

DETAILHANDELSBELEID GEMEENTE BEVERWIJK 2018 - 2023

30 JANUARI 2018 (AANGEPASTE VERSIE)



DETAILHANDELSBELEID GEMEENTE BEVERWIJK 2018 - 2023

30 JANUARI 2018 (AANGEPASTE VERSIE)

Status:

Eindrapportage (definitief)

Datum:

30 januari 2018 (aangepaste versie)

Een product van:

Bureau Stedelijke Planning bv
Silodam 1E
1013 AL Amsterdam
020 - 625 42 67
www.stedplan.nl
amsterdam@stedplan.nl

Team Detailhandel en Vrije tijd
Drs. Toine Hooft
Ellen Scholten MSc.

Voor meer informatie: Drs. Toine Hooft, th@stedplan.nl

In opdracht van:

gemeente Beverwijk

gemeentebeverwijk

De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 2017.A.517

Referentie: 2017.A.517 Detailhandelsbeleid gemeente Beverwijk 2018-2023 30012018 Def

INLEIDING.....	6
SAMENVATTING	8
1 INGREDIËNTEN DETAILHANDELSBELEID BEVERWIJK	16
1.1 DETAILHANDELSTRUCTUUR BEVERWIJK	
1.2 RELEVANTE ONTWIKKELINGEN	
1.3 REGIONALE DETAILHANDELSVISIE IJMOND	
1.4 RETAILDEALS	
2 VISIE.....	28
2.1 SWOT-ANALYSE EN SWOT-CONFRONTATIE	
2.2 IN BEVERWIJK SLAAG JE ALTIJD!	
3 BELEIDS- EN AFSPRAKENKADER DETAILHANDEL.....	33
3.1 HOOFDWINKELSTRUCTUUR BEVERWIJK	
3.2 REDUCTIE WINKELAREAAAL BUITEN HOOFDWINKELSTRUCTUUR	
3.3 HOE OM TE GAAN MET 'BLURRING' EN ANDERE ZAKEN?	
3.4 DE MARSROUTE: SAMEN STERK!	
3.5 RESUMÉ BELEIDS- EN AFSPRAKENKADER	
FACTSHEETS (WINKEL)GEBIEDEN	49
BIJLAGE 1 UITKOMSTEN ENQUÊTE ALGEMEEN	
BIJLAGE 2 UITKOMSTEN PARTICIPATIESESSIES	

INLEIDING

Beverwijk beschikt over een divers en omvangrijk winkelaanbod met een winkelvloeroppervlakte (wvo) van circa 101.000 m² (exclusief leegstand). Dit komt neer op 2,5 m² wvo per inwoner. Dat is veel hoger dan het landelijk gemiddelde van 1,7 m² wvo per inwoner. Hierbij is de winkelvloeroppervlakte van De Bazaar (circa 70.000 m²) en het vloeroppervlak van de leegstaande winkels in Beverwijk van circa 24.000 m² wvo nog niet meegerekend.

Een viertal winkelconcentraties trekken niet alleen bezoekers uit de stad, maar ook uit de (verre) regio: het Stadscentrum, Marlo-terrein, De Bazaar en de Woonboulevard. Deze vier winkelconcentraties liggen op een afstand van minder dan een kilometer van elkaar. Dit is uniek binnen het Nederlandse winkellandschap! Tegelijkertijd is er veel leegstand en zijn de gemiddelde omzetten in Beverwijk lager dan de landelijk gemiddelde omzetten. Er zijn landelijk maar ook in Beverwijk veel verandering in 'retailland' aan de gang. Dit maakt het noodzakelijk dat er een lokaal detailhandelsbeleid is.

Op 18 november 2015 heeft minister Kamp van Economische Zaken met de gemeente Beverwijk de RetailDeal ondertekend. In juni/juli 2016 hebben de drie gemeenteraden van de IJmond ingestemd met de Regionale Detailhandelsvisie IJmond. Op 6 april 2017 heeft de gemeenteraad ingestemd met het Detailhandelsbeleid Beverwijk 2017-2022. In aanvulling daarop heeft het college op 15 juni 2017 een brief, kenmerk IN-17-37692, van de gemeenteraad ontvangen. De raad vraagt hierin om het Detailhandelsbeleid 2017-2022 te verduidelijken dan wel aan te passen. Wij hebben aan de raad per brief (UIT-17-30041) aangekondigd het Detailhandelsbeleid Beverwijk 2017-2022 op de door de gemeenteraad aangegeven punten te verhelderen en een nieuw beleid aan de raad aan te bieden. Hiertoe zijn de volgende stappen gezet:

- Er is een Plan van Aanpak vastgesteld.
- Er zijn een viertal participatiesessies georganiseerd met ondernemers en eigenaren uit de verschillende (winkel)gebieden.
- Er is een ondernemersenquête uitgezet (voorafgaand aan participatiesessies) onder alle ondernemers in het gehele Centrum van Beverwijk, alle winkelgebieden in de Hoofdwinkelstructuur (met uitzondering van De Bazaar) en Wijk aan Zee. Daarnaast zijn alle detaillisten uit de gebieden verspreide bewinkeling geënuquêteerd.
- Expertmeeting met de raad.

NIEUW DETAILHANDELSBELEID >>

Alle uitkomsten zijn verwerkt in het voorliggend nieuwe Detailhandelsbeleid 2018-2023 voor de gemeente Beverwijk. Dit nieuwe beleid vervangt het huidige Detailhandelsbeleid Beverwijk 2017-2022 per 1 maart 2018.

Het nieuwe lokale beleid borduurt voort op de gemaakte afspraken uit de Regionale Detailhandelsvisie IJmond, het provinciaal detailhandelsbeleid (waarin Beverwijk is aangewezen als regionale plaats voor detailhandel) en de RetailAgenda (inclusief agendapunt 21 - waarin Beverwijk is aangewezen als regionale plaats voor detailhandel) en de reeds ingezette acties voor het Stadscentrum Beverwijk.

Er wordt in deze nieuwe beleidsvisie ingezet op versterking van (het onderscheidend vermogen van) de meest perspectiefrijke winkelgebieden in Beverwijk, zoals vastgesteld in de Regionale Detailhandelsvisie IJmond, de Hoofdwinkelstructuur (HWS) van Beverwijk. Er liggen hier volop kansen en uitdagingen voor ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente. Met de focus op detailhandel in de Hoofdwinkelstructuur ontstaan er kwalitatief sterkere winkelgebieden en wordt de winkelleegstand terug gedrongen.

SAMENVATTING

Visie

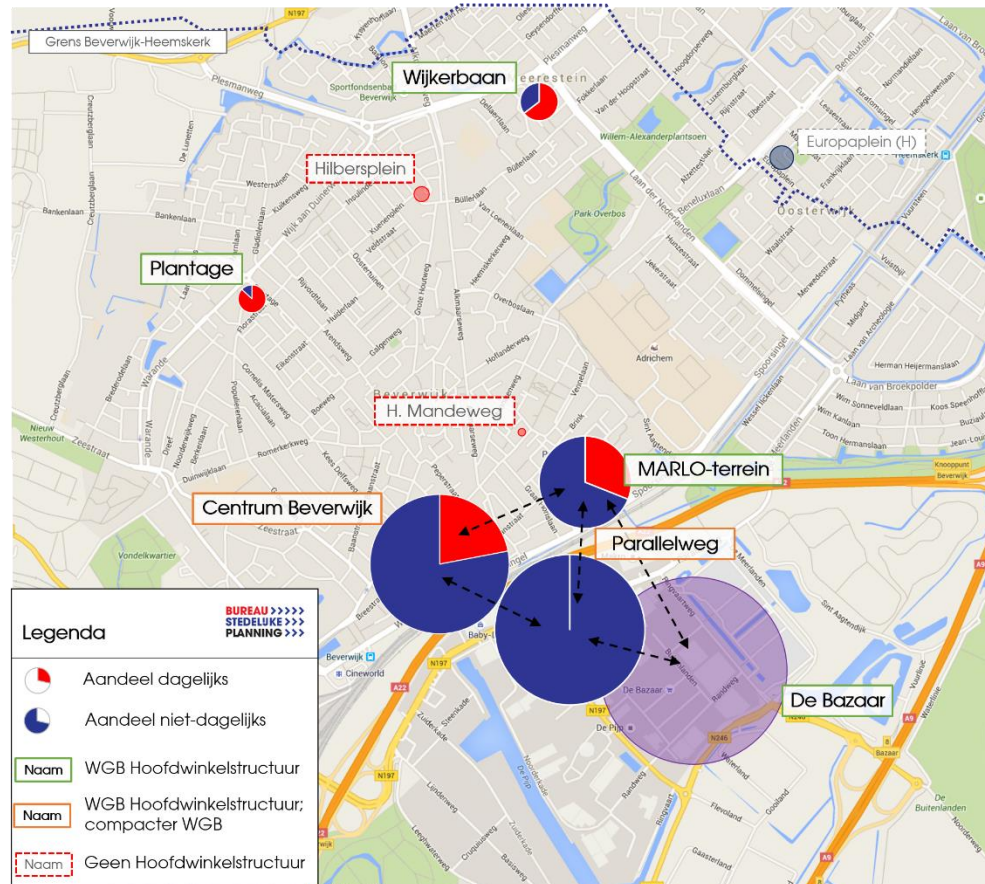
Met vier winkelgebieden met een (boven)regionale aantrekkingskracht op korte afstand van elkaar heeft Beverwijk geweldige troeven in handen. De vier winkelgebieden kennen een afwijkende positionering binnen het winkellandschap en hun bezoekers hebben wezenlijk andere bezoekmotieven. In essentie gaat het erom dat deze winkelgebieden zich vanuit hun eigen kracht verder weten te onderscheiden, versterken én verbinden. Beverwijk wordt zo nog sterker als de regionale winkelstad geprofileerd, met daarin diverse onderscheidende gebieden. Het kan zijn dat consumenten in een winkeltrip meerdere winkelgebieden bezoeken, dan wel in gescheiden winkeltrips maar frequenter komen. In Beverwijk slaagt de consument altijd!

Beleidskader

In zowel de Regionale Detailhandelsvisie IJmond (2016), het provinciaal detailhandelsbeleid, de landelijke RetailAgenda (2015) als de provinciale RetailDeals (2016) wordt verzocht voor sterke(re) winkelgebieden te zorgen. Door in te zetten op perspectiefrijke winkellocaties ontstaat een meer vitale winkelstructuur en wordt de leegstand terug gedrongen.

In de Regionale Detailhandelsvisie IJmond zijn de volgende gebieden aangemerkt als Hoofdwinkelstructuur:

- Marlo-terrein
- Parallelweg/Woonboulevard
- Centrum
- Plantage
- Wijkerbaan
- De Bazaar



FIGUUR 1 HOOFDWINKELSTRUCTUUR BEVERWIJK (EXCL. WIJK AAN ZEE)

Bron: Locatus, oktober 2017 (gemeente Beverwijk), bewerking Bureau Stedelijke Planning

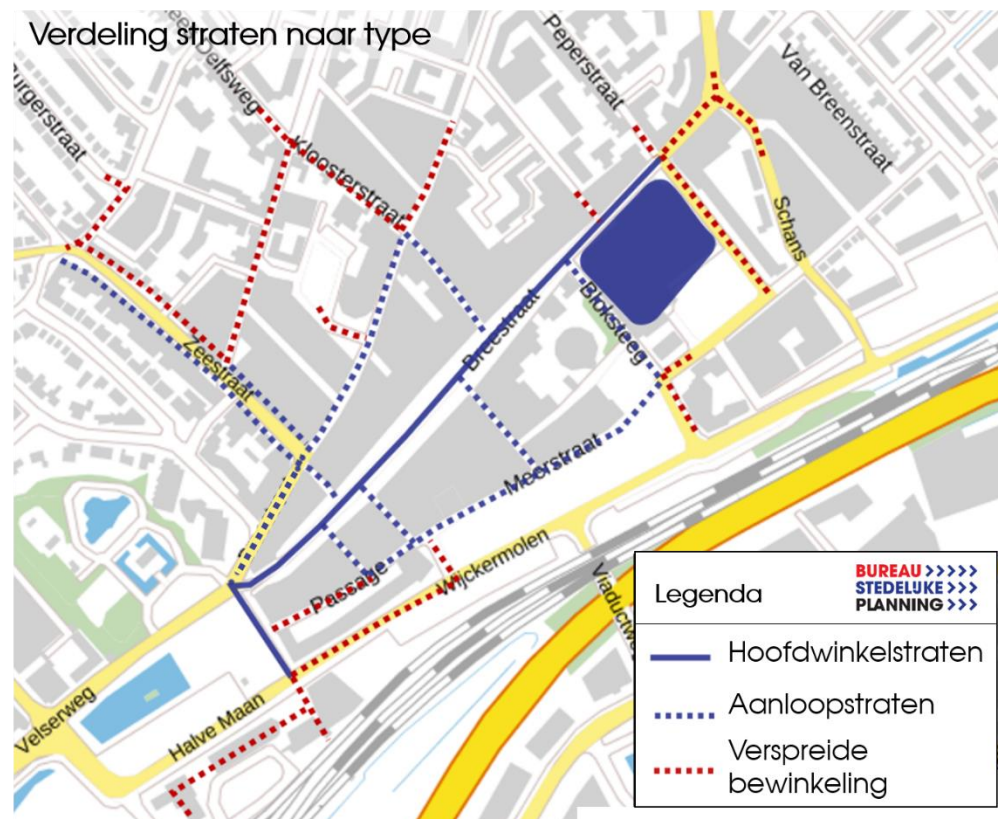
In navolging hiervan zet de gemeente Beverwijk in op:

1. **Minder en meer compacte(re) winkelgebieden.** Een tweetal winkelgebieden - de Hendrik Mandeweg en Hilbersplein/Westerlaan worden zogenaamde transformatiegebieden. Samen met de eigenaren en ondernemers wordt een wenkend perspectief voor deze gebieden opgesteld. Het Stadscentrum en de Parallelweg (woonboulevard) worden opgedeeld in meerdere soorten gebieden te weten (zie ook Figuur 2 op bladzijde 10):
 - a. **Hoofdwinkelstructuur Centrum (Stadscentrum):** Hoofdwinkelstraat (blauwe lijn doorlopend) en aanloopstraten (blauwe stippellijn). NB: Verspreide bewinkeling valt niet meer onder de Hoofdwinkelstructuur (rode stippellijn).
 - b. **Parallelweg:** Hoofdwinkelstraat (blauwe vak) en aanloopstraat (blauwe stippellijn).

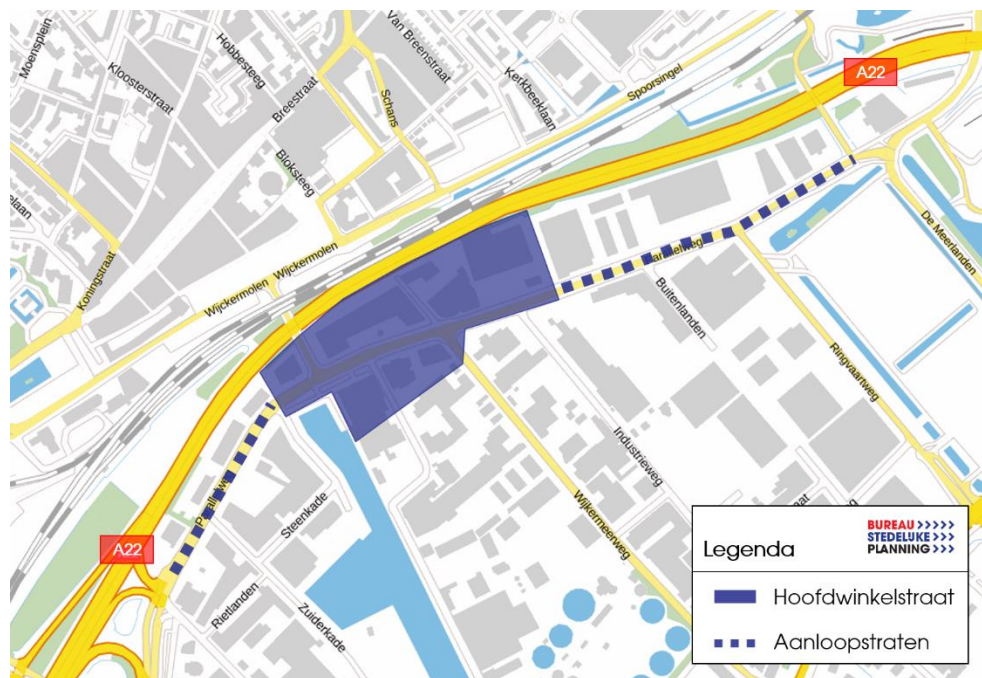
Hoofdwinkelstraat valt onder Hoofdwinkelstructuur (HWS). Hier ligt het primaat voor winkels en horeca en winkel ondersteunende functies. Winkels, horeca en andere publieksfuncties op begane grond. Wonen boven winkels wordt bevorderd in Hoofdwinkelstructuur van het Centrum.

Aanloopstraat valt ook onder Hoofdwinkelstructuur (HWS). ‘ Warm welkom’ -straten zijn straten met een brede en aantrekkelijke functiemix. Wonen op de begane grond is hier mogelijk, mits passend binnen bouweisen en bestemmingsplanvoorschriften. Detailhandel op de begane grond blijft een uitgangspunt, zo ook uitbreiding van detailhandel tot maximaal 250 m². Het college zal aan de raad voorstellen de functiemogelijkheden voor de aanloopstraten zo mogelijk te vergroten binnen het kader van een goede ruimtelijke ordening. Dit is mogelijk zonder de detailhandel te beperken.

Verspreide bewinkeling Centrum valt niet onder de Hoofdwinkelstructuur: Wonen is hier de hoofdbestemming.



FIGUUR 2 AFBAKENING HOOFDWINKELSTRUCTUUR CENTRUM BEVERWIJK EN TYPERING STRATEN
Bron: BRT Achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning



FIGUUR 3 AFBAKENING HOOFDWINKELSTRAAT EN AANLOOPSTRATEN PARALLELWEG BEVERWIJK
Bron: BRT Achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

2. Van de andere vier winkelgebieden binnen de Hoofdwinkelstructuur worden de grenzen niet verder opgerekt. Samen met het Stadscentrum en de Parallelweg vormen de volgende winkelgebieden de 'nieuwe' Hoofdwinkelstructuur: Marlo-terrein, De Bazaar, Wijkerbaan en Plantage.
3. Buiten de Hoofdwinkelstructuur gelden de volgende uitbreidingsmogelijkheden:
 - a. Buiten de Hoofdwinkelstructuur heeft de gemeente Beverwijk de mogelijkheid om uitbreiding tot 250 m² toe te staan (conform Regionale Detailhandelsvisie IJmond).
 - b. Voor nieuwe vestiging of uitbreiding van meer dan 250 m² buiten de Hoofdwinkelstructuur is regionaal advies nodig van de drie portefeuillehouders van Economische Zaken binnen de IJmond (conform Regionale Detailhandelsvisie IJmond). Het college is van mening dat er binnen de Hoofdwinkelstructuur voldoende mogelijkheden zijn voor (nieuwe) retailers om zich te vestigen of uit te breiden. Forse uitbreiding buiten de Hoofdwinkelstructuur staat haaks op regionale, provinciale en landelijke afspraken, als ook het doel van het lokaal detailhandelsbeleid om de kwaliteit en vitaliteit van de winkelgebieden in de Hoofdwinkelstructuur te vergroten en de winkelleegstand binnen de Hoofdwinkelstructuur terug te dringen.
4. Een **reductie** van het winkelareaal met circa 10.000 m² wvo in de komende vijf jaar. Deze reductie wordt gevonden door buiten de Hoofdwinkelstructuur:
 - a. Goedkeuring te onthouden aan nieuwe, ongewenste plannen conform het schema Regionale Detailhandelsvisie IJmond (zie ook paragraaf 1.3).

- b. Bestemmingen worden ingevolge de Wet ruimtelijke ordening (Wro) telkens na 10 jaar opnieuw door de gemeenteraad toegewezen in het kader van een goede ruimtelijke ordening. Voor de locaties buiten de Hoofdwinkelstructuur zal aan de raad worden voorgesteld om de onbenutte plancapaciteit van detailhandel terug te dringen indien gebleken is dat de locatie al 10 jaar niet ingevuld is met detailhandel. Daarbij zal zo mogelijk binnen het kader van een goede ruimtelijke ordening de inperking van de detailhandelsfunctie worden gecompenseerd met andere functies, zoals wonen.
 - c. Het faciliteren van transformatie van detailhandel naar niet detailhandel buiten de Hoofdwinkelstructuur. Het college zal hiervoor voorstellen doen aan de raad. Dit zijn voorstellen om de mogelijkheden voor niet detailhandelsfuncties te verruimen en samen met ondernemers en eigenaren aan een nieuw wenkend perspectief te werken. Dit wenkend perspectief wordt door de gemeente samen met ondernemers en eigenaren opgehaald via een aantal sessies die worden gehouden in het eerste kwartaal van 2018.
 - d. Daarnaast zal het gros van de 'plancapaciteit' worden terug gedrongen in een periode van vijf jaar (2018-2023) in de volgende gebieden:
 - Parallelweg: 5.000 m² (in de periode 2018-2023);
 - Bestemmingsplan woongebied Oost: 2.500 m² (in de periode 2018-2023);
 - Bestemmingsplan woongebied West: circa 2.500 m² (in de toekomst).Jaarlijks zal een overzicht aan de raad worden verstrekt met de stand van zaken m.b.t. het terugdringen van de plancapaciteit.
5. Nieuwvestiging of uitbreiding van supermarkten:
- a. Binnen de Hoofdwinkelstructuur zijn er voldoende mogelijkheden voor (nieuwe) retailers om zich te vestigen of uit te breiden. Forse uitbreiding buiten de Hoofdwinkelstructuur staat haaks op regionale, provinciale en landelijke afspraken, als ook het doel van de lokaal detailhandelsbeleid om de kwaliteit en vitaliteit van de winkelgebieden te vergroten en de winkelleegstand terug te dringen.
 - b. Ruimte voor supermarkten, tuincentra, bouwmarkten is er volop in de volgende Hoofdwinkelstructuur: Marlo-terrein, Hoofdwinkelstructuur Parallelweg en in het industriegebied voor die panden/gronden met de bestemmingsmogelijkheden voor PDV detailhandel.
6. Blurring, de vermenging van verschillende functies en kanalen, is mogelijk in alle gebieden. De gemeente Beverwijk benut de wettelijke mogelijkheden die er zijn voor mengformules (blurring) en zoekt daarbinnen de grenzen op. Blurring concepten zijn dan ook in alle gebieden mogelijk waar dit wettelijk toegestaan is.
7. De aanpak van het Stadscentrum is succesvol. De gemeente wil de aanpak van het Stadscentrum continueren en onderdelen uitrollen naar de andere vijf winkelgebieden. Dit betekent onder meer:

- a. Vaste aanspreekpunten binnen de gemeente én vanuit ondernemers en eigenaren met vaste overlegmomenten (minimaal twee keer per jaar).
- b. Ondersteuning door gemeente bij pijler 'communicatie en gastvrij', marketing en evenementen en inzet Beverwijk Startup, de datingsite waar voor lege panden huurders gezocht worden.

In de matrix op de volgende pagina is samengevat wat de beleidsuitgangspunten betekenen per winkelgebied. In aanvulling op deze matrix een korte toelichting per kolom. Wat houdt deze kolom in en wat houden de verschillende beoordelingen in:

- **Doorzetten functie detailhandel in pand.** Indien er momenteel detailhandel in een pand gevestigd is, kan deze ondernemer deze winkel open houden zonder voorwaarden. Dit geldt voor geheel de gemeente Beverwijk.
- **Uitbreiding detailhandel.** Deze kolom geeft weer in hoeverre er detailhandel mag komen (in panden met bestemming detailhandel) in de verschillende (winkel)gebieden. In de Hoofdwinkelstructuur is dit maximaal tot 1.500 m² toegestaan, voor de overige gebieden is dit maximaal 250 m². Dit is in lijn met het regionale beleid.
- **Functiewijziging naar niet-detailhandel.** Indien een pand al 10 jaar niet ingevuld is met detailhandel of er nooit detailhandel in heeft gezeten, bestaat er de mogelijkheid om aan de raad voor te leggen de functie detailhandel hier te wijzigen naar andere functies. Dit is niet van toepassing op de Hoofdwinkelstructuur, maar wel voor panden in gebieden die hier niet tot behoren.
- **Wonen (of werken) op de begane grond.** In de Hoofdwinkelstructuur is het ongewenst dat de begane grond dient als woon- of werkruimte, omdat dit de aaneengeslotenheid van de winkels en andere commerciële voorzieningen beperkt. Dit is dan ook niet toegestaan. In de aanloopstraten van de Meubelboulevard bestaat er een beperking door onder andere geluidseisen om wonen toe te staan. In de gebieden buiten de Hoofdwinkelstructuur en de aanloopstraten van de Meubelboulevard wordt wonen en werken op de begane grond gestimuleerd.
- **Blurring.** Blurring, de vermenging van verschillende functies en kanalen, is mogelijk in alle gebieden binnen de grenzen van de wet (met name Drank- en Horecawet).

(WINKEL)GEBIED(EN) BEHOREND TOT DEZE BELEIDSLIJN	TYPE (WINKEL)GEBIED/STRAAT	HOOFD-BESTEMMING	DOORZETTEN PAND FUNCTIE DETAILHANDEL	UITBREIDING DETAILHANDEL	VOORSTEL FUNCTIEWIJZING NAAR NIET-DETAILHANDEL INDIEN PAND > 10 JAAR NIET IN GEBRUIK ALS DETAILHANDEL	WONEN (OF WERKEN) OP BGG	BLURRING (BINNEN DE WET), AFHAALPUNTEN EN AMBU- LANTE HANDEL MOGELIJK
Centrum	Hoofd-winkel-straat (HWS)	Detailhandel Horeca Ondergeschikte publieksfuncties	V	V Ja, mits Max. 1.500 m ^{2*}	X	X	V
	Aanloop-straat (HWS)	Gemengd	V	V Ja, mits Max. 250 m ^{2*}	X	V	V
	Verspreid	Wonen	V	V Ja, mits Max. 250 m ^{2*}	V	V	V
Plantage Wijkerbaan Marlo Center	HWS	Detailhandel Horeca Ondergeschikte publieksfuncties	V	V Ja, mits Max. 1.500 m ^{2*} binnen het gebied	X	X	V
De Bazaar	HWS	Mazzel en Vermaak, atypische locatie, evenementen en markten	V	V Ja, mits Max. 1.500 m ^{2*} binnen het gebied	X	X	V
Wijk aan zee	Status aparte	Wonen Horeca/hotel	V	V Max. 250 m ^{2*}	V	V	V
H. Mandeweg Hilbersplein	Transfor- matie- gebied	Wonen + maatschappelijk, diensten, bedrijvigheid	V	V Max. 250 m ^{2*} , geen nieuwe detailhandels- vestigingen	V	V	V
Parallelweg Hoofdwinkelstraat	Hoofd- winkel-	Grootschalige Detailhandel	V	V Ja, mits Max. 1.500 m ^{2*}	X	X	V

	straat (HWS)						
Aanloopstraat Parallelweg	Aanloops traat (Buiten HWS)	Gemengd (conform visie 'Mix & Match')	V	V Max. 250 m ² *	V	?	V
Verspreide bewinkeling	Overig	Wonen + maatschappelijk, diensten, bedrijvigheid	V	V Max. 250 m ² , geen nieuwe detailhandels- vestigingen	V	V	V

TABEL 1 SAMENVATTING BELEIDSKADER BEVERWIJK PER (WINKEL)GEBIED - * VOLGENS REGIONAAL BELEID
Bron: Bureau Stedelijke Planning

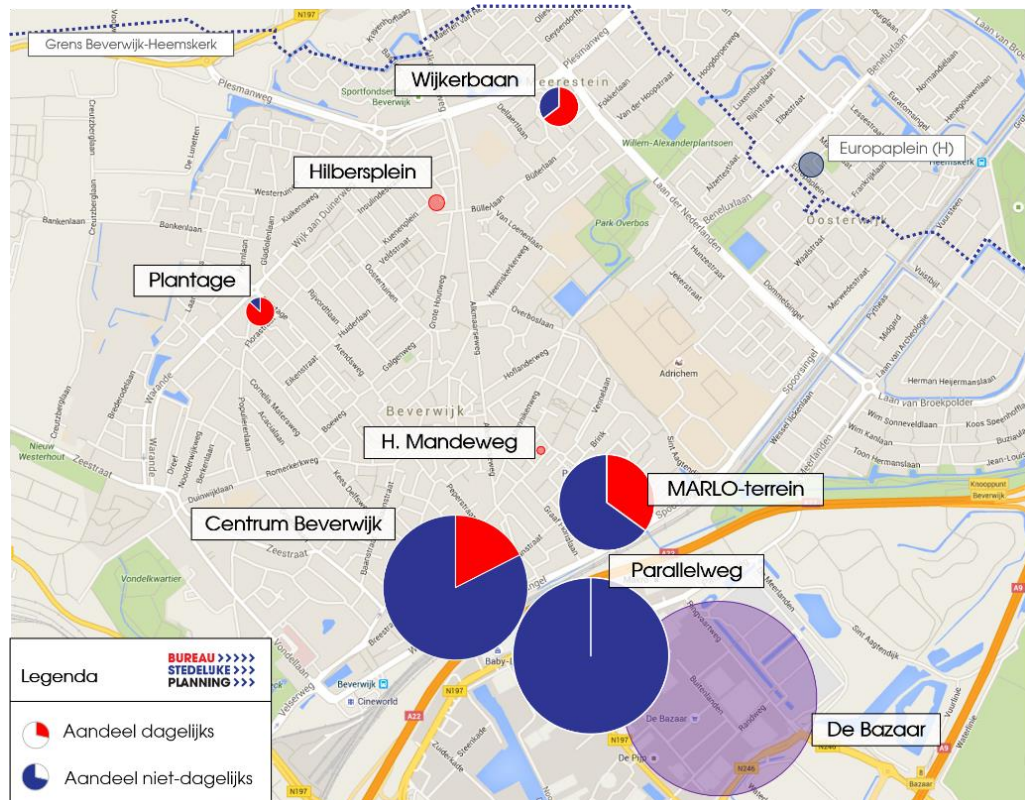
1 INGREDIËNTEN DETAILHANDELSBELEID BEVERWIJK

In dit hoofdstuk staan we stil bij de ingrediënten voor het nieuwe Detailhandelsbeleid. Ook kijken we naar de huidige functie van Beverwijk en we kijken vooruit: met welke ontwikkelingen zal Beverwijk de komende tijd geconfronteerd worden? Ook regionale en provinciale (beleids)kaders maken onderdeel uit van dit hoofdstuk.

1.1 DETAILHANDELSTRUCTUUR BEVERWIJK

De gemeente Beverwijk heeft 40.709 inwoners (1 april 2017, bron: CBS). De gemeente bestaat uit de stad Beverwijk en het dorp Wijk aan Zee.

AANBOD: HUIDIGE WINKELSTRUCTUUR >>>>



FIGUUR 4 HUIDIGE WINKELSTRUCTUUR BEVERWIJK MET PERCENTAGES VAN DE INGEVULDE METERS (EXCL. WIJK AAN ZEE)

Bron: Locatus, oktober 2017 (gemeente Beverwijk), bewerking Bureau Stedelijke Planning

Beverwijk beschikt over een divers en omvangrijk winkelaanbod met een winkelvloeroppervlakte (wvo) van circa 101.000 m² (exclusief leegstand). Dit komt neer op 2,5 m² wvo per inwoner. Dat is veel hoger dan het landelijk gemiddelde van 1,7 m² wvo per inwoner. Hierbij is de winkelvloeroppervlakte van De Bazaar (circa 70.000 m²) en het vloeroppervlak van de leegstaande winkels in Beverwijk van circa 24.000 m² wvo nog niet meegerekend.

In totaal is er een negental gebieden en daarnaast verspreide bewinkeling. Dat is veel meer dan in gemeenten van soortgelijke omvang (die gemiddeld circa zes winkelgebieden hebben). Onderstaand volgt een korte beschrijving van deze negen gebieden¹:

1. Het **Centrum van Beverwijk** is het hoofdwinkelgebied van de gemeente. De Breestraat (inclusief Beverhof) vormt de belangrijkste winkelstraat. Mode & Luxe is de belangrijkste groep: circa 50% van de winkelvloeroppervlakte in gebruik is ingevuld met een winkel in deze groep.
2. Op de **Parallelweg (ook wel Woonboulevard, inclusief kop van de haven)** zijn voornamelijk woonwinkels gevestigd. De huidige leegstand is hoog en de uitstraling van sommige panden is gedateerd. Naast woonwinkels heeft ook een elektronikaketen een vestiging en in het uiterste noordoosten aan de Parallelweg is een bouwmarkt gevestigd.
3. De **Bazaar** vormt een geheel eigen gebied binnen Beverwijk. Deze overdekte markt is elk weekend geopend en trekt bezoekers uit heel Nederland. Een klein aantal winkels is ook op vrijdag of doordeweeks geopend (zoals een supermarkt).
4. Op **Marlo-terrein** zijn winkels gevestigd die gericht zijn op functioneel shoppen. Het is een mix van winkels in de PDV-branches² (bouwmarkten-tuincentra), supermarkten en frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen.
5. Wijkcentrum **Wijkerbaan** is vijf jaar geleden grondig gerenoveerd. Twee derde van de winkelvloeroppervlakte in gebruik is ingevuld met dagelijkse winkels. Een aantal panden is nog niet gevuld.
6. Wijkcentrum **Plantage** is gericht op de dagelijkse boodschappen. Circa 85% van de winkelvloeroppervlakte is gevuld met winkels in de dagelijkse sector, met een supermarkt als drager. Het overige aanbod wordt gevuld door lokale aanbieders.
7. In het **Hilbersplein/Westerlaan** is een supermarkt de drager. Verder bestaat het aanbod uit onder andere twee kappers.
8. Het aanbod in de voorzieningensstrip aan de **Hendrik Mandeweg**³ betreft voor een groot deel etnische winkels en horeca. Horeca (5 stuks) en diensten (5 stuks) hebben de overhand ten opzichte van winkels (slechts drie). Dit is geen winkelgebied volgens Locatus.
9. Het winkelaanbod in **Wijk aan Zee** is beperkt tot een supermarkt en een aantal niet-dagelijkse winkels mede gericht op toeristen (kunst en woonaccessoires). Er is wel veel overig aanbod (namelijk 25), hoofdzakelijk horeca (18 stuks).

¹ Situatie december 2016

² Doe-Het-Zelf, Plant & Dier en Wonen

³ Officieel geen winkelcentrum meer volgens de definitie van Locatus, omdat er minder dan 5 winkels gevestigd zijn

NAAM WINKELGEBIED ⁴	DAGELIJKS		NIET-DAGELIJKS		OVERIG *	WAARVAN HORECA**	WINKEL- LEEGSTAND ***
	VKP	M ² WVO	VKP	M ² WVO	VKP	VKP	M ² WVO
Centrum	35	5.607	113	20.061	129	55	5.229
Parallelweg	0	0	26	33.040	6	4	14.716
<i>De Bazaar (±70.000 m²)</i>	-	-	-	-	-	-	-
Marlo-terrein	5	6.255	7	11.390	4	1	1.932
Wijkerbaan	10	3.099	11	1.755	14	7	646
Plantage	9	2.000	3	305	5	2	33
Hilbersplein/Westerlaan	2	1.975	3	440	3	0	0
Hendrik Mandeweg	3	125	0	0	10	5	0
Wijk aan Zee	2	460	1	35	25	18	0
Overig (verspreid****)	7	2.220	27	12.376	70	38	1.488
TOTAAL (excl. Bazaar)	73	21.741	191	79.402	266	130	24.044

TABEL 2 WINKELGEBIEDEN IN BEVERWIJK

Bron: Locatus, oktober 2017 (gemeente Beverwijk); metrages zijn momentopnames en kunnen wijzigen

VKP = Verkooppunt; WVO = winkelvloeroppervlakte

* Overig = leisure en diensten; ** Horeca = onderdeel van leisure en diensten

*** Conform uitgangspunten Locatus: 2/3 van de m² wvo leegstand betreft winkelleegstand, de overige leegstand zijn andere verkooppunten zoals dienstverlening en horeca en zijn niet meegenomen in de tabel

**** zoals Schouwenaarsstraat, Alkmaarseweg en Arendsweg

1.2 RELEVANTE ONTWIKKELINGEN

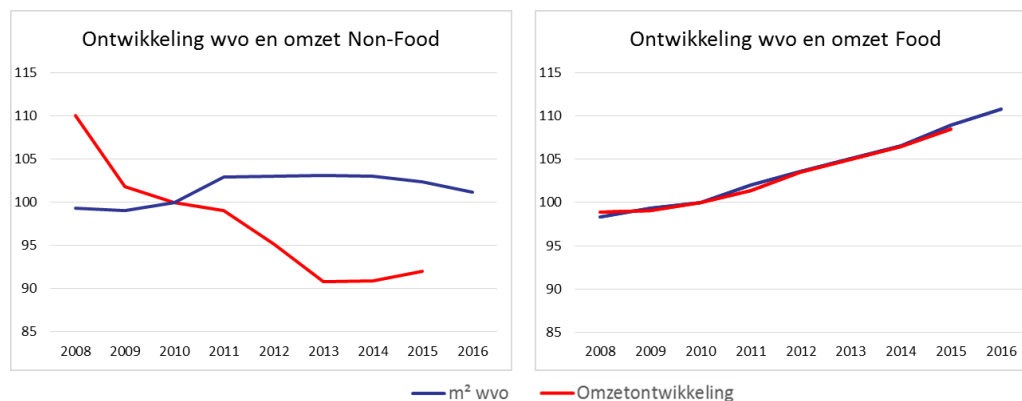
GENERIEKE ONTWIKKELINGEN >>

De detailhandel is altijd al een sector geweest die sterk werd beïnvloed door maatschappelijke, culturele en economische ontwikkelingen. Momenteel zijn die echter van een dusdanige aard en omvang dat we gerust kunnen spreken van een retailrevolutie, met ingrijpende veranderingen voor de manier waarop consumenten boodschappen doen en winkelen. En ook met ingrijpende veranderingen voor de (ruimtelijke) organisatie van de sector zelf. De belangrijkste voor Beverwijk hebben we hier opgenomen.

Groei is niet meer vanzelfsprekend. De omzetten in de non-food zijn sinds 2008 flink afgenomen. De omzet in de food-sector heeft zich min of meer gelijk ontwikkeld met de inflatie. In dezelfde periode is de winkelvloeroppervlakte in bijna alle detailhandelsbranches gestegen. Dalende omzetten in combinatie met een stijging

⁴ Voor het in kaart brengen van de huidige winkelstructuur is dezelfde indeling gebruikt als in de regionale detailhandelsvisie. Wijk aan Zee is samengevoegd.

in de winkelvloeroppervlakte (zie Figuur 5) leidt tot een sterke afname van de vloerproductiviteit in de retail (de omzet per m²) en daarmee tot (een dreiging van) oplopende winkelleegstand.



FIGUUR 5 OMZET EN ONTWIKKELING M² WVO FOOD EN NON-FOOD 2008-2015

Bron: Locatus en CBS, 2016, bewerking Bureau Stedelijke Planning

Internetwinkelen was enkele jaren geleden nog een betrekkelijk beperkt fenomeen, maar neemt inmiddels een substantieel deel (circa 10%) van de non-food bestedingen in. Experts verwachten dat dit aandeel minimaal verdubbeld de komende vijf tot tien jaar, deels door technologische ontwikkelingen, deels ook doordat steeds meer consumenten zijn opgegroeid met internet. Anders dan in de non-food speelt e-commerce nog slechts een betrekkelijk geringe rol in de foodsector. Omnichannel retailing wordt vanzelfsprekend. Bij omnichannel retailing gaan offline en online aanwezigheid naadloos in elkaar over. De consument beslist zelf via welk kanaal hij zich oriënteert en aankoopt. Alle grote retailers investeren fors in hun omnichannel aanpak. Een bemoedigend bericht: uit CBS statistieken blijkt dat multichannel retailers met hun internetactiviteiten een grotere groei boeken dan 'pure players'. Mede daarom zoeken 'pure players' ook naar fysieke vertegenwoordiging in de winkelstraat. Ook afhaalpunten maken onderdeel uit van de omnichannel-aanpak van retailers.

Daarnaast staat Nederland aan de vooravond van een **demografische aardverschuiving**. Er is gelijktijdig sprake van verdunning (daling gemiddelde huishoudensgrootte), verkleuring, vergrijzing en een krimpende beroepsbevolking. De vrije bestedingsruimte van al deze groepen is lager dan die van een traditioneel huishouden. De huidige generatie 65-plussers besteedt beduidend minder in de winkels dan de mensen jonger dan 65 jaar. Schattingen lopen uiteen van 20 tot 40%. Voor zover ze meer vrij te besteden hebben, is het niet vanzelfsprekend dat senioren meer uitgeven aan detailhandel. Ze hebben namelijk minder koopdrang – hoeven hun garderobe en interieur niet zo nodig elk jaar te vernieuwen – en hebben meer keuzevrijheid en tijd. Ze zijn de ultiem kritische consumenten. De demografische veranderingen treffen overigens ook de sector zelf. Door de vergrijzing van het ondernemersbestand gaat een groot aantal zelfstandige winkeliers de komende jaren stoppen. Door

het ongunstige toekomstperspectief in de sector zijn de overnamekansen vaak gering.

Het samenspel van bovengenoemde en andere ingrijpende veranderingen leidt tot een **structureel lagere behoefte aan fysieke winkels**. In de door het ministerie van Economische Zaken opgestelde RetailAgenda (maart 2015) wordt gemeenten en andere stakeholders verzocht landelijk voor te sorteren op een reductie van het aantal winkelmeters met 20%. Ook leidt de nieuwe tijd tot veranderingen in de aard van de winkels. Nieuwe concepten als afhaalpunten en pick-up points, al dan niet geïntegreerd in bestaande winkels of winkelgebieden, komen op. Of de nieuwe realiteit leidt tot grotere of juist kleinere winkels, daarover zijn de meningen verdeeld. Feit is wel dat de traditionele winkels van karakter veranderen: van plaatsen waar het tonen en de transactie van goederen centraal stond naar plaatsen van beleving en 'experience'.

Blurring is het Engelse woord voor vervagen en het wordt steeds vaker gebruikt om de vervagende grenzen tussen verschillende distributiekanaalen aan te geven: horeca (foodservice) en detailhandel, detailhandel en groothandel, logistiek en detailhandel. Door veranderingen in de samenleving, nieuwe technieken en de omzetonwikkelingen in de retail wordt blurring nu gestuwd. Probleem is echter dat regelgeving vaak nog de mogelijkheden voor het mengen van detailhandel, horeca en dienstverlening belemmert.



FIGUUR 6 VOORBEELD BLURRING: DETAILHANDEL EN HORECA
Bron: Bureau Stedelijke Planning

Traffic voorzieningen krijgen een steeds belangrijkere rol. Deze kleinschalige voorzieningen ontstaan op locaties waar veel passanten zijn vanwege de specifieke functie van de locatie, zoals stations, benzinstations, ziekenhuizen, hogescholen en universiteiten, etc. Supermarkten hebben hierop ingespeeld en bieden op dit

soort locaties een specifiek, op gemak gericht assortiment. Door een gunstigere margemix kunnen de hogere huren op dit soort locaties worden gedragen.

Omvang en functie: grote, aantrekkelijke recreatieve winkelgebieden met een groot verzorgingsgebied en met een grote keuze en variatie aan aanbod (ook buiten de detailhandel) bieden sfeer en beleving. Zij doen dat vaak meer dan de middelgrote centra, die zich noch functioneel, noch in termen van beleving kunnen onderscheiden. Niet ten opzichte van het internet en niet ten opzichte van de grote binnensteden. Beverwijk Centrum is als klein regionaal verzorgend centrum kwetsbaar, met name in de niet-dagelijkse sector. Veel bewoners zullen voor het echte 'funshoppen' kiezen voor een grotere stad met een groter aanbod, die vaak ook nog eens een historische en karakteristieke binnenstad heeft. Dergelijke binnensteden (Haarlem, Alkmaar en Zaandam) liggen nabij.

Daarom is er in 2014 de Visie Stadscentrum Beverwijk vastgesteld door de raad. Daarbij was ook de volgende vraag aan de orde: Wat voor centrum willen we zijn? Daarop is het volgende antwoord geformuleerd en vastgesteld in deze Visie: "Het Centrum van Beverwijk is een attractief en gastvrij winkelcentrum voor Beverwijk en de IJmond. Men kan er efficiënt en comfortabel boodschappen doen maar ook gezellig winkelen en verblijven. De Breestraat is een combinatie tussen een stadsstraat en een brink en vormt samen met de zijstraten een samenhangende stedelijke ruimte."

LOKALE ONTWIKKELINGEN >>

Sinds 2009 (de vorige detailhandelsvisie) zijn er diverse lokale ontwikkelingen geweest die relevant zijn voor de detailhandelstructuur in Beverwijk:

Renovatie wijkwinkelcentrum Wijkerbaan (2011)

In 2011 is de Wijkerbaan grondig gerenoveerd. Het winkelaanbod is met circa 2.000 m² wvo uitgebreid en er is een parkeerdek gerealiseerd. Momenteel staan er nog enkele units leeg⁵.

Opwaardering Centrum Beverwijk

De afgelopen jaren is er veel aandacht geweest voor het Centrum van Beverwijk. Dit zal ook de komende jaren het geval zijn.

1. In 2014 is de Visie Stadscentrum Beverwijk 2014-2020 ontvouwd. Rondom drie pijlers, Winkelprogramma, Fysiek en Communicatie en Gastvrij, zijn diverse projecten gelanceerd.
2. Meest in het oog springend is de complete herinrichting van de Breestraat. Deze is gereed gekomen in december 2017.
3. Vooruitlopend hierop is de Beverhof herontwikkeld die eind september 2016 is afgerond met een feestelijke opening. Het winkelcentrum is geheel opgeknapt en er is een tweede supermarkt toegevoegd. Tevens is er een versplein, waarmee de boodschappenfunctie van het Centrum versterkt is.

⁵ Situatie oktober 2017

4. Het Stationsgebied heeft tussen 2014 en 2016 een hele nieuwe inrichting gekregen. Er is een nieuw busstation en een ondergrondse fietsenstalling gerealiseerd.
5. De vastgoedeigenaren hebben zich in april 2016 verenigd in de Vereniging van Eigenaren Centrum Beverwijk. In dezelfde tijd is Beverwijk Startup van start gegaan (zie ook kader). De samenwerking is succesvol. Er zijn in de Breestraat het afgelopen jaar dertien nieuwe winkels geopend of verplaatst. Tot slot: de ontwikkeling van 11.000 m² nieuwe commerciële ruimtes, 111 woningen en een ondergrondse parkeergarage op het Meerplein is in april 2016 officieel stopgezet.

Beverwijk Startup

In april 2016 is Beverwijk Startup van start gegaan. Deze site biedt een platform waar zoekers naar en aanbieders van (tijdelijk) beschikbare winkelruimte elkaar kunnen vinden. Doel is het stimuleren van startende en bestaande (lokale, regionale en nationale) ondernemers en ondernemingen om nieuwe initiatieven te ontplooiën in Beverwijk en zo leegstand te verminderen.



Het initiatief Beverwijk Startup past ook goed bij punt 21 uit de RetailAgenda (ondertekend 28 september 2017). Dit punt pleit om in te spelen op de veranderende wensen van de consument en de retail toekomstbestendig te maken door middel van innovatie. De gemeente Beverwijk onderschrijft door de ondertekening het belang van retailinnovatie en zal de krachten bundelen met de andere partners voor een goede uitvoering in de praktijk.

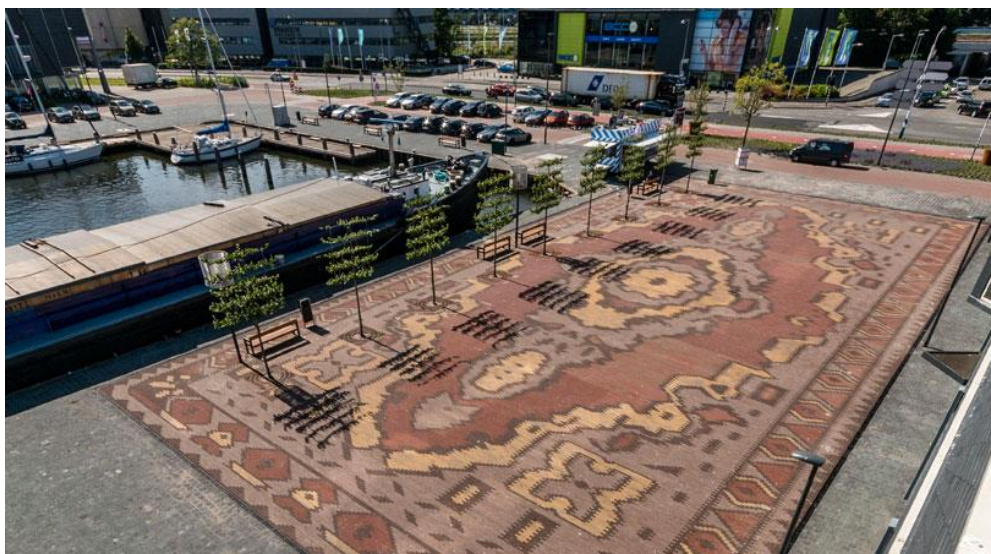


Voorbeeld was de African pop-up store. Drie jonge enthousiaste ondernemers met elk hun eigen modelabel, verkopen diverse (zelf ontworpen) kledingstukken en mode accessoires met Afrikaanse invloeden.

Bron: website Beverwijk Startup

Kop van de Haven

Naast de Wijkerbaan en het Centrum, is ook een deelgebied van de Parallelweg aangepakt. Op 1 november 2016 is op feestelijke wijze de vernieuwde Kop van de Haven heropend. Er is een kleine passantenhaven gecreëerd en naast het woonwarenhuis is een plein aangelegd met bestrating in de vorm van een oosters tapijt. Wethouder Tim De Rudder: “We hebben in dit gebied een mozaïek van bedrijven, we maken hier raketonderdelen, maar ook onderbroeken. Het plein moet de huiskamer van de Parallelweg worden, maar ook een evenementenplein; op een nieuwe toekomst.” Het is het startsein voor een verdere revitalisering van het havengebied en de Parallelweg.



FIGUUR 7 NIEUW PLEIN KOP VAN DE HAVEN BEVERWIJK
Bron: website Bylandt

HOE PROFILEERT BEVERWIJK ZICH? >>

Beverwijk heeft een onderzoekstraject fase 1 en 2 van Identity Matching doorlopen. Doel daarvan is het vastleggen van **eigen unieke kernkwaliteiten en eigenschappen** die gebruikt kunnen worden voor diverse beleidsstukken, waaronder de detailhandelsvisie.

Wie Beverwijk bezoekt weet eigenlijk niet wat hem of haar te wachten staat. Het aanbod is **zo veelzijdig** dat er moeilijk één sticker op te plakken is. Je zou het een allegaartje kunnen noemen, maar je zou ook kunnen zeggen dat Beverwijk van alle markten thuis is. En dat is precies dé kracht van Beverwijk. Beverwijk is een vruchtbare grond voor doeners. Beverwijk is dé plek waar je als ondernemer je vleugels kunt uitslaan. Want Beverwijk zit je niet in de weg, maar helpt je vooruit.

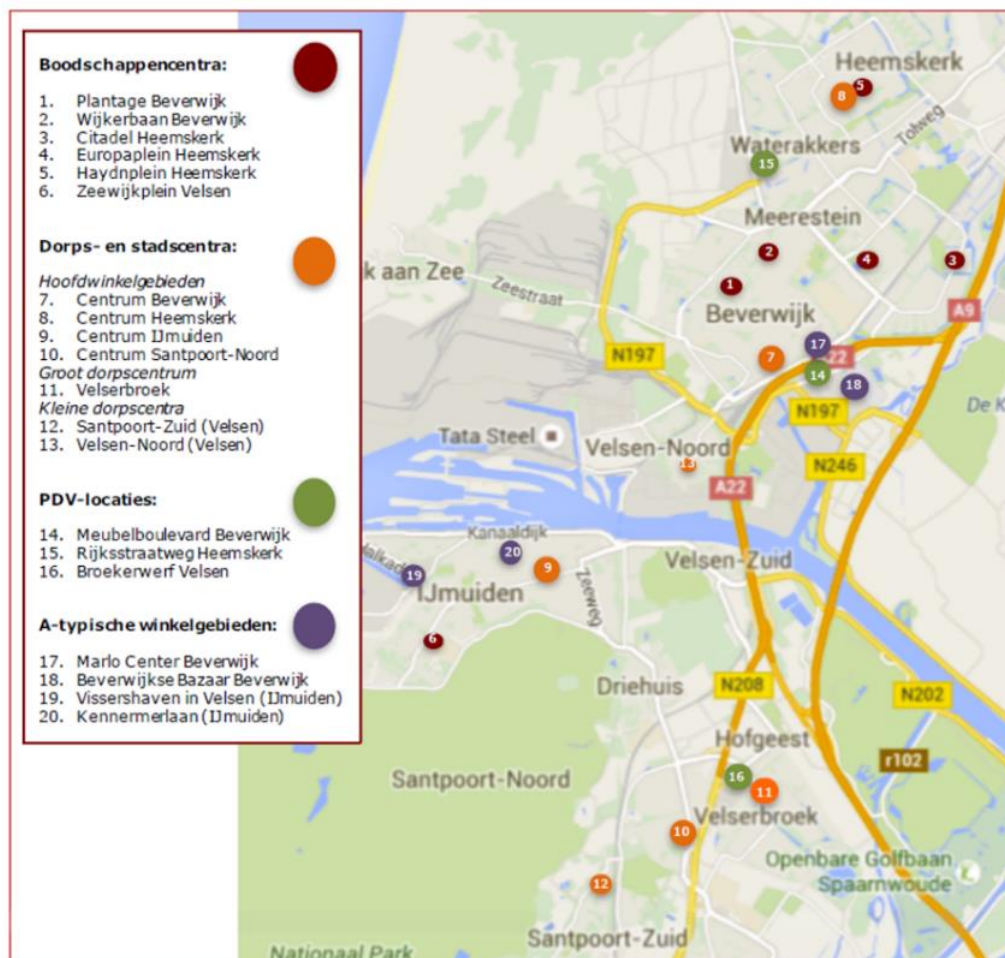
Dit betekent dat er een krachtige constellatie ontstaat als de toonaangevende winkelgebieden zich nog verder weten te onderscheiden (met onderscheidende ondernemers), versterken, organiseren én verbinden.

1.3 REGIONALE DETAILHANDELSVISIE IJMOND

In juli 2016 is de Regionale Detailhandelsvisie IJmond vastgesteld. Hoofdoopgave van deze visie is het reduceren van de winkelmeters in de regio en focussen op de kansrijke winkelgebieden (zie figuur 6). Die hoofdoopgave is vertaald in een negental doelen:

- Reductie winkelareaal met 10.000 m² wvo
- Meer concentratie c.q. minder verspreid aanbod
- Regionale afstemming
- Focus op minder winkelgebieden
- Terugdringen winkelleegstand
- Functieverandering stimuleren
- Compactere winkelgebieden
- Verbetering van de ruimtelijke kwaliteit in winkelgebieden
- Verbeteren toekomstwaarde en identiteit van kansrijke winkelgebieden

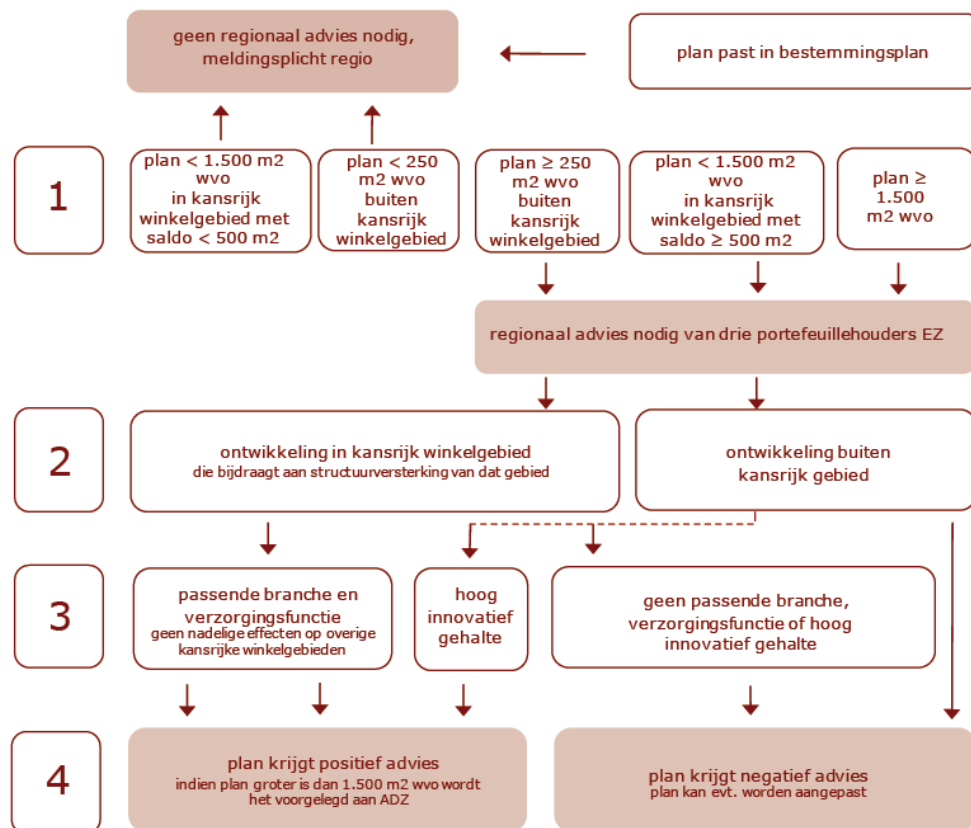
Uit de regionale visie volgt dat de lokale opgave voor de gemeente Beverwijk ligt in het **verbeteren van het functioneren van het winkellandschap** in de volle breedte en het **reduceren van de leegstand**. Met dit voorliggende lokale detailhandelsbeleid wil Beverwijk deze opgave vorm geven. Beverwijk zet in op aanpak van leegstand om een gezonde winkelstructuur te krijgen. Om weer een gezonde structuur te krijgen in de gemeente Beverwijk, zet de gemeente gelet op de huidige hoeveelheid leegstand in op aanpak van 10.000 m² reductie. Dit is een hoger metrage dan regionaal gevraagd wordt (en daarmee een stap verder dan de Regionale Detailhandelsvisie IJmond), echter is het nodig om een gezonde structuur te krijgen in Beverwijk. Dit ontslaat de andere twee gemeenten niet van de gezamenlijke gemaakte afspraak in het kader van de regionale detailhandelsvisie IJmond.



FIGUUR 8 NIEUWE REGIONALE HOOFDWINKELSTRUCTUUR IJMOND

Bron: Regionale Detailhandelsvisie IJmond

Hoewel uitbreidingen niet centraal staan in de regionale visie, kunnen ze in uitzonderingsgevallen een bijdrage leveren aan het versterken van winkelgebieden. Voor uitbreidingen moet een stroomschema worden doorlopen (zie Figuur 9). Uitgangspunt is dat grotere winkelontwikkelingen regionale afstemming vergen. Het schema heeft betrekking op plannen waarvoor een juridisch-planologische uitbreiding van winkelareaal nodig is.



FIGUUR 9 ADVIESSCHEMA REGIONALE DETAILHANDELSVISIE

Bron: Regionale Detailhandelsvisie IJmond

1.4 RETAILDEALS

RETAILDEAL GEMEENTE BEVERWIJK >>

In november 2015 heeft de gemeente Beverwijk samen met 30 andere gemeenten als eerste een RetailDeal ondertekend. Gemeenten werken door middel van de RetailDeal aan toekomstgerichte, levendige binnensteden. Ze werken daartoe samen met winkeliers, horeca, vastgoedondernemers, culturele instellingen en bewoners. Gezamenlijk maken ze een visie en een concreet actieplan. Daarin benoemen ze bijvoorbeeld op welke plekken winkels perspectiefvol zijn met als doel leegstand te voorkomen.

De gemeenten laten met het tekenen van de RetailDeal zien dat ze inzetten op een gezonde toekomst van hun binnenstad. Dat het ministerie van Economische Zaken, de ondernemers en de gemeenten de deals nu samen ondertekenen, maakt dat de gemeenten de plannen nu snel kunnen uitvoeren.

De gemeente vervult de rol van arrangeur op lokaal en regionaal niveau. Daarbij heeft zij vijf kerntaken:

1. **Stakeholders.** In nauw overleg met de belangrijkste stakeholders (retail, vastgoed, horeca, kunst en cultuur) een visie op de detailhandel en/of bredere binnenstad (door)ontwikkelen.
2. **Actie.** Concreet beleid en een actieplan met prioriteiten ontwikkelen.
3. **Keuzes maken.** Het toekomstig winkelareaal benoemen en duidelijke keuzes maken welk delen kansrijk zijn voor detailhandel en welke voor transformatie in aanmerking komen.
4. **Regionaal afstemmen.** De visie, het beleid en het actieplan in regionaal verband afstemmen, zo nodig onder regie van de provincie.
5. **Continuïteit.** De continuïteit en progressie van de RetailDeal waarborgen door het onderwerp actief in het overdrachtdossier voor de volgende collegeperiode op te nemen.

RETAILDEAL PROVINCIE NOORD-HOLLAND >>

In navolging van de RetailDeals met gemeenten heeft Minister Kamp op 5 oktober 2016 met alle twaalf provincies een RetailDeal ondertekend (en in navolging op 28 september 2017 ook ondertekening toegevoegde punt 21). Daarin zijn twee afspraken in het bijzonder relevant voor Beverwijk (en andere gemeenten):

- Het aantal vierkante meters winkelopervlakte moet (drastisch) naar beneden en nieuwe winkels moeten zich in de centra vestigen en niet aan de randen van de stad. Belangrijk uitgangspunt is dat er keuzes gemaakt moeten worden waarbij enerzijds de beschikbare winkelruimte afneemt, maar anderzijds ruimte blijft voor nieuwe, innovatieve winkelconcepten.
- De overheid zet zich in voor 'een goed ruimtelijk instrumentarium', dat moet helpen bij de aanpak van leegstand en herbestemming van winkelpanden.

De afspraken in de RetailDeals sluiten aan op het Noord-Hollands Detailhandelsbeleid 2015-2020. Dat beleid is gericht op het verkrijgen van een zo divers mogelijk aanbod van verschillende winkels op een voor iedereen aanvaardbare afstand. Om leegstand te voorkomen vraagt de provincie de gemeenten onder andere om in hun regionale detailhandelsvisies prioriteit te geven aan vestiging van (nieuwe) winkels in hoofdwinkelgebieden en om internet-afhaalpunten alleen in bestaande winkelcentra toe te staan. Om grote detailhandelsontwikkelingen, boven de 1.500 m², regionaal goed af te stemmen, zijn twee provinciale adviescommissies ingesteld. Eén voor het zuidelijk deel van de provincie (inclusief Amsterdam) en één voor het noordelijk deel⁶.

⁶ Bron: website provincie Noord-Holland

2 VISIE

In dit hoofdstuk is het vizier gericht op de toekomst van de detailhandel in Beverwijk. Wat is een gezonde ambitie voor een toekomstbestendige detailhandelstructuur? De ambitie is vervolgens vertaald in een visie voor de verdere ontwikkeling van de detailhandel in Beverwijk

2.1 SWOT-ANALYSE EN SWOT-CONFRONTATIE

Op basis van de uitkomsten van de analyses en onze eigen expertise zijn in onderstaande tabel de sterke en zwakke punten en kansen en bedreigingen voor de detailhandel(structuur) in Beverwijk samengevat.

STERKTES	ZWAKTES
<ul style="list-style-type: none"> Groot en compleet winkelaanbod voor een plaats van deze omvang en met deze functie. Uniek aanbod: vier winkelconcentraties met (boven) regionale aantrekkingskracht. De vier unieke concentraties zijn op korte afstand van elkaar gelegen (< 1 kilometer). 	<ul style="list-style-type: none"> Versnipperd voorzieningenaanbod, niet alleen winkels, ook horeca en leisure. Gemiddeld veel leegstand (met name op Parallelweg en in het Stadscentrum). Gemiddeld lage kwaliteit en goedkoop imago winkels/winkelgebieden (terwijl inkomen gemiddeld is). Daarom is er behoefte aan gemiddeld een hogere kwaliteit.
KANSEN	BEDREIGINGEN
<ul style="list-style-type: none"> Enorme dynamiek in het Stadscentrum: herinrichting Stationsplein, Beverwijk Startup, oplevering Beverhof, heringerichte Breestraat. Identiteit 'Beverwijk: mozaïek van bedrijvigheid' als aanknopingspunt voor ontwikkeling. Lokaal ondernemerschap, hoge kwaliteit, regionale en soms landelijke uitstraling, meer onderlinge samenwerking en kruisbestuiving. 	<ul style="list-style-type: none"> Onderlinge concurrentie tussen bijvoorbeeld Marlo-terrein en Stadscentrum en Parallelweg. Echt 'funshoppen' gebeurt in de centra van hogere orde, zoals Haarlem en Alkmaar. Toenemende bestedingen op internet; winkelen verliest aan populariteit en aan belang als (primair) bezoeks-motief.

TABEL 3 SWOT-ANALYSE DETAILHANDEL(STRUCTUUR) IN BEVERWIJK

Een SWOT-confrontatie koppelt de sterke en de zwakke punten aan de kansen en bedreigingen. Zo worden de meest veelbelovende mogelijkheden en meest bedreigende situaties voor de detailhandel in Beverwijk zichtbaar.

MEEST VEELBELOVEND >>

Beverwijk kent een voor Nederlandse begrippen uniek winkellandschap. Binnen een straal van een kilometer liggen maar liefst vier winkelconcentraties met een (boven)regionale aantrekkingskracht: het Stadscentrum van Beverwijk, Marloterrein, De Bazaar en de Parallelweg. De wijkwinkelcentra Wijkerbaan en Plantage completeren het aanbod. Ieder winkelgebied heeft zijn eigen kracht en unieke aanbod. Daarmee is er zowel voor ondernemers, bewoners als bezoekers van Beverwijk een compleet en attractief winkelaanbod.

Het Stadscentrum kent een enorme dynamiek. Gemeente, eigenaren en ondernemers slaan sinds een jaar de handen ineen. Ze trekken gezamenlijk nieuwe ondernemers aan, lossen de leegstand op en verbeteren het winkel(vastgoed)bestand. Dit model kan in fases ook worden doorgezet naar de andere (winkel)gebieden. Zo zijn er door deze samenwerking vanaf 2016 al 13 winkels in het Centrum Beverwijk gevuld waarvan er in november 2017 nog steeds 12 zijn gevestigd.

Als de toonaangevende winkelgebieden zich nog verder weten te onderscheiden, versterken, organiseren én verbinden ontstaat een zeer krachtige constellatie.



BEVERWIJK STARTUP
Bron: website Beverwijk Startup



MIHRAB OP DE BEVERWIJKSE BAZAAR
Bron: website De Bazaar

MEEST BEDREIGEND >>

De positie van de winkelgebieden in Beverwijk wordt vanuit diverse hoeken bedreigd. Faillissementen zoals die van V&D hebben gaten geslagen in het

winkelbestand. Het Stadscentrum kan zich qua beleving niet meten met centra van hogere orde als Alkmaar en Haarlem. De (woon)winkels op de Parallelweg zijn zwaar getroffen door de economische crisis. Investerings in vastgoed en winkels blijven uit, waardoor verdere neergang dreigt. Internet maakt momenteel 5 tot 10% uit van alle bestedingen in de detailhandel en groeit snel, vooral in modeartikelen. Winkelen verliest aan populariteit en wordt steeds minder belangrijk als bezoekmotief aan centra.

Tel daarbij op de versnippering van het winkelaanbod, de wisselende kwaliteit en het gemiddeld genomen goedkope imago van de winkels/winkelgebieden en het moge duidelijk zijn dat de positie van Beverwijk als winkelstad onder druk staat. Verdere achteruitgang dreigt als scherpe keuzes en investeringen uitblijven.



ONLINE WINKELN

Bron: Simon Steinberger en Photo-Mix (Pixabay)

2.2 IN BEVERWIJK SLAAG JE ALTIJD!

Met vier winkelgebieden met een (boven)regionale aantrekkingskracht op korte afstand van elkaar heeft Beverwijk geweldige troeven in handen. De vier winkelgebieden kennen een afwijkende positionering en hun bezoekers hebben wezenlijk andere bezoekmotieven.

In essentie gaat het erom dat deze winkelgebieden zich verder weten te versterken én onderscheiden. Dan wordt een grote(re) kruisbestuiving bereikt. De maximale spin-off is te bereiken als de winkelgebieden zich ook weten te **verbinden**, niet alleen in ruimtelijk-functionele zin (routing, bewegwijzering en verkeerstromen), maar juist ook organisatorisch en marketingtechnisch. Daarmee wordt bedoeld dat gemeente, ondernemers en eigenaren nauw(er) samenwerken binnen de afzonderlijke winkelgebieden als ook tussen de winkelgebieden. En zich ook gezamenlijk promoten. Beverwijk wordt feitelijk nog sterker als de regionale winkelhoofdstad geprofileerd, met diverse onderscheidende proposities. Het kan zijn dat consumenten in een winkeltrip meerdere winkelgebieden bezoeken, dan wel dat zij in gescheiden winkeltrips maar frequenter komen. In Beverwijk slaagt de consument altijd!

Dit staat ook wel bekend als het Disney-model. Disney is een krachtig en herkenbaar merk, dat zeer zorgvuldig wordt uitgedragen en vermarkt. Eenmaal in het park zijn er verschillende 'werelden' – lees in Beverwijk vier winkelgebieden - met een eigen thema, sfeer, attracties, doelgroep, winkeltjes, shows en horeca. De Disney-benadering leent zich bij uitstek voor het Stadscentrum, Marlo-terrein, De Bazaar en Parallelweg door hun verschillende profielen. De wijkwinkelcentra Wijkerbaan en Plantage kunnen evenwel ook op het organisatiemodel aanhaken en onderdelen van het concept adopteren.

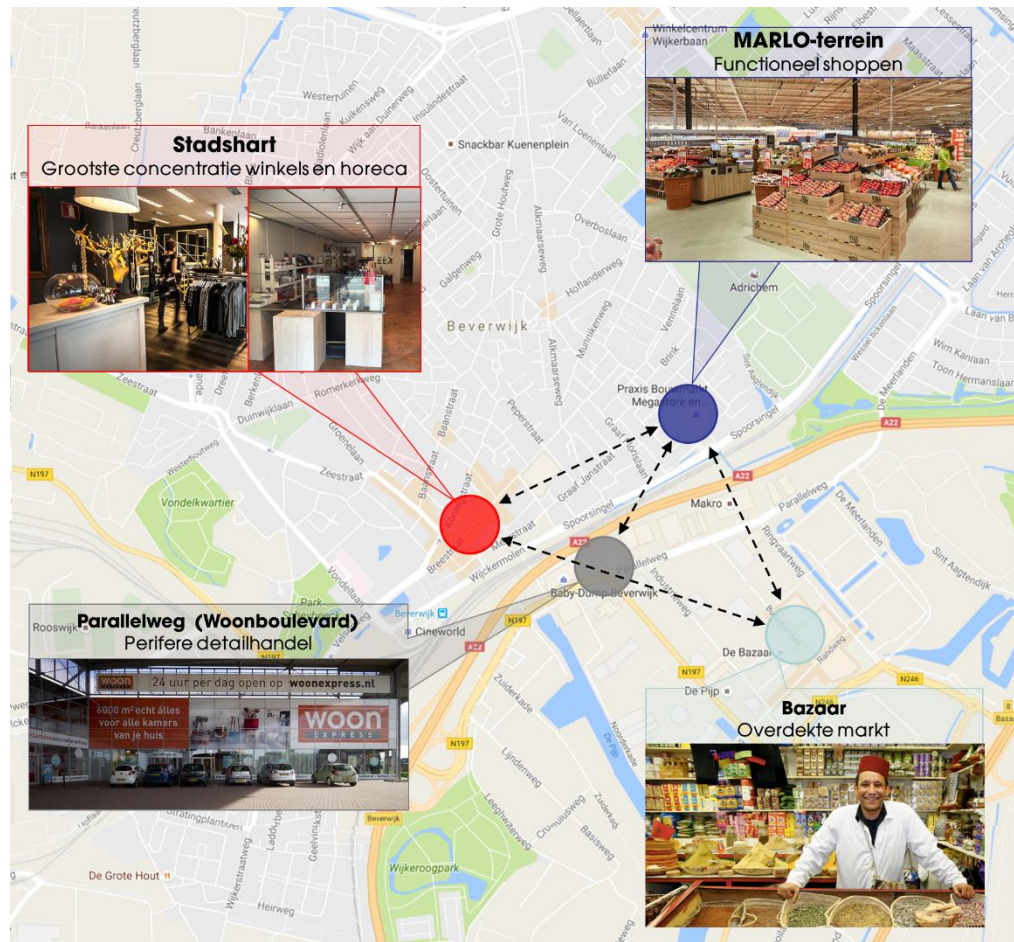
Onderstaand is een en ander samengevat in tabel en figuur.

	STADSCENTRUM	PARALLELWEG	DE BAZAAR	MARLO-TERREIN
Huidige positie	<ul style="list-style-type: none"> • Belangrijkste concentratie winkels + horeca • Middellange bezoekduur (1-2 uur) 	<ul style="list-style-type: none"> • Perifere detailhandel, doelgericht bezoekmotief (woonwinkels) • Korte bezoekduur (>1 uur) 	<ul style="list-style-type: none"> • Overdekte markt met bezoekers uit heel Nederland • Lange bezoekduur (< 4 uur) 	<ul style="list-style-type: none"> • Functioneel shoppen, dagelijkse boodschappen • Korte bezoekduur (< 1 uur)
Versterken	<ul style="list-style-type: none"> • Branchemix winkels + horeca • Verblijfskwaliteit • Promotie • Beleven • Bijzondere concepten 	<ul style="list-style-type: none"> • Mix & match: niet alleen in detailhandel maar ook verkleuring met andere functies • Verblijfskwaliteit • Promotie 	<ul style="list-style-type: none"> • Bijzondere, exotische concepten 	<ul style="list-style-type: none"> • Functionaliteit

TABEL 4 VERSTERKEN (ONDERSCHIEDEND) VERMOGEN VIER WINKELCENTRA
Bron: Bureau Stedelijke Planning

Het bereiken van de ambitie vergt:

- een lange adem, die ook de periode van dit Detailhandelsbeleid (2018 – 2023) overschrijdt, en;
- een stapsgewijze aanpak, voor zowel de individuele winkelgebieden als de nauwe(re) samenwerking tussen de winkelgebieden. De aanpak van het Stadscentrum Beverwijk is een goed voorbeeld. Gemeente, eigenaren en ondernemers lossen - in kleine stappen - gezamenlijk de leegstand op, verbeteren het winkel(vastgoed)bestand en de kwaliteit van de openbare ruimte.





FIGUUR 10 FUNCTIES EN VERBINDINGEN VIER WINKELGEBIEDEN BEVERWIJK

Bron: Google Maps, Eveline Wit, Patisserie Leek, Dekamarkt, Woonexpress en De Bazaar

3 BELEIDS- EN AFSPRAKENKADER DETAILHANDEL

In dit afsluitende hoofdstuk is de visie en ambitie uitgewerkt in een concreet beleids- en afsprakenkader. Wat is er nodig voor een vitale detailhandelstructuur in Beverwijk, nu en in de toekomst?

In het beleids- en afsprakenkader zijn de volgende thema's uitgewerkt:

	THEMA
	<p>Vitale winkelgebieden:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hoofdwinkelstructuur Beverwijk 2. Onder Hoofdwinkelstructuur Stadscentrum wordt verstaan: <ol style="list-style-type: none"> a. Centrum hoofdwinkelstraat b. Centrum aanloopstraat 3. Onder Hoofdwinkelstructuur Parallelweg wordt verstaan: <ol style="list-style-type: none"> a. Parallelweg/Meubelboulevard hoofdwinkelstraat b. Parallelweg/Meubelboulevard aanloopstraat 4. Reductie winkelareaal buiten Hoofdwinkelstructuur 5. Hoe om te gaan met blurring, ambulante handel en standplaatsen, afhaalpunten en beroepen en bedrijven aan huis?
	<p>De marsroute: samen sterk!</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aanpak Stadscentrum continueren 2. Aanpak Stadscentrum uitrollen naar de vijf andere winkelgebieden

De thema's komen voort uit de gemaakte afspraken in de Regionale Detailhandelsvisie IJmond (2016) en de recent gesloten provinciale RetailDeals (2016) en ook uit specifieke zaken die in de analyses, gesprekken en workshops naar voren zijn gekomen.

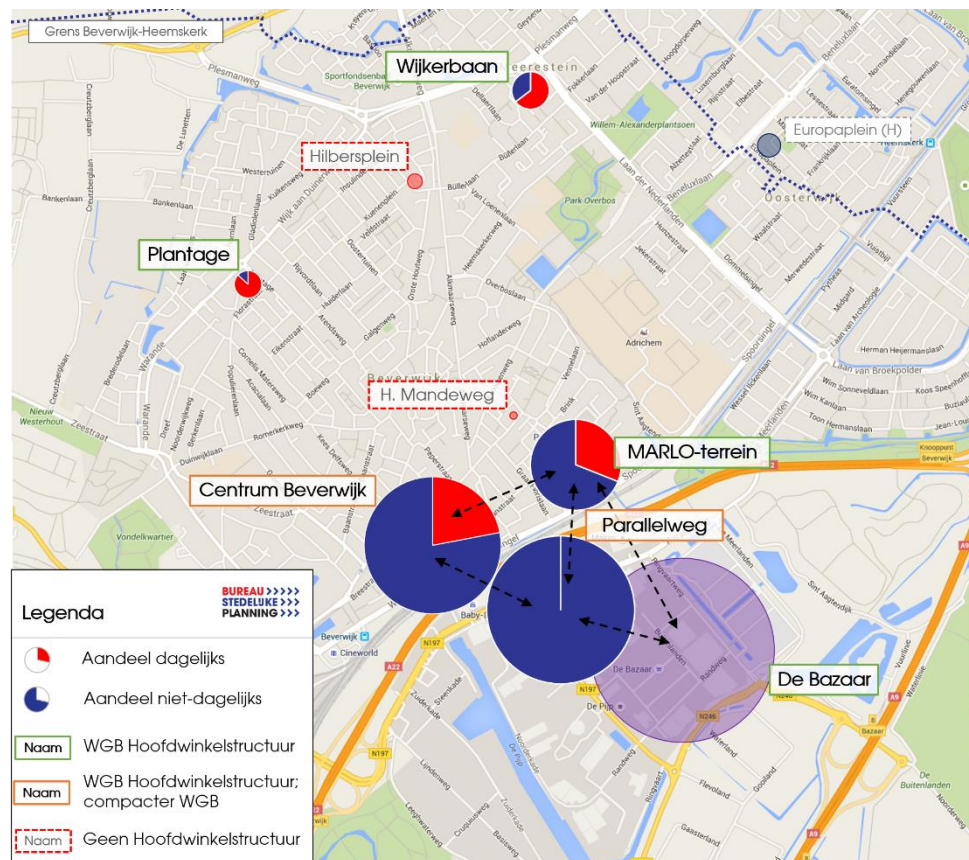
3.1 HOOFDWINKELSTRUCTUUR BEVERWIJK

Zowel de Regionale Detailhandelsvisie IJmond (2016) als de provinciale RetailDeals (2016) richten zich op sterke(re) winkelgebieden. De verwachting is namelijk dat op termijn niet meer elk winkelcentrum voldoende toekomstwaarde heeft. Om toekomstige investeringen, zowel van de overheid als van marktpartijen, zo goed mogelijk tot hun recht te laten komen, is het belangrijk om scherper te bezien aan welke winkelcentra prioriteit moet worden gegeven als het gaat om versterkingen. Welke centra zijn kansrijk, welke komen in aanmerking voor transformatie? In de Regionale Detailhandelsvisie IJmond (2016) is hierop reeds voorgesorteerd.

MINDER, MAAR KRACHTIGE(RE) WINKELGEBIEDEN >>

De nieuwe realiteit noopt de gemeente Beverwijk, als regisseur van de winkelplanning, tot het blijven maken van scherpe keuzes over de hoeveelheid en omvang van winkels en winkelgebieden. We adviseren expliciet in te zetten op de volgende winkelgebieden, die de **Hoofdwinkelstructuur van Beverwijk** vormen:

- Het Stadscentrum, de belangrijkste concentratie van winkels en horeca in de gemeente. Hoofdwinkelstructuur Centrum omvat 2 soorten straten, te weten hoofdwinkelstraten en aanloopstraten.
- De Bazaar, Europa's grootste overdekte markt die bezoekers trekt uit heel Nederland. De Bazaar is elke zaterdag en zondag geopend en op de meeste feestdagen. De pay-off is: Elk weekend Mazzel & Vermaak. De Bazaar is een overdekte markt bestaande uit diverse locaties voor evenementen en markten.
- De Parallelweg, inclusief Kop van de Haven en de Woonboulevard, de belangrijkste concentratie van perifere detailhandel in de regio. Onder de noemer 'Mix & Match' wil de gemeente de Parallelweg aantrekkelijker maken en een grotere diversiteit aan ondernemingen toestaan. De ontwikkeling van de Kop van de Haven maakt onderdeel uit van de plannen. Hoofdwinkelstructuur Parallelweg omvat 2 soorten straten, te weten de hoofdwinkelstraat en aanloopstraten.



FIGUUR 11 HOOFDWINKELSTRUCTUUR BEVERWIJK (EXCL. WIJK AAN ZEE)
Bron: Locatus, 2017 (gemeente Beverwijk), bewerking Bureau Stedelijke Planning

- Marlo-terrein, een succesvol cluster van winkels gericht op functioneel shoppen zowel voor dagelijkse boodschappen (zoals supermarkten) als voor doelgerichte aankopen (zoals bouwmarkten).
- Twee wijkwinkelcentra: Plantage en Wijkerbaan, clusters van winkels gericht op de dagelijkse boodschappen en daarbij de 'local heroes'.

Buiten de Hoofdwinkelstructuur vallen de volgende gebieden:

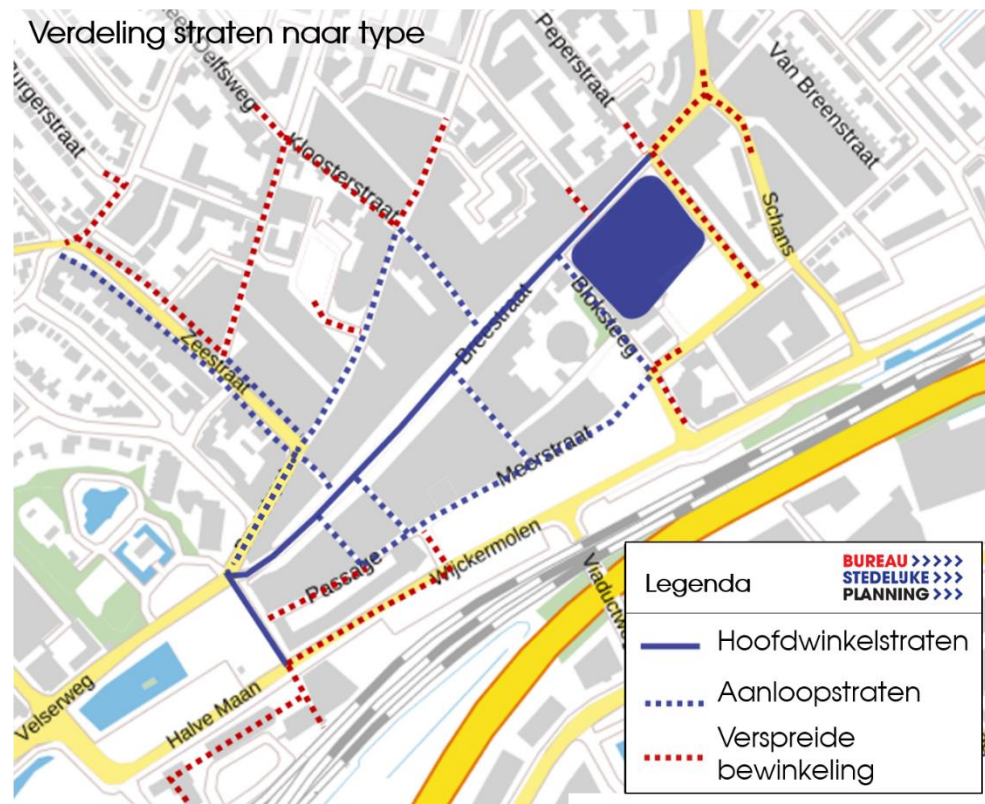
- Wijk aan Zee heeft een status aparte. Het winkelaanbod is beperkt. We beogen de basisvoorzieningen te behouden en vooral in te zetten op verdere verbreding van het voorzieningenpakket. Het gaat dan om voorzieningen die zowel de toerist/recreant als de lokale inwoner aanspreken.
- De Hendrik Mandeweg en het Hilbersplein/Westerlaan vallen niet onder de Hoofdwinkelstructuur van de Regionale Detailhandelsvisie IJmond. We rekenen ook in het lokale detailhandelsbeleid deze gebieden niet tot de Hoofdwinkelstructuur van Beverwijk, maar tot de transformatiegebieden. Hiervoor wordt door de gemeente een wenkend perspectief geboden in samenwerking met zowel eigenaren als ondernemers. Het beleid is gericht op natuurlijke afbouw en er wordt niet ingezet op uitkoop. Ondernemers die hier een goede boterham kunnen verdienen, kunnen dat blijven doen. Nieuwvestiging van detailhandel is in deze gebieden niet toegestaan, uitbreiding enkel maximaal tot de in de Regionale Visie IJmond opgenomen 250 m².
- Verspreide bewinkeling: Beverwijk kent ook nog heel veel verspreide bewinkeling, namelijk circa 15.000 m² wvo (exclusief leegstand). Deze vallen niet onder de Hoofdwinkelstructuur.

Een expliciete keuze voor deze Hoofdwinkelstructuur impliceert ook een **restrictief beleid ten aanzien van detailhandel buiten de Hoofdwinkelstructuur**. Aan de raad wordt voorgesteld waar mogelijk bestemmingsplannen te wijzigen, om de bestaande detailhandel buiten de Hoofdwinkelstructuur op een natuurlijke wijze af te bouwen. Er geldt een **termijn van 10 jaar** voordat de wijziging bestemming detailhandel naar niet-detailhandel zal worden voorgesteld aan de raad. Dit zal enkel gebeuren als er op een bestemming geen sprake is van voort te zetten gebruik of er feitelijk nooit detailhandel op heeft gezeten. De mogelijkheden voor detailhandel worden ingeperkt, die voor andere functies als wonen, maatschappelijke en andere economische activiteiten worden juist verruimd waar dit juridisch en bouwkundig mogelijk is en past binnen de kaders die zijn vastgesteld in de Regionale Detailhandelsvisie IJmond. Bestemmingsverruiming is hiervoor een geïjkt instrument. Daarmee treedt geleidelijke verkleuring op naar andere functies zoals dienstverlening, andere bedrijvigheid en wonen.

COMPACTE(RE) WINKELGEBIEDEN >>

Naast de restrictieve lijn ten aanzien van detailhandel buiten de Hoofdwinkelstructuur (HWS) is ook de afbakening van de winkelgebieden binnen de Hoofdwinkelstructuur zelf nog eens kritisch tegen het licht gehouden. De algehele lijn is dat begrenzing en bestemming niet verder wordt opgerekt dan thans het geval is.

- Het **Stadscentrum**, met als hoofdwinkelstraat de Breesstraat vanaf de Peperstraat/Jacob van Deventerstraat tot het Stationsplein. Hier ligt het primaat voor winkels en horeca en winkel ondersteunende functies.
- De zijstraten fungeren als **aanloopstraten**, met een gemengd milieu, en behoren wel tot de Hoofdwinkelstructuur. De Aanloopstraten zijn de zogenaamde 'Warm welkom' -straten met een brede en aantrekkelijke functiemix. Wonen op de begane grond is mogelijk, mits passend binnen bouweisen en voorschriften. Detailhandel is en blijft mogelijk, zo ook uitbreiding van detailhandel tot maximaal 250 m². Het college vergroot de functiemogelijkheden voor de Aanloopstraten Centrum, zonder detailhandel te beperken, en meent daarmee recht te doen aan de functie van de Aanloopstraten Centrum als vitale, toekomstbestendige 'Warm welkom' -straten.



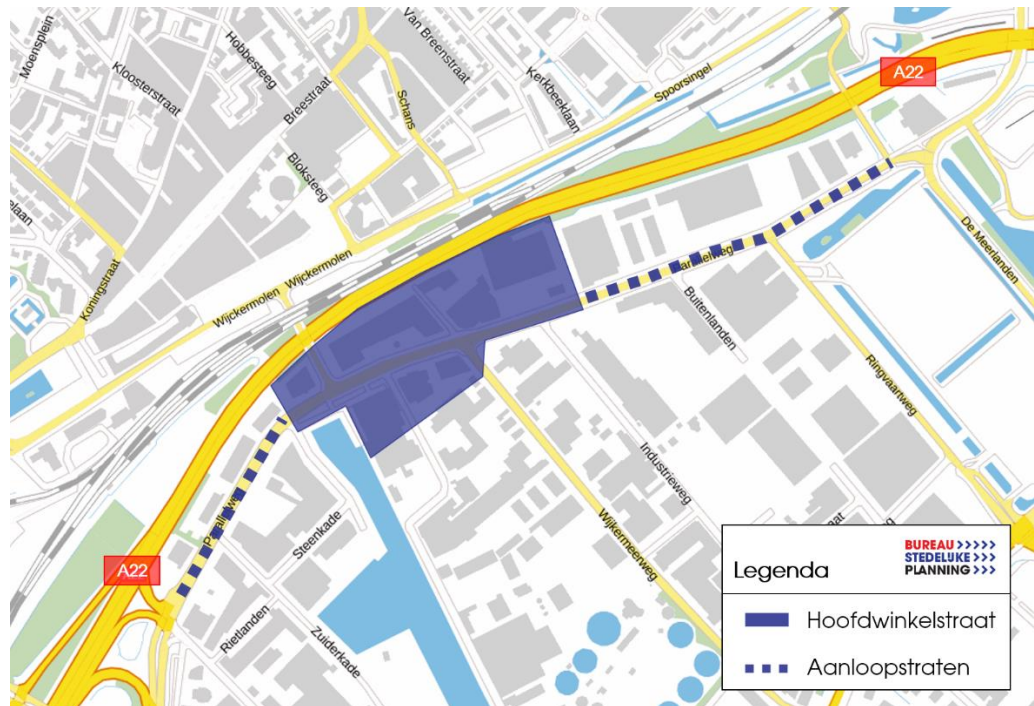
FIGUUR 12 AFBAKENING HOOFDWINKELSTRUCTUUR STADSCENTRUM BEVERWIJK EN TYPERING STRATEN
Bron: BRT Achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

- **Verspreide bewinkeling Centrum behoort niet meer tot de Hoofdwinkelstructuur.** Er bestaat hier de mogelijkheid om de detailhandelsbestemming te wijzigen. Er geldt hiervoor eveneens een termijn van 10 jaar voordat aan de raad wordt voorgesteld om de bestemming detailhandel te wijzigen in niet-detailhandel. Dit wordt alleen voorgesteld als er op een bestemming geen sprake is van voort te zetten gebruik of er feitelijk nooit detailhandel op heeft gezeten. Er zal dan worden voorgesteld de mogelijkheden voor detailhandel in te perken en die voor andere functies als andere economische activiteiten, wonen en maatschappelijk juist te verruimen waar dit juridisch en bouwkundig mogelijk is.



FIGUUR 13 RONALD ADVENTURE SHOP IS VERHUID VAN DE ZEESTRAAT NAAR DE BREESTRAAT 130
Bron: website Ronald Adventure shop

- De **Parallelweg**, waarbij de hoofdwinkelstraat bestaat uit de Parallelweg vanaf de Nieuwekade tot aan de Parallelweg 122 schuin tegenover de Industrieweg.
- De aanloopstraten van de Parallelweg die bij de uitstraling van het gebied passen behoren wel tot de Hoofdwinkelstructuur, maar krijgen conform de gebiedsvisie 'Mix en Match' een andere, namelijk een gemengde, functie. De gemeente staat hier een grotere diversiteit aan ondernemingen toe, conform de gebiedsvisie Parallelweg 'Mix & Match' uit 2014. Wonen op de begane grond is mogelijk, mits passend binnen bouweisen, voorschriften en geluidseisen. Detailhandel is en blijft mogelijk, zo ook uitbreiding van detailhandel tot maximaal 250 m². Het college vergroot de functiemogelijkheden voor de Aanloopstraten Parallelweg, zonder detailhandel te beperken, en meent daarmee recht te doen aan de functie van het toekomstbestendige 'Warm welkom' -gebied.



FIGUUR 14 AFBAKENING HOOFDWINKELSTRAAT EN AANLOOPSTRATEN PARALLELWEG BEVERWIJK
Bron: BRT Achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

Specifiek voor de aanloopstraten van het Stadscentrum en de Parallelweg geldt dat een attractieve, multifunctionele invulling van positieve invloed is op het functioneren van de hoofdwinkelstraat.

PERPECTIEF TRANSFORMATIEGEBIEDEN >>

Voor een tweetal gebieden geldt dat deze niet (meer) tot de Hoofdwinkelstructuur van de gemeente Beverwijk behoren: de Hendrik Mandeweg en het Hilbersplein/Westerlaan. Deze twee gebieden zijn de zogenaamde transformatiegebieden.

De gemeente Beverwijk gaat met de ondernemers uit deze gebieden in gesprek, in het eerste kwartaal van 2018, om samen een wenkend perspectief neer te zetten. Als we dat wenkend perspectief samen hebben opgesteld dan stellen we dit voor aan de raad.

Door gezamenlijk met eigenaren, ondernemers en eventueel bewoners een wenkend perspectief te schetsen ontstaat er een aantrekkelijk woon-, leef- en ondernemersklimaat in deze gebieden.

3.2 REDUCTIE WINKELAREAAL BUITEN HOOFDWINKELSTRUCTUUR

In de regionale visie committeren gemeenten in de IJmond zich aan een reductie van het winkelareaal met 10.000 m² wvo (Regionale Detailhandelsvisie IJmond, 2016). In de onlangs getekende RetailDeals wordt eenzelfde oproep gedaan aan de provincies, namelijk om de overcapaciteit aan winkeloppervlakte aan te pakken. In de RetailAgenda spreekt minister Kamp over een overschot van 20%. Geprojecteerd op het totale winkelaanbod in de gemeente Beverwijk van ruim 100.000 m² wvo (exclusief De Bazaar) gaat het om 20.000 m² wvo in Beverwijk. Dit lijkt wat teveel van het goede, en is ook niet in lijn met de afspraken uit de regionale visie. We gaan uit van een reductieopgave voor de gemeente Beverwijk van 5% tot 10% van het winkelareaal, oftewel **5.000 tot 10.000 m² wvo**. De reductieopgave ligt buiten de Hoofdwinkelstructuur van het Centrum en de Parallelweg (zie vorige paragraaf).

De gemeente heeft verschillende instrumenten tot haar beschikking om de reductie te bewerkstelligen. De belangrijkste is het ruimtelijk ordeningsbeleid, en dan in het bijzonder de bestemmingsplannen die vastgesteld worden door de raad. Het bestemmingsplan is als instrument inzetbaar voor:

1. Het terugdringen van de plancapaciteit door goedkeuring te onthouden aan nieuwe, ongewenste plannen.
2. Het terugdringen van planologische capaciteit; het wijzigen door de raad van de bestemming detailhandel naar niet-detailhandel als op een bestemming geen sprake is van voort te zetten gebruik of er feitelijk nooit detailhandel op heeft gezeten (in de afgelopen 10 jaar).
3. Stimuleren van clustering detailhandel en aanverwante functies in de daarvoor aangewezen winkelgebieden (Hoofdwinkelstructuur).

3.3 HOE OM TE GAAN MET 'BLURRING' EN ANDERE ZAKEN?

Veel vragen zijn gerezen over hoe om te gaan met 'blurring'. Blurring is het Engelse woord voor vervagen. Het wordt steeds vaker gebruikt om de vervagende grenzen tussen verschillende functies en kanalen aan te geven: de vermenging van detailhandel met horeca, ambacht, dienstverlening en/of groothandel. Deze mengvormen komen samen in hybride concepten. Deze nemen toe in populariteit en voorzien in de behoefte aan verrassende concepten, vaak op bijzondere locaties.

Ofschoon de naam blurring in dit verband nieuw is, is vervaging tussen sectoren en branches niet volkomen nieuw. Cafés hadden bijvoorbeeld een eigen slijterij en banketbakers verkochten allerhande producten voor directe consumptie. In de tweede helft van de twintigste eeuw kwam daar verandering in. Wetgeving werd strikter en samen met de opkomst van horeca zorgde dit ervoor dat functies en kanalen meer gescheiden werden. Door veranderingen in de samenleving, nieuwe

technieken en de omzetonwikkelingen in de retail, wordt blurring nu juist weer gestuwd. Meest voorkomende vorm is detailhandel met horeca. Ook het omgekeerde, dus horeca met detailhandel, komt geregeld voor.

Probleem is echter dat regelgeving vaak nog de mogelijkheden voor het mengen van detailhandel, horeca en dienstverlening belemmert. Horeca in een winkel is alleen onder stringente voorwaarden toegestaan. Er mag bijvoorbeeld geen alcohol geschonken worden. Sommige gemeenten voeren een 'mengformulebeleid'. Zo bestaat in Amsterdam voor winkels in de binnenstad al sinds 2006 de mogelijkheid om een klein gedeelte van de winkel voor horeca in te richten⁷. Detailhandel in horeca is volgens artikel 14, lid 2 Drank- en Horecawet niet toegestaan in één en hetzelfde horecalokaal. Er moeten te onderscheiden lokaliteiten worden gecreëerd om detailhandel (of dienstverlening) mogelijk te maken.

Door strikte definities van horeca, detailhandel en logistiek in bestemmingsplannen, kunnen de nieuwe concepten vaak niet rechtstreeks worden ingepast. Mengvormen van deze bestemmingen, zoals bij blurring het geval is, zijn namelijk veelal niet toegestaan. Om de nieuwe blurring concepten te realiseren, is daarom meestal een wijziging of afwijking van het bestemmingsplan nodig. Door flexibele bestemmingsplannen te creëren en daarbij rekening te houden met blurring, kunnen nieuwe concepten worden gefaciliteerd.

Ook kan gebruik worden gemaakt van een zogenaamde 'kruimelafwijking' waarbij via een eenvoudige procedure (8 weken) een met het bestemmingsplan strijdig gebruik kan worden toegestaan.⁸

'BLURRING' IN BEVERWIJK >>

De gemeente Beverwijk benut de **wettelijke mogelijkheden** die er zijn voor mengformules en zoekt daar binnen de grenzen op. Wetswijzigingen worden gevolgd, toegepast en vertaald naar de Beverwijkse situatie, bijvoorbeeld bij verruiming in de drank- en horecawetgeving.

Blurring concepten zijn mogelijk binnen de **gehele gemeente Beverwijk**. In de Hoofdwinkelstructuur ligt het accent op detailhandel en horeca en winkel ondersteunende functies. Maar ook buiten de Hoofdwinkelstructuur kunnen dergelijke concepten voorzien in een behoefte van de hedendaagse consument en retailer. Ze zorgen voor meer levendigheid en economische dynamiek.

De gemeente maakt blurring mogelijk door flexibele bestemmingsplannen te behouden en of te creëren en daarbij dus rekening te houden met nieuwe blurring concepten en de beleidslijn kruimelgevallen van toepassing te laten zijn. Vooralsnog gelden daarbij de volgende uitgangspunten:

⁷ Gemeente Amsterdam (2016) Q&A experiment mengformules

⁸ Zie hiervoor ook 'Blurring: over vervagende grenzen in de food retail en beperkingen vanuit de ruimtelijke ordening' (2015), Lexence en Bureau Stedelijke Planning

HOOFDFUNCTIE	GEMENGD MET	ALCOHOL SCHENKEN
Detailhandel*	Horeca (of andere publieksfuncties), mits a) ondergeschikt, b) gemaximeerd, c) geen eigen ingang, d) dezelfde openingstijden als de winkel en e) geen alcohol geschonken	Niet toegestaan
Horeca	Detailhandel (of andere publieksfuncties), mits a) ondergeschikt, b) gemaximeerd en c) er sprake is van twee (of meer) afzonderlijke lokaliteiten in totaal minimaal 35 m ² getoet op geldende wet/ en regelgeving	Toegestaan, mits vergund

HOOFDTABEL 5 BLURRING-CONCEPTEN

Bron: Bureau Stedelijke Planning

*Of een andere publieksfunctie niet zijnde horeca

Binnen het model past ook het concept waarin meerdere, kleine winkels zich in één pand vestigen. Denk hierbij aan Raaks Halle in Haarlem. In dit unieke concept komen 35 ondernemers samen. Zij gebruiken de ruimte als etalage en uithangbord voor hun producten. Ondernemers hoeven niet iedere dag aanwezig te zijn. Afrekenen gebeurt bij een centrale kassa, waar ook wordt bijgehouden wat van welke kraam is verkocht. Er is daarnaast een kleine horecagelegenheid, kunst en muziek.



FIGUUR 15 BLURRING: HUTSPOT AMSTERDAM

Bron: Blog Downtime

WWW: WINKELN, WERKEN EN WONEN >>

Een centrumgebied is meer dan alleen winkelen; er wordt ook gewerkt en gewoond. En, er ontstaan allerlei interessante cross-overs, zoals maakindustrie (productie en verkoop), kunst (expositie), (flexibele) werkplekken en horeca. De begane grond in het kerngebied is primair bestemd voor detailhandel, horeca en winkel ondersteunende functies. De verdieping en aanpalende gebieden lenen zich juist weer meer voor wonen en werken. Zo ontstaat een meer levendige straat en centrumgebied met een multifunctioneel karakter.

Afhaalpunten internethandel

Voor afhaalpunten van internetdetailhandel worden de beleidslijnen van de provincie gevolgd. De provincie Noord-Holland geeft in haar Detailhandelsbeleid (2015-2020) aan dat zij internet-afhaalpunten bij voorkeur situeert in bestaande winkelcentra. Er zijn drie ruimtelijke vormen van internetdetailhandel:

- Internetverkoop zonder consument ter plaatse: kantoor, opslag, verzending;
- Internetverkoop met een afhaallocatie waar goederen worden getoond aan de consument: winkel;
- Internetverkoop met een afhaallocatie zonder het tonen van goederen: afhaalpunten.

De eerste vorm (Internetverkoop zonder consument ter plaatse) betreft de 'postorderbedrijven' als bijvoorbeeld Wehkamp. Het aangeschafte product wordt over het algemeen thuis bezorgd. Er is geen direct fysiek contact tussen leverancier en consument ter plaatse. De kantoren, opslag en verzending voor dit type internetdetailhandel kunnen worden gehuisvest op kantoorlocaties en bedrijventerreinen. Voor deze ruimtelijke vorm geldt het beleid voor kantoren en bedrijven en niet het beleid voor detailhandel.

Kenmerk van de tweede vorm is dat goederen worden getoond (Internetverkoop met een afhaallocatie waar goederen worden getoond aan de consument). Veel van dit type afhaallocaties wordt gehuisvest in bestaande winkels. Maar er zijn ook situaties waarbij een nieuw pand voor het afhalen van goederen wordt ingericht. Als er ook goederen worden getoond (eventueel digitaal) is het een winkel en geldt het beleid voor detailhandel.

De derde vorm zijn de (solitaire) afhaalpunten (internetverkoop met een afhaallocatie zonder tonen van goederen). Dit is een nieuwe vorm die een plek zoekt in de detailhandelstructuur. De afhaalpunten hebben ruimtelijk gezien dezelfde kenmerken als gewone winkels: er komen consumenten en het ruimtebeslag en de verkeersintensiteit zijn vergelijkbaar met winkels. Het provinciale Detailhandelsbeleid geldt ook voor deze vorm van detailhandel.

Op basis van dit (provinciaal) beleid zijn afhaallocaties waar goederen worden getoond (zijnde winkels) niet toegestaan op bedrijventerreinen. Afhaalpunten waar

geen goederen worden getoond worden bij voorkeur wel gevestigd in winkelgebieden vanwege de synergievoordelen met bestaande winkels.

Ambulante handel

Beverwijk heeft van oudsher een sterke warenmarkt op woensdag, die een bovenlokale functie vervuld. De warenmarkt heeft een belangrijke sociale functie als ontmoetingsplaats. Daarnaast is bewezen dat een succesvolle warenmarkt een positief effect kan hebben op het functioneren van een winkelcentrum (en andersom), mits de markt op een goede manier is verbonden met de hoofdwinkelstraat/winkelcentrum (zichtbaar en toegankelijk). De warenmarkt is alleen mogelijk in het Stadscentrum van Beverwijk. Verdere optimalisering van de wisselwerking met het gevestigde winkelaanbod op de Breestraat moet centraal (blijven) staan. Het marktbeheer en de marktverordening vormen de instrumenten voor het bewaken van de kwaliteit van de warenmarkt. Losse standplaatsen worden geregeld via het standplaatsenbeleid Beverwijk.

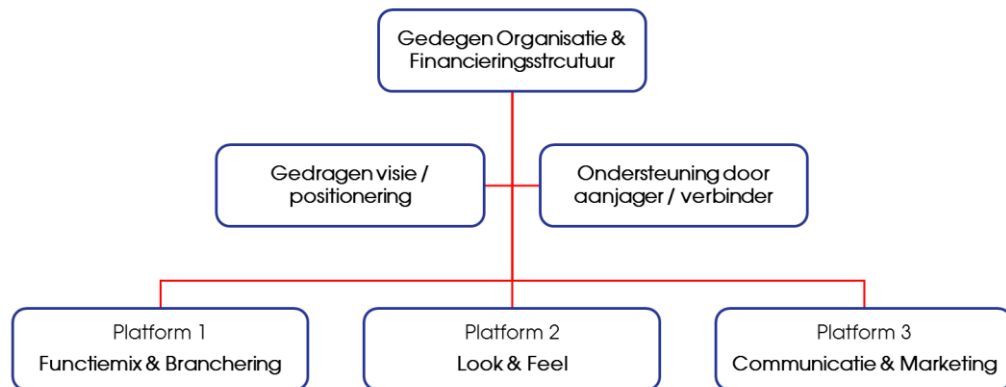
Beroep of bedrijf aan huis

Het verschil tussen een beroep of bedrijf aan huis is uiterst marginaal. Een vrij beroep is iets wat stamt uit oudere bestemmingsplanjurisprudentie. Hierbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan 'traditionele beroepen', zoals arts, notaris, advocaat, makelaar, architect en pedicure. Het is aan de gemeente om te benoemen welke activiteiten als beroep of bedrijf aan huis worden gezien. (Thuis)kappers worden door veel gemeenten als dienstverlening gezien en vallen daarmee onder de categorie beroep of bedrijf aan huis. Ook de Kamer van Koophandel ziet (thuis)kappers niet als detailhandel, aangezien er geen product maar een dienst geleverd wordt. Deze keuze sluit ook aan bij de Europese dienstenrichtlijn waarin staat dat economische argumenten er niet toe doen, maar alleen ruimtelijke argumenten een rol mogen spelen.

In de gemeente Beverwijk wordt er van uitgegaan dat kappers onder dienstverlening vallen en thuiskappers vallen onder beroep of bedrijf aan huis. Kappers en dergelijke voorzieningen vallen daarmee niet onder het detailhandelsbeleid omdat zij dienstverleners zijn. Wel zijn zij zeer welkom in de gebieden, net als andere maatschappelijke en dienstverlenende bedrijven.

3.4 DE MARSROUTE: SAMEN STERKI

Het aanwijzen van minder en meer compacte winkelgebieden helpt om een krachtige(re), robuuste winkelstructuur te creëren. Er is echter meer nodig dan dat. Essentieel is samenwerking binnen en tussen winkelgebieden. Het versterken van een winkelgebied vraagt een vereende krachtsinspanning van eigenaren, ondernemers én de gemeente op alle fronten: functie- en branchemix, look & feel (fysieke domein) en communicatie & marketing.



Bron: Bureau Stedelijke Planning

De rol van de gemeente is kaderstellend en toetsend, en ook de juiste initiatieven uitlokkend (uitnodigingsplanologie), faciliterend en daar waar mogelijk en gewenst initiërend.

AANPAK STADSCENTRUM CONTINUEREN >>

Er is de afgelopen tijd veel aandacht uitgegaan naar de verdere ontwikkeling van het Stadscentrum. Het Stationsgebied heeft een metamorfose ondergaan. Er is een nieuw busstation, een nieuw stadhuis, nieuwe horecagelegenheid, een ondergrondse fietsenstalling en een hele nieuwe inrichting van het Stationsplein gerealiseerd. De herontwikkeling van de Beverhof is eind september 2016 afgerond met een feestelijke opening. Dit winkelcentrum is geheel opgeknapt en heeft een tweede supermarkt gekregen. Tevens is er een versplein, waarmee de boodschappenfunctie van het centrum verstevigd is. In december 2017 is het vernieuwde stadscentrum opgeleverd en feestelijk geopend tijdens het evenement 'Beverwijk Sprankelt'. Dit evenement werd georganiseerd door en met alle ondernemers van het Centrum.

De eigenaren in het Centrum van Beverwijk hebben zich verenigd. In april 2016 is Beverwijk Startup van start gegaan. Deze site biedt een platform waar zoekers naar en aanbieders van (tijdelijk) beschikbare winkelruimte elkaar kunnen vinden. In de tussentijd zijn ook de pijlers Winkelprogramma en Communicatie-gastvrijheid gestart en hebben deze vorm gekregen. De pijler fysiek is gereed: in het Centrum zijn de Breestraat en de aanloopstraten inmiddels opnieuw ingericht.

De aanpak van het Stadscentrum is tot dusver succesvol, maar er is ook nog een weg te gaan. We stellen dan ook voor deze aanpak te continueren. Het gaat om het voortzetten van:

- Samenwerking tussen ondernemers, eigenaren, bewoners en gemeente.
- Aansprekende evenementen.
- Communicatie & marketing, waaronder de websites van de gemeente Beverwijk en Rondje Bree.

- Beverwijk Startup, een platform waar zoekers naar en aanbieders van (tijdelijk) beschikbare winkelruimte elkaar kunnen vinden.

ONDERDELEN ORGANISATIEMODEL STADSCENTRUM UITROLLEN >>

De afgelopen jaren is de aandacht vooral uitgegaan naar het Centrum van Beverwijk. Dit is/was logisch, gezien de vele uitdagingen en haar plaats boven aan de winkelhiërarchie. De opgedane ervaringen met het Stadscentrum zijn ook waardevol voor de andere winkelgebieden in de gemeente. We stellen dan ook voor om onderdelen van het organisatiemodel voor het Stadscentrum uit te rollen over de andere winkelgebieden. Het gaat om:

- Vaste aanspreekpunten binnen de gemeente (én vanuit ondernemers en eigenaren) en vaste overlegmomenten (minimaal twee keer per jaar) per gebied.
- Ondersteunen gemeente bij pijler communicatie en gastvrij per gebied.
- Inzet Beverwijk Startup voor alle winkelgebieden van de Hoofdwinkelstructuur.

Daarnaast zal de gemeente in samenspraak met ondernemers en eigenaren de **identiteit per winkelgebied** uitwerken: in branchemix, look & feel en marketing. Het idee is ieder winkelgebied een sterke(re), eigen identiteit te geven, passend binnen de visie In Beverwijk slaag je altijd! Alle gebieden samen vormen dan een krachtig geheel: winkelstad Beverwijk. Het traject van identiteitsbepaling wat nu loopt voor Beverwijk levert ongetwijfeld interessante aanknopingspunten op voor de afzonderlijke winkelgebieden, als ook de verbinding daartussen (zie volgende kop).

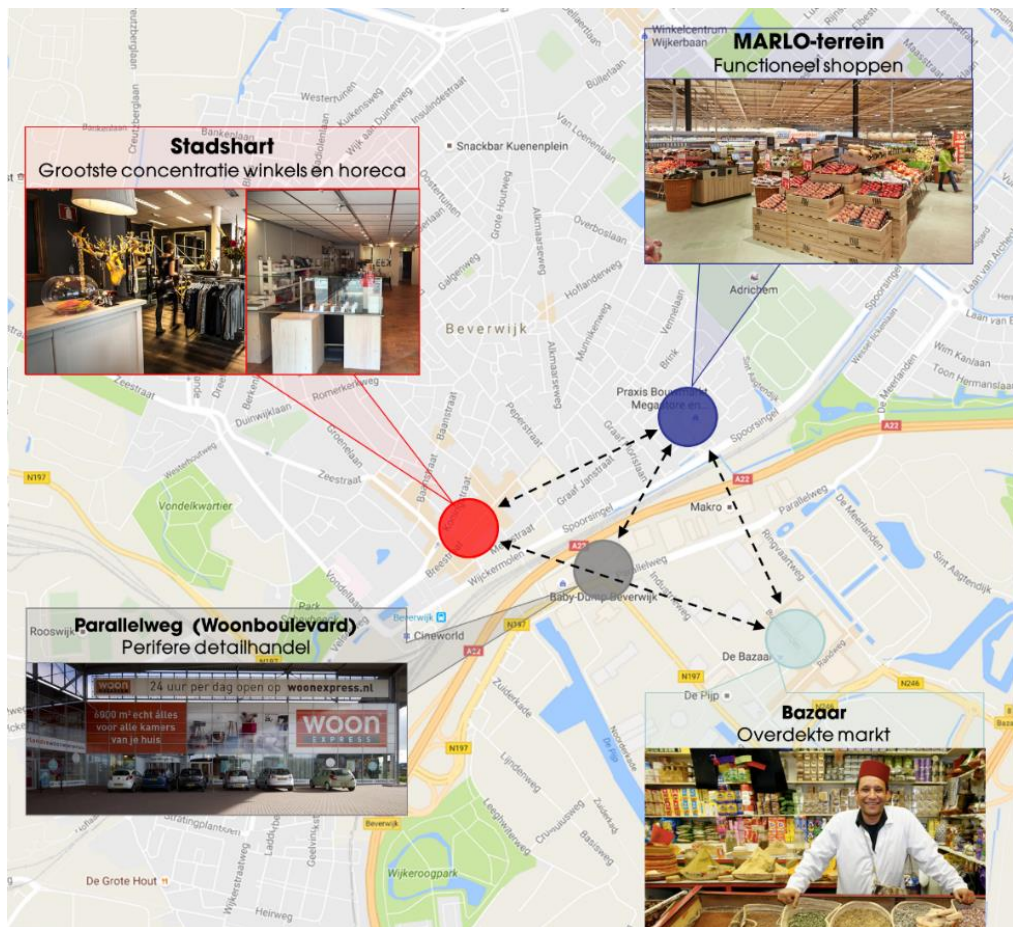
De opgaaf verschilt per winkelgebied:

- Het Stadscentrum vereist ook de komende jaren nog alle aandacht, van alle betrokkenen, inclusief gemeente.
- Daarnaast is er een viertal centra met een enkele eigenaar: Marlo-terrein, De Bazaar, Plantage en Wijkerbaan. De eigenaren (en ondernemers) van Marlo-terrein, De Bazaar en Plantage hebben al ver gevorderde ideeën over hun verscherpte positionering. Vandaar dat hier de komende twee jaar uitwerking van het identiteit is vereist. Hier is de rol van de gemeente meer kader stellend, meedenkend en toetsend dan initiërend. Wijkwinkelcentrum Wijkerbaan is vijf jaar geleden grondig gerenoveerd. Prioriteit is het oplossen van de leegstand. Aanscherping van de positionering kan op een later moment.
- Wijk aan Zee heeft een status aparte. Het winkelaanbod is beperkt. We beogen de basisvoorzieningen te behouden. De opgaaf voor Wijk aan Zee ligt echter niet in verbreding van het detailhandelsaanbod. Het gaat veel meer om andere voorzieningen, die zowel de toerist/recreant als de lokale inwoner aanspreken, zoals horeca. De leegstand loopt op, een deel van het vastgoed is verouderd en nieuwe projecten komen moeizaam van de grond. Actie is nu vereist.

- Voor de Parallelweg is voornamelijk de gebiedsvisie Parallelweg 'Mix & Match' uit 2014 leidend. De ontwikkelingsmogelijkheden zullen onderdeel worden van de nieuwe bedrijventerreinvisies voor de gemeente Beverwijk. Deze krijgen in 2018 verder vorm.

ONDERSCHEIDEN, ORGANISEREN EN VERBINDEN >>

Het is zaak de winkelgebieden enerzijds van elkaar te onderscheiden, anderzijds ook met elkaar te verbinden.



FIGUUR 15 VERBINDING WINKELGEBIEDEN BEVERWIJK


Het Stadscentrum, de Parallelweg, Marlo-terrein en De Bazaar vormen de belangrijkste werelden binnen Beverwijk, die ook nog eens op korte afstand van elkaar liggen. Deze winkelgebieden lenen zich bij uitstek voor een Disney-benadering omdat ieder gebied een andere identiteit heeft.


Een dergelijke verbinding vereist een **constructieve vorm van samenwerking** tussen gemeente, ondernemers en eigenaren van de verschillende winkelgebieden. Een optie is om een regiegroep in te stellen, met van elke gebied één lid die twee keer per jaar bij elkaar komt en met elkaar onder andere bespreekt:

- adviseren over complementaire positionering van de centra;
- evenementen, marketing en promotie met elkaar delen, en;
- gezamenlijke aanpak leegstand .

3.5 RESUMÉ BELEIDS- EN AFSPRAKENKADER

In onderstaand schema is het beleids- en afsprakenkader samengevat:

	THEMA
	<p>Vitale winkelgebieden</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hoofdwinkelstructuur Beverwijk <ol style="list-style-type: none"> a. Minder maar krachtigere winkelgebieden. De Hendrik Mandeweg en het Hilbersplein/Westerlaan behoren niet (meer) tot de Hoofdwinkelstructuur, conform het vastgestelde besluit in Regionale Detailhandelsvisie IJmond. Dat betekent dat hier geen uitbreiding van nieuwe detailhandel toegestaan is. Zij behoren tot de transformatiegebieden waarvoor een wenkend perspectief wordt geschetst. b. Compacte(re) winkelgebieden. Het stadscentrum: bestaat uit hoofdwinkelstraten en aanloopstraten. Een gemengde bestemming geldt in de aanloopstraten. Dit zijn de ' Warm welkom' -straten van het Centrum, waarbij detailhandel mogelijk is en zal blijven. c. De Parallelweg vanaf de Nieuwekade tot de Parallelweg 122 behoort tot de hoofdwinkelstraat. De aanpalende gebieden zijn aanloopstraten. 2. Reductie winkelareaal buiten Hoofdwinkelstructuur (HWS) <ol style="list-style-type: none"> a. Reductie winkelareaal buiten Hoofdwinkelstructuur met circa 5.000 tot 10.000 m² wvo (onder andere binnen bestemmingsplannen en woongebied Oost en op de Parallelweg in de periode 2018-2023 en in de toekomst ook binnen woongebied West). b. De raad voor te stellen het instrument bestemmingsplan in te zetten: <ol style="list-style-type: none"> 1) om de bestemming detailhandel te wijzigen in niet-detailhandel als er sprake is van onbenutte detailhandelsbestemmingen. Dit voorstel zal enkel worden voorgelegd aan de raad als er op een bestemming geen sprake is van voort te zetten gebruik of er feitelijk nooit detailhandel heeft gezeten in de afgelopen 10 jaar. 2) voor het verbreden van de bestemming om transformatie mogelijk te maken van detailhandel naar niet-detailhandel. De functies als wonen en maatschappelijke- en andere economische activiteiten worden dan juist verruimd (indien bouwkundig mogelijk). Naast het faciliteren van transformatie buiten de Hoofdwinkelstructuur zal het college samen met ondernemers en eigenaren in het eerste kwartaal van 2018 aan een wenkend perspectief werken.

	<p>3. Hoe om te gaan met blurring?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Blurring overall mogelijk maken door flexibele bestemmingsplannen. b. Naast hoofdfunctie detailhandel, horeca of andere publieksfunctie mogelijk, mits a) ondergeschikt en b) gemaximeerd. c. Alcohol niet toegestaan bij horeca ondergeschikt aan detailhandel of andere publieksfunctie. d. Bij horeca detailhandel toestaan conform de drank- en horecawetgeving.
	<p>De marsroute Organiseren en verbinden: samen sterk!</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Aanpak Stadscentrum continueren: samenwerking gemeente, ondernemers en eigenaren, Beverwijk Startup, ondersteuning gemeente communicatie, marketing en evenementen. 2. Aanpak Stadscentrum in onderdelen uitrollen naar de vijf andere winkelgebieden binnen de Hoofdwinkelstructuur: vaste aanspreekpunten en overlegmomenten, ondersteuning gemeente bij evenementen en communicatie, gastvrij, inzet Beverwijk Startup. 3. Uitwerking identiteit Beverwijk voor de vier winkelconcentraties met (boven)regionale aantrekkingskracht: het Stadscentrum, Marlo-terrein, De Bazaar en de Parallelweg en ook de wijkwinkelcentra Plantage en Wijkerbaan.

FACTSHEETS (WINKEL)GEBIEDEN

De factsheets geven in een overzicht enkele belangrijke kenmerken per winkelgebied weer. Daarnaast wordt er ook ingegaan op het beleid voor dat betreffende winkelgebied en de belangrijkste uitslagen uit de enquête⁹. Deze kenmerken en gegevens zijn opgedeeld in de volgende onderdelen:

- Facts & Figures
 - Bij verdeling m² wvo naar type is enkel winkelleegstand meegenomen (2/3 van totale leegstand)¹⁰
 - Omvang winkelgebied is inclusief winkelleegstand (ook 2/3 van totale leegstand)
- Beleidsmatrix
- Uitkomsten enquête

De volgorde van de factsheets vanaf de volgende pagina betreft:

- Stadscentrum
- Wijkerbaan
- Marlo-terrein en omgeving
- Plantage
- Parallelweg (Meubelboulevard, Kop van de Haven en bedrijventerreinen)
- Wijk aan Zee
- Hilbersplein
- Hendrik Mandeweg
- Verspreid (overige winkels)

NB: De Bazaar is niet opgenomen in deze factsheets daar dit een atypisch winkelgebied is met de bestemming evenementen en markten die sterk wisselen.

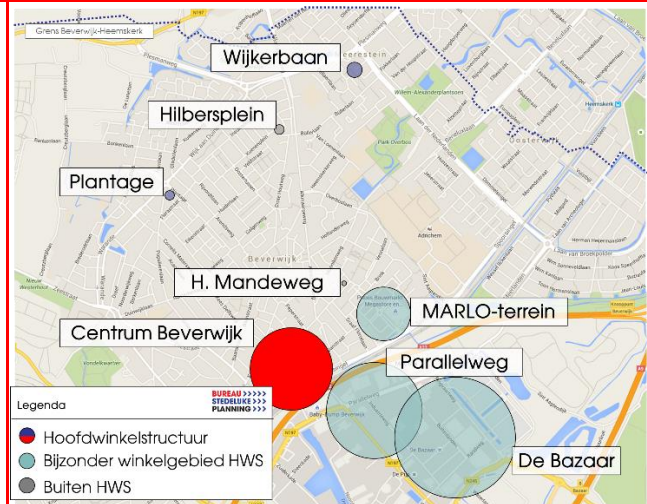
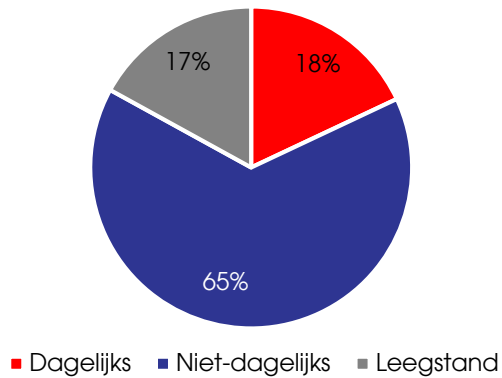
⁹ Let wel: enkel voor het centrum zijn er genoeg enquêtes om dit statistisch als waar te beschouwen. Een deel van de vragen was echter ook meer kwalitatief van aard. Deze geven ondanks dat ze wellicht niet het algemene beeld voor het gehele winkelgebied weergeven, wel een indicatie wat er bij sommige ondernemers binnen dit gebied speelt.

¹⁰ Van het percentage leegstand betreft circa 2/3 detailhandelsleegstand. De overige leegstand betreffen bijvoorbeeld leegstaande horecapanden.

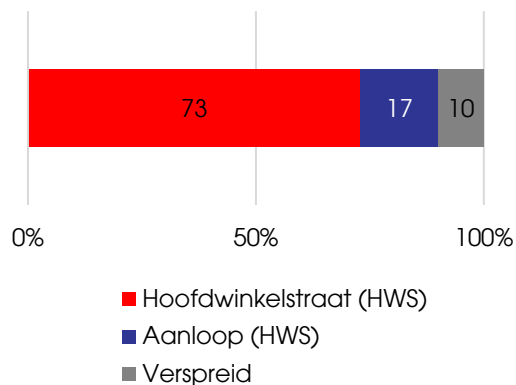
STADSCENTRUM

FACTS & FIGURES

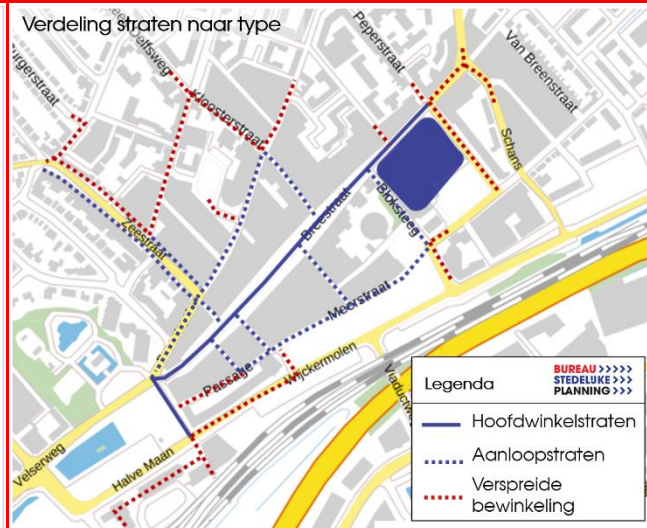
Verdeling m² wvo naar type



% m² wvo per type winkelgebied



Verdeling straten naar type

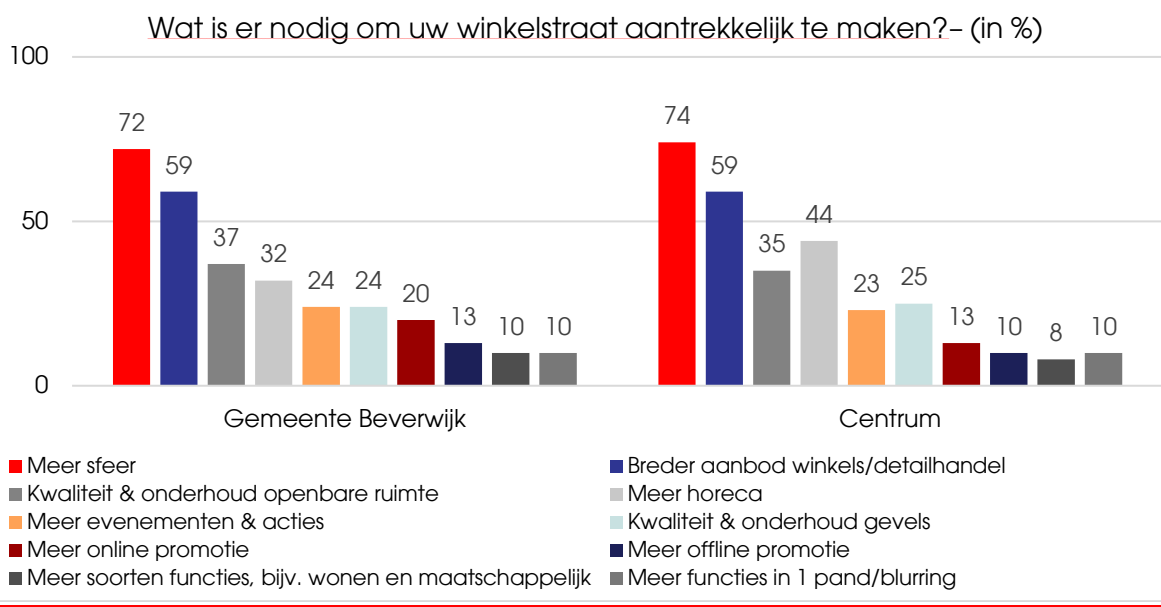


Omvang winkelgebied	30.897 m ² wvo
Verzorgingsgebied	Beverwijk (Heemskerk en Velsen secundair)
Inwoners verzorgingsgebied	40.700 (+ 39.300 en 5.150 secundair)
Trekkers	Ketens en lokale grootheden
Inrichting	Niet overdekt (centrum Beverhof overdekt)
Parkeren	Betaald en op maaiveld

BELEIDSMATRIX						
TYPE (WINKEL)GEBIED/ STRAAT	HOOFDBESTEMMING	DOORZETTEN PAND FUNCTIE DETAILHANDEL	UITBREIDEN DETAILHANDEL	FUNCTIEWIJZIGING DET. → NIET-DET. INDIEN LANGERE TIJD NIER GEBRUIKT ALS DET.	WONEN OP BGG	BLURRING (BINNEN DE WET) AFHAALPUNTEN EN AMBULANTE HANDEL MOGELIJK
Hoofd-winkel-straat	Detailhandel, Horeca Ondergeschikte publieksfuncties	✓	✓ Ja, mits max. 1.500 m ²	✗	✗	✓
Aanloop	Gemengd	✓	✓ Ja, mits max. 250 m ²	✗	✓	✓
Verspreid	Wonen	✓	✓ Ja, mits max. 250 m ²	✓	✓	✓

UITKOMSTEN ENQUÊTE

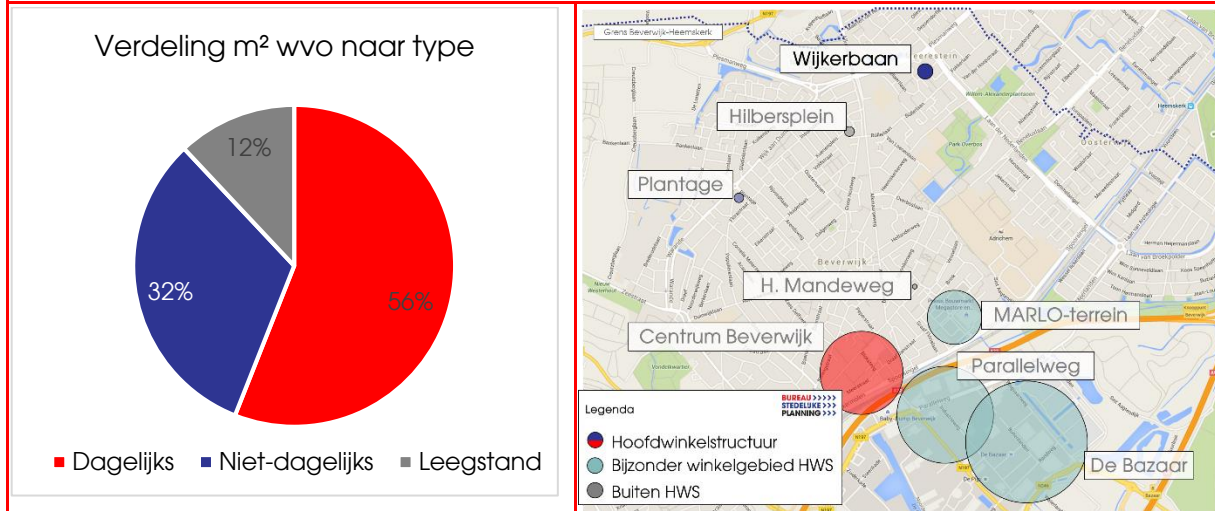
PRIORITEIT



WAT DOET U ZELF		WAT ZIJN TAKEN GEMEENTE	
1	Pand netjes houden	1	(Gratis) parkeren
2	Schoonhouden stoep en winkel	2	Onderhoud openbare ruimte
3	Goede uitstraling winkel	3	Aanpak leegstand

WIJKERBAAN

FACTS & FIGURES



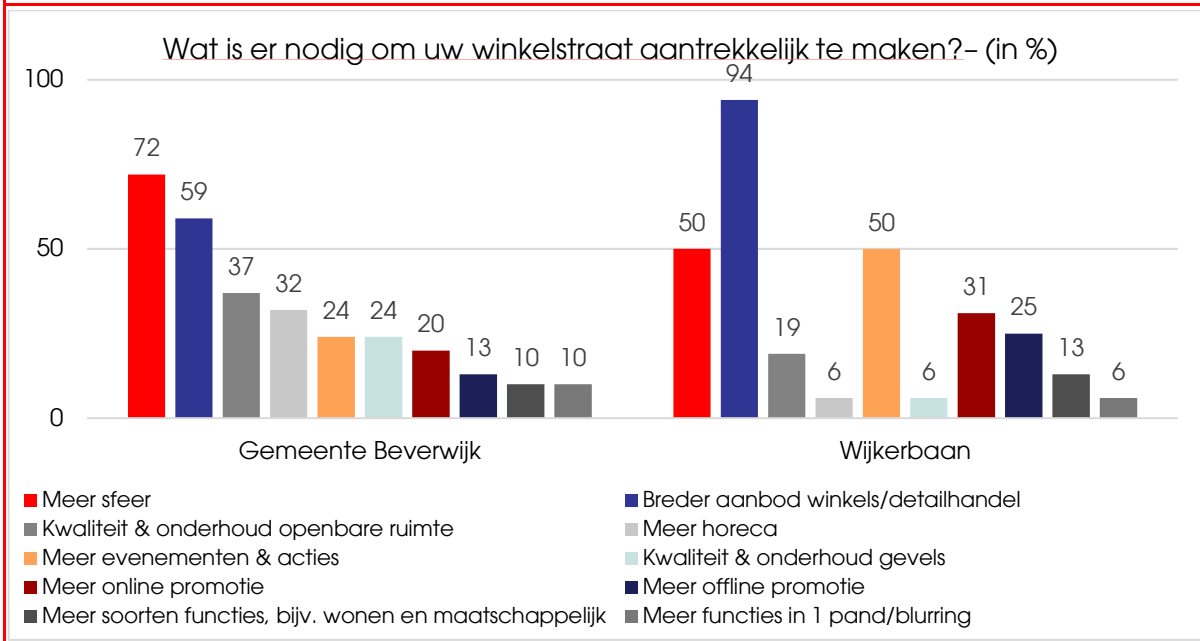
Omvang winkelgebied	5.500 m ² wvo
Verzorgingsgebied	Primair wijk Meerestein, daarnaast toevloeiing omliggend gebied
Inwoners verzorgingsgebied	5.935
Trekkers	Supermarkten en overig dagelijks aanbod
Inrichting	Overdekt
Parkeren	Gratis - Parkeerdek en maaiveld

BELEIDSMATRIX

TYPE (WINKEL)GEBIED / STRAAT	HOOFDBESTEMMING	DOORZETTEN PAND FUCNIE DETAILHANDEL	UITBREIDEN DETAILHANDEL	FUNCTIONIËRZIGING DET. → NIET-DET. INDIEN LANGERE TIJD NIER GEBRUIKT ALS DET.	WONEN OP BGG	BLURRING (BINNEN DE WET) AFHAALPUNTEN EN AMBULANTE HANDEL MOGELIJK
HWS	Detailhandel, Horeca Ondergeschikte publieksfuncties	✓	✓ Ja, mits max. 1.500 m ² binnen het gebied	✗	✗	✓

UITKOMSTEN ENQUÊTE

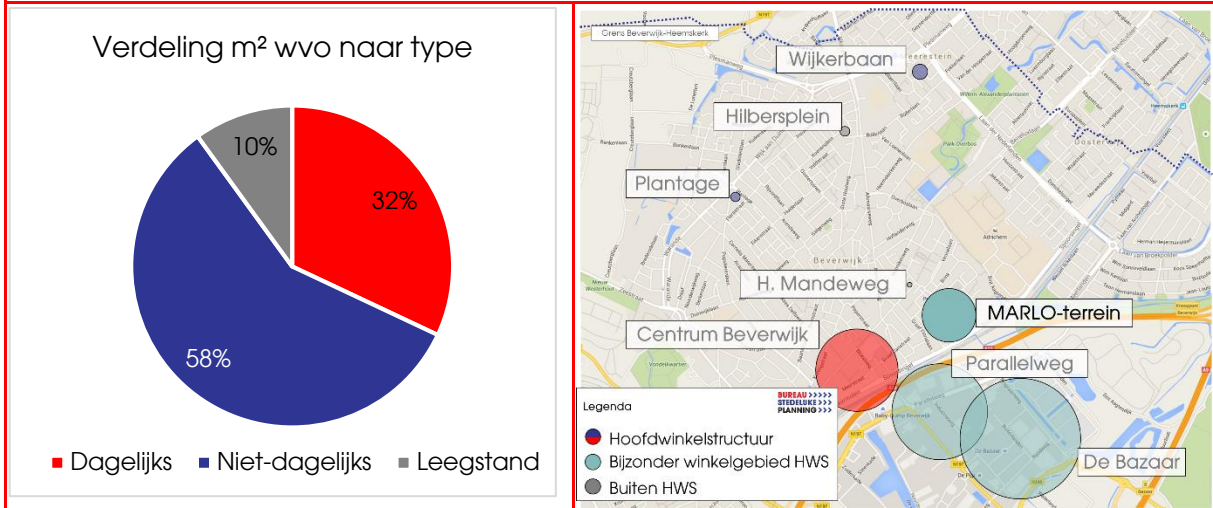
PRIORITEIT



WAT DOET U ZELF		WAT ZIJN TAKEN GEMEENTE	
1	Meedoen acties/promotie	1	Parkeren (blauwe zone)
2	Goede uitstraling winkel	2	Toezicht hangjeugd, honden uitlaten
3	Investeren in buitenkant pand/aankleding	3	Onderhoud openbare ruimte/afval opruimen

MARLO-TERREIN EN OMGEVING

FACTS & FIGURES



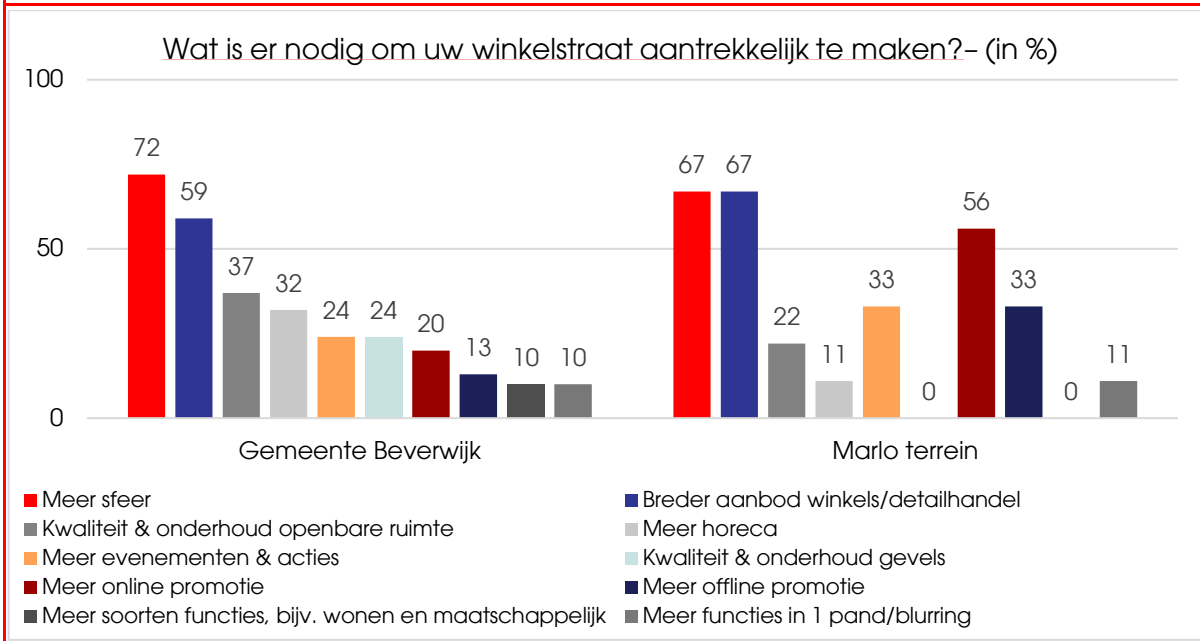
Omvang winkelgebied	19.577 m ² wvo
Verzorgingsgebied	Beverwijk (Heemskerk en Velsen secundair)
Inwoners verzorgingsgebied	40.700 (+ 39.300 en 5.150 secundair)
Trekkers	Bouwmarkten en supermarkten
Inrichting	Planmatig en niet overdekt
Parkeren	Blauwe zone en op maaiveld

BELEIDSMATRIX

TYPE (WINKEL)GEBIED/ STRAAT	HOOFDBESTEMMING	DOORZETTEN PAND FUNCTIE DETAILHANDEL	UITBREIDEN DETAILHANDEL	FUNCTIEWIJZIGING DET. → NIET-DET. INDIEN LANGERE TIJD NIET GEBRUIKT ALS DET.	WONEN OP BGG	BLURRING (BINNEN DE WET) AFHAALPUNTEN EN AMBULANTE HANDEL MOGELIJK
HWS	Detailhandel, Horeca Ondergeschikte publieksfuncties	✓	✓ Ja, mits max. 1.500 m ² binnen het gebied	✗	✗	✓

UITKOMSTEN ENQUÊTE

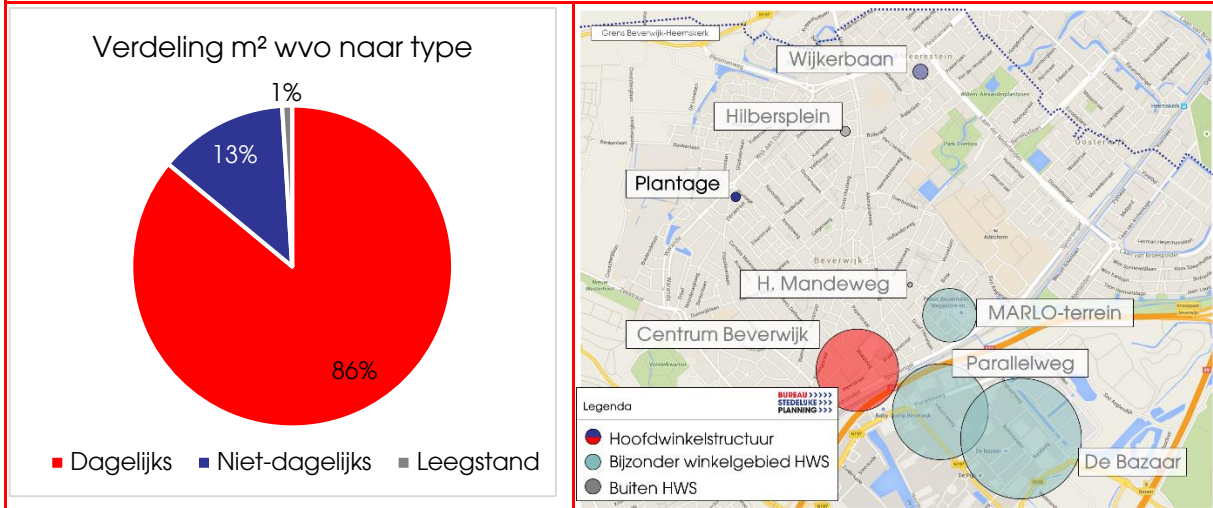
PRIORITEIT



WAT DOET U ZELF		WAT ZIJN TAKEN GEMEENTE	
1	Goede uitstraling winkel	1	Onderhoud openbare ruimte
2	Acties en activiteiten	2	Promotie
3	Schoonhouden stoep	3	Afval opruimen

PLANTAGE EN OMGEVING

FACTS & FIGURES



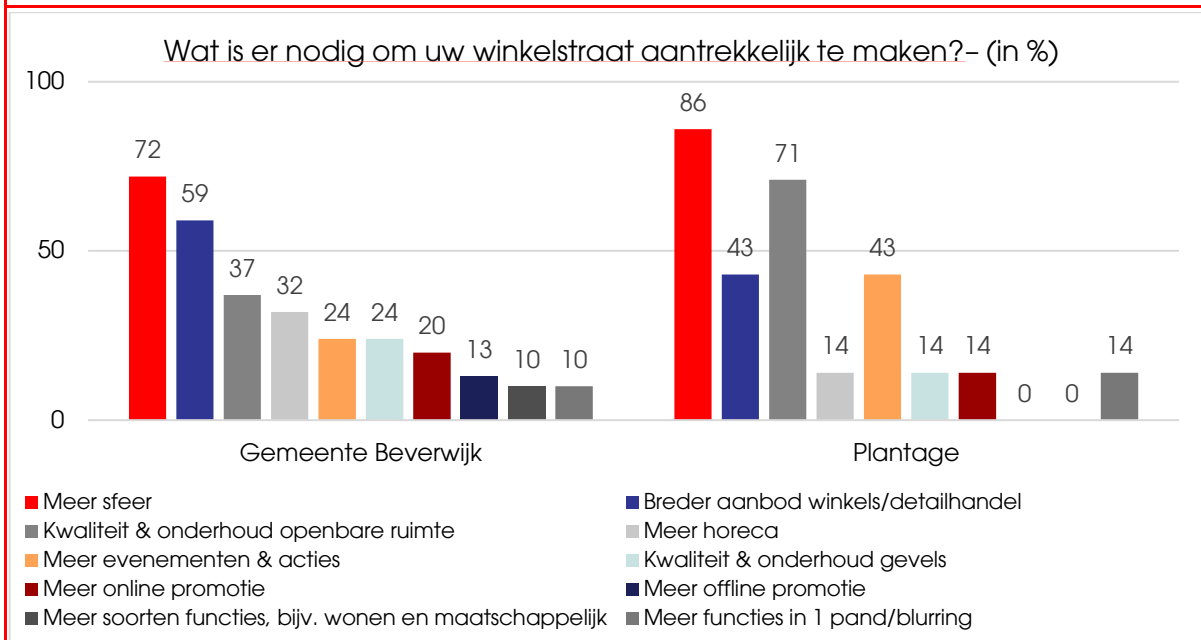
Omvang winkelgebied	2.338 m ² wvo
Verzorgingsgebied	Primair wijk Kuenenkwartier, daarnaast toevloeiing omliggend gebied
Inwoners verzorgingsgebied	5.430
Trekkers	Supermarkt en overig dagelijks aanbod
Inrichting	Planmatig en met luifel
Parkeren	Gratis en blauwe zone, op maaiveld

BELEIDSMATRIX

TYPE (WINKEL)GEBIED/ STRAAT	HOOFDBESTEMMING	DOORZETTEN PAND FUNCTIE DETAILHANDEL	UITBREIDEN DETAILHANDEL	FUNCTIEWIJZIGING DET. → NIET-DET. INDIEN LANGERE TIJD NIER GEBRUIKT ALS DET.	WONEN OP BGG	BLURRING (BINNEN DE WET) AFHAALPUNTEN EN AMBULANTE HANDEL MOGELIJK
HWS	Detailhandel, Horeca Ondergeschikte publieksfuncties	✓	✓ Ja, mits max. 1.500 m ² binnen het gebied	✗	✗	✓

UITKOMSTEN ENQUÊTE

PRIORITEIT



WAT DOET U ZELF

1	Acties en aanbiedingen
2	Schoonhouden stoep en winkel
3	Organisatie evenementen

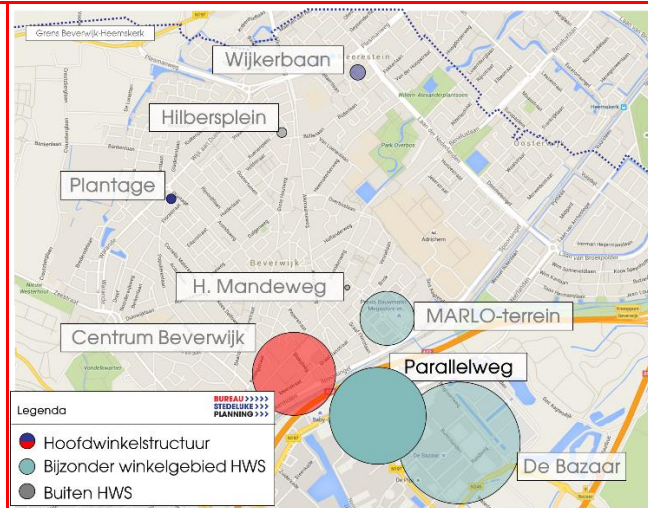
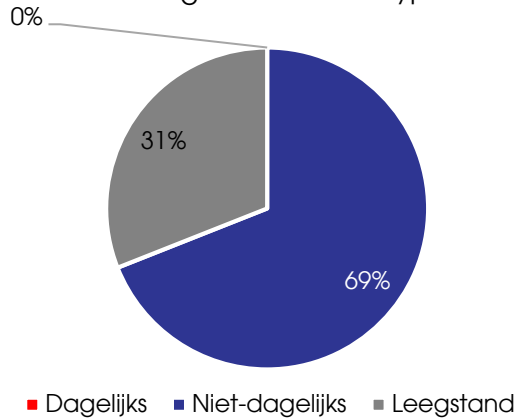
WAT ZIJN TAKEN GEMEENTE

1	Onderhoud openbare ruimte
2	Parkeren: Nieuwe inrichting
3	Groenvoorziening

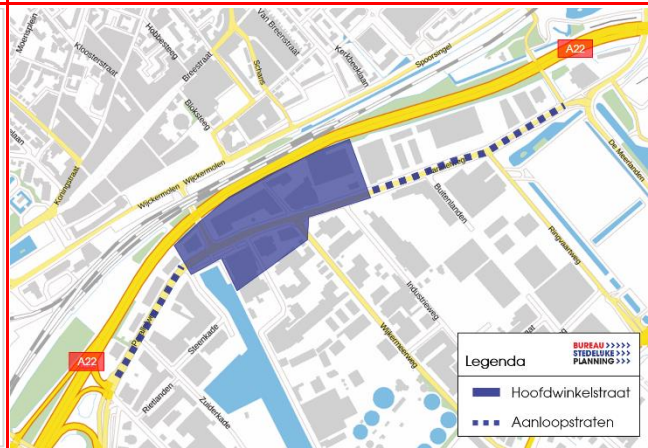
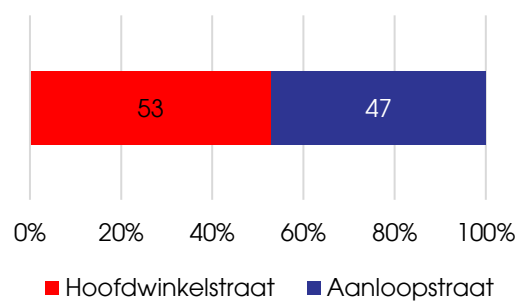
PARALLELWEG OOK WEL MEUBELBOULEVARD, KOP VAN DE HAVEN EN BEDRIJVENTERREINEN

FACTS & FIGURES

Verdeling m² wvo naar type



% m² wvo in hoofdwinkelstraat en aanloopstraten



Omvang winkelgebied	47.756 m ² wvo
Verzorgingsgebied	Beverwijk, Heemskerk en Velsen(-Noord)
Inwoners verzorgingsgebied	84.740
Trekkers	Grootschalige detailhandel
Inrichting	Niet overdekt, deels een luifel
Parkeren	Gratis en op maaiveld

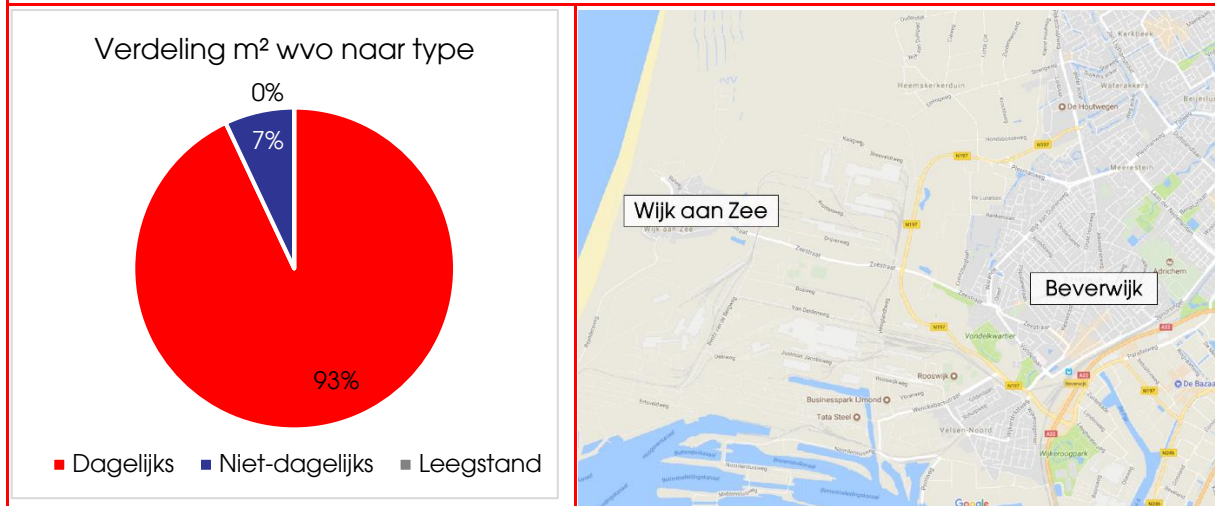
BELEIDSMATRIX						
TYPE (WINKEL)GEBIED/ STRAAT	HOOFDBESTEMMING	DOORZETTEN PAND FUCNTIE DETAILHANDEL	UITBREIDEN DETAILHANDEL	FUNCTIEWIJZIGING DET. → NIET-DET. INDIEN LANGERE TIJD NIER GEBRUIKT ALS DET.	WONEN OP BGG	BLURRING (BINNEN DE WET) AFHAALPUNTEN EN AMBULANTE HANDEL MOGELIJK
Hoofdwinkelstraat: Meubelboulevard	Detailhandel, Horeca Ondergeschikte publieksfuncties	✓	✓ Ja, mits max. 1.500 m²	✗	✗	✓
Aanloopstraat Meubelboulevard	Gemengd (conform visie 'Mix & Match')	✓	✓, Ja, mits max. 250 m².	✓	?	✓

UITKOMSTEN ENQUÊTE	
PRIORITEIT	
<p>Wat is er nodig om uw winkelstraat aantrekkelijk te maken?– (in %)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Meer sfeer ■ Kwaliteit & onderhoud openbare ruimte ■ Meer evenementen & acties ■ Meer online promotie ■ Meer soorten functies, bijv. wonen en maatschappelijk 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Breder aanbod winkels/detailhandel ■ Meer horeca ■ Kwaliteit & onderhoud gevels ■ Meer offline promotie ■ Meer functies in 1 pand/blurring

WAT DOET U ZELF		WAT ZIJN TAKEN GEMEENTE	
1	Onderhouden pand	1	Onderhoud openbare ruimte
2	Schoonhouden stoep en gevel	2	Aanpak leegstand
3	Acties en evenementen organiseren	3	Bereikbaarheid/afval opruimen

WIJK AAN ZEE

FACTS & FIGURES



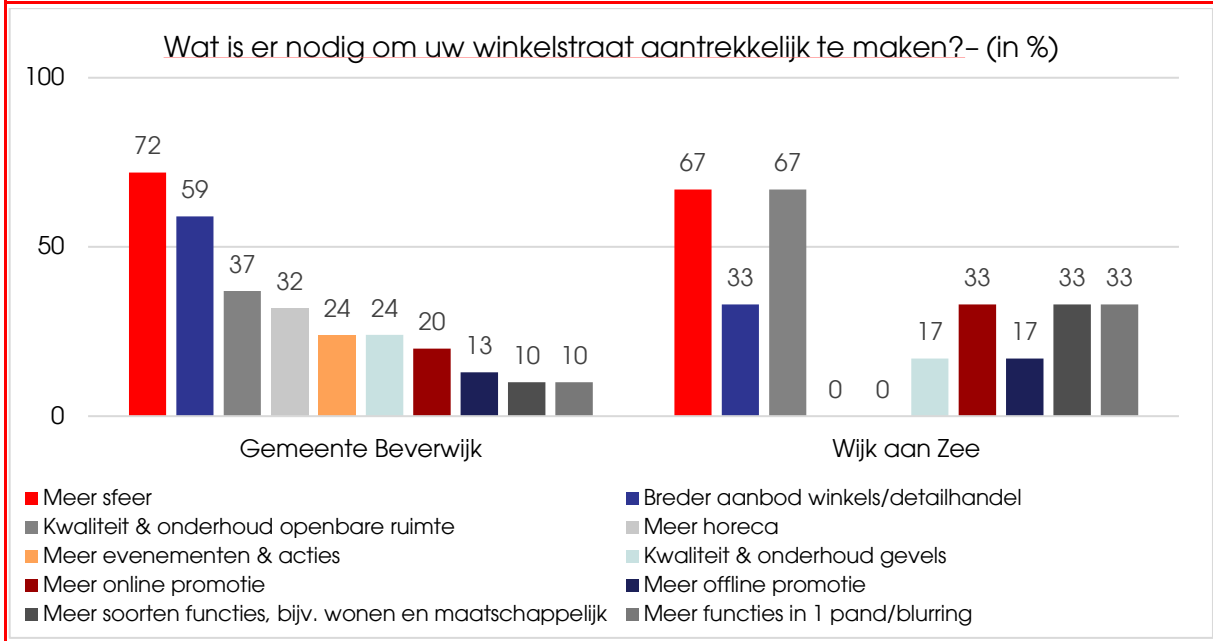
Omvang winkelgebied	495 m ² wvo
Verzorgingsgebied	Wijk aan Zee
Inwoners verzorgingsgebied	2.085
Trekkers	Supermarkt
Inrichting	N.v.t. (verspreid over Wijk aan Zee)
Parkeren	Gratis en op maaiveld

BELEIDSMATRIX

TYPE (WINKEL)GEBIED/ STRAAT	HOOFDBESTEMMING	DOORZETTEN PAND FUCNTIE DETAILHANDEL	UITBREIDEN DETAILHANDEL	FUNCTIEWIJZIGING DET. → NIET-DET. INDIEN LANGERE TIJD NIER GEBRUIKT ALS DET.	WONEN OP BGG	BLURRING (BINNEN DE WET) AFHAALPUNTEN EN AMBULANTE HANDEL MOGELIJK
Status aparte	Wonen, Horeca/hotel	✓	✓ Max. 250 m ²	✓	✓	✓

UITKOMSTEN ENQUÊTE

PRIORITEIT



WAT DOET U ZELF

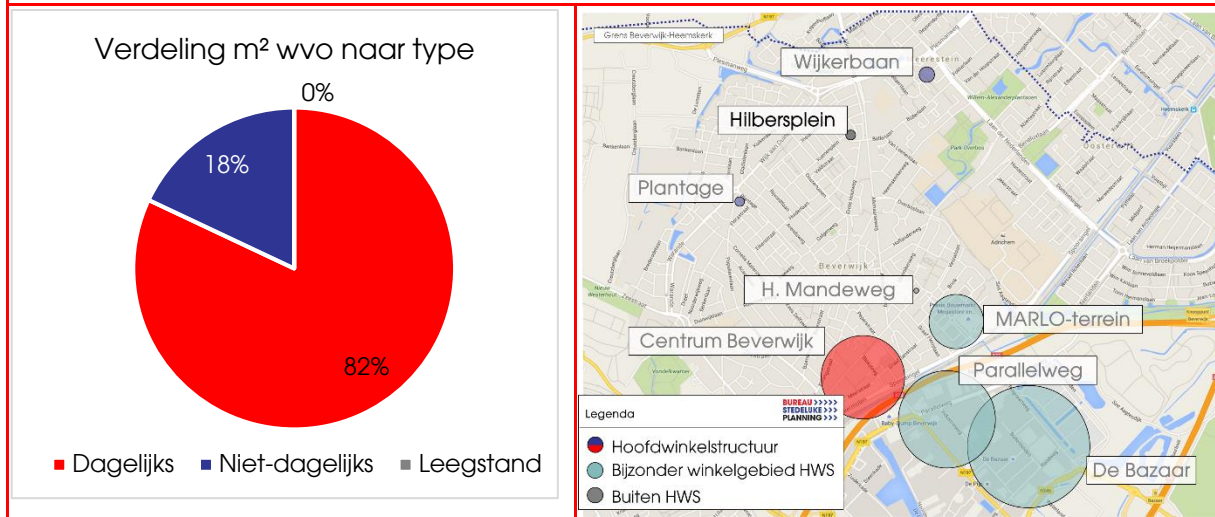
1	Aantrekkelijk pand (d.m.v. aankleding)
2	Schoonhouden rondom zaak
3	Gastvrijheid/aantrekkelijk terras

WAT ZIJN TAKEN GEMEENTE

1	Groenvoorziening
2	Onderhoud openbare ruimte
3	Aandacht

HILBERSPLEIN EN OMGEVING

FACTS & FIGURES



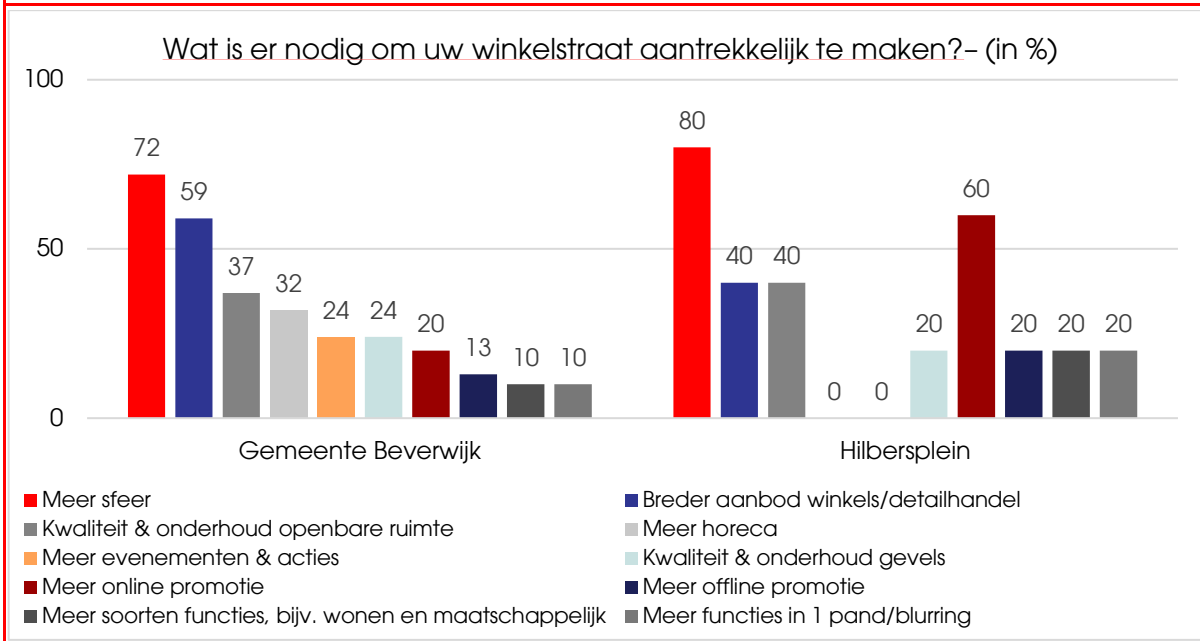
Omvang winkelgebied	2.415 m ² wvo
Trekkers	Supermarkt
Inrichting	Niet overdekt
Parkeren	Gratis, op maaiveld en parkeergarage

BELEIDSMATRIX

TYPE (WINKEL)GEBIED/ STRAAT	HOOFDBESTEMMING	DOORZETTEN PAND FUNCTIE DETAILHANDEL	UITBREIDEN DETAILHANDEL	FUNCTIEWIJZIGING DET. → NIET-DET. INDIEN LANGERE TIJD NIER GEBRUIKT ALS DET.	WONEN OP BGG	BLURRING (BINNEN DE WET) AFHAALPUNTEN EN AMBULANTE HANDEL MOGELIJK
Transformatie gebied	Wonen, maatschappelijk, diensten, bedrijvigheid	✓	✓ Max. 250 m ² , geen nieuwe detailhandels- vestigingen	✓	✓	✓

UITKOMSTEN ENQUÊTE

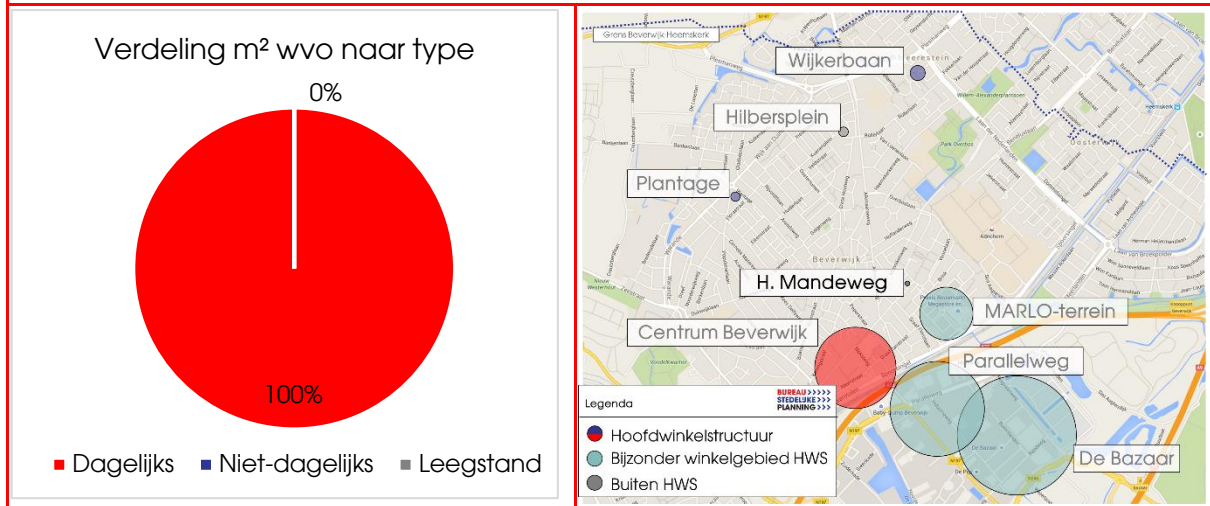
PRIORITEIT



WAT DOET U ZELF		WAT ZIJN TAKEN GEMEENTE	
1	Schoonhouden stoep	1	Groenvoorziening
2	Onderhoud winkelpand	2	Afval opruimen
3	Aantrekkelijke gevel	3	Onderhoud openbare ruimte

HENDRIK MANDEWEG

FACTS & FIGURES



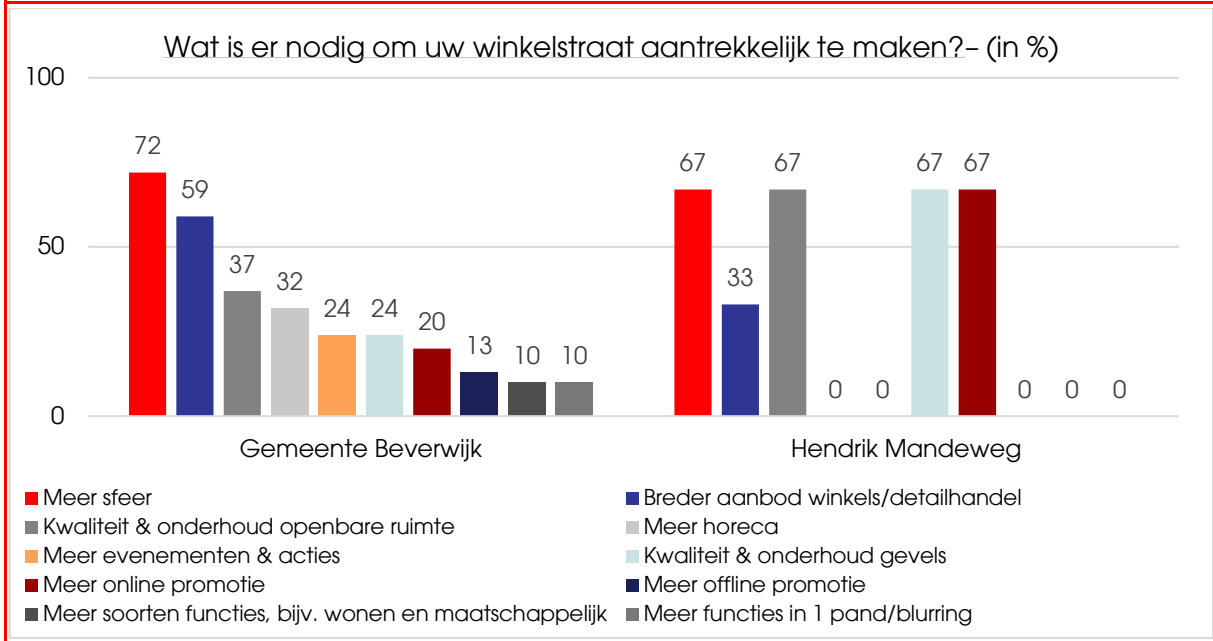
Omvang winkelgebied	125 m ² wvo
Verzorgingsgebied	Beverwijk
Inwoners verzorgingsgebied	40.700
Trekkers	N.v.t. voor winkels
Inrichting	Luifel, voorzieningen in strip
Parkeren	Gratis en op maaiveld

BELEIDSMATRIX

TYPE (WINKEL)GEBIED/ STRAAT	HOOFDBESTEMMING	DOORZETTEN PAND FUNCTIE DETAILHANDEL	UITBREIDEN DETAILHANDEL	FUNCTIEWIJZIGING DET. → NIET-DET. INDIEN LANGERE TIJD NIET GEBRUIKT ALS DET.	WONEN OP BGG	BLURRING (BINNEN DE WET) AFHAALPUNTEN EN AMBULANTE HANDEL MOGELIJK
Transformatie gebied	Wonen, maatschappelijk, diensten, bedrijvigheid	✓	✓ Max. 250 m ² , geen nieuwe detailhandels- vestigingen	✓	✓	✓

UITKOMSTEN ENQUÊTE

PRIORITEIT



WAT DOET U ZELF

1 Aantrekkelijke uitstraling

2 Terras aanleggen

3 -

WAT ZIJN TAKEN GEMEENTE

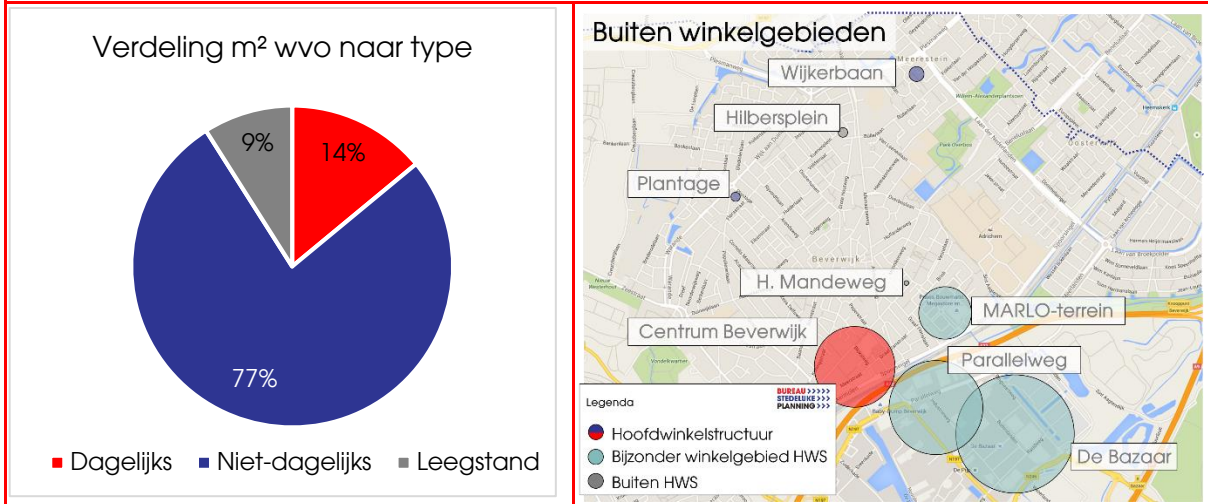
1 Bestrating verbeteren

2 Aandacht

3 Aantrekkelijker voor klant, huren omlaag

VERSPREIDE BEWINKELING

FACTS & FIGURES



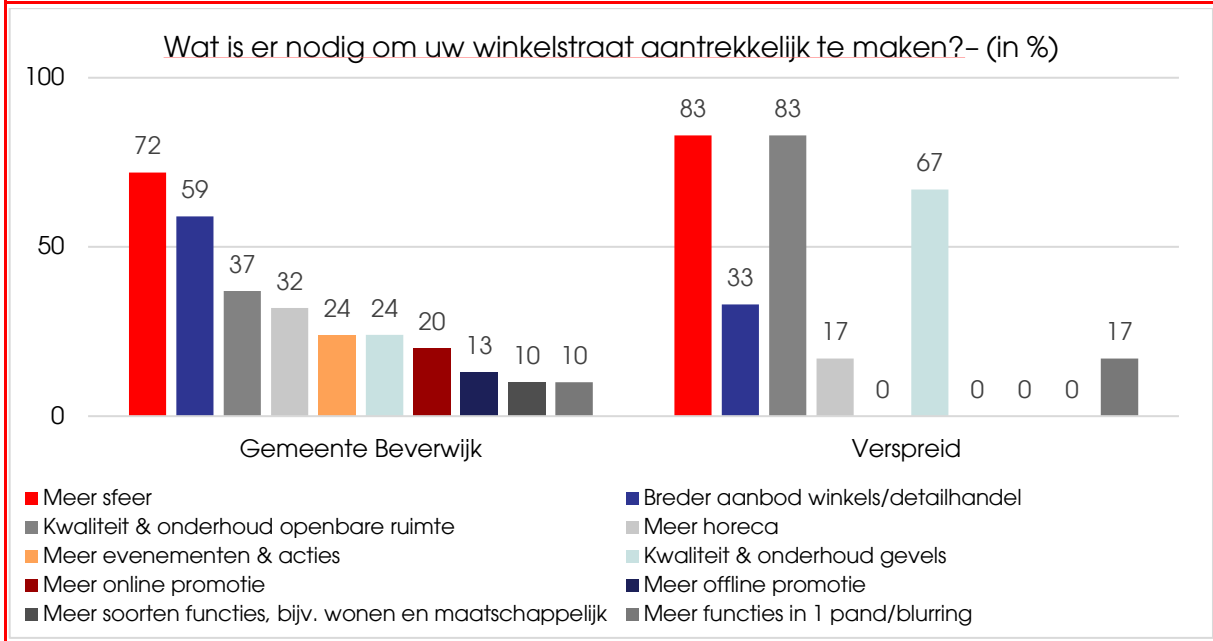
Omvang winkelgebied	16.084 m ² wvo
Overige kenmerken	N.v.t. – doordat deze niet uniform zijn

BELEIDSMATRIX

TYPE (WINKEL)GEBIED/ STRAAT	HOOFDBESTEMMING	DOORZETTEN PAND FUNCTIE DETAILHANDEL	UITBREIDEN DETAILHANDEL	FUNCTIEWIJZIGING DET. → NIET-DET. INDIEN LANGERE TIJD NIET GEBRUIKT ALS DET.	WONEN OP BGG	BLURRING (BINNEN DE WET) AFHAALPUNTEN EN AMBULANTE HANDEL MOGELIJK
Overig	Wonen, maatschappelijk, diensten, bedrijvigheid	✓	✓ Max. 250 m ² , geen nieuwe detailhandels- vestigingen	✓	✓	✓

UITKOMSTEN ENQUÊTE

PRIORITEIT



WAT DOET U ZELF

1 Schoonhouden stoep

2 Onderhoud gevel

3 -

WAT ZIJN TAKEN GEMEENTE

1 Groenvoorziening

2 Onderhoud openbare ruimte

3 Afval opruimen

BIJLAGE 1 UITKOMSTEN ENQUÊTE ALGEMEEN

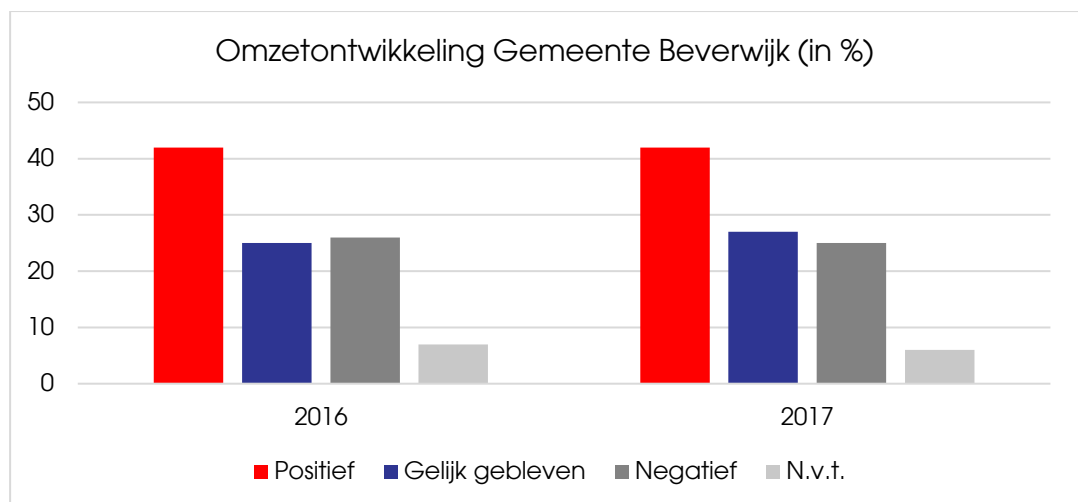
Op drie dagen in juli en een extra dag eind augustus zijn er enquêtes bij alle winkels en andere publieksvoorzieningen binnen winkelgebieden langs gebracht en veelal ook weer opgehaald. Hieruit kunnen voor geheel de gemeente Beverwijk en het Centrum enkele conclusies worden getrokken. Voor de andere winkelgebieden kan dit niet direct, omdat het aantal winkels aanzienlijk beperkter is, en hieruit geen conclusies mogen worden getrokken. Echter, geven met name de open vragen uit de enquête wel een inzicht in de zaken die er spelen.

Onderstaand zijn enkele uitslagen van de gehele gemeente Beverwijk weergegeven. In de factsheets in bovenstaande hoofdstuk zijn de antwoorden op enkele vragen per winkelgebied weergegeven.

OMZETONTWIKKELING >>

Afgelopen jaar geeft 42% van de ondernemers een positieve omzetontwikkeling te hebben gehad ten opzichte van het jaar ervoor. Bij 26% van de ondernemingen ging het minder goed dan het jaar ervoor.

Voor 2017 is de omzetverwachting een fractie positiever dan voor 2016. Wederom 42% geeft aan dat de omzet positiever is dan in 2016. Het aandeel dat een negatieve omzetontwikkeling verwacht is met 25% een fractie lager.



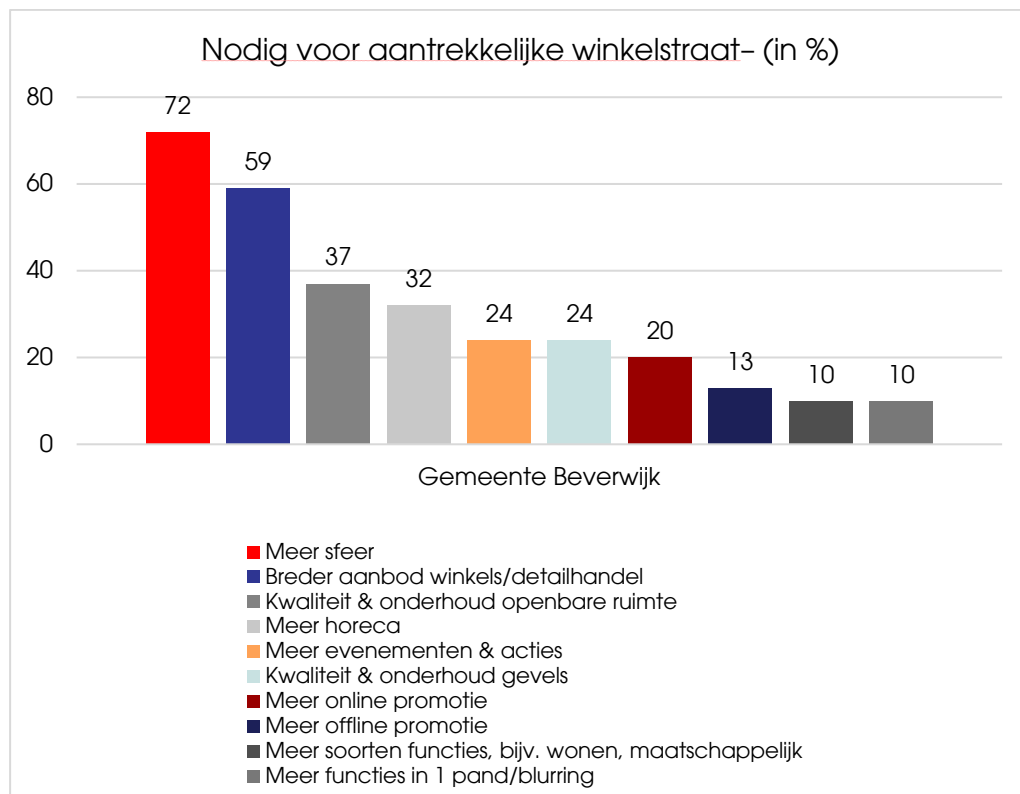
FIGUUR 16 UITSLAG ENQUÊTE: OMZETONTWIKKELING 2016 EN VERWACHTING 2017
Bron: Ondernemersenquête juli/augustus 2017, Beverwijk

SFEER PRIORITEIT VOOR EEN AANTREKKELIJKE WINKELSTRAAT >>

Vraag 3 luidt: Wat is er nodig om uw (winkel)straat aantrekkelijk te maken? (s.v.p. 3 antwoorden aankruisen).

De ondernemers konden kiezen uit tien verschillende antwoorden. Maar liefst 72% van de ondernemers is van mening dat ‘meer sfeer’ nodig is om hun winkelstraat aantrekkelijker te maken. Met 59% volgt ‘breder aanbod winkels/detailhandel’ vlak op de nummer één. Daarnaast hebben ook de ‘kwaliteit en onderhoud aan de openbare ruimte’ en ‘meer horeca’ prioriteit volgens een groot deel van de Beverwijkse ondernemers.

Opvallend is dat blurring, als een van de speerpunten van het detailhandelsbeleid, volgens de ondernemers niet direct nodig is om hun winkelstraat aantrekkelijker te maken.



FIGUUR 17 UITSLAG ENQUÊTE VRAAG 3: WAT IS ER NODIG OM UW (WINKEL)STRAAT AANTREKKELIJK TE MAKEN? Bron: Ondernemersenquête juli/augustus 2017, Beverwijk

EIGEN BIJDRAGE AAN AANTREKKELIJKE WINKELSTRAAT >>

Er werd aan de ondernemers gevraagd wat zij zelf kunnen doen om hun (winkel)straat aantrekkelijker te maken? De meest gegeven antwoorden hebben de volgende strekking:

- Schoonhouden van winkel

- Schoonhouden stoep en gevel
- Onderhoud van het pand
- Goede uitstraling winkel

Daarnaast kwam er in sommige gebieden naar voren dat ondernemers ook hun klanten online proberen te bereiken. Onder andere door een eigen facebook-pagina te beheren.

WAT ZIJN DE TAKEN VOOR DE GEMEENTE? >>

Naast de vraag wat de ondernemers zelf kunnen doen, werd hen ook gevraagd wat volgens hen taken van de gemeente Beverwijk zijn. De volgende top drie van onderwerpen kwam hier uit:

NR	ONDERWERP
1	Onderhoud openbare ruimte (o.a. ook zorgen voor nette straten en net meubilair)
2	(Gratis) parkeren
3	Groenvoorziening

TABEL 6 TOP 3 RESULTATEN WAT IS EEN TAAK VOOR DE GEMEENTE OM UW STRAAT AANTREKKELIJK TE MAKEN
Bron: Ondernemersenquête juli/augustus 2017, Beverwijk

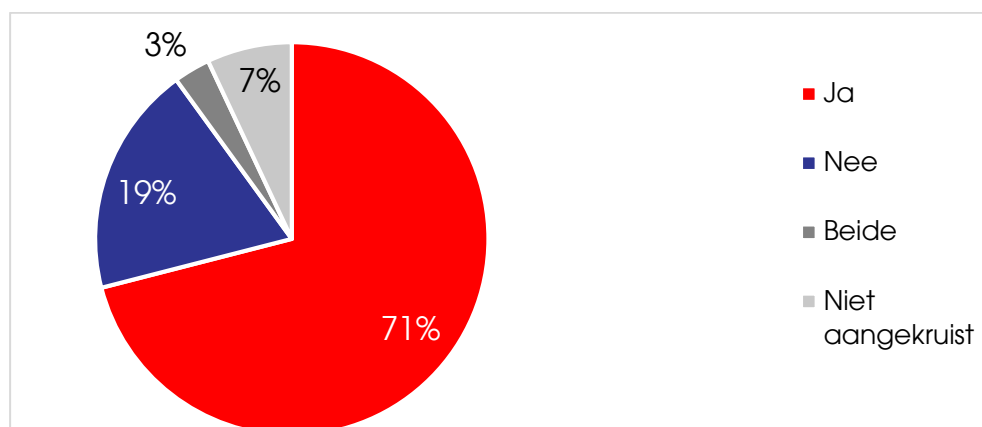
- Het onderhoud van de openbare ruimte en het netjes houden van de straten door geregeld afval op te ruimen kwam veelal naar voren. Waar de ondernemers naar eigen zeggen ook al vaak hun eigen stoep schoonhouden, verwachten ze dat de gemeente hen helpt het algemene beeld op orde te houden.
- Daarnaast zijn ook parkeerkwesities volgens de ondernemers een taak van de gemeente. In het Centrum geldt met name de wens tot het afschaffen van het betaald parkeren en het handhaven van foutief parkeren. De ondernemers in en bij winkelcentrum Wijkerbaan wensen een blauwe zone.
- Tot slot werd ook groenvoorziening veel genoteerd. De ondernemers wensen dat het huidige groen beter word onderhouden (ook terugkomend in onderhoud openbare ruimte) en dat er meer groenvoorziening wordt geregeld in de vorm van planten- en bloemenbakken.
- Naast deze top drie zijn ook aanpak van leegstand, sfeer verbeteren en handhaving ter verbetering van veiligheid(sgevoel) vaak genoteerd.

MEERDERHEID EENS MET BELEID: KEUZES MAKEN OM LEEGSTAND TERUG TE DRINGEN >>

Tot slot was de laatste vraag een vraag over wat de ondernemers van de visie in het vastgestelde beleid vinden. De vraag was als volgt geformuleerd:

De gemeente Beverwijk kiest in haar Detailhandelsbeleid er voor de kwaliteit van de detailhandel in heel Beverwijk naar een hoger niveau te tillen en leegstand terug te dringen. Dit betekent dat er keuzes gemaakt moeten worden om de leegstand terug te dringen. Bent u het eens met dit beleid?

Een ruime meerderheid van de respons heeft hierbij aangegeven dat zij het eens is met deze visie. Uiteraard was niet iedereen het eens met het beleid, met name in gebieden die in het beleid niet tot de Hoofdwinkelstructuur worden gerekend was een meerderheid het er vaak mee oneens:



FIGUUR 18 UITSLAG ENQUÊTE VRAAG 6: BENT U HET EENS MET DIT BELEID?

Bron: Ondernemersenquête juli/augustus 2017, Beverwijk

Redenen die worden gegeven door ondernemers die het eens zijn met het beleid klinken onder andere als volgt:

- Nu is er eindelijk beleid.
- Meer publiek is goed, anders wordt Beverwijk een spookstad.
- Kwaliteit moet omhoog.
- Leegstand is achteruitgang en niet goed (voor andere winkeliers).
- Detailhandel loopt landelijk terug, dus ook winkelgebieden in Beverwijk moeten inkrimpen.

De redenen voor de ondernemers die het niet eens zijn met het beleid zijn als volgt:

- Overheid moet faciliteren, geen beperkingen opleggen.
- Winkels buiten centrum zijn belangrijk voor sociaal contact (minder mobiele) bewoners.
- Liever een natuurlijk verloop.
- Drempel voor ondernemers moet laag blijven: goedkope winkelpanden moeten blijven bestaan, anders kunnen alleen ketens zich in Beverwijk vestigen.
- Nu niet duidelijk welke keuzes er precies gemaakt gaan worden om dit te bereiken.

BIJLAGE 2 UITKOMSTEN PARTICIPATIESESSIES

Op maandag 4 september (ochtend en avondsessie), dinsdag 5 september en woensdag 6 september zijn er vier participatiesessies gehouden. Hierbij waren alle ondernemers en eigenaren uitgenodigd om deel te nemen aan de sessie ter verduidelijking van het detailhandelsbeleid. Ten eerste werd het beleid uitgelegd met onder andere een matrix zoals opgenomen in de samenvatting en de resultaten van de enquête werden gedeeld. Daarna was er volop ruimte voor discussie. Onderstaand zijn de belangrijkste punten die uit de sessies naar voren kwamen opgesomd:

- Samenvatting beleidskader in de vorm van **matrix werkt verhelderend**.
- **Hooflijnen** van beleid worden onderschreven. Daarbij: **Aan de slag!** Roep om aanpak centrum uit te breiden naar andere winkelgebieden, zoals samenwerking en overleg.
- **Actief wegbestemmen** van detailhandel is in sommige gebieden een groot pijnpunt. Met name kleine ondernemers worden hier hard door geraakt en zij denken dat hun pensioen in rook op zal gaan.
- **Leegstand** moet actief worden aangepakt.
- Ondernemers en eigenaren wensen **aandacht** en een **goede communicatie** en duidelijkheid over wat er gaande is.
- **Onderhoud** openbare ruimte en panden verdient extra aandacht.

Naast deze hoofdlijnen die zeer duidelijk of bij verschillende sessies aan bod kwamen, zijn ook onderstaande onderwerpen nog duidelijk aan bod gekomen:

- **Betaald parkeren** in het Centrum moet worden afgeschaft.
- Aandacht voor **ingezonden brief** (met 70 handtekeningen) en gevoel dat hun stem telt.
- Overwegen om in sommige gebieden een **brancheringsplan** in te voeren.
- Heroverweging **indeling winkelstructuur** in het Centrum. Wat is Hoofdwinkelstraat, wat aanloopstraat en wat overig? Heroverwegen wat te doen met adressen net om de hoek van de straat.
- De gemeente zal zich **soepeler op moeten stellen** als ondernemers iets extra' s willen doen zoals een paar tafels of reclame buiten zetten.
- Er moet **meer verbinding** worden gecreëerd tussen de winkelgebieden van Beverwijk. Zowel fysiek als marketingtechnisch naar buiten toe.
- Beverwijk moet aantrekkelijk worden, ook voor jonge doelgroepen. Zij zijn daarbij een nieuwe markt. Hiervoor moet je een **aantrekkelijk woonmilieu** creëren.