GooiVecht.nl opgericht. Naast informatie over de regio biedt het Bureau tal van mogelijkheden om kennis te maken met de regio, zoals o.a. de Gooise Vrouwen Shopping Fietsroute, speciale arrangementen, de regi-

onale Fietsroutegids, i-points en het Routhemagazine Gooi en Vecht (verschijnt voorjaar 2012). De activiteiten van het Regionaal Bureau voor Toerisme zijn zeer succesvol.



Winkelen in Blaricum en Laren, hoog kwaliteitsniveau in combinatie met kleinschaligheid en een prettig verblijfsmilieu

iLocator

Recentelijk is ook iLocator in het leven geroepen. ILocator richt zich op de herstructurering en intensivering van werklocaties. Doelstelling hierbij is het behouden en het creëren van voldoende kwantitatieve en kwalitatieve ruimte voor ondernemen. ILocator is een onderdeel van het programma Innovatieve Verbinding in de Noordvleugel, waarvoor de afgelopen periode de Gooi en Vechtstreek zich – samen met de provincie Noord-Holland en de Kamer van Koophandel Gooi-, Eem- en Flevoland – sterk heeft gemaakt.

iMMovator

iMMovator is een netwerkorganisatie die zich richt op het versterken van de crossmediasector met de nadruk op innovatie en economisch rendement. Dit gebeurt door kennisdeling, kennisvergaring en het organiseren van contactmomenten tussen bedrijven, overheden en kennisinstellingen. iMMovator stimuleert vooral het ondernemerschap door haar activiteiten af te stemmen op het MKB. Daarnaast versterkt iMMovator de rol van de crossmedia industrie als innovatiemotor voor andere economische en maatschappelijke sectoren.

iZovator

iZovator is het regionale kennis- en innovatieplatform in de regio Gooi en Vechtstreek. iZovator stimuleert innovatie in de zorg economie, zodat de zorg goed aansluit bij de behoefte van de burger. Daarnaast bevordert iZovator de economische bedrijvigheid in de regio.

iZovator heeft zich inmiddels op de kaart gezet als één van de toonaangevende partijen als het gaat om het vertalen van beleid naar concrete innovatieve activiteiten en projecten, zoals Zorg Dichtbij, POINT en Cross Sectoraal Leerbedrijf. Zij realiseert dit niet alleen voor de zorg maar legt ook verbindingen met de multi media- en toeristische sector. iZovator werkt daarbij nauw samen met zorginstellingen, ondernemers, overheid en onderwijs.

4. DETAILHANDELS- EN HORECA AANBOD IN DE GOOI EN VECHTSTREEK

4.1 Het aanbod in de Gooi en Vechtstreek

In dit hoofdstuk vindt een beschrijving plaats van het detailhandels- en horeca aanbod in de Gooi en Vechtstreek.

Veel kleine winkels in de regio

In de Gooi en Vechtstreek zijn momenteel ruim 1.750 winkels gevestigd met een totale omvang van ruim 350.000 m² wvo⁶. Per 1.000 inwoners komt dat overeen met 7,2 winkels en 1.435 m² wvo. In bijlage 1 en 2 is een overzicht gegeven van het winkelaanbod in de regio in 2005 en in 2011.

Opvallend is dat in een vergelijking met de winkelvoorraad in geheel Nederland er in de Gooi en Vechtstreek relatief veel winkels zijn. Per 1.000 inwoners zijn er in Nederland circa 6,3 winkels per 1.000 inwoners; in de Gooi en Vechtstreek 7,2. Wanneer naar de oppervlakte gekeken wordt is er in het gehele land een omvang van 1.690 m² per 1.000 inwoners. In de Gooi en Vechtstreek is dat slechts 1.435 m² per 1.000 inwoners. Ook ten opzichte van het provinciaal gemiddelde doen zich dergelijke verschillen voor. In de provincie zijn per 1.000 inwoners 6,6 winkels aanwezig en 1.567 m² wvo.

Ook blijkt duidelijk dat de gemiddelde omvang van de winkels in de Gooi en Vechtstreek relatief klein is. Gemiddeld zijn winkels in de Gooi en Vechtstreek circa 15% kleiner dan in de gehele provincie Noord-Holland. Ten opzichte van de gemiddelde winkelomvang in het gehele land zijn de winkels in de Gooi en Vechtstreek circa 25% kleiner. In de gemeenten Muiden en Naarden zijn de winkels gemiddeld genomen aanzienlijk groter dan in de andere gemeenten van de regio. Uiteraard heeft dit te maken met de grootschalige cluster Maxis in Muiden en de aanwezigheid van grote winkels op Gooimeer-Zuid in Naarden.

⁶ Bron: Locatus 2011.



Jan des Bouvrie in Naarden



Maxis in Muiden

Tabel 4.1 Detailhandel in De Gooi en Vechtstreek in 2011.

Gemeente	Totale omvang		Omvang per 1.000 inwoners		Gemiddelde winkelomvang in m ² wvo
	Aantal winkels	Omvang in m ² wvo	Aantal winkels	Omvang in m ² wvo	
	Blaricum	37	6.448	4,1	
Bussum	352	59.497	10,8	1.836	169
Hilversum	685	132.408	8,1	1.557	193
Huizen	210	45.329	5,0	1.086	216
Laren	160	18.516	14,0	1.623	116
Muiden	36	15.435	5,5	2.377	429
Naarden	93	32.316	5,4	1.880	347
Weesp	93	16.296	5,2	906	175
Wijdmeren	95	24.696	4,1	1.059	260
Totaal	1.761	350.941	7,2	1.435	199
Nederland	103.807	27.712.000	6,3	1.690	267
Provincie Noord Holland	17.781	4.183.000	6,6	1.567	235

Afgelopen 5 jaar weinig groei in het winkelaanbod

In tegenstelling tot diverse andere gebieden in Nederland is het winkelaanbod in de Gooi en Vechtstreek in vergelijking met de situatie in 2005 niet of nauwelijks gegroeid. In 2005 waren er in totaal 1.940 winkels aanwezig met een gezamenlijk omvang van circa 340.000 m² wvo. Vergeleken met de huidige situatie nam het aantal winkels in de periode 2005 tot en met 2011 met circa 10% af; daarentegen nam de totale omvang in m² wvo uitgedrukt met zo'n 3% toe. Met name in Naarden werd de afgelopen jaren een sterke toename gerealiseerd van de winkeloppervlakte. Oorzaak hiervan was vooral een toename van het aanbod in de branche plant en dier en in de branche overige detailhandel. In de gemeente Wijdmeren nam het winkelaanbod met zo'n 5.000 m² wvo af. Oorzaak hiervan was het verminderde aanbod op het gebied van plant en dier en op het gebied van woninginrichting.

Hieronder wordt de ontwikkeling in de periode 2005 tot en met 2011 per gemeente in beeld gebracht.

Tabel 4.2 Ontwikkeling detailhandel in de Gooi en Vechtstreek per gemeente in de periode 2005 tot en met 2011

Gemeente	2005		2011		Ontwikkeling 2005 – 2011 (2005 = 100)	
	Aantal winkels	Omvang in m ² wvo	Aantal winkels	Omvang in m ² wvo	Aantal winkels	Omvang in m ² wvo
Blaricum	39	4.890	37	6.448	95	132
Bussum	399	57.890	352	59.497	88	103
Hilversum	752	133.170	685	132.408	91	99
Huizen	216	42.835	210	45.329	97	106
Laren	172	18.955	160	18.516	93	98
Muiden	42	16.110	36	15.435	86	96
Naarden	99	20.120	93	32.316	94	161
Weesp	114	16.430	93	16.296	82	99
Wijdemeren	107	29.465	95	24.696	89	84
Totaal	1.940	339.865	1.761	350.941	91	103

Leegstand van winkels ongeveer gelijk aan landelijk gemiddelde

In de gehele regio staan momenteel circa 224 winkels leeg⁷. Dat is bijna 13% van het totaal aantal winkels. Van de totale winkeloppervlakte staat circa 28.000 m² wvo leeg, overeenkomend met circa 8% van het totale metrage. Deze cijfers wijken niet of nauwelijks af van het landelijke leegstandsbeeld⁸.

Gemiddeld gezien is de leegstand in de grotere gemeenten Bussum en Hilversum aanzienlijk hoger dan in de andere gemeenten. Ook in Muiden staan relatief veel winkels leeg, alhoewel het hier niet om een grote oppervlakte gaat. Wanneer ingezoomd wordt op de hoofdwinkelcentra van kleinere steden valt op dat in deze centra de leegstand duidelijk lager is dan in hoofdwinkelgebieden van vergelijkbare steden (zie bijlage 3).

Koopzondagen

De gemeenten Blaricum, Huizen, Muiden, en Wijdemeren kennen geen koopzondagen. Koopzondagen zijn er wel in de gemeente Naarden in verband met de toeristische functie van Naarden-Vesting. Verder zijn er ook koopzondagen in Bussum (5 koopzondagen), in de gemeente Hilversum (de binnenstad kent 12 koopzondagen),

⁷ Een winkelpand wordt als leegstand geregistreerd indien het redelijkerwijs de verwachting is dat in het leegstaande pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consumentgerichte dienstverlening zal terugkomen. Daarnaast geldt (binnen een winkelgebied) dat het pand als winkel in gebruik was en nu daadwerkelijk leeg staat of dat er te koop/huur op staat (als verkooppunt). Buiten winkelgebieden moeten beide criteria gelden.

⁸ In geheel Nederland staat momenteel circa 13% van het aantal winkels leeg; in m² wvo circa 9,5%.

in de gemeente Laren (6 koopzondagen) en in het Maxis center in Muiden (elke laatste zondag van de maand).

Ook in Weesp mogen de winkeliers elke zondag open zijn. Albert Heijn is elke zondag open en de andere winkeliers hebben gezamenlijk afgesproken om zo'n 8 keer per jaar hun winkels op zondag open te doen.

Afhaalpunten internet (webwinkels) sterk in opmars

Het consumentengedrag is veranderd met de komst van internetwinkelen. Er bestaan webwinkels die uitsluitend digitaal functioneren, maar veel gewone winkels verzorgen in aanvulling op hun bedrijfsvoering ook een webwinkel (cross channel verkopen). Er ontstaan ook nieuwe manieren waarop de consument zijn via internet gekochte artikelen kan verkrijgen: bezorgen of ophalen. De meest voorkomende manier is de producten aan huis te laten bezorgen.

Er zijn verschillende soorten afhaalpunten: gewone winkels, afhaalpunten en webwinkel-balies. Voor het ophalen kan dit bij gewone winkels, maar er ontstaan ook afhaalpunten op niet-detailhandelslocaties. Belangrijke afhaalpunten in de Gooi en Vechtstreek zijn Create2Fit in Naarden en de verschillende Kiala afhaalpunten (Weesp, Nederhorst den Berg, Bussum).



Links een Kiala afhaalpunt in Weesp.



Rechts Create2Fit in Naarden

Er is onderscheid te maken in de afhaalbalies bij webwinkels, als ondergeschikte functie van de bedrijfsvoering en de afhaalpunten. Bij de afhaalbalies van webwinkels kunnen de via internet aangeboden artikelen worden afgehaald. Omdat bij deze afhaalbalies uitstalling van aangeboden artikelen plaatsvindt (showroom) en aankoop ter plaatse mogelijk is, bestaat de kans dat dergelijke afhaalpunten bij webwinkels evolueren naar gewone winkels. Het is belangrijk de hoofdactiviteit van internetverkoop te bewaken op niet-detailhandelslocaties. De afhaalpunten (bv van Kiala) zijn verschillend van afhaalbalies doordat zij zelf geen producten via internet verkopen, maar een dienst verzorgen voor verschillende webwinkels. Deze afhaalpunten zijn ondergebracht bij andere bedrijven (bv een benzinstation of een win-

kel op een treinstation). Ook voor deze locaties geldt dat de hoofdactiviteit behouden moet blijven en er geen verschuiving plaatsvindt.

Weinig aanbod op gebied van doe-het-zelf en woninginrichting, geen PDV-locaties

In veel gemeenten is het aanbod van winkels in referentiegemeenten hoger dan in de gemeenten in de Gooi en Vechtstreek. Dit wordt vooral veroorzaakt door een sterke ondervertegenwoordiging van de branches doe-het-zelf en woninginrichting. Met name is dat het geval in Hilversum, waar ook op het gebied van plant en dier relatief weinig aanbod is. Opvallend is verder dat er in de regio geen locaties zijn waar PDV-winkels in geconcentreerde vorm gevestigd zijn (woonboulevards, PDV-clusters). Alle winkels op het gebied van woninginrichting, bouwmarkten en tuincentra zijn ofwel in winkelcentra gevestigd, ofwel op verspreide locaties in het buitengebied of op bedrijventerreinen. Wel is er in de regio een perifere locatie waar zich grootschalige winkels in een geconcentreerde vorm hebben gevestigd (een GDV-locatie). Het betreft hier de Maxis locatie in Muiden.

Recreatieve branches vooral in Hilversum

In bijlage 2 is per gemeente het huidige aanbod uitgesplitst naar branche. Uit dit overzicht komt duidelijk naar voren dat Hilversum de belangrijkste retailstad in de Gooi en Vechtstreek is. Maar liefst ongeveer 40% van het totale winkelaanbod (in m² wvo) is in deze stad gevestigd.

De rol van het retailaanbod in Hilversum komt nog duidelijker naar voren wanneer gekeken wordt naar de verschillende branches. Zo blijkt dat in de recreatieve branches (de funshopbranches) warenhuizen voor 67% geconcentreerd zijn in Hilversum, kleding en mode voor 48%, schoenen en lederwaren voor 52%, juweliers & optiek voor 41% en huishoudelijke en luxe artikelen voor 46%.



Winkelcentrum Gooische Brink in Hilversum



The Sting in Hilversum

Winkelaanbod in Bussum ongeveer de helft van Hilversum

Het winkelaanbod in Bussum is ongeveer de helft van de omvang in Hilversum. Bussum telt circa 350 winkels met een totale omvang van bijna 60.000 m² wvo. De om-

vang van de recreatieve branches is hier zowel absoluut als relatief aanzienlijk geringer dan in Hilversum.

Weinig aanbod in Huizen ten opzichte van referentiegemeenten

De derde belangrijke retailstad in de Gooi en Vechtstreek is Huizen. Huizen telt ruim 200 winkels met een totale omvang van ruim 45.000 m² wvo. Ook hier is de omvang van het recreatieve aanbod aanzienlijk geringer dan in Hilversum en ook kleiner dan in Bussum.

In de gemeente Huizen is in veel branches sprake van een ondervertegenwoordiging van het aanbod ten opzichte van andere referentiegemeenten. Met name op het gebied van levensmiddelen, kleding en mode, doe-het-zelf en woninginrichting is dat het geval.

Ook Weesp ondervertegenwoordigd

Evenals in Huizen is het detailhandelsaanbod in Weesp ondervertegenwoordigd. Momenteel is er een detailhandelsomvang van circa 16.000 m² wvo, terwijl dat in referentiegemeenten ongeveer het dubbele is. Deze ondervertegenwoordiging uit zich vooral in de branches levensmiddelen, kleding en mode, plant en dier en woninginrichting.

Laren en Blaricum onderscheiden zich met zeer hoogwaardige winkels

Met name in de gemeenten Laren en Blaricum, maar ook op enkele andere locaties, zijn veel hoogwaardige winkels te vinden in een zeer aantrekkelijk kleinschalig verblijfsmilieu. Met name in Laren is dat het geval. Vooral op het gebied van mode trekken deze hoogwaardige winkels veel bezoekers van buiten de eigen gemeente en de regio. Het Regionaal Bureau voor Toerisme (RBT) Gooi en Vecht heeft in samenwerking met iTrovator de 'Gooise Vrouwen Shopping Fietsroute' langs deze gemeenten ontwikkeld om op deze wijze het hoogwaardige winkelaanbod te promoten.

Bijzondere positie Naarden

Naarden neemt in verschillende branches een bijzondere positie in. Zo blijkt dat van het totale aanbod in de regio in de branche antiek en kunst circa 32% in Naarden is geconcentreerd (vooral in de Marktstraat bevinden zich veel antiekwinkels), circa 41% van het overig aanbod (o.a. de Kringloper aan de Amsterdamsestraatweg) en circa 26% van het aanbod in de branche plant en dier (o.a. het grote tuincentrum Naarderplant aan de Huizerstraatweg).

Sterk aanbod in Muiden

In Muiden is relatief veel detailhandel aanwezig. Dit wordt veroorzaakt door de (perifeer gelegen) Maxis locatie in Muiden (een GDV-locatie). Het betreft vooral de branches levensmiddelen, kleding en mode, huishoudelijke en luxe artikelen, bruin- en witgoed en wonen.

Sterk aanbod van plant en dier in Wijdemeremeren

Wanneer het aanbod in de verschillende kernen van Wijdemeremeren vergeleken wordt met referentiekernen in Nederland⁹ blijkt dat in de gehele gemeente ongeveer 5000 m² wvo te weinig aanwezig is. Op het gebied van dagelijkse artikelen is het aanbod ongeveer in evenwicht. Op het gebied van niet-dagelijkse artikelen is het aanbod op het gebied van kleding en mode enigszins ondervertegenwoordigd. Dat beeld is ook aanwezig op het gebied van doe-het-zelf producten en vooral ook op het gebied van woninginrichting. Een zeer ruim aanbod is aanwezig in de branches plant en dier.

Uitbreidingsplannen detailhandel in de Gooi en Vechtstreek met regionale uitstraling beperkt

In bijlage 5 is een overzicht gegeven van de uitbreidingsplannen van het winkelaanbod in de Gooi en Vechtstreek. Veel plannen hebben betrekking op kleinere wijk- en buurtcentra die nagenoeg geen regionale uitstraling hebben. Wel mag enige regionale uitstraling verwacht worden van de plannen in de centrumgebieden van Hilversum, Bussum en Huizen. Zo wordt in Hilversum aan het Langgewenst een nieuwe ontwikkeling gerealiseerd waar zich naast een grote bioscoop ook grootschalige detailhandel (gdv) zal vestigen (circa 3.700 m² wvo) en mogelijk een supermarkt van 1.000 m² wvo.

In het centrum van Bussum zal extra winkelruimte worden gerealiseerd binnen het Scapino / de Nieuwe Brink-project van maximaal 1.700 m².



Het Langgewenst in Hilversum



Het Scapino terrein in Bussum

En in het centrum van Huizen zal een nieuw winkelproject aan de Keucheniusstraat gerealiseerd worden met een omvang van circa 8.600 m², waarvan 7.100 m² voor niet-dagelijkse goederen en 1.500 m² voor dagelijkse goederen. Tenslotte dient vermeld te worden dat er momenteel een aanvraag ligt voor de vestiging van een Action aan de Hogeweyselaan in Weesp (circa 1.500 m² wvo) en dat er in de gemeente Wijdemeremeren het nieuwe dorpscentrum van Oud-Loosdrecht o.a. wordt uitgebreid met circa 1.000 m² bvo watersportgebonden detailhandel.

⁹ Op basis van inwoneraantallen.

Wanneer alle plannen bij elkaar worden opgeteld, en ook alles wordt gerealiseerd, bedraagt de planvoorraad circa 31.000 m² wvo, waarvan circa 10.000 m² wvo voor uitbreiding van het dagelijks aanbod en circa 21.000 m² wvo voor uitbreiding van het niet-dagelijks aanbod.

Veel restaurants en weinig hotels

De horecasector is in de Gooi en Vechtstreek sterk vertegenwoordigd. Met name geldt dit voor restaurants. Per 10.000 inwoners zijn er in de regio 7,3 restaurants aanwezig¹⁰. In alle gemeenten (met uitzondering van Huizen en Naarden) ligt het gemiddeld aantal restaurants per 10.000 inwoners hoger dan het landelijk gemiddelde. Landelijk zijn maar 6,6 vestigingen per 10.000 inwoners aanwezig en ook in enkele naburige regio's (Stedendriehoek¹¹, Eemland, West Utrecht) ligt het aantal restaurants relatief lager. In de drankensector blijft de regio (met 8,1 vestigingen per 10.000 inwoners) enigszins achter bij het landelijk beeld (10,3 vestigingen per 10.000 inwoners). Met name Blaricum en Huizen scoren laag. Opvallend is overigens ook dat het hotelaanbod in de regio laag is. Met circa 0,7 hotels per 10.000 inwoners blijft de 'hoteldichtheid' in de regio aanzienlijk achter op het landelijk beeld met 1,9 hotels per 10.000 inwoners.



Het centrum van Huizen



Het uitbreidingsplan Keucheniusstraat

4.2 Concurrerende centra

Buiten de Gooi en Vechtstreek grote winkelcentra

Zoals hiervoor is beschreven bevindt zich buiten de Gooi en Vechtstreek een aantal belangrijke winkelcentra met een sterke (boven)regionaal verzorgende functie.

¹⁰ Bron: www.hinc.databank.nl

¹¹ De gemeenten Apeldoorn, Deventer en Zutphen.

De belangrijkste hiervan zijn:

Amsterdam centrum

Het centrum van Amsterdam is met afstand de meest omvangrijke winkelbestemming in Nederland. Er zijn ruim 2.100 verkooppunten gevestigd met een totale omvang van circa 260.000 m² vvo. Vrijwel alle internationaal opererende winkelformules zijn in Amsterdam vertegenwoordigd met een 'flagship store'. Er zijn verschillende deelgebieden met allemaal een eigen karakter.

Ketens clusteren zich bijvoorbeeld in de Kalverstraat en omgeving, terwijl De Negen Straatjes verrassend en kleinschalig aanbod bieden.

Qua omvang is De Bijenkorf op de Dam met 20.000 m² de belangrijkste trekker. Met ingang van begin 2010 zijn in de gehele gemeente Amsterdam alle winkels in de gelegenheid gesteld om op zondag open te zijn.

Amsterdam Zuidoost

Rond het Bijlmerplein bevindt zich het belangrijkste winkelcentrum in het stadsdeel Amsterdam Zuidoost: Amsterdamse Poort. Dit stadsdeelcentrum heeft een omvang van circa 28.500 m² vvo en 160 verkooppunten. Het winkelaanbod is zeer gevarieerd. De bekende warenhuizen worden afgewisseld met speciaalzaken en supermarkten. Uniek is ook de Shopperhal, een permanente overdekte markt waar allerlei artikelen tegen aantrekkelijke prijzen worden aangeboden. Sedert begin 2010 mogen alle winkels in Amsterdam Zuidoost op zondag open zijn.

Amsterdam Arena

De grootste perifere winkelconcentratie in Amsterdam in het zuidoosten van de stad. Gezamenlijk hebben circa 70 winkels een omvang van 80.000 m² vvo. Ruim 63.000 m² is gevestigd in winkelcentrum Villa Arena. Trekkers zijn electronicawarenhuis MediaMarkt, De Woonfabriek (Villa Arena), Decathlon en Perry Sport. De druk op winkelcentrum Villa Arena is groot. Eigenaar Corio onderzoekt op welke manieren het functioneren van de winkels kan worden verbeterd. Verdere brancheverbreiding behoort tot de mogelijkheden. Ook hier geldt dat met ingang van begin 2010 alle winkels in het ArenA gebied op zondag open mogen.

Utrecht centrum

Het winkelaanbod in het centrum van Utrecht heeft een omvang van 140.000 m² en bijna 800 winkels. De diversiteit is groot. Trekkers zijn de grote warenhuizen, waarvan V&D met ruim 17.000 m² een uitschieter is. Een belangrijke winkelconcentratie in het centrum is het centrum Hoog Catharijne (43.000 m² vvo), nabij het Centraal Station. Veel bekende filiaalbedrijven zijn er vertegenwoordigd. Winkelcentrum Hoog Catharijne transformeert de komende jaren. Het bestaande winkelaanbod wordt met 35.000 m² winkels uitgebreid (rondom de thema's fashion, food en lifestyle). Bovendien ontstaat er een directe verbinding met de binnenstad. De winkels in de binnenstad van Utrecht mogen op een beperkt aantal zondagen open zijn.

Utrecht The Wall

The Wall in Utrecht kan worden omschreven als een Retail Park. De grootschaligheid van de winkels staat centraal. Deze concentratie (geopend in 2009) is gelegen aan de A2. De totale oppervlakte bedraagt 36.700 m² wvo verdeeld over 10 winkels. Opvallend is de forse leegstand: circa 8.000 m² wvo en 4 winkels. Het aanbod bestaat uit de formules Topshelf, Saturn, Karwei, WoonOutlet, Toys XL en BCC. De winkels in The Wall mogen elke eerste zondag van de maand open.

Utrecht woonboulevard

De woonboulevard in Utrecht behoort tot één van de grootste van Nederland. Het cluster is gelegen ten zuiden van de wijk Kanaleneiland, aan de snelweg A12. De woonboulevard heeft een omvang van circa 95.000 m² wvo en 70 winkels. Vrijwel al het aanbod bestaat uit zaken in de branchegroep 'in/om het huis'. Grote trekker is Ikea met 17.600 m² wvo. Andere omvangrijke formules zijn Riant-Stoutenbeek meubelen en De Bommel meubelen. Plannen voorzien in een uitbreiding van de woonboulevard met 30.000 m² winkels. Onder andere meubelwarenhuis Ikea gaat uitbreiden. De woonboulevard in Utrecht kent een ruim aantal zondagen dat de winkels open mogen.

Almere centrum

Het winkelaanbod in Almere is, gedreven door de bevolkingsontwikkeling, het laatste decennium sterk gegroeid. Het centrum heeft een moderne uitstraling en er is veel ruimte voor grootschaligheid. De omvang bedraagt ruim 93.000 m² wvo (315 winkels). De leegstand ligt met 16% boven het landelijk gemiddelde. De Citymall is de laatste toevoeging (circa 34.000 m² wvo). De eigenaar gaat in de toekomst investeren in het aantrekkelijker maken van de Citymall. Bezoekers zijn kritisch over de sfeer en windhinder. Daarnaast komt in het nieuwe stadsdeel Almere Poort een nieuw stadsdeelcentrum tot ontwikkeling (Olympiakwartier Oost). Het gaat om 30.000 m² winkels met dagelijks en frequent niet-dagelijks aanbod. In Almere Poort komt ook een retailpark van circa 3.000 m² winkeloppervlakte en 5.000 m² horeca. Met name deze laatste ontwikkelingen kunnen in de toekomst sterk concurrerend worden met de winkels in de Gooi en Vechtstreek. In Almere mogen alle winkels op zondag open zijn.

Amersfoort centrum

Ook Amersfoort is een groeistad. De binnenstad is aantrekkelijk vanwege het middeleeuws karakter met grachten. Na de binnenstad van Utrecht is het de tweede koopstad van de provincie. Het winkelaanbod in het Amersfoortse centrum heeft een omvang van 68.000 m² wvo verdeeld over circa 375 winkels. Op beide fronten de helft van de omvang t.o.v. het centrum van Utrecht. Warenhuis V&D heeft met ruim 5.600 m² wvo de grootste omvang, gevolgd door sportzaak Wim Jaquet en H&M. De binnenstad van Amersfoort kent in totaal 12 koopzondagen.

Amstelveen centrum

Het centrum van Amstelveen heeft een omvang van 50.000 m² wvo en ruim 160 verkooppunten. In de jaren '90 is het centrum flink uitgebreid als reactie op de snel groeiende bevolking van Amstelveen. Doordat Amstelveen op een steenworp afstand ligt van Amsterdam is het centrum vooral gericht op de eigen bevolking. Amstelveen-centrum heeft een moderne uitstraling en de leegstand is uiterst beperkt. Er zijn twee overdekte winkelcentra: Binnenhof (20.000 m² wvo) en Rembrandthof (14.300 m² wvo).

Trekkers zijn de warenhuizen V&D (10.800 m² wvo) en De Bijenkorf (7.350 m² wvo). De winkels in het centrum van Amstelveen mogen elke eerste zondag van de maand open zijn. Daarnaast zijn er nog enkele andere koopzondagen.

Nijhof in Baarn

Niet onvermeld mag blijven het perifeer gevestigde Bouw- en woonwarenhuis Nijhof te Baarn. Nijhof is voornemens haar winkel aanzienlijk uit te breiden. Daarnaast zijn er plannen aan het concept ook andere winkels toe te voegen, waarvan in ieder geval Praxis met 5.500 m². De nieuwbouw heeft een omvang van 27.000 m², de huidige Nijhofwinkel is 16.000 m². Met deze ontwikkeling wordt een revitalisering van bedrijventerrein Noordschil nagestreefd.

4.3 Koopstromen in de Gooi en Vechtstreek

In deze paragraaf wordt nader ingegaan op de koopstromen in de regio. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de resultaten van het onlangs gehouden koopstromenonderzoek in de Randstad¹². Tevens wordt, waar dat mogelijk is, een vergelijking gemaakt met de koopstromen in 2004¹³.

Koopkrachtbinding daalt

Uit de conclusies van het Koopstromenonderzoek 2011 blijkt dat de regionale binding aan winkels in de gehele Randstad opnieuw een dalende tendens vertoont. Dat is ook in de Gooi en Vechtstreek het geval. Op het gebied van dagelijkse artikelen nam de binding in de regio af van 97% in 2004 tot 94% in 2011. Sterker was de daling op het gebied van niet-dagelijkse artikelen. Was er in 2004 nog een regionale binding van 82%, in 2011 is deze gedaald tot 68%. Veel koopkracht op het gebied van niet-dagelijkse goederen vloeit af naar omliggende regio's of verder weg (21%) of wordt via internet besteed (12%). Bestedingen via internet hoeven echter niet per definitie altijd online plaats te vinden. Veel fysieke winkels leveren ook via internet bestelde artikelen aan de consument (cross channel). De hierboven staande cijfers omtrent daling van de koopkrachtbinding geven derhalve een geflatteerd beeld.

¹² Bron: Randstad Koopstromenonderzoek 2011, I&O Research, november 2011.

¹³ Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2004, Intomart/GfK, 2004.

Koopkrachttoevloeiing zowel vanuit aangrenzende regio's als van verder weg

Tegenover deze afvloeiing stond een koopkrachttoevloeiing op het gebied van dagelijkse goederen van circa 12% en op het gebied van niet-dagelijkse goederen van circa 16% van de totale omzet. Circa 1/3 van deze koopkrachttoevloeiing komt van buiten de aangrenzende regio's. Tot de aangrenzende regio's worden beschouwd de regio's Utrecht Noord-West, Utrecht Noord en Eemland Noord-West.

Economisch functioneren iets boven gemiddelde van omliggende regio's

De totale detailhandelsomzet in 2011 in de Gooi en Vechtstreek wordt geraamd op € 1,1 miljard, waarvan € 650 miljoen op het gebied van dagelijkse goederen en € 490 miljoen op het gebied van niet-dagelijkse goederen. Dit betekent een gemiddelde vloerproductiviteit van € 7.800,- per m² vwo voor dagelijkse artikelen en € 1.840,- voor niet-dagelijkse artikelen. Wanneer we deze gemiddelde vloerproductiviteit vergelijken met het gemiddelde in de omliggende regio's blijkt dat het economisch functioneren van de winkels in de Gooi en Vechtstreek iets boven het gemiddelde van de omliggende regio's ligt. Ook hier dient opgemerkt te worden dat de werkelijke omzet enigszins hoger zal zijn dan hierboven is aangegeven. Oorzaak hiervan is dat veel internetaankopen plaats vinden via de reguliere detailhandel (cross channel).



Ondanks de daling van de aantrekkingskracht zijn de ruimtelijke kwaliteiten van Weesp hoog

Sterke daling vloerproductiviteit op gebied van niet-dagelijkse goederen

Een vergelijking met de omzetcijfers in de regio in 2004 toont aan dat in 2004 op het gebied van dagelijkse goederen een omzet werd gerealiseerd van € 464 miljoen en op het gebied van niet-dagelijkse goederen van € 573 miljoen. Op het gebied van dagelijkse goederen nam de omzet dus nominaal sterk toe (+40%), terwijl op het gebied van niet-dagelijkse goederen de omzet met zo'n 15% afnam. Een vergelijking van de gemiddelde vloerproductiviteit in 2004 en 2011 laat zien dat de gemiddelde vloerproductiviteit op het gebied van dagelijkse goederen de laatste jaren is toegenomen van € 7.000 in 2004 tot € 7.800 per m² vwo in 2011. Op het gebied van

niet-dagelijkse goederen is een omgekeerd beeld zichtbaar. Hier daalde de gemiddelde vloerproductiviteit van € 2.500 in 2004 tot € 1.840 in 2011¹⁴.

Belangrijkste aankoopplaatsen voor mensen uit de regio

De belangrijkste aankoopplaatsen voor inwoners van de regio zijn voor dagelijkse artikelen het centrum van Bussum, het centrum van Hilversum, Kerkelanden in Hilversum en Maxis in Muiden. In deze centra wordt circa 1/3 van de totale omzet in dagelijkse artikelen gerealiseerd.

Op het gebied van niet-dagelijkse goederen zijn dat het centrum van Hilversum, het centrum van Bussum, het centrum van Huizen en het centrum van Laren. Deze centra zijn in de regio goed voor bijna 60% van de totale niet-dagelijkse omzet.

Koopstromen per gemeente

In bijlage 6 is een overzicht weergegeven van de ontwikkeling van de koopstromen per gemeente in de regio in de periode 2004 tot en met 2011. In deze opsomming ontbreken de gemeenten Blaricum en Wijdemeren. Deze gemeenten hebben niet meegedaan met het regionale koopstromenonderzoek.

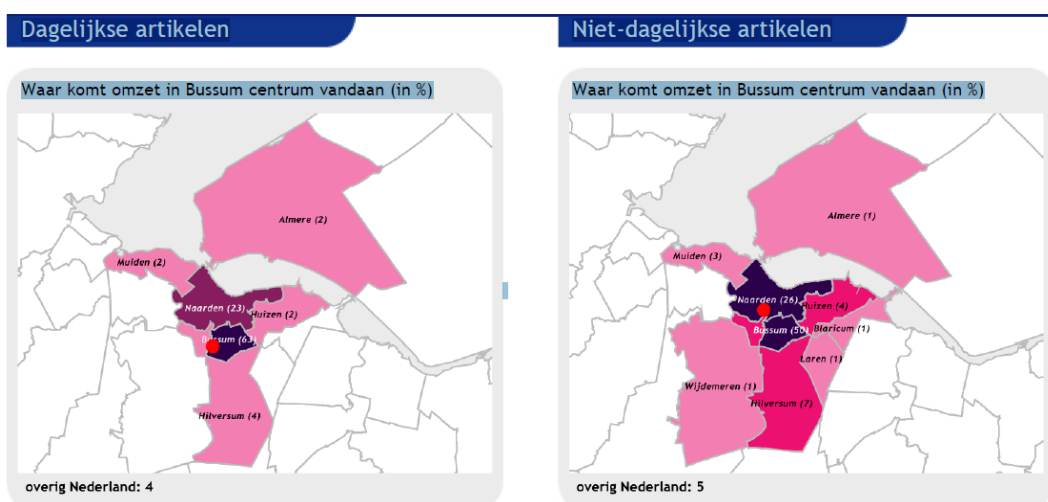
Voorts dient er rekening mee gehouden te worden dat de weergegeven cijfers omtrent de koopkrachtbinding waarschijnlijk aan de lage kant zijn. Immers veel aankopen via internet vinden plaats bij reguliere winkels (cross channel). Hieronder de belangrijkste conclusies:

Bussum

- De koopkrachtbinding in Bussum is de afgelopen jaren gemiddeld met circa 10% gedaald (van 81% naar 72%).
- De daling van de koopkrachtbinding was op het gebied van niet-dagelijkse goederen (van 70% naar 55%) aanzienlijk groter dan bij dagelijkse goederen (van 95% naar 88%).
- Circa 39% van de totale omzet (€ 191 miljoen) komt van buiten de gemeente. In euro's uitgedrukt is dat circa € 75 miljoen.
- De omzetten per m² wvo liggen enigszins boven het gemiddelde van referentiegemeenten.
- De lokale binding aan het centrum is met circa 13% fors afgenomen tot circa 47%.
- Ook hier is de daling van de lokale binding op het gebied van niet-dagelijkse goederen veel sterker geweest dan bij dagelijkse artikelen.
- De omzet in het centrum bedraagt circa € 135 miljoen, waarvan 44% (€ 59 miljoen) afkomstig is van buiten de gemeente.

¹⁴ In deze cijfers zijn de internetverkopen via reguliere winkels (cross channel) niet meegenomen. De vloerproductiviteitscijfers zijn derhalve aan de lage kant.

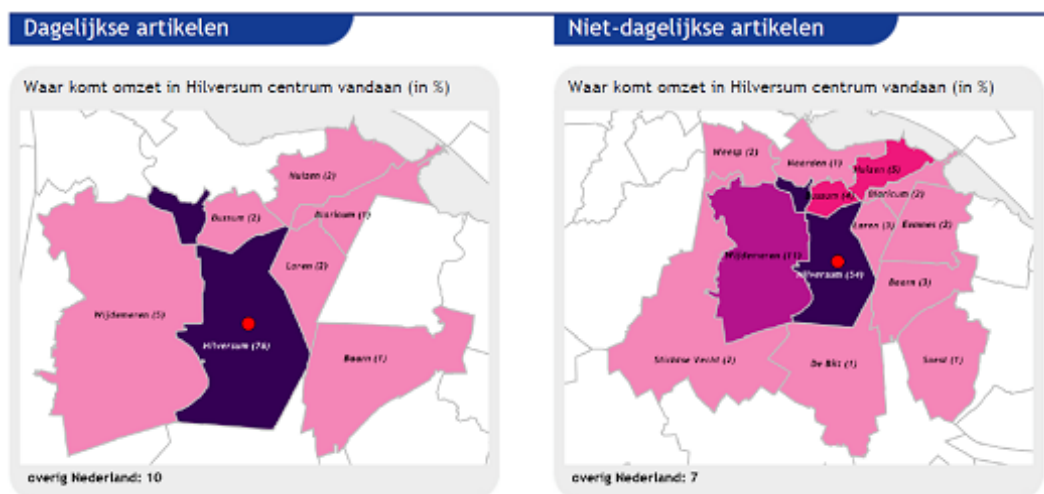
- De herkomst van de omzet van het centrumgebied van Bussum is hieronder weergegeven:



Hilversum

- Ook Hilversum wordt geconfronteerd met een daling van de lokale binding (van 85% naar 77%), alhoewel deze minder groot is dan in Bussum.
- De lokale binding voor dagelijkse goederen daalde van 93% naar 89%; voor niet-dagelijkse goederen van 77% naar 65%.
- In Hilversum wordt een totale omzet gerealiseerd van circa € 438 miljoen, waarvan circa 28%, overeenkomend met circa € 124 miljoen afkomstig is van buiten Hilversum.
- In de dagelijkse sector liggen de omzetten per m² wvo iets onder het gemiddelde in referentiegemeenten, in de niet-dagelijkse sector liggen ze wat hoger.
- Wanneer we naar het centrum van Hilversum kijken, valt op dat de lokale binding fors is gedaald, namelijk van 41% in 2004 tot 30% in 2011.
- Zowel voor dagelijkse goederen (van 29% naar 19%) als voor niet dagelijkse goederen (van 51% naar 42%) bedroeg de daling circa 10%.
- De omzettoevloeiing van buiten Hilversum bleef relatief gelijk (circa 40%).
- De afname van de binding aan het Hilversumse centrum heeft geleid tot een aanzienlijke omzetzdaling. Werde in 2004 in het centrum nog een omzet gerealiseerd van € 261 miljoen; in 2011 was dat nog maar € 205 miljoen, een daling van ruim 20%.
- Naast het centrum van Hilversum heeft ook de binnenstedelijke winkelstraat 'de Gijsbrecht' een belangrijke en bijzondere functie. Door haar omvang en samenstelling van het aanbod (boodschappen en recreatief) trekt het winkelcentrum niet alleen consumenten uit Hilversum Zuid, maar ook van elders in Hilversum en daarbuiten.

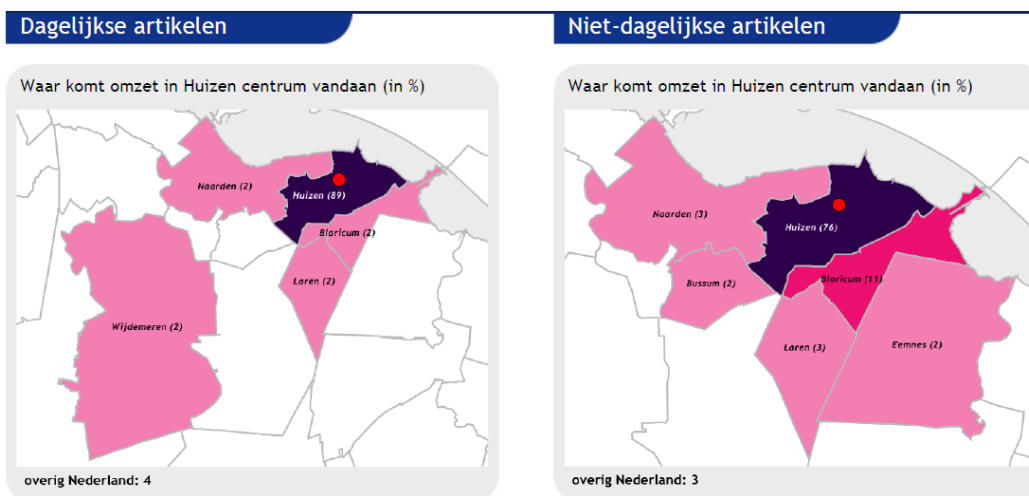
- De herkomst van de omzet van het centrumgebied van Hilversum is hieronder weergegeven:



Huizen

- In de gemeente Huizen is de lokale binding wel gedaald doch minder dan in Bussum en Hilversum. In 2004 bedroeg de binding nog circa 71%, anno 2011 is dat nog 67%.
- Deze geringere daling wordt vooral veroorzaakt door een kleine toename van de binding aan dagelijkse artikelen (van 83% naar 86%) en door een daling van de lokale binding aan niet-dagelijkse goederen van 60% naar 48%.
- In Huizen wordt een totale omzet gerealiseerd van € 171 miljoen, waarvan 19% (€ 32 miljoen) van buiten de gemeente komt.
- De gemiddelde vloerproductiviteit in Huizen ligt zowel op het gebied van dagelijkse als op het gebied van niet-dagelijkse goederen boven het gemiddelde van referentiegemeenten.
- Ruim 40% van de omzet in Huizen wordt gerealiseerd in het centrumgebied (omzet € 72 miljoen).

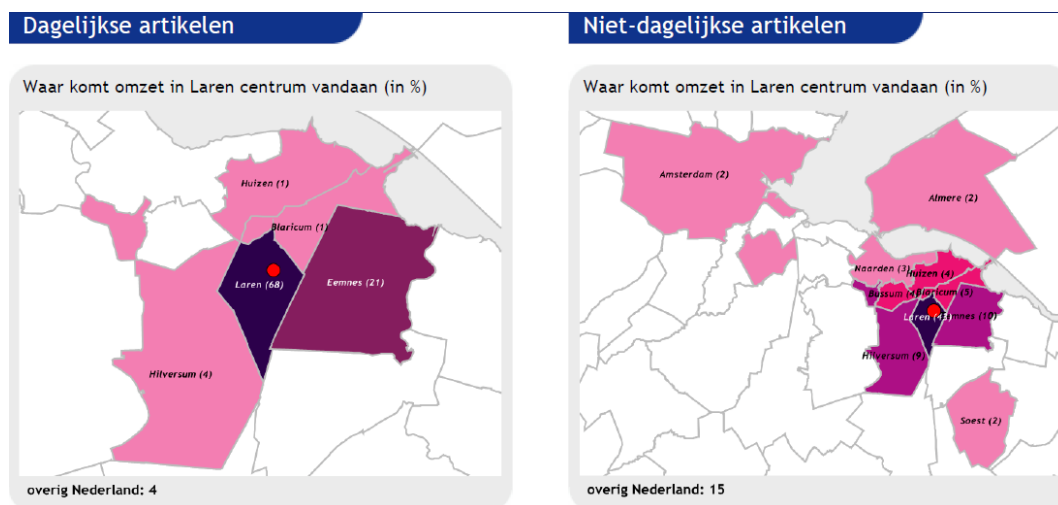
- De herkomst van de omzet van het centrumgebied van Huizen is hieronder weergegeven:



Laren

- Ook de gemeente Laren wordt geconfronteerd met een sterke daling van de lokale koopkrachtbinding. In 2004 bedroeg deze nog circa 62%, in 2011 is deze gedaald tot 51%.
- Deze daling werd vooral veroorzaakt door dagelijkse artikelen (van 87% naar 67%) en minder door niet-dagelijkse artikelen (van 42% naar 36%).
- In Laren wordt een totale omzet gerealiseerd van € 55 miljoen, waarvan een groot deel (43% ofwel circa € 24 miljoen) afkomstig is van buiten Laren.
- De omzet in het centrum van Laren bedroeg in 2011 circa € 51 miljoen, waarvan 43% (€ 22 miljoen) besteed werd door bezoekers van buiten Laren.
- Ook het centrum van Laren wordt geconfronteerd met een sterke daling van de lokale binding.

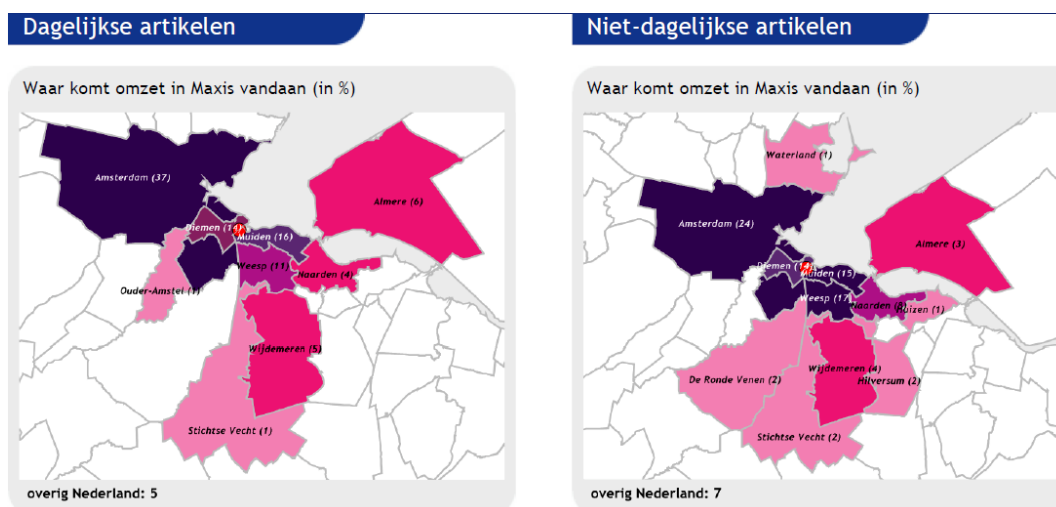
- De herkomst van de omzet van het centrumgebied van Laren is hieronder weer-gegeven:



Muiden

- Muiden is de enige gemeente in de regio waar de lokale koopkrachtbinding toenam. Deze toename wordt geheel veroorzaakt door Maxis.
- De lokale binding aan Maxis nam op het gebied van dagelijkse goederen toe van 34% in 2004 tot 42% in 2011. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen nam de binding toe van 11% in 2004 tot 14% in 2011.
- Ook de omzettoevloeiing van buiten Muiden nam sterk toe. In 2011 kwam circa 85% (overeenkomend met circa € 52 miljoen) van de omzet in Maxis van buiten Muiden. Veel omzet komt uit Amsterdam (34% van de totale omzet in dagelijkse artikelen en circa 24% van de totale omzet in niet-dagelijkse artikelen). Vanuit Diemen komt respectievelijk circa 13 en 12% van de omzet, vanuit Weesp respectievelijk 10 en 12% van de omzet, vanuit Almere respectievelijk 5 en 4% van de omzet en vanuit Wijdemeren respectievelijk circa 4 en 4% van de omzet. De omzet die afkomstig is uit Hilversum en Bussum is gering.
- Vergeleken met referentiegemeenten worden in Muiden hoge omzetten gerealiseerd.

- De herkomst van de omzet van Maxis in Muiden is hieronder weergegeven:



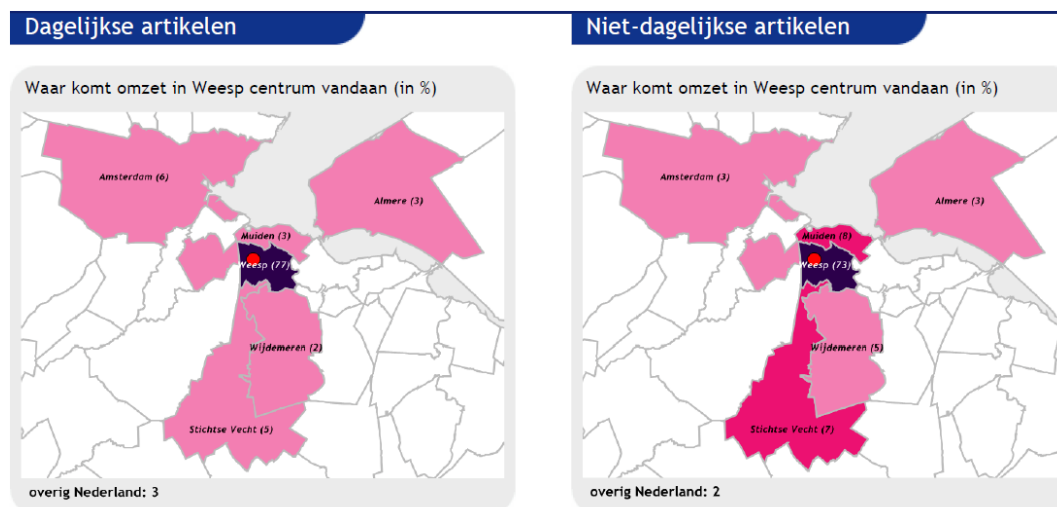
Naarden

- Voor Naarden zijn geen vergelijkingen met 2004 mogelijk.
- Circa 1/3 van het lokale bestedingspotentieel wordt besteed in winkels in Naarden.
- De totale omzet in Naarden bedraagt circa € 50 miljoen, waarvan circa 40% (ofwel circa € 20 miljoen) afkomstig is van buiten Naarden.
- Per m² wvo worden in Naarden omzetten gerealiseerd die enigszins onder het gemiddelde van referentiegemeenten liggen.

Weesp

- Evenals de meeste andere gemeenten wordt ook Weesp geconfronteerd met een stevige daling van de lokale binding.
- Op het gebied van dagelijkse artikelen daalde deze van 90% in 2004 tot 75% in 2011. Op het gebied van niet-dagelijkse artikelen van 51% naar 38%.
- In totaal werd er in Weesp een omzet gerealiseerd van € 64 miljoen, waarvan 25% (€ 16 miljoen) van buiten Weesp kwam.
- Ondanks de daling van de lokale binding ligt de gemiddelde omzet per m² wvo in Weesp zowel op het gebied van dagelijkse als op het gebied van niet-dagelijkse artikelen aanzienlijk boven de gemiddelde omzet in referentiegemeenten.
- Is de oriëntatie van inwoners van Weesp op het lokale winkelaanbod sterk gedaald; de lokale binding op het centrum is nog sterker gedaald.
- Op het gebied van dagelijkse artikelen halveerde deze binding zich (van 62% tot 32%), op het gebied van niet-dagelijkse artikelen liep de lokale binding terug van 41% naar 27%.
- In het centrum wordt een omzet gerealiseerd van circa € 32 miljoen. Ook hier worden wel hoge omzetcijfers gerealiseerd per m² wvo.

- De herkomst van de omzet van het centrumgebied van Weesp is hieronder weergegeven:



Wijdmeren

- Van de gemeente Wijdmeren zijn geen koopstroomgegevens aanwezig.
- Referentiegemeenten in de Randstad realiseren per kern (tot 10.000 inwoners) doorgaans een binding van circa 52% op het gebied van dagelijkse artikelen en van circa 16% op het gebied van niet-dagelijkse artikelen.

Blaricum

- Van de gemeente Blaricum zijn geen koopstroomgegevens aanwezig.
- Referentiegemeenten in de Randstad realiseren per kern (tot 10.000 inwoners) doorgaans een binding van circa 52% op het gebied van dagelijkse artikelen en van circa 16% op het gebied van niet-dagelijkse artikelen.

4.4 Structuur van het winkelaanbod in de regio

Het winkelaanbod in de Gooi en Vechtstreek bestaat uit diverse winkelcentra. Hierbij kan onderscheid gemaakt worden in

1. Regionaal verzorgende hoofdwinkelgebieden;
2. Subregionaal verzorgende hoofdwinkelgebieden;
3. Lokaal verzorgende hoofdwinkelgebieden;
4. Stadsdeel-, wijk- en buurtcentra;
5. Grootschalige en perifere detailhandelsgebieden.

Naast deze structuurbepalende winkelgebieden is er ook nog de verspreide bewinning. Hierbij gaat het vaak om verspreid gelegen buurtwinkels in woonbuurten, maar ook om verspreid gelegen winkels op industrieterreinen. In bijlage 4 is een

overzicht gegeven van de branchering van het aanbod in de belangrijkste winkelcentra in de regio¹⁵.

Regionaal verzorgende hoofdwinkelgebieden

Winkelgebieden met een belangrijke regionaal verzorgende functie. Kenmerken van dergelijke centra zijn:

- De omvang van dergelijke regionale hoofdwinkelgebieden bedraagt minimaal 40.000 m² wvo.
- Het primaire bezoekmotief is zowel recreatief winkelen als boodschappen doen (levensmiddelen).
- Winkelaanbod gericht op doelgerichte aankopen, is in een aantal gevallen versterkend voor deze centra.
- De positionering is gericht op multifunctionaliteit met een aantrekkelijke mix van winkels, horeca, diensten en cultuur, en veel keuze in assortiment.
- De mode en luxe detailhandelsbranches en andere functies die inspelen op een recreatief verblijf zijn de trekkers en domineren deze winkelcentra.
- Het streven is verdere kwaliteitsverbetering van de ruimtelijke en functionele structuur, waardoor het winkelen voor de consument aantrekkelijker wordt (beleving). Nieuwe initiatieven moeten hiertoe leiden en moeten in of aansluitend aan het bestaande winkelgebied plaatsvinden.

In de Gooi en Vechtstreek behoort alleen het centrum van Hilversum tot deze categorie. De winkels in het centrum van Hilversum trekken naast consumenten uit andere gemeenten in de regio eveneens veel klanten van buiten de regio. In totaal gaat het om een omzet van € 82 miljoen in het centrum van Hilversum dat van buiten Hilversum afkomstig is.

Subregionaal verzorgende hoofdwinkelgebieden

Het betreft hier winkelgebieden met de volgende kenmerken:

- Een omvang van circa 15.000 tot circa 40.000 m² wvo.
- Winkelgebieden met een belangrijke subregionale c.q. bovenlokaal verzorgende functie: globaal de eigen woonkern en omliggende kernen.
- Het primaire bezoekmotief is boodschappen doen, recreatief winkelen is meer een afgeleide.
- Winkelaanbod gericht op doelgerichte aankopen, is in een aantal gevallen versterkend voor deze centra.
- De positionering is gericht op een hoge bezoekfrequentie en (laagdrempelige) alledaagse aankopen in food en non-food, met grote diversiteit.
- De dagelijkse sectorbranches domineren deze centra. Eén of meer supermarkten zijn de trekkers.

¹⁵ Onder de belangrijkste winkelcentra worden de hoofdwinkelgebieden verstaan met een regionale en/of subregionale verzorgingsfunctie, de grotere lokaal verzorgende hoofdwinkelgebieden en de Megastores in Muiden. De overige centra hebben voornamelijk een lokale of wijk-, buurtverzorgende functie.

- Het streven is verdere kwaliteitsverbetering van de ruimtelijke en functionele structuur, waardoor ook in deze gebieden het winkelen aantrekkelijker wordt (beleving). Nieuwe initiatieven moeten hiertoe leiden en moeten in of aansluitend aan het bestaande winkelgebied plaatsvinden.

In de Gooi en Vechtstreek heeft het centrum van Bussum een subregionaal verzorgende functie¹⁶. In het centrum van Bussum komt circa 44% van de omzet van buiten Bussum. In € uitgedrukt is dat circa € 59 miljoen. De regionale aantrekkingskracht van het centrum van Bussum blijft daarmee aanzienlijk achter op die van het centrum van Hilversum. Ook de centra van Huizen en Laren hebben enigszins een subregionaal verzorgende functie, zij het dat die aanzienlijk geringer is dan die van Bussum. Daarnaast heeft Laren ook een toeristische aantrekkingskracht. Zo blijkt dat in het centrum van Laren circa 43% van de omzet afkomstig is van buiten Laren. In € uitgedrukt is dat € 22 miljoen. In het centrum van Huizen is dat nog minder, nl. 18% ofwel circa € 13 miljoen. Aangetekend hierbij zij dat door de ontwikkeling van de Keucheniusstraat de regionale toevloeiing wel zal toenemen en dat het centrum van Huizen in de toekomst zijn subregionale verzorgingsfunctie zal versterken.

Lokaal verzorgende hoofdwinkelgebieden

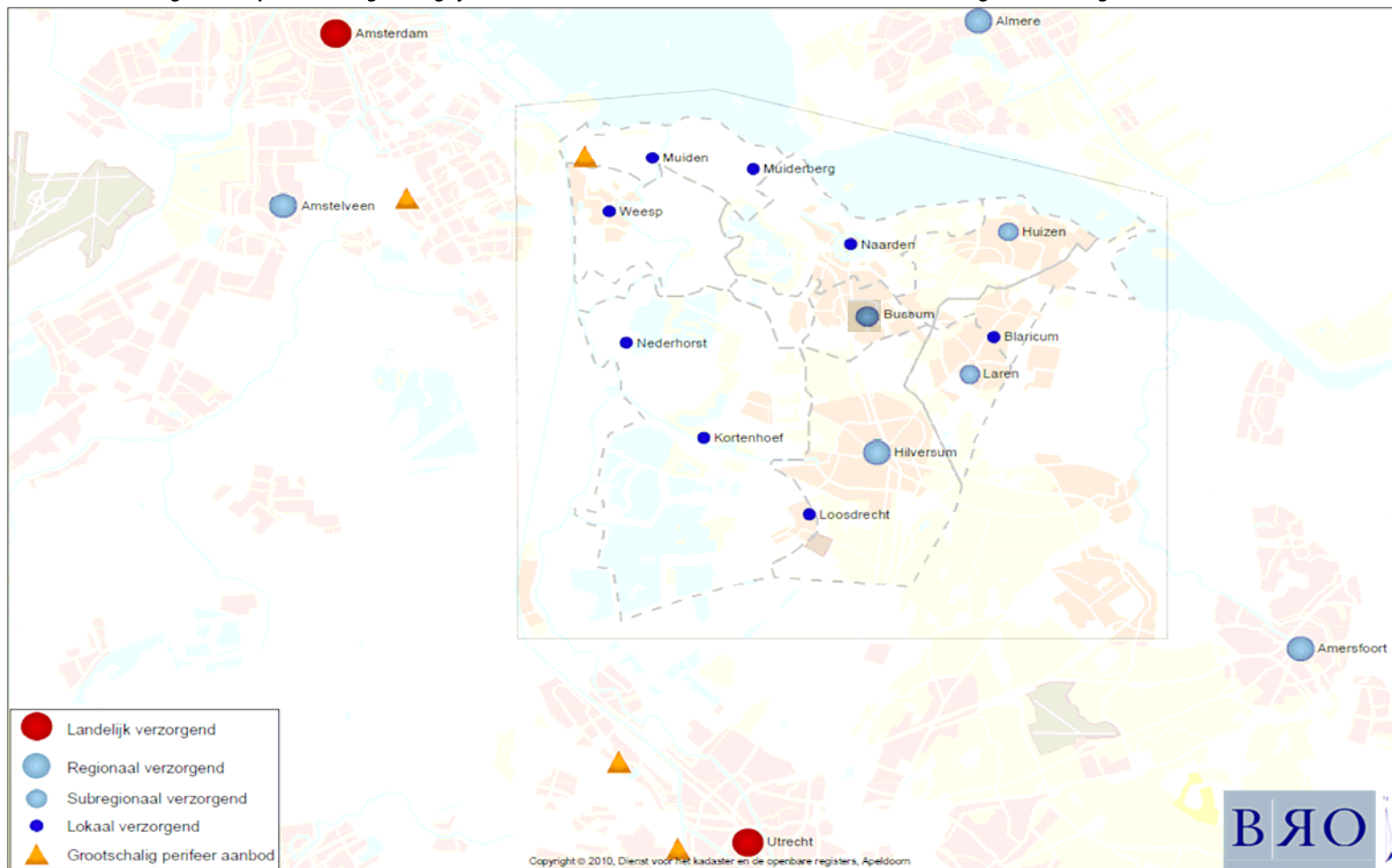
Hoofdwinkelgebieden in de kleinere gemeenten/woonkernen.

- Verspreid over de regio liggen de basisvoorzieningen met een lokale verzorgende functie: hoofdzakelijk de eigen kern.
- Het primaire bezoekmotief is boodschappen doen.
- Een of meer supermarkten zijn de belangrijkste winkels, die eventueel worden aangevuld met enkele andere winkels.
- Het perspectief hangt sterk af van de omvang van het primaire draagvlak en aspecten, zoals schaalgrootte en bereikbaarheid.
- Afhankelijke van de ligging binnen de regio zal dit aanbod ook een basisvoorziening zijn voor toeristen en recreanten. Dit schept extra marktkansen.
- Als basisvoorziening zijn ook de verschillende wijk- en buurtwinkelcentra aan te merken.

Kleine lokaal verzorgende centra in de regio zijn de centra van Naarden, Weesp, Blaricum, Kortenhoef, Loosdrecht, Muiden, Muiderberg en Nederhorst den Berg. Daarnaast hebben deze gemeenten ook een toeristische aantrekkingskracht qua historisch cultureel erfgoed.

¹⁶ Weliswaar is de omvang van het centrum van Bussum groter dan 30.000 m² vvo. De klantenherkomst beperkt zich echter tot Bussum zelf en andere gemeenten in de regio. Van buiten de regio is de omzettoevloeiing beperkt.

Kaart 4.2. Geografische positionering belangrijkste winkelcentra in de Gooi en Vechtstreek en in de aangrenzende regio's.





De centra in Wijdemeren (Loosdrecht centrum en Kortenhoef centrum: lokaal verzorgend)

Grootschalige en perifere winkelgebieden

Voor bepaalde vormen van detailhandel wordt onder voorwaarde vestiging in grootschalige en perifere winkelgebieden toegestaan. Dit vanwege het volumineuze karakter van (een groot deel) van de gevoerde artikelen in combinatie met een lage bezoekfrequentie en een doelgericht bezoekgedrag. Vaak kunnen deze winkels in de traditionele winkelgebieden geen plaats vinden. In de Gooi en Vechtstreek betreft het hier vooral de Megastores op de Maxis locatie in Muiden. De verzorgingsfunctie van dit centrum is vooral subregionaal.

In de Gooi en Vechtstreek behoren de megastores in Muiden tot deze categorie. Haar verzorgingsfunctie is subregionaal. Van de omzet in de megastores in Muiden komt circa 84% van buiten Muiden. In € uitgedrukt is dat circa € 51 miljoen.

Stadsdeel-, wijk- en buurtcentra

De ondersteunende winkelcentra in woonbuurten. Qua functioneren zijn deze vergelijkbaar met de lokaal verzorgende hoofdwinkelcentra. In alle gemeenten worden dergelijke kleinere centra aangetroffen, die vooral een functie hebben voor de dagelijkse verzorging van de daar wonende mensen.

In de nevenstaande kaart is de structuur, gebaseerd op bovenstaande kenmerken in beeld gebracht (zie tevens bijlage 7). Op deze kaart zijn ook de belangrijkste winkelcentra rondom de Gooi en Vechtstreek aangegeven.

5. BELEIDSKADERS

5.1 De Europese Dienstenrichtlijn

De Europese Dienstenrichtlijn heeft als doel de concurrentie tussen dienstverleners van lidstaten te bevorderen. In de Dienstenrichtlijn zijn economische vestigings-eisen verboden. Zo kunnen winkels niet worden geweigerd op basis van gebrek aan (economische) marktruimte, of het failliet gaan van andere winkels. Voorschriften inzake ruimtelijke ordening en stedenbouw of het gebruik van land vallen niet onder de Dienstenrichtlijn. Hier liggen immers geen economische criteria aan ten grondslag. Het is en blijft dus toegestaan bestemmingen aan gronden toe te kennen. De Dienstenrichtlijn staat ook kwantitatieve of territoriale beperkingen toe, bijvoorbeeld op basis van bevolkingsomvang of de minimale afstand tussen dienstverleners. Dergelijke beperkingen zijn toegestaan mits:

- geen onderscheid naar nationaliteit plaatsvindt (discriminatieverbod);
- eisen gerechtvaardigd zijn om dwingende reden van algemeen belang (noodzaak);
- eisen geschikt zijn om het nagestreefde doel te bereiken en niet verder gaan dan nodig is (evenredigheid).

In de jurisprudentie komt, in lijn met hetgeen in de Europese Dienstenrichtlijn staat, steeds naar voren dat het feit dat bestaande winkels meer concurrentie ondervinden of zelfs failliet gaan, niet relevant is bij de beoordeling van winkelplannen. Deze verdringing kan in feite als een gezonde ontwikkeling worden gezien. In de jurisprudentie over duurzame ontwrichting is de consument het uitgangspunt: deze dient op aanvaardbare afstand de geregelde aankopen te kunnen doen¹⁷.

5.2 Het rijksbeleid

Met de komst van de Nota Ruimte in 2006 is het detailhandelsbeleid gedecentraliseerd, waardoor provincies en gemeenten verantwoordelijk zijn voor een nadere uitwerking van het ruimtelijke beleid. De Nota Ruimte vervangt het locatiebeleid voor voorzieningen en bedrijven (ABC-locatiebeleid) en het locatiebeleid voor Perifere en Grootschalige Detailhandelsvoorzieningen (PDV/GDV) door een integraal locatiebeleid voor voorzieningen en bedrijven. Hiermee is de mogelijkheid ontstaan voor de provincies om af te stappen van de strikte branchebeperkingen ten aanzien van detailhandel in gebieden buiten de reguliere centra. In eerste instantie leken de

¹⁷ Bron: Dynamiek door Beleid, Hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert; DTNP in opdracht van CBW-Mitex en HBD, 26 april 2011.

provincies het oude overheidsbeleid ten aanzien van detailhandel te continueren, maar verschillende provincies wijken hier nu toch van af.

5.3 Het provinciaal beleid van Noord Holland

Op 25 november 2008 is de detailhandels- en leisurevisie van de provincie Noord-Holland door Gedeputeerde Staten vastgesteld¹⁸. Uitgangspunt van de visie is een positieve grondhouding voor nieuwe ontwikkelingen, innovatieve concepten, schaalvergroting, die versterkend zijn voor de detailhandelstructuur. Hierbij wordt de kanttekening geplaatst dat nieuwe ontwikkelingen niet mogen leiden tot ernstige verstoring van de bestaande winkelstructuur in de regio.

De provincie Noord-Holland heeft een zestal beleidsdoelstellingen geformuleerd:

1. een vitale, dynamische en concurrerende detailhandels- en leisurestructuur naar behoefte, met behoud van de economische functie (koopkracht);
2. prioriteit geven aan de hoofdwinkelgebieden;
3. optimale regionale afstemming;
4. meer kwaliteit en onderscheidend vermogen;
5. voorkomen van uitholling primaire detailhandel in kleine kernen;
6. geen weidewinkels.

De provincie geeft prioriteit aan versterking van de bestaande hoofdwinkelgebieden. Er wordt ruimte geboden voor nieuwe ontwikkelingen, maar deze dienen bij te dragen aan verbetering van het kwaliteitsniveau en versterking van het onderscheidend vermogen van winkelgebieden. Hierbij dient ook rekening te worden gehouden met de kwaliteitsaspecten. Conform het locatiebeleid van de provincie Noord-Holland is clustering van detailhandel het leidende principe. Weidewinkels zijn uitgesloten. Detailhandel mag alleen worden ontwikkeld in stedelijk gebied (of te ontwikkelen gebied).

De provinciale detailhandels- en leisurevisie steekt sterk in op regionale afstemming. Zo dienen nieuwe initiatieven regionaal te worden afgestemd, maar kunnen ook zaken als branchebeperkingen per regio worden vastgesteld. De provincie laat het formuleren van de branche- en omvangbeperkingen van 'perifere detailhandel', en het handhaven hiervan, over aan de lokale overheden. De provincie streeft naar levensvatbare gebieden voor specifieke, doelgerichte aankopen met een lagere bezoekfrequentie dan een locatie voor dagelijkse boodschappen. De provincie geeft hiermee een grote vrijheid aan de lokale overheden.

- De provincie Noord-Holland faciliteert het proces van regionale afstemming, daar waar ontwikkelingen een regionale impact hebben. Zij zullen de commissies financieel ondersteunen en faciliteren op het gebied van kennis en informa-

¹⁸ Zie: Detailhandels- en leisurebeleid Noord-Holland; Provincie Noord-Holland, mei 2009.

tie, maar zullen niet in deze commissies zitting nemen. Dit kan namelijk conflicteren met de rol als regisseur als ze in het geval van een blijvend conflict hun zienswijze geven op een ontwikkeling.

- Regionale afstemming is nodig indien een nieuwe detailhandelsontwikkeling groter is dan 1.500 m² wvo (buiten de bestaande winkelcentra) of 5.000 m² wvo (binnen bestaande winkelcentra). De gemeenten in De Gooi en Vechtstreek zijn dan verplicht advies te vragen aan de Regionale Adviescommissie Noord-Holland Zuid. Voor grootschalige leisurevoorzieningen is regionale afstemming gewenst bij meer dan 100.000 bezoekers per jaar of meer dan 1.000 zitplaatsen.
- Indien nodig zet de provincie planologische instrumenten in om een keuze af te dwingen daar waar de regionale partijen en niet uitkomen, en bemiddeling niet helpt.
- De provincie organiseert bovenregionale (provinciale) afstemming, en incidenteel ook de interprovinciale afstemming.
- De provincie faciliteert de kennis en informatiehuishouding op provinciale schaal, die nodig is voor de (boven)regionale afstemming en beleidsvorming. In de provinciale verordening van de structuurvisie is een verplichting opgenomen om grootschalige initiatieven in te brengen.
- De provinciale rol en de spelregels zijn opgenomen in de provinciale verordening bij de Structuurvisie.

5.4 Lokaal beleid van gemeenten in de Gooi en Vechtstreek

In dit hoofdstuk wordt van de verschillende gemeenten in de Gooi en Vechtstreek het lokaal detailhandelsbeleid toegelicht.

Blaricum

De gemeente Blaricum heeft geen specifiek detailhandelsbeleid. Wel worden in de Strategische Visie Blaricum¹⁹ een aantal zaken genoemd die het detailhandelsbeleid raken. Zo zal Blaricum zich in 2030 moeten onderscheiden met haar dorpse en kleinschalige karakter. Het winkelaanbod is vooral gericht op de dagelijkse boodschappen en voor niet-dagelijkse artikelen zal men vooral aangrenzende gemeenten bezoeken. Het centrum heeft een belangrijke ontmoetingsfunctie voor de inwoners van Blaricum en voor recreanten van buiten de gemeente. Er wordt sterk ingezet op synergie tussen recreatie en de aanwezige voorzieningen.

Bussum

In Bussum ligt de prioriteit bij het behoud van de positie van het centrum in de regio. De Gebiedsvisie Centrum²⁰ laat de wensen met betrekking tot het centrumgebied zien, waarbij kwaliteitsverbetering en compactheid centraal staan. Het centrum

¹⁹ Strategische Visie Blaricum 2030, Gemeente Blaricum, vastgesteld 26 januari 2010.

²⁰ Gebiedsvisie Centrum, gemeente Bussum, 24 mei 2012.

van Bussum dient het kloppend hart van Bussum te worden waar men op een prettige manier kan winkelen, verblijven en wonen. Hiervoor zal o.a. centrummanagement ingezet worden. Daarnaast is er de wens om in te spelen op de dynamiek in de detailhandel. Vanuit de trends en ontwikkelingen en de wijzigingen in het consumentengedrag dienen de voorzieningen centraal aan bepaalde eisen te voldoen om aantrekkelijk te blijven. De branches kleding & mode en warenhuis zijn ondervertegenwoordigd, maar ook aan grootschalige winkels is er een tekort. Een belangrijk uitbreidingsproject in het centrum is Scapino / de 'Nieuwe Brink', waar de invulling, van een populaire keten in een grote winkelruimte in combinatie met meerdere kleinere eenheden, de aantrekkingskracht van het gebied moet vergroten. Met het voltooiën van dit project wordt in een compacte routing (de Bussumse winkelacht) voorzien.

Hilversum

De Uitwerkingsnota Detailhandel en Horeca dateert van september 2008²¹. De bestaande retailstructuur is de basis voor het beleid. De huidige structuur bestaat uit de binnenstad, de Gijsbrecht van Amstelstraat, de buurt en wijkvoorzieningen (Kerkelanden, Seinkorst, De Meent, de Riebeeckgalerij, Stephensonlaan, Larenseweg, Heigalerij en Chatham) en de beide clusters van autobedrijven (Kerkelanden en Zeverijnstraat). De Gijsbrecht van Amstelstraat heeft vanwege haar kwalitatief hoogwaardiger winkelaanbod, naast een lokale (wijkwinkelcentrum) ook een bovenlokaal verzorgende functie. Daarmee concurreert de Gijsbrecht van Amstelstraat in enige mate met de binnenstad. De betere bereikbaarheid en het makkelijk parkeren zijn hiermede debet aan. De winkelgebieden zijn helder afgebakend en concurrerende ontwikkelingen buiten de huidige structuur zijn niet mogelijk. Verder zijn per winkelgebied de verzorgingsfunctie, het profiel en de ontwikkelingsrichting bepaald.

In de Uitwerkingsnota is tevens aangegeven dat onderzoek verricht zou moeten worden naar de mogelijkheden voor een PDV cluster aan het Havenkwartier. Centraal stond hierbij een verkeerskundig onderzoek naar de effecten op de buitenring. Uitkomst van dit onderzoek was dat de effecten niet zodanig zijn dat het plan verkeerskundig tot problemen zou leiden. Inmiddels is de PDV-cluster opgenomen in het nieuwe bestemmingsplan.

Het is ongewenst dat op locaties buiten de retailstructuur nieuw aanbod wordt gerealiseerd dat het functioneren van winkelgebieden onder druk zet. Het gaat dan bijvoorbeeld om (grootschalig) supermarktaanbod en grootschalige detailhandel (bijvoorbeeld bruin- en witgoed, sport en spel). Wel worden hiervoor mogelijkheden gezien op het Langgewenst (het marktterrein). Aanbod buiten de retailstructuur, bijvoorbeeld op het Media Park, is niet concurrerend voor de retailstructuur en ondersteunend aan de hoofdfunctie.

²¹ Van Kerksteeg tot Biersteeg, gemeente Hilversum, september 2008.

Huizen

Het detailhandelsbeleid van de gemeente Huizen dateert van juni 2010. De gemeente richt zich vooral op het versterken van de retailstructuur door middel van versterking en uitbreiding waarbij met name ingespeeld wordt op kwaliteit en onderscheidend vermogen. Bedrijventerreinen mogen geen concurrent worden van de winkelgebieden. Perifere detailhandel mag plaatsvinden op de daarvoor aangewezen locaties. Voorkomen moet worden dat dit assortiment uitdijt (*branchevervaging*) en concurrerend wordt voor de winkelcentra. De ondergeschiktheid van het assortiment speelt daarbij een belangrijke rol. Zij wil dat tegengaan vanwege de oneerlijke concurrentie en een mogelijke verzwakking van de retailstructuur in het centrum. Toch zijn er winkels die gezien de milieueffecten en/of eventuele overlast beter passend zouden zijn in overgangsgebieden, zoals grootschalige winkels in volumineuze artikelen. Middels een goede onderbouwing kan gekozen worden voor een vestiging in een dergelijk gebied.

Laren

De gemeente heeft een uitgebreid aanbod en is vooral sterk op het gebied van mode. De gemeente heeft tot nu toe een terughoudend beleid gevoerd met betrekking tot haar centrumgebied. Een toename van de aantrekkelijkheid van het centrumgebied zou immers kunnen leiden tot parkeerproblematiek. Momenteel worden vraagtekens gezet over het gevoerde terughoudende beleid. Niets doen leidt immers tot achteruitgang. In het coalitieakkoord 2010-2014²² wordt voorgesteld om een nota 'Lokale Economie' op te stellen.

Muiden

Muiden kent geen specifiek detailhandelsbeleid. Toerisme en retail in het centrum worden sterk gepromoot.

Naarden

De gemeente Naarden zet vooral in op het behoud en versterking van de buurt- en wijkwinkelvoorzieningen en van de winkelfunctie in Naarden-Vesting. Ze heeft de vestiging van bijzondere thema's, zoals kunst, antiek en curiosa, hoog in het vaandel staan. In de visie Bedrijventerreinen uit 2008 is een wijzigingsbevoegdheid opgenomen om detailhandelsbedrijven naar een passende locatie te kunnen verplaatsen en op termijn de detailhandelsfunctie op de oude locatie op te heffen wanneer deze langer dan 6 maanden leeg staat. De bestaande winkels zijn op hun huidige locaties positief bestemd, maar hebben geen uitbreidingsmogelijkheden.

Ten aanzien van de aanloopstraat richting het centrum van Bussum is verkleuring van winkelfuncties naar andere functies mogelijk. Hiervan maken met name zorgaanbieders gebruik.

Voor internetwinkels stelt men dat 80% van de beschikbare ruimte moet gebruikt worden voor opslag. De overige 20% kan gebruikt worden voor andere doeleinden,

²² Coalitieakkoord 2010-2014, Gemeente Laren, 20 april 2010.

zoals uitstalling, administratie, kantoor, sanitair, e.d. Voorts dient men zich te houden aan de parkeernormen zoals die gelden voor perifere detailhandel.

Weesp

De gemeente Weesp heeft in haar Centrumvisie 2005-2015 zich nadrukkelijk uitgesproken om het kernwinkelgebied van Weesp als zodanig te behouden. Men wil zich sterk gaan promoten als vestingstad. Een van de bastions is gereconstrueerd naar het ontwerp van 1891. De Nieuwstraat wil men geheel autovrij maken. Op de Albert Heijnlocatie in het centrum worden enkele nieuwe grotere winkels gepland. Voorzieningen op buurt- en wijkniveau moeten ruimte krijgen, maar het centrum is en blijft het kernwinkelgebied. Plannen voor de herontwikkeling van het boodschappencentrum Hogewey lopen enige vertraging op. De ontwikkeling van een nieuw boodschappencentrum in de Bloemendalerpolder vindt pas op langere termijn plaats. Op bedrijventerreinen wordt in principe geen detailhandel toegestaan. Wel bieden de huidige bestemmingsplannen mogelijkheden voor vrijstelling voor detailhandel in volumineuze goederen en brandgevaarlijke, explosieve en milieuverstorende goederen. In het nieuwe bestemmingsplan Weesp-Noord is de gemeente voornemens de vrijstellingen voor detailhandel te verruimen en ruimte te geven aan alle grootschalige detailhandel boven de 1.500 m² vvo. Action heeft inmiddels een bouwaanvraag ingediend voor een megastore aan de Hogeweyselaan.

Wijdmeren

De gemeente Wijdmeren streeft naar een zo groot mogelijk aanbod voor dagelijkse artikelen voor de inwoners van de afzonderlijke kernen. Het accent ligt hierbij op de centrumgebieden van Nederhorst den Berg, Kortenhoef en Loosdrecht. Buiten deze gebieden wordt in principe geen vrijstelling voor detailhandel gegeven. Vanuit het verleden zijn hier enkele uitzonderingen op van toepassing.

Nederhorst den Berg bevat het kleinste centrumgebied van de gemeente Wijdmeren. Het verzorgingsgebied van de winkels in het centrum (de Voorstraat) is enkel de kern zelf. De belangrijkste trekker is de supermarkt (Albert Heijn), aangevuld met een aantal direct aangrenzende winkels met dagelijkse artikelen. Het aanbod in Nederhorst den Berg is beperkt, maar toereikend voor de dagelijkse artikelen.

In de kern Kortenhoef is sprake van een volwaardig aanbod van detailhandelvoorzieningen, hoofdzakelijk geconcentreerd op de Meenthof. Met ca. 18 winkels, biedt de Meenthof een compleet aanbod in dagelijkse benodigdheden. Naast twee grote supermarkten, zijn hier o.a. ook een drogist, een bloemenwinkel, een bakker, een HEMA en een dierenwinkel gevestigd. Momenteel wordt er door een aantal partijen gewerkt aan een plan om de Meenthof te renoveren. Belangrijke aspecten hierbij zijn het verhogen van de beeldkwaliteit en het vergroten van het aantal parkeerplaatsen.

Binnen Loosdrecht kan onderscheid gemaakt worden tussen Oud Loosdrecht en Nieuw Loosdrecht. Oud Loosdrecht is een lang gerekt lintdorp, gelegen aan de Loosdrechtse Plassen. De winkelfunctie bestaat hier met name uit watersportgerela-

teerde bedrijven, aangevuld met horecagelegenheden. Momenteel wordt een nieuw dorpscentrum in Oud Loosdrecht gerealiseerd, dat naast een verzorgingsfunctie voor Oud Loosdrecht ook een recreatieve en toeristische functie zal krijgen.

Centraal in Nieuw Loosdrecht ligt de Nootweg met 24 winkels, waaronder de vestigingen van enkele grote landelijke winkelketens (C1000, HEMA, Bruna, Kruitvat). Om het verzorgingsniveau te vergroten hebben de afgelopen jaren veel investeringen plaats gevonden in de Nootweg. Met het volledig renoveren en herinrichten van de openbare ruimte is dit winkelgebied aantrekkelijker geworden voor zowel ondernemers als de bewoners van Loosdrecht en directe omgeving.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Winkelaanbod in de Gooi en Vechtstreek per gemeente en per branche in 2005

	BLARICUM		BUSSUM		HILVERSUM		HUIZEN		LAREN		MUIDEN		NAARDEN		WEESP		WIJDEMEREN		GOOI EN VECHTSTR	
	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo
Levensmiddelen	11	1500	73	11290	136	24485	47	9630	26	3.510	13	6240	20	2490	27	4760	27	5385	380	69290
Persoonlijke verzorging	5	540	17	1765	39	4815	13	1805	5	660	3	310	4	470	5	560	7	770	98	11695
Warenhuis			1	1390	2	8285	1	1200											4	10875
Kleding en mode	1	105	67	7660	143	21070	33	4070	60	5.190	5	2340	6	470	16	1410	5	825	336	43140
Schoenen en lederwaren			17	2350	31	5750	8	1440	9	580	1	220			5	360	2	185	73	10885
Juwelier en optiek	1	35	13	745	32	1975	9	630	9	450			3	100	5	265	2	140	74	4340
Huish. en luxe art.			15	1435	19	4915	8	1810	6	780	3	1350	6	335	2	415	2	400	61	11440
Antiek en kunst	4	395	6	480	12	670	1	40	7	345			11	765	2	220	3	230	46	3145
Sport en spel	1	85	14	2820	24	6385	8	2890	3	590	4	2420	5	620	3	420	9	880	71	17110
Hobby artikelen	1	150	16	1120	34	2640	5	290	1	30	1	45	1	25	4	170			63	4470
Media	1	110	11	1745	29	3520	9	1090	4	655			1	60	6	690	2	165	63	8035
Plant en dier	5	1225	27	2840	47	4770	16	4425	7	610	4	955	9	2900	8	1635	21	12630	144	31990
Bruin en witgoed	2	135	19	2300	36	6380	14	1330	1	150	3	1590	4	205	8	580	2	290	89	12960
Auto en fiets	1	200	15	1375	22	3620	7	920	2	160	3	545	1	150	4	380	4	610	59	7960
Doe het zelf	1	100	10	6485	24	9370	11	4615	3	610			5	610	8	3120	4	945	66	25855
Wonen	3	205	60	10940	77	20150	19	5950	25	4.340	2	95	18	10655	5	610	15	5905	224	58850
Detailhandel overig	2	105	18	1150	45	4370	7	700	4	295			5	265	6	835	2	105	89	7825
TOTAAL PER GEMEENTE	39	4890	399	57890	752	133170	216	42835	172	18955	42	16110	99	20120	114	16430	107	29465	1940	339865

Bijlage 2: Winkelaanbod in de Gooi en Vechtstreek per gemeente en per branche in 2011

TOTALEN PER GEMEENTE PER BRANCHE IN 2011

	BLARICUM		BUSSUM		HILVERSUM		HUIZEN		LAREN		MUIDEN		NAARDEN		WEESP		WIJDEMEREN		GOOI EN VECHTSTR	
	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo
Levensmiddelen	12	2132	63	11220	125	25542	47	9977	24	3.419	10	5143	21	3992	22	3907	24	6012	348	71344
Persoonlijke verzorging	4	597	18	1888	38	4846	13	1855	8	778	4	556	4	627	5	683	7	1017	101	12847
Warenhuis	0	0	1	1274	2	9012	1	1090	1	291	1	565	0	0	1	398	1	740	8	13370
Kleding en mode	3	142	81	9355	147	23235	35	4432	61	5.368	5	2106	8	1230	15	1537	5	777	360	48182
Schoenen en lederwaren	0	0	13	2071	31	5879	9	1600	8	626	1	218	0	0	4	732	3	275	69	11401
Juwelier en optiek	1	35	11	663	25	1750	9	646	9	517	0	0	3	128	5	349	2	136	65	4224
Huishoudelijke en luxe artikelen	1	70	10	799	17	5100	9	1904	5	750	4	1380	1	85	5	605	2	430	54	11123
Antiek en kunst	2	284	4	412	3	139	0	0	3	170	0	0	9	563	1	25	2	160	24	1753
Sport en spel	0	0	18	4188	22	6758	7	2850	2	433	3	2342	3	397	2	350	6	709	63	18027
Hobby artikelen	1	150	12	757	20	1660	7	346	0	0	1	50	1	45	1	70	0	0	43	3078
Media	1	0	7	1502	24	2990	8	1055	4	625	0	0	1	60	3	458	2	159	50	6849
Plant en dier	4	1143	22	3245	47	4981	12	5618	7	1.306	2	732	8	9831	8	1679	16	9640	126	38175
Bruin en witgoed	1	52	15	2185	36	6838	12	1536	1	142	3	1928	3	466	2	213	1	232	74	13592
Auto en fiets	1	190	13	1798	21	3156	9	1040	3	342	2	415	5	702	5	537	4	574	63	8754
Doe het zelf	1	94	9	7374	17	7549	7	4282	3	668	0	0	1	199	3	2930	4	923	45	24019
Wonen	4	1256	39	9673	64	18360	19	6626	18	2.810	0	0	20	8554	5	1050	11	2547	180	50876
Detailhandel overig	1	303	16	1093	46	4613	6	472	3	271	0	0	5	5437	6	773	5	365	88	13327
TOTAAL PER GEMEENTE	37	6448	352	59497	685	132408	210	45329	160	18516	36	15435	93	32316	93	16296	95	24696	1761	350941
Leegstand	3	234	54	5795	108	13050	18	2913	11	1.651	7	1308	6	1061	8	908	9	1072	224	27992

AANBOD IN REFERENTIEGEMEENTEN 2011

	BLARICUM		BUSSUM		HILVERSUM		HUIZEN		LAREN		MUIDEN		NAARDEN		WEESP		WIJDEMEREN		GOOI EN VECHTSTR	
	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo
Levensmiddelen	12	2898	41	10301	107	25716	53	13263	17	4.279	8	2116	23	5515	24	5770	25	6247	310	76105
Persoonlijke verzorging	3	465	12	1740	31	4528	15	2240	4	642	2	340	6	933	6	976	6	910	85	12774
Warenhuis	0	205	1	1695	3	6156	1	2182	1	482	0	131	1	629	1	658	1	362	9	12500
Kleding en mode	7	1183	46	8295	110	20939	60	10680	15	2.373	5	879	21	3192	22	3340	13	2256	299	53137
Schoenen en lederwaren	1	288	10	2318	25	5528	13	2984	3	611	1	137	4	996	5	1042	2	431	64	14335
Juwelier en optiek	2	130	9	672	22	1510	12	865	4	238	1	79	5	337	5	353	4	210	64	4394
Huishoudelijke en luxe artikelen	2	526	8	2039	20	5318	11	2625	3	772	2	413	4	999	4	1045	5	1061	59	14798
Antiek en kunst	0	56	2	278	5	548	3	358	1	157	0	39	1	104	1	109	1	213	14	1862
Sport en spel	2	290	9	2771	23	7558	11	3568	3	877	1	267	4	1016	4	1063	3	671	60	18081
Hobby artikelen	1	89	5	547	13	1585	7	704	2	170	1	53	2	212	3	222	2	175	36	3757
Media	1	168	6	893	17	2265	8	1150	2	303	1	109	3	448	3	469	2	297	43	6102
Plant en dier	5	2188	12	4962	29	11248	16	6389	6	2.808	4	1426	8	4061	8	4248	11	4678	99	42008
Bruin en witgoed	2	327	11	1727	27	6179	14	2224	3	427	1	199	4	684	5	715	4	609	71	13091
Auto en fiets	2	447	7	1306	17	3581	10	1682	3	609	2	289	4	753	4	788	5	901	54	10356
Doe het zelf	3	1542	7	7119	14	16309	9	9166	3	2.736	2	900	4	3439	4	3598	5	2880	51	47689
Wonen	5	3036	24	16915	60	46453	31	21780	9	6.044	4	2627	11	6348	12	6642	12	6821	168	116666
Detailhandel overig	2	313	11	1784	33	5212	14	2297	4	683	1	262	4	820	5	858	3	752	77	12981
TOTAAL PER GEMEENTE	50	14151	221	65362	556	170633	288	84157	83	24211	36	10266	109	30486	116	31896	104	29474	1563	460636

Bijlage 3: Leegstand in hoofdwinkelcentra van vergelijkbare steden in Nederland (tussen 50.000 en 80.000 inwoners)

Gemeente	Leegstand in % verkooppunten	Leegstand in % wvo
Lansingerland	3%	4%
Capelle aan de IJssel	7%	11%
Leidschendam - V	7%	7%
Purmerend	7%	9%
Smallingerland	7%	4%
Alphen aan den Rijn	8%	7%
Heerhugowaard	8%	8%
Doetinchem	9%	9%
Hoorn	9%	10%
Nieuwegein	9%	8%
Oosterhout	9%	7%
Velsen	10%	12%
Zeist	10%	11%
Katwijk	11%	12%
Hoogeveen	12%	8%
Assen	13%	12%
Hardenberg	14%	15%
Gouda	17%	15%
Kampen	17%	12%
Spijkenisse	17%	18%
Veenendaal	17%	17%
Roermond	18%	16%
Vlaardingen	18%	12%

Gemeente	Leegstand in % verkooppunten	Leegstand in % wvo
Terneuzen	19%	17%
Almelo	21%	22%
Bergen op Zoom	21%	17%
Lelystad	22%	24%
Roosendaal	26%	21%
Schiedam	33%	34%
Hilversum centrum	16%	10%
Huizen centrum	3%	3%
Bussum centrum	13%	10%

Bijlage 4: Branchering van de belangrijkste winkelcentra in de Gooi en Vechtstreek

	Hilversum centrum		Bussum centrum		Huizen Centrum		Laren centrum		Naarden centrum		Weesp centrum		Muiden megastores	
	aantal	WVO	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	WVO	aantal	wvo
Leegstand	72	9.279	33	3.706	3	549	9	1.513	2	171	6	655	1	384
Levensmiddelen	46	8.389	27	4.242	17	2484	14	2.854	6	388	15	1.569	4	4754
Persoonlijke verzorging	17	2.962	10	1.313	6	860	7	727	0		2	388	2	471
Warenhuis	2	9.012	1	1.274	1	1090	1	291			1	398	1	565
Kleding en mode	116	20.286	65	8.365	26	3347	61	5.368	7	494	14	1.470	3	1938
Schoenen en lederwaren	27	5.590	12	2.021	5	1159	8	626			4	732	1	218
Juwelier en optiek	20	1.508	9	558	7	470	9	517	3	128	4	304		
Huishoudelijke en luxe artikelen	14	4.046	7	625	8	1651	5	750	1	85	4	538	2	1280
Antiek en kunst	1	65	3	352			3	170	9	563	1	25		
Sport en spel	13	5.566	10	3.186	3	860	2	433	1	70	1	280	2	2187
Hobby artikelen	11	865	8	450	3	139			1	45	1	70		
Media	18	2.222	6	852	6	883	4	625	1	60	3	458		
Plant en dier	9	937	7	774	3	149	5	1.236	0		4	329	1	697
Bruin en witgoed	27	6.232	13	2.120	8	1336	1	142	0		2	213	3	1928
Auto en fiets	8	2.158	6	1.260	1	188	2	182	0		2	226	1	355
Doe het zelf	1	217	2	406	3	494	3	668	0		2	480		
Wonen	41	9.641	17	4.177	6	1075	17	2.709	11	3.126	2	376		
Detailhandel overig	21	2.365	8	526	2	242	0		1	72	5	653		
Totaal	464	91340	244	36207	108	16976	151	18811	43	5202	73	9164	21	14777

Bijlage 5: Uitbreidingsplannen winkelaanbod in de Gooi en Vechtstreek

Gemeente	Winkelcentrum	Typering	Plannen
Bussum	Centrum	Regionaal verzorgende hoofdwinkelcentrum	Centrumvisie vormt basis voor enkele langere termijn projecten Herstructurering winkels in het Scapino / de Nieuwe Brink-project (maximaal 1.700 m ² . Uitbreiding parkeerfaciliteiten Verbeteren verblijfsgebieden (pleinen) met horeca Optimaliseren hoofdwinkelroute Concentreren primair winkelaanbod Herprofilering secundair winkelaanbod naar verscheidene publieksgerichte functies Meer ruimte voor wonen (boven winkels)
Hilversum	Heigalerij	Buurtcentrum	Uitbreiding supermarkt met 500 m ² wvo
Hilversum	Riebeeckgalerij	Buurtcentrum	Uitbreiding supermarkt en andere detailhandel met 350 m ² wvo
Hilversum	Centrum	Regionaal verzorgend hoofdwinkelcentrum / GDV	Nieuw winkelgebouw op het Langgewenst met grootschalige detailhandel, een bioscoop met 14 zalen, parkeerruimte. Totaal 3.700 m ² wvo voor grootschalige detailhandel en 1.000 m ² wvo voor supermarkt.
Hilversum	Media Park	Leisure	Nieuwe voorzieningen zoals hotel, restaurant, fitness, kinderopvang en kleinschalige detailhandel maximaal 300 m ² (kleine supermarkt en merchandising)
Hilversum	Havenkwartier	PDV subregionaal verzorgend	Clustering van PDV in entreezone van het Havenkwartier. Uitbreiding van Gamma met toevoeging van keukenzaken omvat circa 3.000 m ² bvo. Op naastliggende percelen is vestiging van PDV ook mogelijk.
Hilversum	Kerkelanden	Wijkcentrum	Vernieuwing / uitbreiding 2.500 m ² wvo, planning 2013/2014
Huizen	Centrum	Subregionaal verzorgend hoofdwinkelcentrum	Nieuwbouw Keucheniusstraat (7.100 m ² niet-dagelijks en 1.500 m ² dagelijks) Veel discussie over realisatie en effecten op centrum
Huizen	Lucent	PDV	Nieuw vestiging Karwei (4.000 m ²) op Lucent terrein (2012)

Gemeente	Winkelcentrum	Typering	Plannen
Weesp	WC Achtergracht	Lokaal verzorgend centrum	500 m ² dagelijks aanbod en 2.000 m ² niet-dagelijks Parkeergarage Start bouw na 2014
Weesp	WC Hogewey	Hoofdwinkelcentrum	1.000 m ² dagelijks aanbod
Weesp	WC Bloemendalerpolder	Buurtverzorgend	Ontwikkeling op langere termijn. 2.000 m ² dagelijks aanbod
Weesp	Hogeweysel- aan/Bloemendalerweg	Subregionaal verzorgend	Action heeft bouwaanvraag ingediend. Gaat om een winkel van 1.500 m ² met 40 parkeerplaatsen en 50 arbeidsplaatsen op een locatie naast de voormalige Opel-dealer Kors. Na Action zouden zich meerdere zaken aan de Hogeweysel-aan/Bloemendalerweg kunnen vestigen.
Wijdmeren	Centrum Loosdrecht	Lokaal verzorgend centrum	Nieuw dorpscentrum Oud-Loosdrecht: 200 m ² bvo horeca (cafe/restaurant), 300 m ² bvo supermarkt, 1.000 m ² bvo watersportgebonden detailhandel, 150 m ² bvo zakelijke dienstverlening en 355 m ² bvo horecadoeleinden.

Totaal dagelijks: circa 10.000 m² wvo
Totaal niet-dagelijks circa 21.000 m² wvo
TOTAAL circa **31.000 m² wvo**

Bijlage 6: De belangrijkste uitkomsten van het koopstromenonderzoek 2004 en 2011 per gemeente

	2004			2011		
	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
BUSSUM, gehele gemeente						
Koopkrachtbinding	95%	70%	81%	88%	55%	72%
Koopkrachtafvloeiing naar winkels buiten Bussum				11%	32%	
Koopkrachtafvloeiing via internet				1%	12%	6%
Omzettoevloeiing van buiten Bussum				31%	49%	39%
Omzet in €	78 mln.	-		104 mln.	87 mln.	191 mln.
Omzet van buiten Bussum in €				32 mln.	43 mln.	74 mln.
Vloerproductiviteit in €	6.045			7.906	1.892	3.223
Vloerproductiviteit referentiegemeenten				7.725	1.423	
BUSSUM, centrum						
Koopkrachtbinding	61%	59%	60%	51%	42%	47%
Omzettoevloeiing van buiten Bussum				37%	50%	44%
Omzet in €				67 mln.	68 mln.	135 mln.
Omzet van buiten Bussum in €				25 mln.	34 mln.	59 mln.
Vloerproductiviteit in €				12.217	2.530	4.162
HILVERSUM, gehele gemeente						
Koopkrachtbinding	93%	77%	85%	89%	65%	77%
Koopkrachtafvloeiing naar winkels buiten Hilversum				9%	24%	
Koopkrachtafvloeiing via internet				2%	11%	
Omzettoevloeiing van buiten Hilversum	10%	-	-	16%	41%	28%
Omzet in €	179 mln.	-	-	219 mln.	219 mln.	438 mln.
Omzet van buiten Hilversum in €				35 mln.	90 mln.	122 mln.
Vloerproductiviteit in €	6.446	-	-	7.614	2.115	3.312
Vloerproductiviteit in referentiegemeenten				7.873	1.817	

	2004			2011		
	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
HILVERSUM, centrum						
Koopkrachtbinding	29%	51%	41%	19%	42%	30%
Omzettoevloeiing van buiten Hilversum	21%	48%	41%	24%	46%	40%
Omzet in €	64 mln.	197 mln.	261 mln.	52 mln.	152 mln.	205 mln.
Omzet van buiten Hilversum in €				12 mln.	70 mln.	82 mln.
Vloerproductiviteit in €	5.909	2.611	3.025	4.740	2.114	2.463
HUIZEN, gehele gemeente						
Koopkrachtbinding	83%	60%	71%	86%	48%	67%
Koopkrachtafvloeiing naar winkels buiten Huizen	17%	40%	29%	12%	37%	24%
Koopkrachtafvloeiing via internet				1%	15%	8%
Omzettoevloeiing van buiten Huizen	8%	-	-	14%	26%	19%
Omzet in €	70 mln.	-	-	105 mln.	67 mln.	171 mln.
Omzet van buiten Huizen in €				15 mln.	17 mln.	32 mln.
Vloerproductiviteit in €	6.569	-	-	8.988	1.984	3.782
Vloerproductiviteit in referentiegemeenten				7.725	1.423	
HUIZEN, centrum						
Koopkrachtbinding	24%	39%	32%	27%	29%	28%
Omzettoevloeiing van buiten Huizen	-	-	-	11%	24%	18%
Omzet in €	-	-	-	32 mln.	40 mln.	72 mln.
Omzet van buiten Huizen in €				4 mln.	10 mln.	13 mln.
Vloerproductiviteit in €	-	-	-	10.359	2.995	4.387
LAREN, gehele gemeente						
Koopkrachtbinding	87%	42%	62%	67%	36%	51%
Koopkrachtafvloeiing naar winkels buiten Laren	13%	58%	38%	32%	57%	45%
Koopkrachtafvloeiing via internet				1%	7%	4%
Omzettoevloeiing van buiten Laren	29%	-	-	32%	56%	43%

	2004			2011		
	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Omzet in €	30 mln.	-	-	30 mln.	25 mln.	55 mln.
Omzet van buiten Laren in €				10 mln.	14 mln.	24 mln.
Vloerproductiviteit in €	7.915	-		7.163	1.658	2.841
Vloerproductiviteit in referentiegemeenten				6.797	1.154	
LAREN, centrum						
Koopkrachtbinding	79%	40%	57%	63%	31%	47%
Omzettoevloeiing van buiten Laren	-	-	-	32%	57%	43%
Omzet in €				28 mln.	23 mln.	51 mln.
Omzet van buiten Laren in €				9 mln.	13 mln.	22 mln.
Vloerproductiviteit in €				7.871	1.525	2.760
MUIDEN, gehele gemeente						
Koopkrachtbinding	68%	19%	41%	66%	18%	42%
Koopkrachtafvloeiing naar winkels buiten Muiden	32%	81%	59%	34%	70%	52%
Koopkrachtafvloeiing via internet	-	-	-	1%	12%	6%
Omzettoevloeiing van buiten Muiden	55%	-	-	78%	83%	79%
Omzet in €	20 mln.	-	-	50 mln.	18 mln.	69 mln.
Omzet van buiten Muiden in €				39 mln.	15 mln.	54 mln.
Vloerproductiviteit in €	3.045	-	-	8.014	1.823	4.193
Vloerproductiviteit in referentiegemeenten				6.965	934	
MUIDEN, Maxis						
Koopkrachtbinding	34%	11%	22%	42%	14%	28%
Omzettoevloeiing van buiten Muiden	-	-	-	84%	85%	84%
Omzet in €	-	-	-	45 mln.	16 mln.	61 mln.
Omzet van buiten Muiden in €				38 mln.	13 mln.	51 mln.
Vloerproductiviteit in €	-	-	-	8.604	1.707	4.153

	2004			2011		
	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
NAARDEN, gehele gemeente						
Koopkrachtbinding	-	-	-	51%	15%	32%
Koopkrachtafvloeiing naar winkels buiten Naarden	-	-	-	49%	76%	63%
Koopkrachtafvloeiing via internet	-	-	-	1%	9%	5%
Omzettoevloeiing van buiten Naarden	-	-	-	21%	67%	40%
Omzet in €	-	-	-	29 mln.	21 mln.	50 mln.
Omzet van buiten Naarden in €	-	-	-	6 mln.	14 mln.	20 mln.
Vloerproductiviteit in €	-	-	-	6.324	774	1.597
Vloerproductiviteit in referentiegemeenten	-	-	-	6.797	1.154	
WEESP, gehele gemeente						
Koopkrachtbinding	90%	51%	69%	75%	38%	57%
Koopkrachtafvloeiing naar winkels buiten Weesp	10%	49%	31%	24%	51%	38%
Koopkrachtafvloeiing via internet	-	-	-	1%	11%	6%
Omzettoevloeiing van buiten Weesp	16%	-	-	24%	29%	25%
Omzet in €	40 mln.	-	-	42 mln.	22 mln.	64 mln.
Omzet van buiten Weesp in €	-	-	-	10 mln.	6 mln.	16 mln.
Vloerproductiviteit in €	7.469	-	-	8.319	1.877	3.838
Vloerproductiviteit in referentiegemeenten	-	-	-	6.797	1.154	
WEESP, centrum						
Koopkrachtbinding	62%	41%	51%	32%	26%	29%
Omzettoevloeiing van buiten Weesp	-	-	-	23%	27%	25%
Omzet in €	-	-	-	18 mln.	14 mln.	32 mln.
Omzet van buiten Muiden in €	-	-	-	4 mln.	4 mln.	8 mln.
Vloerproductiviteit in €	-	-	-	8.310	2.212	3.707

Bijlage 7: Winkelstructuur in de Gooi en Vechtstreek

> 40.000 m ² wvo	15.000 – 40.000 m ² wvo	10.000 – 15.000 m ² wvo	5.000 – 10.000 m ² wvo	2.500 – 5.000 m ² wvo	< 2.500 m ² wvo
REGIONAAL VERZORGENDE HOOFDWINKELGEBIEDEN					
Hilversum: centrum 91.000 m ²					
SUBREGIONAAL VERZORGENDE HOOFDWINKELGEBIEDEN					
	Bussum: Centrum 36.000 m ²				
	Huizen: Centrum 17.000 m ²				
	Laren: Centrum 19.000 m ²				
LOKAAL VERZORGENDE HOOFDWINKELGEBIEDEN					
			Naarden: Centrum 5.200 m ²	Kortenhoef: Centrum 3.900 m ²	Muiden: Centrum 1.100 m ²
			Weesp: Centrum 9.000 m ²	Loosdrecht: Centrum 3.900 m ²	Muiderberg: Centrum
				Blaricum: Centrum 3.200 m ²	Nederhorst den Berg: Centrum
GROOTSCHALIG PERIFEEER AANBOD (SUBREGIONAAL VERZORGEND)					
		Muiden: Megastores 15.000 m ²			
STADSDEEL-, WIJK- EN BUURTCENTRA (LOKAAL VERZORGEND)					
		Hilversum: Gijsbr. v. Amstel	Bussum: Huizerweg	Hilversum: Kerkelanden	Hilversum: Meenterf
			Huizen: Oostermeent	Hilversum: Larenseweg	Hilversum: Riebeeck Galerij
				Hilversum: Seinhorst	Hilversum: Stephensonlaan
				Naarden: Energiestraat	Hilversum: Heigalerij
					Hilversum: Adm. De Ruyter
					Bussum: Brinklaan

> 40.000 m ² wvo	15.000 – 40.000 m ² wvo	10.000 – 15.000 m ² wvo	5.000 – 10.000 m ² wvo	2.500 – 5.000 m ² wvo	< 2.500 m ² wvo
					Bussum: Huizerweg/Bisonstr
					Bussum: Koekoeklaan
					Bussum: Laarderweg
					Bussum: Laarderwg/BeekIn
					Bussum: Laarderwg/Ceintbn
					Bussum: Spiegelstraat
					Bussum: TB HuurmanIn
					Huizen: Holleblok
					Huizen: Kostmand
					Huizen: Lindenlaan
					Huizen: Phoni
					Naarden: Amersfoortsestwg
					Naarden: Evert de Bruynstr
					Naarden: Lamb. HortensIn
					Naarden: Mackaylaan
					Weesp: Hogeweyj
					Loosdrecht: Rading
					Blaricum: de Balken
					Laren: Schapendrift

Bijlage 8: Aanwezigen en verslag workshop 31 januari 2012.

	: Retailvisie Gooi en Vechtstreek
Datum	: 31-01-2012
Opdrachtgever	: Gewest Gooi en Vechtstreek
Projectnummer	: 204x00359
Opgesteld door	: E. van der Velden

1) Aanwezigen

Rob Posthumus	Gemeente Blaricum (wethouder)
Paul Barneveld	Gemeente Bussum (wethouder)
David de Jong	Gemeente Bussum (beleidsadviseur)
Huib Baaij	Bussumse Ondernemers Vereniging, secretaris
Marije Drost	Gemeente Hilversum (beleidsadviseur)
Frank Kool	Raadslid Groen Links Hilversum
Saami Akrouh	Raadslid PvdA Hilversum
Louis Patist	Raadslid CDA Hilversum
Richard Baron	Stichting Ondernemersfonds Hilversum Centrum
Petra van Hartkamp	Gemeente Huizen (wethouder)
Richard van Noord	Gemeente Huizen (beleidsadviseur)
Bert Rebel	Raadslid CDA Huizen
Rutger Rebel	Raadslid CDA Huizen
Loek Meijs	Huizer Ondernemers Federatie (HOF)
Evert de Jong	Gemeente Laren (wethouder)
Gert Veerman	Gemeente Laren (beleidsregisseur)
Mark Druncks	Raadslid Laren
Sjouke Woudstra	Gemeente Muiden (beleidsadviseur)
Margo Molkenboer	Gemeente Naarden (beleidsadviseur)
Anna Ankoné	Gemeente Weesp (beleidsadviseur)
Christian Zierleyn	Gemeente Weesp (wethouder)
Peter Eijking	Raadslid PvdA Weesp
Marten Snijder	Raadslid VVD Weesp
Bert Keesman	Raadscommissie Weesp
Fons Plukker	Weesper Detaillisten Organisatie (WDO) voorzitter
Gert Zagt	Gemeente Wijdmeren (wethouder)
Jan Vergeer	Gemeente Wijdmeren (beleidsadviseur)
Hennie van Emmerik	Gemeente Wijdmeren (senior beleidsadviseur)
Theo Reijn	Fractievoorzitter CDA Wijdmeren
Mariëlle Baars	Kamer van Koophandel GEF
Leo Okhuijsen	Kamer van Koophandel GEF (bestuurslid)
Frans Visser	Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD)
Natascha Panday	Elvestia Beleggingen B.V.
Marieke Hendriks	iTRovator
Ed Heijstee	iLocator
Anouk Pols	Gewest Gooi en Vechtstreek

Mariëtte Zivkovic-Laurenta	Gewest Gooi en Vechtstreek
Tis Kolen	BRO
Eefje van der Velden	BRO

2) Opening

Wethouder Zierleyn (Weesp) heet iedereen welkom. De detailhandelsvisie uit 2006 wordt met deze nieuw te vormen detailhandelsvisie geactualiseerd. Een dergelijke visie is zinvol wanneer alle betrokkenen enthousiast de gekozen visie uit gaan dragen en realiseren. Dit is al met de structuurvisie bedrijventerreinen gelukt en daar zouden we samen met deze detailhandelsvisie ook voor moeten gaan. Het moet een visie worden met hoofdletter V. Vernieuwing daarin is van essentieel belang. Samen kijken naar trends en ontwikkelingen en kansen benutten.

3) Toelichting op de huidige structuur en de knelpunten binnen de regio Gooi & Vechtstreek

Tis Kolen geeft aan dat het niet alleen moet gaan om een visie met een hoofdletter V, maar ook dat er een zo groot mogelijk draagvlak met een hoofdletter D noodzakelijk is. Vervolgens wordt een analyse van de huidige retailstructuur in Gooi en Vechtstreek gepresenteerd.

Opmerkingen en vragen ten aanzien van de presentatie:

- De koopkrachtbinding en toevloeiing zijn ten opzichte van 2004 gedaald. Theoretisch gezien zou in een andere plaats de koopkracht dan toe nemen. Waar zou dat aan kunnen liggen?
De heer Kolen noemt verscheidene punten op waardoor consumenten naar andere steden gaan ten koste van de regio. Dat kunnen nieuwe investeringen in concurrerende centra zijn (bijvoorbeeld perifere ontwikkelingen) maar ook de toename van de internetbestedingen.
- Mevrouw Pols vraagt zich af of de bestedingen via Albert.nl ook worden meegeteld in de koopstromen.
Bestedingen vanaf het distributiecentrum naar klanten of bestellingen via internet worden niet meegeteld.
- In zijn algemeenheid hebben de aanwezigen het gevoel dat de gepresenteerde cijfers van het Koopstromenonderzoek 2011 wat lager uitvallen dan verwacht. De heer Barneveld geeft aan dat onderzoek van de Rabobank heeft uitgewezen dat de koopkrachtdaling in Bussum van 2008 in 2010 weer teniet is gedaan en vraagt zich af waarom de gepresenteerde cijfers toch een daling laten zien.
De heer Kolen licht het Randstad Koopstromenonderzoek 2011 toe. Hierbij wijst hij erop dat de cijfers van beide onderzoeken misschien wel met een andere methodiek tot stand zijn gekomen en daarom niet 1 op 1 zijn te vergelijken.
- De werking van de Europese Dienstenrichtlijn is niet bij iedereen even duidelijk. De Europese Dienstenrichtlijn heeft als doel de concurrentie tussen dienstverrichters van lidstaten te bevorderen. Hierbij spelen economische motieven niet langer een rol, maar ruimtelijke motieven zoals mobiliteit (aanvaardbare bereikbare

afstand voor de consument), ligging of conflicterende situaties met andere bestemmingen zoals wonen.

Aanwezigen mevrouw Baars en de heer Meijs zijn lid van de Regionale Adviescommissie Noord-Holland-Zuid, die zich bezighoudt met het adviseren over het al dan niet vergunning verlenen voor nieuwe vestigingsverzoeken. Mevrouw Baars licht toe dat deze commissie onder de provincie Noord-Holland valt en het advies van deze commissie vrijwel bindend is.

- De heer Rebel ziet graag scherpere in de discussie en vraagt zich daarom af wat de toegevoegde waarde is van een regionale detailhandelsvisie. De meerwaarde zit in de regionale samenwerking, samen afspraken maken. Elke gemeente heeft nieuwe plannen en initiatieven, wanneer je als gewest samen kijkt naar huidige trends zoals internetontwikkelingen, koopkrachtafvloeiing, vergrijzing en bereikbaarheid kun je samen keuzes maken waar je voor wilt gaan. Hierbij adviseert de heer Kolen om primair voor bestaande goed functionerende winkelcentra te kiezen en niet voor nieuwe perifere ontwikkelingen.

4) Discussie

Stelling 1)

Op het gebied van detailhandel zal de Gooi en Vechtstreek altijd een bescheiden rol spelen. Daarvoor is de concurrentie in de omliggende regio's veel te groot!

De heer Reijn stelt voor om niet te spreken over een 'bescheiden' rol maar van een 'eigen' rol. Eigen verwijst naar de verschillende winkelgebieden in de regio. Zo heeft iedere kern wel iets karakteristieks; het DNA of de identiteit van de verschillende winkelgebieden wordt als volgt vastgesteld:

- Hilversum:

Zeer divers winkelaanbod, compact en efficiënt winkelen, compleet, veel massa (zeer gezien het aantal inwoners). Het imago dat Hilversum heeft wat betreft bereikbaarheid is betrekkelijk; consumenten zijn bereid te reizen voor goed aanbod.

- Bussum:

Divers aanbod (vergelijkbaar met Hilversum), veel kleinschalige winkels maar veel formules zijn wel vertegenwoordigd, compact en overzichtelijk. Ambitie is meer grootschalige winkels, maar het kleinschalige moet wel overeind blijven.

- Huizen:

Authentiek, veel kleine winkels, vrij parkeren, Nautisch Kwartier. Ambitie ligt in meer aanbod.

- Weesp:

Historisch karakter, veel zelfstandige ondernemers (weinig ketens), kleinschalig, gericht op toerisme.

- Naarden:

Arsenaal, goed vertegenwoordigde horeca. Ambitie om meer op toeristische sector te richten.

- Wijdmeren:

Concentratie op drie verschillende plekken (Nederhorst den Berg, Kortenhoef en Loosdrecht). Ook is er een weekmarkt in Ankeveen. In Wijdmeren is ruimte voor enkele watersportgerelateerde winkels (voornamelijk in het nog te realiseren dorpscentrum Oud Loosdrecht). De gemeente streeft naar een zo breed mogelijk voorzieningenniveau.

- Laren:

Hoog kwalitatief aanbod (met name modisch aanbod), gratis parkeren, kunst & design. Ambitie om branchering uit te breiden om klanten te behouden en streven naar klantenbinding.

- Blaricum:

Hoog kwalitatief aanbod, minder expressief dan Laren, redelijk gevarieerde branchemix, veel bewinkeling door Bekende Nederlanders (aantrekkingskracht andere consumenten).

- Muiden:

Vestingsstad, Muider slot, veel restaurants, Maxis, watergebied, aantal forten. Ambitie om parkeren te verbeteren.

Stelling 2)

In de Gooi en Vechtstreek hoeven we niet bang te zijn voor toenemende leegstand. Vanwege ons speciale aanbod blijft de consument toch wel komen. De waarschuwingen van CBW/Mitex gelden niet voor onze regio!

De heer Plukker waarschuwt dat de stijgende huurprijzen ook van invloed kunnen zijn op de bestaande leegstand omdat er minder startende ondernemers zijn die zich kunnen vestigen.

De heer Druncks geeft aan dat slechte kwaliteit gesaneerd moet worden en goede kwaliteit behouden. Dit vergt lef van gemeenten, gemeenten moeten dus een keuze (durven) maken.

Het is zaak om met eigenaren en ondernemers over dit onderwerp te praten en gemeenten dienen elkaar onderling niet te beconcurreren.

Vervolgens vindt een discussie plaats over vervanging van het huidige aanbod door nieuw aanbod. De huidige planvoorraad bevat 30.000 m². Wat betekenen deze plannen voor het totale aanbod in de toekomst?

Gemeenten dienen zich af te vragen wat deze extra toevoeging betekent voor het totale winkelaanbod. Het is de vraag of gemeenten keuzes willen maken indien noodzakelijk. 10 Jaar geleden is na de visie niet echt verantwoordelijkheid genomen. Als men nieuwe initiatieven wil realiseren, dient eerst goed naar het huidige aanbod gekeken te worden. Zorg ervoor dat niet goed functionerende winkelgebieden gesaneerd worden. De heer Visser merkt op dat sanering in de praktijk vaak tegen valt. Sanering is kostbaar, vanwege het uitkopen van bedrijven bijvoorbeeld. Op de vraag of sanering in eerste instantie bespreekbaar is, antwoordt mevrouw

Drost dat de gemeenteraad in 2008 heeft uitgesproken bepaalde winkelstraten niet meer als winkelgebied aan te merken. In dat gebied zijn andere functies toegevoegd.

Andere mogelijkheden dan uitkopen zijn bijvoorbeeld functietransformatie (bestemmingen wijzigen in wonen, horeca of dienstverlening bijvoorbeeld) of het bestemmingsplan flexibiliseren. De heer Barneveld geeft aan dat wanneer flexibel bestemd wordt, het probleem zich vaak als vanzelf oplost. Omdat andere winkels in de straat veranderen, zullen de winkels steeds schaarser worden en komen hier weer andere functies voor in de plaats. De heer Kool denkt dat er weinig politiek draagvlak is voor functietransformatie. De heer Kolen merkt hierbij op dat stilstand sowieso achteruitgang betekent en raadt aan om de stad Den Helder te bekijken. Verder draagt de heer Kolen andere oplossingen aan zoals het oprichten van centrummanagement. Ook creatie van ruimtelijke randvoorwaarden zodat ondernemers zich gaan vestigen op die locaties waar het best voldaan wordt aan de ruimtelijke voorwaarden voor een succesvolle exploitatie. Verder stelt hij dat gemeenten lef moeten hebben om bepaalde aanloopstraten aan te wijzen waar concentratie plaats moet vinden en andere minder goed functionerende aanloopstraten durft af te laten sterven. Tot slot deelt men de mening dat het politieke belang nooit boven het algemeen belang geheven mag worden.

Stelling 3)

In een marktruimteberekening van de Metropoolregio kan er in de Gooi en Vechtstreek nog zo'n 20.000 á 75.000 m² PDV/GDV bijgebouwd worden! Waar wachten we op, beginnen!

Het overgrote deel is erover eens in de Gooi en Vechtstreek geen nieuw PDV/GDV (Perifere Detailhandelsvestiging / Grootchalige Detailhandelsvestiging) op perifere locaties aanbod toe te voegen. Uiteraard geldt dat niet voor het Langgewenst in Hilversum. Dat is gewoon een binnenstedelijke uitbreiding. Wanneer de marktruimte wordt afgezet tegen de planvorming, blijkt dat er momenteel ca. 30.000 m² in voorbereiding is. Als alle plannen gerealiseerd worden is er (bij een toename van de internetverkopen op het gebied van dagelijkse artikelen van 5% en op het gebied van niet-dagelijkse aankopen van 10%) in 2020 een overbewinkeling van circa 9.000 m² wvo (circa 3%). In 2030 is er nog maar een overbewinkeling van circa 4.000 m² wvo (circa 1%).

Stelling 4)

Action heeft geen enkele toegevoegde waarde voor centrumgebieden in de Gooi en Vecht-streek. Laat ze maar naar de periferie gaan!

Naar aanleiding van deze stelling blijkt er niet echt een gezamenlijk gedragen aanpak te zijn. Wanneer een winkel zoals Action eenmaal wordt toegestaan op een bepaalde locatie (bijvoorbeeld de periferie), blijft het pand een detailhandelsbe-

stemming behouden. Bij vertrek van de Action in de toekomst kunnen ook andere detaillisten zich daar vestigen. Deze kunnen immers niet meer geweigerd worden. Mevrouw Baars geeft aan dat het erg belangrijk is om keuzes te maken voor deze locaties met het oog op de toekomst.

Over het algemeen ziet men de Action om bovenstaande graag naar het centrum komen. Daarnaast is Action een grote publiektrekker, het geeft meer beweging en levendigheid en zorgt ook voor een kwaliteitsslag bij andere ondernemers. Mevrouw Molkenboer wil in dit licht graag de vestiging van Create2Fit toelichten op het bedrijventerrein in Naarden. Zij geeft aan dat voor deze vestiging veel strengere regels gelden dan voor een normale winkel, 80% is logistiek, opslag en 20% is overig, onder meer voor show room en call centre. De heer Kolen geeft aan dat de vestiging van dergelijke internetwinkels niet wenselijk is op bedrijventerreinen, wel in leegstaande panden, in aanloopstraten en PDV locaties.

Stelling 5)

Vanwege de toeristische functie van de regio zouden alle winkels in de regio op zondag open mogen zijn. Als we dat niet doen verliezen we veel koopkracht aan andere steden die dat wel hebben!

Aanwezigen vinden dat winkeliers het zelf kunnen bepalen. Ze geven daarbij wel aan dat belangen van kleine zelfstandigen behartigd dienen te worden. Maar zondagsopenstelling is niet echt een regionaal afstemmingspunt in de Gooi en Vechtstreek; dit moet lokaal worden afgewogen.

Stelling 6)

Investerings in toeristische promotie zijn een van de redmiddelen voor de detailhandel in de regio!

Aanwezigen zijn het eens met deze stelling. Het winkelaanbod is uniek, met name hoog kwalitatief aanbod, kleinschalig en midden in het groen. Het 'Gooisch gebied' staat daarnaast sterk als belevingsconcept. Ook hier komt weer naar voren dat zondagsopenstelling van de winkels geen toegevoegde waarde is; dit verwachten deze toeristen ook niet. Wel kan mogelijk een aantal keren per jaar een zondagsopenstelling met een evenement en de nodige promotie worden versterkt.

Het concept van de geactualiseerde visie wordt eind maart ter vaststelling voorgelegd aan het portefeuillehoudersoverleg Economie van de regio Gooi en Vechtstreek, waarna het naar alle negen gemeenteraden wordt gestuurd. Om de visie definitief vast te kunnen stellen, moeten alle gemeenteraden de visie ook goedkeuren. Het streven is om voor de zomer de visie gereed te hebben.

Eefje van der Velden

BRO

16 februari 2012

Bijlage 9: Begrippenlijst

ABC

Auto's, boten en caravans (oorspronkelijke perifere (PDV) branches).

Afhaalpunten

Locaties waar artikelen die via het internet zijn gekocht, kunnen worden afgehaald.

Bestedingspotentieel

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

Binnensteden: primair winkelgebied

Kenmerkend is een omvangrijk winkelaanbod, grotendeels gericht op recreatief winkelen. Deze centra hebben een primaire verzorgende functie voor de stad. Deze centra kunnen daarnaast ook een (boven)regionale verzorgingsfunctie hebben.

Bouwmarkt

Het betreft verkooppunten met een breed assortiment DHZ-artikelen, waaronder ten minste 6 van de volgende groepen: ijzerwaren, handgereedschap; installatiemateriaal (elektra/water); elektrisch handgereedschap, hout en houtwaren; groot en/of klein sanitair; verf, verfproducten en toebehoren, behang; tuinartikelen niet-levend.

Bruto vloeroppervlakte (bvo)

De totale ruimte van een winkel, bestaande uit de winkelvloeroppervlakte en niet voor consumenten toegankelijke ruimten (zoals het magazijn, sanitaire ruimten, kantoor, etalage, etc.).

Buurtcentra

Tertiair, kleinschalig winkelgebied met een buurt als verzorgingsgebied. Winkelconcentraties

met minimaal 5 winkels en maximaal 9 winkels. Daarnaast is er maximaal één (of geen) supermarkt aanwezig in dit type winkelgebied.

Dagelijkse artikelen. Het aanbod in de branchegroepen voeding- en genotsmiddelen en persoonlijke verzorging (drogisterij en parfumerie). Frequentie van het 'boodschappen doen' kan dagelijks zijn.

Cross Channel

Het combineren van marketingactiviteiten in de fysieke winkel met de mogelijkheden die het internet biedt.

Detailhandel

Verkoopkanaal voor goederen rechtstreeks aan de eindgebruiker.

Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

E-commerce

Detailhandel waarbij het aanbieden van producten en de kooptransactie via het internet verloopt. De levering vindt via postverkeer plaats, of zelf afhalen op distributiepunten.

GDV-locatie (Geconcentreerde Grootchalige Detailhandelsvestigingslocatie)

Detailhandellocales op perifere locaties (buiten bestaande winkelcentra, maar binnen de bebouwde kom), bedoeld voor bundeling van grootschalige detailhandelsvestigingen. Het gaat om vestigingen groter dan 1.500 m² bvo. Er geldt geen branchebeperking.

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied.

Koopkrachttoevoeiing

Gedeelte van de omzet dat van buiten de gemeente/kern komt.

Leisure

Alle voorzieningen waar tegen betaling een vrijetijdsbesteding voor de consument wordt geboden. Voor dit beleid bedoelen we grootschalige, commerciële voorzieningen die planmatig zijn opgezet en een (boven)regionale functie vervullen. Voorbeelden van dergelijke voorzieningen zijn megabioscopen, binnenspeeltuinen, speelhallen, ijsbanen, voetbalstadions, attractieparken en wellness complexen. Culturele voorzieningen, zoals theaters en musea, worden buiten beschouwing gelaten. Ook horeca, verblijfsaccommodatie en evenementen vallen buiten de definitie.

Niet-dagelijkse artikelen

Via detailhandel te koop aangeboden artikelen *niet* behorend tot de groep dagelijkse artikelen (voedings- en genotsmiddelen en persoonlijke verzorging).

Perifeer

Betreft de ligging van voorzieningen ten opzichte van de bestaande winkelconcentraties: niet in bestaande winkelgebieden, maar wel binnen de bebouwde kom. Via detailhandel te koop aangeboden artikelen, niet behorend tot de groep dagelijkse artikelen.

Overige locaties

Winkellocaties die geen deel uitmaken van regionale / subregionale hoofdwinkelgebieden, lokale basisvoorzieningen (inclusief buurt- en wijkvoorzieningen) en perifere en grootschalige winkelgebieden. Het gaat dus in feite over de verspreide bewinning.

PDV-Perifere Detailhandelsvestigingslocatie

Detailhandellocaties buiten reguliere winkelcentra, maar wel binnen de bebouwde kom (aan stadsranden, langs grote wegen, op bedrijfsterreinen, enz.). Voor PDV-locaties geldt een branchebeperking. Deze branches zijn: ABC branches (auto's, boten, caravans), woninginrichting (ook keukens), bouwmarkten en tuincentra. Er geldt geen omvangbeperking.

PDV-locatie

Plaats waar detailhandel gevestigd is buiten de reguliere winkelcentra, in de branches tuincentra, bouwmarkten, woninginrichting, keukens en sanitair.

PDV-branches

De branches in volumineuze artikelen: auto's, boten en caravans (ABC-branches), woninginrichting, bouwmarkten en tuincentra, die volgens het PDV-beleid ontheffing kregen om zich op daartoe bestemde perifere locaties te vestigen.

Pop-up Retail

Pop-up retail biedt retailers de kans om op een leuke locatie overtollige voorraden te verkopen, om een tijdelijke omzetstijging te realiseren, of om aan imagobuilding te doen. Bekend voorbeeld hiervan is de Nike Runner's Lounge, een tijdelijke locatie waar sporters samenkomen voor gezamenlijke loopsessies en informatie uitwisseling. Deze Lounge vindt verschillende keren per jaar plaats op verschillende locaties. Voor eigenaren van vastgoed zorgt dit er voor dat leegstaande winkelpanden geld opleveren en consumenten krijgen te maken met een verrassend aanbod.

Retail

Alle functies die worden aangetroffen in winkelcentra, die gezamenlijk de aantrekkingskracht van de winkelcentra bepalen.

Tuincentra

Tuincentra zijn grootschalige detailhandelscentra met een breed basisassortiment aan 'levende en niet-levende' huis en -tuingerelateerde artikelgroepen, waarbij bloemen en planten de belangrijkste artikelgroepen vormen. De grotere tuincentra hebben tegenwoordig een gemiddelde omvang van circa 4.000-9.000 m² wvo²³.

Voor tuincentra worden echter diverse definities gehanteerd. Gewoonlijk wordt het assortiment van tuincentra globaal onderverdeeld in de volgende 'levende' en 'dode' artikelen:

- **'Levende' artikelgroepen**, zoals kamerplanten, eenjarige tuinplanten, meerjarige tuinplanten, bollen/zaden, snijbloemen etc.
- **'Dode' artikelgroepen**, onder andere groot onderhoud en aanleg, tuingereedschappen, tuinmeubelen, barbecues, decoratie buitenshuis (potterie, ornamenten), klein onderhoud (bestrijdingsmiddelen, grond, mest), sfeerverlichting en seizoensartikelen buiten, sfeer- en seizoensartikelen binnen (Kerstmis, Pasen), decoratie en gebruiksartikelen binnenshuis, dierbenodigdheden binnen en buiten.
- **Dieren en dierbenodigdheden**, zoals huisdieren, diervoeding en dierbenodigdheden, zoals hokken, kooien, speeltjes, riemen, etc.
- de verhuur van machines, gereedschappen en aanhangers, het aanbieden van activiteiten op het gebied van tuinarchitectuur en tuinlease.

Samen met een schaalvergroting breiden tuincentra veelal ook het assortiment uit. Tuincentra verkopen steeds meer artikelen zoals cadeau-, decoratieartikelen en woonaccessoires. In de keuze van het 'nieuwe' nevenassortiment is meestal wel te zien dat een relatie met de branche aanwezig is. In de tuincentra blijven dan ook de tuin en het thema 'groen' centraal staan.

Vloerproductiviteit

De omzet per m² winkelvloeroppervlak (wvo).

Volumineuze detailhandel

Detailhandel waarbij grote artikelen verkocht worden, die lastig te vervoeren zijn en dus speciale eisen stellen aan het voor- en natransport (zoals meubelzaken, bouwmarkten enzovoort).

Weidewinkels

Solitaire winkels buiten de bebouwde kom, in het landelijk gebied. Meestal gaat het om winkels in het dagelijkse segment (solitaire supermarkten of hypermarkten).

²³ Volgens de definitie van Locatus omvat het wvo van een tuincentrum: de voor publiek toegankelijke ruimte dat overdekt en verwarmd is.

Wijkcentra

Secundair winkelgebied. Wijkcentra bestaan naast de binnenstad/ hoofdwinkelgebied en hebben een wijk als verzorgingsgebied. Er zijn minder winkels dan in een stads- of stadsdeelcentrum. Gemiddeld aantal winkels bedraagt 10-50.

Webwinkel

Een webwinkel is een on-line etalage, waarbij diensten en producten kunnen worden aangeschaft via het internet. In een aantal gevallen zijn op de afhaalpunten tevens showrooms aanwezig.

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

