

Gemeente Den Helder

Kadernota Detailhandel

Naar kwaliteit en dynamiek

Gemeente Den Helder

Afdeling: Ruimte, Wonen & Ondernemen

Datum vaststelling Raad: 17 september 2007

Samenvatting

Hoofdstuk 1 Inleiding

De strategische visie – vastgesteld door de Raad op 21 mei jl. – geldt onverkort als leidend kader voor de uitwerking van deze Kadernota Detailhandel "Naar kwaliteit en dynamiek".

In de Helderse detailhandelsstructuur gaat het om het zoeken naar versterking en evenwicht.

- § Versterking is nodig om de kwaliteit van winkelgebieden waar mogelijk te verbeteren. Dit geldt niet alleen voor de binnenstad – die duidelijk een impuls nodig heeft – maar ook voor de winkelvoorzieningen in de buurten/wijken en het Ravelijncenter.
- § Tevens moet sprake zijn van een winkelstructuur waarin dynamiek voldoende kan worden opgevangen en wensen van ondernemingen kunnen worden gehonoreerd. Dit speelt met name op het punt van schaalvergroting.
- § Een succesvolle locatiekeuze en vestigingsstrategie van de detailhandel zijn nodig om te komen tot een evenwichtige, hoogwaardige en duurzame detailhandelsstructuur. Dit versterkt de regionale functie van Den Helder.

Hoofdstuk 2 Marktcontext Den Helder

De detailhandel is sterk in beweging. Er is sprake van branche- en functieveranderingen, verplaatsingen, nieuwe vestigingen en uitbreiding van bestaande vestigingen. Voorts staan er in Den Helder ontwikkelingen op stapel met nieuwe voorzieningen (voor o.a. de binnenstad, Nieuw Den Helder en Willemsoord) waar detailhandel onderdeel vanuit maakt en die van invloed is op de structuur.

Eén van de centrale principes van de winkelplanning is: "de juiste winkel op de juiste plaats". Dit principe gaat ervan uit dat er verschillende typen koopgedrag zijn, die op verschillende plekken gefaciliteerd moeten worden. Er zijn in hoofdlijnen drie typen aankoopgedrag, namelijk "run", "fun" en "doelgericht" te onderscheiden.

Als speerpunt van beleid dient de positie van het winkelaanbod van Den Helder op het gebied van toevloeiing van buiten de Gemeente Den Helder versterkt te worden. De kwaliteit en aantrekkelijkheid van de binnenstad, Willemsoord en het Ravelijncenter verdient de nodige aandacht.

De binnenstad heeft te weinig om uit te dragen. Het aanbod moet completer, compacter en gevarieerder zijn. Het ontbreekt duidelijk aan originaliteit, verrassing en koopstimulans. Hiernaast is de consument niet tevreden over de parkeergelegenheid in de binnenstad.

Het Ravelijncenter scoort goed en voldoet als grootschalige concentratie uitstekend. Het is vertrouwd, gemakkelijk en redelijk compact. Maar het is niet echt plezierig, stimulerend of gevarieerd.

Hoofdstuk 3 Toekomstige winkelstructuur

De detailhandel is voortdurend in beweging, maar de hoofdstructuur blijft in het algemeen lange tijd onveranderd. De kern van een gezonde structuur is dan ook dat vernieuwing en verandering in voldoende mate plaats kunnen

vinden en ondernemingen voldoende de kans en de mogelijkheid krijgen om op een optimale plek de klanten goed te bedienen.

De hoofddoelstelling van het detailhandelsbeleid is het creëren van een evenwichtige, hoogwaardige en duurzame detailhandelsstructuur. Binnen de context van Den Helder betekent dit dat primair wordt gestreefd naar optimalisering van voorzieningen in de binnenstad en de wijken/buurtten. Dit houdt in de juiste voorzieningen op de juiste plek.

Voorzieningen, waaronder winkels, horen in de binnenstad of in de wijkcentra conform de centrale gedachte in de nota Ruimte (2004). Ondanks belangstelling van bedrijven voor vestiging buiten deze gebieden worden bezoekersintensieve functies hier in beperkte mate toegestaan. Het accent ligt op de binnenstad, waar grootschalige detailhandel gehuisvest dient te worden, mits ruimtelijk inpasbaar.

Hoofdstuk 4 Kader binnenstad/Willemsoord

In de, in mei 2007 door de Raad vastgestelde, strategische visie is de focus gelegd op drie prioritaire gebieden Stadshart, Willemsoord en Haven. In overleg met ondernemers, bewoners en betrokkenen wordt gewerkt aan een stedenbouwkundig concept. In functionele zin wordt een compacter centrumgebied voorgestaan, waarbij enkele straten hun winkelfunctie verliezen en het aantal aanloopgebieden teruggebracht wordt. De wens tot concentratie leidt automatisch tot een verplaatsingsopgave.

Er is een aantal speerpunten dat moet bijdragen in de versterking binnenstad en Willemsoord. Het Structuurplan Stadshart (2005) geeft een sterke relatie weer tussen de binnenstad en Willemsoord, met name ook de verbinding hiertussen via de Spoorstraat en de Beatrixstraat. Vanuit beleid is deze sterke relatie ook zichtbaar. Toevoeging van 3.000 m² (nautische) detailhandel op Willemsoord is toegestaan. Om de onderlinge relatie binnenstad/Willemsoord te versterken, is in principe alleen in het zuid-zuidwestelijke deel van Willemsoord detailhandel mogelijk.

Andere initiatieven welke een belangrijke meerwaarde kunnen hebben voor de relatie met de binnenstad en een versterking kunnen betekenen voor de binnenstad, worden door de gemeente separaat beoordeeld. Elk initiatief op Willemsoord wordt getoetst door de winkelplanningscommissie. Hierbij wordt het zwaarwegende advies van de Helderse Ondernemersvereniging Binnenstad (HOB) meegenomen.

Twee verbindingen tussen Willemsoord en een compactere binnenstad zijn moeilijk verenigbaar. Een verbinding tussen het toekomstige A1-gebied en Willemsoord is mogelijk via de Beatrixstraat. Door de gevelwand van de straat naar voren te halen, zal het profiel van de straat smaller worden. Op deze manier ontstaat er een gezellige en sfeervolle winkelstraat. Ook is het mogelijk de straat op een andere wijze optisch smaller te maken, door bijvoorbeeld de toevoeging van een bomenrij. De ruimtelijke vertaling vindt plaats na vaststelling van de nota.

Essentieel is het compacter maken van de binnenstad (bijlage II). In het toekomstige A1-gebied is het mogelijk om een haltermodel te visualiseren. Het is van belang dat winkels buiten het A1-gebied gestimuleerd moeten worden om gaten in dit A1-gebied op te vullen. Deze taak ligt bij het centrummanagement (hoofdstuk 8).

De meest ideale parkeerlocaties ten behoeve van de binnenstad zijn Willemsoord, het zuidwestelijke deel van de Polderweg en de oostzijde van de Beatrixstraat.

Een ander speerpunt is het versterken/propageren van aanbod voor doelgerichte aankopen in combinatie met horeca, cultuur en vermaak. Aandacht voor versterking van de verblijfskwaliteit is hierbij van belang. Hiernaast kunnen grootschalige trekkers meerwaarde bieden.

Voor de ontwikkeling van Willemsoord is versterking van het deelmilieu "vermaak" gewenst. Aan detailhandel is circa 3.000 m² toegestaan voor nautisch maritiem (met name toeristisch). De winkelplanningscommissie houdt hier toezicht op. Voor een vulling van de aanwezige panden wordt gedacht aan een breed scala van activiteiten op deze locatie, veelal gerelateerd aan de leisure. Mogelijke invulling zou kunnen zijn: hotel, bowling, horeca en dienstverlening.

Het is van belang dat de binnenstad en Willemsoord een positief effect op elkaar hebben. Nieuwe initiatieven op Willemsoord mogen absoluut geen negatieve werking hebben op de binnenstad, en omgekeerd. De twee moeten elkaar juist versterken. Daarom is alleen in het zuid-zuidwestelijke deel van Willemsoord detailhandel toegestaan.

Hoofdstuk 5 Kader buurt- / wijkvoorzieningen

Het verkrijgen van impulsen voor stedelijke vernieuwing in Den Helder staat centraal. Vanuit deze gedachte verdient niet alleen de binnenstad de aandacht. Tevens is er aandacht nodig om de verschillende wijken economisch te ontwikkelen, de leefbaarheid te optimaliseren en aandacht te besteden aan de bereikbaarheid van de voorzieningen. Momenteel speelt een groot aantal ontwikkelingen in diverse centra in de stad. De gemeente stimuleert deze om zodoende te komen tot een optimaal, kwalitatief hoogstaand winkelaanbod.

Iedere wijk heeft zijn eigen buurt- of wijkwinkelcentrum, waarbij het supermarktaanbod wat marktsegmenten betreft (discounter – fullservice) goed is vertegenwoordigd. Per wijk gezien is het metrage per hoofd van de bevolking voldoende. Het aantal supermarkten is op orde, maar de gemiddelde grootte voldoet niet meer aan de huidige eisen en wensen. Economische dynamiek is de laatste jaren achtergebleven. In de planvorming wordt rekening gehouden met schaalvergroting om met name de klantwaarde en economische dynamiek te optimaliseren.

Winkelcentrum De Schooten ondergaat een kwaliteitsslag ten aanzien van het interne openbare gebied en het verbeteren van de zichtlijnen en de passagestructuur. De modernisering gaat gepaard met een geringe uitbreiding, hoofdzakelijk voor optimalisering van zittende ondernemers.

In Nieuw Den Helder komt een krachtig compact winkelgebied aan de noordzijde van de Marsdiepstraat, inclusief voldoende parkeren en goede bereikbaarheid. Het Seringenplein wordt opgeheven en verplaatst naar het Centrumplan Marsdiepstraat. Het Falga Winkelcentrum krijgt een cosmetische opknapbeurt, waarbij de supermarkten de gelegenheid krijgen om schaalvergroting door te voeren.

In Julianadorp aan zee wordt het winkelcentrum De Riepel opgeheven en verplaatst naar het Loopuytpark. Voor Dorperweerth geldt een parkeerprobleem. Indien ruimtelijk inpasbaar, is in beperkte zin een uitbreiding bespreekbaar.

Extra toevoeging van solitaire voorziening (verspreide bewinkeling) is niet toegestaan.

Hoofdstuk 6 Kader grootschalig winkelaanbod

Aan de oostkant van Den Helder, tussen de wijken Stad Binnen de Linie en De Schooten, is een traditionele PDV-cluster (perifere detailhandelsvestigingen in doe-het-zelf, tuincentra en woninginrichting) het Ravelijncenter gesitueerd.

Het is gewenst om in de toekomst te komen tot een compact en een logische afbakening van het Ravelijncenter, waarbij een relatie wordt gelegd tussen de binnen- en buitenkant van het zuidelijk deel van het gebied en een verkleining van het noordelijk deel. Dit heeft echter, gelet op het belang van de ontwikkeling van de binnenstad, op dit moment geen prioriteit. Over twee jaar vindt er een evaluatie plaats.

Shop-in-shop is mogelijk wanneer de branches (inclusief gekoppeld metrage) zonder meer zijn toegestaan, dan wel wanneer het initiatief past binnen het beleids- en toetsingskader (paragraaf 7.2; bijlage III).

Het is niet toegestaan de locatie Burgemeester Ritmeesterweg verder te ontwikkelen tot tweede perifere cluster. Daar waar de kans zich door extern initiatief voordoet, zal de gemeente een opheffing en herbestemming van de locatie – mits ruimtelijk inpasbaar – ondersteunen.

Om de doelstellingen van deze kadernota te laten slagen is handhaving op de vestiging detailhandel op andere dan de daartoe aangewezen locaties noodzakelijk. Op dit moment vestigt zich in toenemende mate detailhandel op industrieterreinen zonder daar een vergunning voor aangevraagd te hebben. Handhaving is noodzakelijk om wildgroei te voorkomen. Onderzocht wordt of dit inpasbaar gemaakt kan worden in de huidige handhavingscapaciteit.

Voortdurende onderlinge afstemming tussen koopliden op de warenmarkten (via de marktmeester) en retailers is essentieel. Een onderzoek naar de betekenis en optimalisatiemogelijkheid van de warenmarkt, waarbij de ambulante handel nauw wordt betrokken, moet inzicht bieden in de gewenste omvang en invulling van de vier markten.

Verspreide bewinkeling wordt niet gestimuleerd en – indien mogelijk – afgebouwd. Nieuwe aanvragen op verspreide locaties worden afgewezen.

Nieuwe perifere vestigingen dienen geclusterd te worden op het Ravelijncenter. Beperkte uitbreiding van bestaande (verspreide) locaties – met uitzondering van de Burgemeester Ritmeesterweg – is mogelijk, mits ruimtelijk inpasbaar.

Omdat detailhandel bij tankstations verstorend kan werken op de winkelstructuur, is in tankstations slechts een winkeloppervlak van maximaal 100 m² toegestaan.

De gemeente streeft naar een betere vaststelling van een eenduidig en vast aantal koopzondagen. Dit wordt geregeld in de Winkeltijdenverordening.

Hoofdstuk 7 Hoofdpunten regulering

Het beleid is primair gericht op kwaliteitsverbetering en positieversterking van de binnenstad en secundair de ondersteunende winkelgebieden. De binnenstad wordt gezien als centrummilieu, waar het gehele spectrum van het koopgedrag (run-, fun- en doelgericht) actief is. Voor Den Helder - centrum wordt ingezet op het creëren van een aantrekkelijke omgeving, waarin naast winkels ook ruimte is voor aanvullende centrumvoorzieningen zoals horeca, dienstverlening, leisure en evenementen.

Voor nieuwe initiatieven detailhandel waarvan vestiging elders niet haalbaar of wenselijk is, worden via het toetsingskader (bijlage III) afgewogen op mogelijke vestiging op het Ravelijncenter. Dit uitgangspunt voor beleid kan uiteindelijk leiden tot een uitbreiding van momenteel op de grootschalige

concentraties toegelaten branches, zie de vrijstellingsmogelijkheden in bijlage III.

Voor het voeren en handhaven van het detailhandelsbeleid is een helder toetsingskader (bijlage III) een voorwaarde. Deze visie op de toekomstige detailhandelsstructuur van Den Helder is daarbij leidend. De gemeente beoordeelt of een vestiging toelaatbaar is en laat zich adviseren door een onafhankelijke winkelplanningscommissie. Initiatieven worden zorgvuldig afgewogen door de winkelplanningscommissie.

Hoofdstuk 8 Uitwerkingsplan

Het Ondernemersloket is het eerste aanspreekpunt voor detailhandel-ondernemers en andere marktpartijen met plannen en vestigings- en uitbreidingsaanvragen. Voor de binnenstad is een centrummanager aanspreekpunt voor de praktische zaken die in het bestaande gebied spelen.

Voor het toetsen van nieuwe initiatieven waar een nadere afweging nodig is wordt een winkelplanningscommissie in het leven geroepen.

Deze commissie heeft een adviserende taak en is – onder technisch voorzitterschap van de gemeente – samengesteld uit de Kamer van Koophandel voor NoordWest-Holland, het Hoofdbedrijfschap Detailhandel en een onafhankelijke (betrokken en deskundig) vertegenwoordiger namens de Helderse detailhandel.

Het eveneens in te stellen Retailplatform fungeert als klankbordgroep voor inhoudelijke kwesties op het gebied van retail. De gemeente verzoekt partijen uit de Helderse retailwereld in het Retailplatform zitting te nemen en faciliteert het overleg (ruimte, notulist). Het platform kiest zelf een voorzitter.

Voor het ontstaan van goede winkelgebieden is de invulling van het grootste belang en daarbij het aantrekken van ondernemers met formules passend binnen de gewenste differentiatie van aanbod. Hierbij is de hoofdrol weggelegd voor de verharende partijen. De gemeente is bereid een faciliterende rol te vervullen door gerichte promotie en acquisitie van stad en centra, en doorverwijzing van detailhandelondernemers.

Het imago van Den Helder schiet tekort. Centrummanagement kan worden ingezet voor de versterking van centrum- en winkelgebieden als totaalproduct. Het doel is dan te komen tot het versterken van economisch functioneren, optimale branchering, het verbeteren van de leefbaarheid en de bevordering van samenwerking tussen de verschillende partijen.

De hoofdpunten in deze nota zijn het versterken van de winkelstructuur, het realiseren van een compacte binnenstad, het vastleggen van een duidelijk afwegingskader voor nieuwe initiatieven op het Ravelijncenter, de relatie tussen de binnenstad en Willemsoord en de rol van het winkelplanningscommissie.

Conclusie

Uit de nota vloeit een aantal concrete kaders en speerpunten voort. Deze vragen in de komende jaren bijzonder aandacht.

De belangrijkste kaders en speerpunten uit deze nota zijn:

- § het versterken van de winkelstructuur;
- § het realiseren van een compacte binnenstad;
- § prioritering van een kwalitatieve ontwikkeling van de binnenstad;

- § het versterken van de relatie tussen de binnenstad en Willemsoord;
- § het komen tot een duidelijk afwegingskader voor nieuwe initiatieven op het Ravelijncenter;
- § nader vormgeven van de rol van de winkelplanningscommissie en het retailplatform;
- § het verder uitwerken van het toeristisch beleid en haar invloed op de detailhandel.

Een aantal van deze punten wordt nader uitgewerkt in deeladviezen.

Inhoudsopgave

Samenvatting	2
Inhoudsopgave	8
Voorwoord.....	11
1. Inleiding.....	12
1.1 Uitgangspunt.....	12
1.2 Locatiekeuze en vestigingsstrategie.....	12
1.3 Opbouw van de nota	13
2. Marktcontext Den Helder.....	15
2.1 De detailhandelssector.....	15
2.2 Positionering Den Helder	15
2.3 Huidige opbouw van de winkelstructuur.....	15
2.3.1 Het aanbod in Den Helder.....	15
2.3.2 Verzorgingspositie van Den Helder.....	16
2.4 De dynamiek in het Helderse	17
2.4.1 Het winkelaanbod gedaald, het metrage gelijk gebleven.....	17
2.4.2 Schaalvergroting.....	17
2.4.3 Ontwikkelingen per branche.....	17
2.5 Veranderingen in het aanbod naar winkelgebied.....	18
2.6 Beleving van de binnenstad en Ravelijncenter	18
2.6.1 Strategische aandachtspunten binnenstad.....	18
2.6.2 Strategische aandachtspunten Ravelijncenter	19
3. Toekomstige winkelstructuur	20
3.1 Ruimte voor dynamiek.....	20
3.2 Marktpotentie en zoeken naar evenwicht.....	20
3.3 Duurzame winkel- en detailhandelsstructuur.....	21
4. Kader binnenstad/Willemsoord	23
4.1 Algemeen.....	23
4.2 Deelgebieden binnenstad.....	23
4.3 Planvorming binnenstad (Stadshart).....	25
4.4 Oude Rijkswerf Willemsoord.....	25
4.5 Kader binnenstad/Willemsoord	25

5.	Kader buurt-/wijkvoorzieningen	27
5.1	De Schooten	27
5.1.1	Algemeen	27
5.1.2	Kader De Schooten	27
5.2	Nieuw Den Helder	27
5.2.1	Algemeen	27
5.2.2	Marsdiepstraat	28
5.2.3	Falga winkelcentrum	28
5.2.4	Solitaire Dekamarkt Seringenplein	28
5.2.5	Kader Nieuw Den Helder	28
5.3	Julianadorp aan Zee	28
5.3.1	Algemeen	28
5.3.2	Loopuytpark	29
5.3.3	De Riepel	29
5.3.4	Dorperweerth	29
5.3.5	Kader Julianadorp aan Zee	29
5.4	Solitaire supermarkten Binnen de Linie	29
5.4.1	Albert Heijn	29
5.4.2	Vomar	29
5.4.3	Kader solitaire voorzieningen	30
6.	Kader grootschalig winkelaanbod	31
6.1	Het Ravelijncenter	31
6.1.1	Algemeen	31
6.1.2	Kader Ravelijncenter	31
6.2	Verspreide bewinkeling	31
6.2.1	Algemeen	31
6.2.2	Kader verspreide bewinkeling	32
6.3	Warenmarkten	32
6.3.1	Algemeen	32
6.3.2	Kader Warenmarkten	32
6.4	Overig	33
6.4.1	Bouwmarkten en tuincentra	33
6.4.2	Megasupermarkten	33
6.4.3	Overdekte markten	33
6.4.4	Detailhandel bij tankstations	33
6.4.5	Koopzondagen	33
7.	Hoofdpunten regulering	34
7.1	Faciliteren en reguleren	34
7.2	Toetsingskader grootschalige detailhandel	34
8.	Uitwerkingsplan	35
8.1	Voorlichting en overleg	35
8.1.1	Ondernemersloket en accountmanagement	35
8.1.2	Winkelplanningscommissie (WPC)	35
8.1.3	Retailplatform	35

8.2	Bijzondere aandachtspunten voor beleid.....	36
8.2.1	Aantrekken ondernemers	36
8.2.2	Beheer van de openbare ruimte en veiligheid	36
8.2.3	Centrummanagement	36
Bijlage I: Bronvermelding		37
Bijlage II: Compacte binnenstad		38
Bijlage III: Toetsingskader PDV en vrijstellingsmogelijkheden		39
Bijlage IV: Begrippenlijst		45
Bijlage V: Amendement op raadsbesluit en geamendeerd vastgesteld.....		47

Voorwoord

De strategische visie – vastgesteld door de Raad op 21 mei jl. – geldt onverkort als leidend kader voor de uitwerking van deze Kadernota Detailhandel "Naar kwaliteit en dynamiek".

Deze kadernota heeft raakvlakken met de Nota Ruimte (2004) van het Rijk, de nota Recreatie en Toerisme (gereed in 2008), de Horecastructuurvisie (2003), nota Standplaatsen (1988), nota Evenementen (2005), Snuffelmarktenbeleid (1996) en het Uitwerkingsplan Stadshart/Willemsoord (in opmaak). Te zijner tijd zal er een update plaatsvinden van de nota Standplaatsen, Marktverordening (warenmarkten en snuffelmarkten) en de Horecastructuurvisie.

Voorafgaand aan dit bestuurlijke proces zijn bij de opstelling van deze nota diverse belanghebbenden betrokken. In opdracht van de Gemeente Den Helder heeft WPM Groep Consultants een advies neergelegd en daarnaast gezorgd voor een versterking van de relatie en het vertrouwen tussen retailers en de gemeente.

Het advies van WPM is in deze nota opgenomen. Hierbij zijn met name de hoofdlijnen overgenomen. De achterliggende onderzoeksgegevens zijn ten behoeve van het overzicht weggelaten. Verder is op aangeven van belangrijke partijen het advies van WPM op onderdelen aangescherpt.

Het concept Kadernota Detailhandel 2007-2012 van WPM en Beleidsnota detailhandel-plus gemeente Den helder (2001) komen met de vaststelling van deze kadernota te vervallen.

1. Inleiding

1.1 Uitgangspunt

De strategische visie – vastgesteld door de Raad op 21 mei jl. – geldt onverkort als leidend kader voor de uitwerking van deze kadernota.

De gemeente streeft naar een hoogwaardige en evenwichtige detailhandelsstructuur. Dit is een structuur waarin niet alleen ondernemers in kunnen spelen op veranderende marktomstandigheden, maar waarmee tevens de consumenten goed worden bediend. Hiermee ontstaat een structuur met het passende kwaliteitsniveau.

De komende jaren staat in de Gemeente Den Helder het één en ander te gebeuren op het gebied van stedelijke vernieuwing, versterking van winkelcentra en de ontwikkeling van de Oude Rijkswerf Willemsoord (hierna: Willemsoord). Hierbij moeten keuzes gemaakt worden, met name in het centrum, maar ook daarbuiten. Hiervoor is een kader noodzakelijk, op basis waarvan verschillende plannen en belangen op een evenwichtige manier afgewogen worden. Daarmee wordt een actief en stimulerend detailhandelsbeleid gevoerd. Deze Kadernota Detailhandel 2007 moet duidelijkheid verschaffen.

Van belang is het gezamenlijk vaststellen van een reëel ambitieniveau voor de Helderse winkelstructuur als geheel en voor individuele winkelgebieden in het bijzonder. Dit ambitieniveau bepaalt de strategische keuzes die nodig zijn en oplossingsrichtingen die zijn vereist.

Hoofddoelstellingen beleid

In de Helderse detailhandelsstructuur gaat het om het zoeken naar versterking en evenwicht.

- § Versterking is nodig om de kwaliteit van winkelgebieden waar mogelijk te verbeteren. Dit geldt niet alleen voor de binnenstad – die duidelijk een impuls nodig heeft – maar ook voor de winkelvoorzieningen in de buurten en wijken.
- § Tevens moet sprake zijn van een winkelstructuur waarin dynamiek voldoende kan worden opgevangen en wensen van ondernemingen kunnen worden gehonoreerd. Dit speelt met name op het punt van schaalvergroting.
- § Een succesvolle locatiekeuze en vestigingsstrategie van de detailhandel zijn nodig, om te komen tot een evenwichtige, hoogwaardige en duurzame detailhandelsstructuur. Dit versterkt de regionale functie van Den Helder.

De structuur – geordend via regelgeving – dient voor bovengenoemde doelstellingen passende mogelijkheden te bieden. Dit betekent dat na de vaststelling van dit kader de nodige aanpassingen in bestemmingsplannen zullen plaatsvinden.

1.2 Locatiekeuze en vestigingsstrategie

Een succesvolle locatiekeuze en vestigingsstrategie voor de detailhandel zijn nodig om te komen tot een evenwichtige, hoogwaardige en duurzame detailhandelsstructuur. Dit vertaalt zich in algemene zin in de volgende zaken.

Stadscentrum

De kracht van een stadscentrum zit erin dat het in staat is verschillende vormen van koopgedrag (run-, fun- en doelgericht winkelen) te faciliteren.

Belangrijk is dat zij goed bereikbaar zijn, voldoende parkeergelegenheid hebben en over een herkenbaar en omvangrijk aanbod beschikken.

Grootschalige concentraties

Dit type bundelt het totale aanbod in één branche onder één dak. De slaagkans voor de consument is daarmee optimaal. Het is een landelijke trend dat formules als IKEA, Mediamarkt, Sports World het verlangen van de consument illustreren naar alles onder één dak. Vestiging in de periferie¹ - of net buiten het centrumgebied – genieten vaak de voorkeur, vanwege het lagere huurniveau (gezien hun vaak enorm grote vloeroppervlaktes cruciaal) en het kunnen garanderen van een goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid.

Wijkwinkelcentra

Wijkwinkelcentra die de consument optimaal in staat stellen snel alle boodschappen in te slaan, bijvoorbeeld voor een hele week. Deze "koopmachines" hebben bovendien een uitgebreid aanbod aan hoogfrequent aangekochte non-food zoals één of meerdere drogisterijen en winkels voor huishoudelijke artikelen.

Buurtwinkelcentra

Kleine buurtwinkelcentra die de klant onvoldoende gemak en slaagkans kunnen bieden zullen het als winkelgebied moeilijk krijgen. Knelpunten zijn in veel gevallen:

- § Veelal erodeert het verzorgingsgebied, waardoor de bedrijfseconomische eis van schaalvergroting niet kan worden gehonoreerd.
- § Slechte bereikbaarheid met de auto vanuit de wijk, maar vooral ook van buiten de wijk.
- § Onvoldoende parkeerruimte, vooral op piekmomenten;
- § De aanwezigheid van veelal maar één, vaak in omvang beperkte supermarkt.

Verspreide bewinkeling

Het gaat vaak om (te) kleine winkelpanden, verspreid over de stad en vaak niet in de nabijheid van andere winkels. Deze zaken zijn moeilijk vindbaar voor de consument. Hiernaast is vergelijken met andere winkels niet direct mogelijk. Veel hangt af van de parkeergelegenheid en de kwaliteit van de individuele ondernemers. Als zij een dusdanig onderscheidend aanbod hebben dat zij klanten aan zich kunnen binden hebben zij een kans, anders zullen veel mensen kiezen voor alternatieve aankooplocaties.

1.3 Opbouw van de nota

Deze kadernota is als volgt opgebouwd:

- § **Marktcontext Den Helder:** Er wordt eerst een inleiding gegeven van de dynamiek binnen de retail en de effecten die processen hebben op de Helderse detailhandelsstructuur. Daarnaast wordt ingegaan op de huidige aanbod- en vraagstructuur. Onderdeel hierbij vormt het gehouden passantenonderzoek in de binnenstad en in het Ravelijncenter.
- § **Toekomstige structuur:** Vervolgens wordt de toekomstige Helderse winkelstructuur weergegeven. Vanuit de vier pijlers van "dynamische

¹ Overigens blijft de vestigingsstrategie van deze winkelformules 'maatwerk', cq. locatiegebonden. Ongeveer de helft van de Media Marktvestigingen zit op een binnenstedelijke A1-locatie.

kwaliteit" (paragraaf 3.3) en rekening houdend met planvorming – en de mogelijke effecten hiervan – worden afgewogen keuzes gemaakt. Waar dient de gemeente wel en waar niet op in te zetten?

- § Kader winkelgebieden: Van groot belang is het kader per winkelgebied. Hierbij wordt respectievelijk aandacht geschonken aan de binnenstad/Willemsoord, de buurt- en wijkcentra, het Ravelijncenter en de verspreide bewinkeling.
- § Hoofdpunten regulering: Er wordt onder meer een toetsingskader (bijlage III) weergegeven – aan de hand van de uitgangspunten van de nota Ruimte (2004) – om op een juiste manier om te gaan met huidige en nieuwe marktinitiatieven.
- § Uitwerkingsplan: Deze nota gaat ten slotte in op enkele belangrijke nog uit te werken kaders, die getroffen dienen te worden.

2. Marktcontext Den Helder

2.1 De detailhandelssector

De detailhandel is een belangrijk economische sector. Jaarlijks bedraagt de omzet binnen Den Helder ca. € 330 miljoen en zijn er ca. 3.500 personen in deze sector werkzaam. Bovendien bepalen de winkelcentra – met name de binnenstad – in sterke mate het beeld dat bewoners en bezoekers van de stad hebben. Niet in het minst zijn winkelvoorzieningen nodig voor de dagelijkse verzorging en reguliere aankopen. Zij vormen ook een belangrijke recreatieve bestemming. Het is een onderdeel van het totale voorzieningenaanbod, en medebepalend voor de identiteit van een stad en regio.

De detailhandel is sterk in beweging. Er is sprake van branche- en functieveranderingen, verplaatsingen, nieuwe vestigingen en uitbreiding van bestaande vestigingen. Voorts staan er in Den Helder ontwikkelingen op stapel met nieuwe voorzieningen (voor o.a. de binnenstad, Nieuw Den Helder en Willemsoord) waar detailhandel onderdeel vanuit kan maken en die van invloed kunnen zijn op de structuur.

2.2 Positionering Den Helder

Eén van de centrale principes van de winkelplanning is: "de juiste winkel op de juiste plaats". Dit principe gaat ervan uit dat er verschillende typen koopgedrag zijn, die op verschillende plekken gefaciliteerd moeten worden. Er worden in hoofdlijnen drie typen aankoopgedrag onderscheiden:

- § Het snelle en efficiënte winkelen/boodschappen doen (run);
- § Het recreatieve winkelen, het kijken, vergelijken en verblijven (fun);
- § Het doelgerichte bezoek, waarbij men voor een bepaald product één of enkele winkels bezoekt (doelgericht).

De verschillende typen koopgedrag stellen hun eigen, specifieke eisen aan een winkelgebied in termen van bereikbaarheid, inrichting en aanbod. De verschillende typen winkelgebieden (buurtcentra, wijkcentra, de binnenstad en periferie) faciliteren elk tenminste één van deze typen koopgedrag. De kwaliteit van de winkelstructuur is sterker wanneer verschillende typen koopgedrag worden gefaciliteerd.

2.3 Huidige opbouw van de winkelstructuur

2.3.1 Het aanbod in Den Helder

De opbouw van het Helderse winkelapparaat is redelijk traditioneel. Er is sprake van een hoofdwinkelcentrum (de binnenstad), een aantal buurt- en wijkcentra en een footloose centrum voor grootschalige detailhandel (het Ravelijncenter).

In tabel 2-1 wordt de opbouw van de huidige winkelstructuur weergegeven. De verspreide bewinkeling is in omvang aanzienlijk. Het aandeel verspreide bewinkeling in het Helderse aanbod is gemiddeld. De buurt- en wijkcentra zijn uiteraard buurt/wijkgebonden en zijn primair afhankelijk van de bevolkingsomvang in de directe omgeving. Onderlinge concurrentie tussen deze winkelgebieden is in het algemeen niet erg groot.

Tabel 2-1 Opbouw winkelstructuur (aantal winkels en verkoopvloeroppervlak)

Aantal winkels	HWG	WC	BC	GC	VB	Totaal
Centrum Den Helder	184					184
De Riepel (Julianadorp)			7			7
Dorperweerth (Julianadorp)			18			18
Loopuytpark (Julianadorp)			14			14
Falga (Nieuw Den Helder)			11			11
Marsdiepstraat (Nieuw Den Helder)		30				30
De Schooten (De Schooten)		19				19
Ravelijncenter				21		21
Verspreid					79	79
Totaal	184	49	50	21	79	383
V.v.o. winkels	HWG	WC	BC	GC	VB	Totaal
Centrum Den Helder (excl. Willemsoord)	34.000					34.000
Dorperweerth (Julianadorp)			2.900			2.900
Loopuytpark (Julianadorp)*			8.461			8.461
Falga (Nieuw Den Helder)			3.300			3.300
Marsdiepstraat (Nieuw Den Helder)**		7.494				7.494
De Schooten (De Schooten)***		5.102				5.102
Ravelijncenter				22.500		22.500
Verspreid					23.000	23.000
Totaal	34.000	12.596	19.822	22.500	23.000	87.666

HWG= Hoofdwinkelgebied (exclusief Willemsoord); WC=Wijkwinkelcentrum; BC=buurtwinkelcentrum; GC=grootschalige concentratie; VB=Verspreide winkels

* In dit overzicht is opgenomen: opheffing winkelcentrum De Riepel. Hiernaast is rekening gehouden met de uitbreiding van het winkelcentrum Loopuytpark. In dit overzicht is opgenomen het aantal w.v.o. (winkelverkoopvloeroppervlak).

** In dit overzicht is opgenomen: opheffing winkelcentrum Seringenlaan. Hiernaast is rekening gehouden met het nieuwe Centrumplan Marsdiepstraat Nieuw Den Helder. Er worden geen nieuwe winkels in Nieuw Den Helder toegevoegd. Ruimte die achtergelaten wordt, wordt deels opgeheven (Henk ten Hoor en Albert Heijn) of opgevuld door reeds gevestigde winkels (schaalvergroting). In dit overzicht is opgenomen een schatting van het aantal w.v.o. (winkelverkoopvloeroppervlak).

*** Rekening gehouden met de uitbreidingsplannen van het winkelcentrum De Schooten. Een uitbreiding van ongeveer 1.002 m2 w.v.o. (winkelverkoopvloeroppervlak).

2.3.2 Verzorgingspositie van Den Helder

Een kernbegrip bij winkelplanning heeft betrekking op de verzorgingspositie. Het regionale winkelstructuuronderzoek geeft daarvan een beeld.

Tabel 2-2 Kooporiëntatie op centrale gemeenten in de diverse regio's

Aspect	Noord Kenne- merland		West Friesland		Kop van Noord			
	Alkmaar		Hoorn		Den Helder		Schagen	
Centrale Gemeente	Dage- lijks	Niet dage- lijks	Dage- lijks	Niet dage- lijks	Dage- lijks	Niet dage- lijks	Dage- lijks	Niet dage- lijks
Sector								
Binding*	96%	93%	99%	87%	99%	89%	93%	85%
Toevloeiing (buiten eigen gemeente)	39%	61%	14%	47%	2%	13%	29%	41%
Waarvan buiten regio	10%	23%	5%	14%	-	9%	3%	7%

Bron: Structuurvisie Noordwest-Holland (WPM, 2003) / * Binding=aandeel van de koopkracht dat binnen de gemeente blijft

Uit bovenstaand tabel wordt duidelijk dat Schagen in de Kop van Noord-Holland een aanzienlijk sterkere regiofunctie vervult dan Den Helder.

Als speerpunt van beleid dient de positie van Den Helder op het gebied van toevloeiing van buiten de Gemeente Den Helder versterkt te worden. Dit houdt sterk verband met de kwaliteit en aantrekkelijkheid van de binnenstad.

2.4 De dynamiek in het Helderse

2.4.1 Het winkelaanbod gedaald, het metrage gelijk gebleven

Met name in het niet-dagelijkse aanbod is het aantal winkels het afgelopen decennium gedaald. Het totaalmetrage in Den Helder heeft eind jaren '90 nog een groei meegemaakt, maar is de afgelopen jaren vrijwel gelijk gebleven. Doorgaans is stilstand achteruitgang. De positie van oudsher als hét winkelgebied in Den Helder en directe omgeving is daardoor steeds meer in het geding gekomen.

2.4.2 Schaalvergroting

De verzorgingsindex (het gemiddelde metrage van het winkelvloeroppervlak dat in een woonplaats per inwoner beschikbaar is) ligt in Den Helder met 263 m² v.v.o. per winkel op gemiddeld niveau (Locatus, retailhandboek, 2006). Ook in Den Helder heeft zich schaalvergroting voorgedaan, maar op een andere wijze die doorgaans plaatsvindt. Landelijk is te zien dat het winkelvloeroppervlak sterk stijgt, mede doordat in meerdere branches het assortiment fors groter is geworden.

In Den Helder heeft zich een andere schaalvergroting voorgedaan. In hetzelfde – dan wel zelfs enigszins kleiner - metrage zijn de retailers in staat geweest de winkel te optimaliseren ten koste van veelal naastgelegen units. Het aantal winkels in Den Helder – en daarmee deels het assortiment en zijn keuzemogelijkheden – is de afgelopen jaren fors gedaald.

2.4.3 Ontwikkelingen per branche

Onderstaand zijn de bevindingen per branche weergegeven:

Tabel 2-3 Ontwikkelingen in branches in totaal Den Helder (2000-2006)

Branche	Aantal winkels	m ² v.v.o.	Gem. m ² v.v.o.
Versspeciaalzaken	74%	68%	92%
Supermarkt	100%	101%	101%
Pers. Verzorging	100%	104%	104%
Warenhuis	100%	93%	93%
Kleding en mode	90%	100%	111%
Schoeisel en lederwaren	81%	101%	125%
Juwelier en optiek	108%	86%	79%
Huishoudelijke artikelen	85%	86%	102%
Antiek en kunst	100%	52%	52%
Sport en spel	89%	111%	124%
Hobby	52%	61%	117%
Media	89%	72%	81%
Plant en dier	66%	140%	213%
Bruin en witgoed	62%	59%	96%
Auto en fiets	100%	132%	132%
Doe-het-zelf	91%	86%	95%
Wonen	81%	97%	119%
Detailhandel overig	223%	244%	110%
Totaal	83%	97%	117%

In het dagelijkse aanbod is de laatste jaren vrijwel nauwelijks geïnvesteerd. Enkele versspeciaalzaken zijn gesloten, overeenkomend met landelijke

ontwikkelingen. In de persoonlijke verzorging (met name drogisten) is geringe schaalvergroting doorgevoerd. De supermarkten zitten in een status quo;

In het niet-dagelijkse segment is het winkelmetrage afgenomen, maar er hebben zich in de modische sfeer en in de branches vrije tijd wel (interne) schaalvergrotingen voorgedaan.

In het doelgerichte aanbod is met name het aantal winkels in de woninginrichting afgenomen. Schaalvergroting is hier echter fors toegenomen.

2.5 Veranderingen in het aanbod naar winkelgebied

In het licht van concurrentie en veranderende verzorgingsposities is het interessant te kijken naar de ontwikkelingen zoals die zich in de afgelopen jaren hebben voorgedaan.

Tabel 2-4 Aanbodveranderingen, exclusief leegstand en verspreid aanbod

Locatie	Type	Aantal vestigingen			M ² v.v.o.		
		2000	2006	%	2000	2006	%
Centrum	Hoofdwinkelcentrum	218	190	13%	40000	35670	11%
Marsdiepstraat	Wijkwinkelcentrum	25	30	20%	5360	6190	15%
De Schooten	Wijkwinkelcentrum	22	19	14%	4050	4080	1%
Dorperweerth	Buurtwinkelcentrum	17	18	6%	2970	2880	3%
Loopuytpark	Buurtwinkelcentrum	14	14	0%	2020	2260	12%
Falga*	Buurtwinkelcentrum	12	11	8%	4500	3350	26%
De Riepel	Buurtwinkelcentrum	8	7	13%	1600	1590	1%
Seringpln	Solitaire supermarkt	1	1	0%	1030	1030	0%
Ravelijncenter	Periferie, grootschalig	19	28	47%	24400	27370	12%
Overige	Verspreid	114	66	42%	16100	15380	4%
Eindtotaal		450	384	15%	102030	99800	2%

Bron: Locatus, 2006, bewerkt WPM/Gemeente, 2006. Afname en toename.

* Falga: in 2000 is ook tuincentrum Intratuin aan de Texelstroomlaan meegenomen; in 2006 niet à grosso modo is de invulling van Falga in de afgelopen 6 jaar gelijk gebleven.

Reeds zichtbaar was het teruglopende aantal winkels en het winkelmetrage. Kijkende naar de verschillende winkelgebieden is te zien dat alleen in de Marsdiepstraat, het Ravelijncenter en in de verspreide bewinkeling dynamiek heeft plaatsgevonden.

2.6 Beleving van de binnenstad en Ravelijncenter

Waardering vormt een belangrijke uitkomst van de wijze waarop bezoekers de winkelgebieden beleven. Omdat waarderingen een sterk relatief karakter hebben, is een vergelijking gemaakt tussen de binnenstad en het Ravelijncenter.

2.6.1 Strategische aandachtspunten binnenstad

Eén van de strategische aspecten van het belevingsonderzoek wordt gevormd door de vraag op welke wijze versterking van het "product binnenstad" zinvol en effectief kan plaatsvinden. Het gaat daarbij niet om alle slechte punten te verbeteren. Het gaat om het verbeteren van relevante slechte punten. Niet alle aspecten van de binnenstad zijn van even groot belang in de beleving van consumenten. De binnenstad heeft weinig om uit te dragen, maar er zijn wel veel aspecten te verbeteren.

In paragraaf 2.1 wordt aangegeven dat de kracht van een stadsdeelcentrum ligt in het faciliteren van verschillende vormen van koopgedrag. Er is sprake van dagelijks aanbod (run), maar de nadruk ligt duidelijk op het recreatieve

winkelen (fun). Het derde koopmotief doelgericht winkelen, zal nog toegevoegd moeten worden. Het aanbod moet completer (combinatie run-, fun en doelgericht winkelen), compacter (bijlage II) en gevarieerder. Wat betreft de variatie van het aanbod, richt de binnenstad zich voornamelijk op het lagere segment. De binnenstad heeft ook winkels nodig, die zich meer op het hogere segment richten.

Hiernaast is bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid (herkenbaar en omvangrijk) ook relevant. De binnenstad voldoet – volgens de beleving van de consumenten – niet in het aanbieden van de drie verschillende vormen van koopgedrag, wat wel een eis is.

Een ander groot aandachtspunt is de uitstraling van de binnenstad. De binnenstad krijgt een lage waardering als het gaat om de "plezierige sfeer" en "schoon en netjes". De detailhandel kan een bijdrage leveren om de uitstraling in de binnenstad te verbeteren.

De lage prestatie van de binnenstad op de affectieve ("mijn centrum") en imaginaire schaal ("koopstimulans") vormt een punt van aandacht. De rationele shoppers vinden dat het aan de door hen belangrijk gevonden affectieve en imaginaire aspecten ontbreekt. Maatregelen zijn nodig waarmee de binnenstad aantrekkelijker wordt voor het publiek dat komt voor een complete winkelervaring. Affectief zou de binnenstad sterker kunnen worden door het organiseren van evenementen en themaweken.

De binnenstad moet de "Unique Selling Points (hierna: USP's)" achterhalen. De gemeente zal met de Helderse Ondernemers Vereniging om tafel, om deze USP's te achterhalen. Wat heeft de binnenstad van Den Helder te bieden ten opzichte van collega gemeenten? Hierbij moet tevens de unieke relatie gelegd worden met de toeristische trekker Willemsoord.

Den Helder is door drie kanten omgeven door water, dus is het verstandig om Den Helder aantrekkelijk genoeg te maken, dat er toevloeiing ontstaat van buiten de gemeente. Willemsoord zal een bestemming moeten krijgen als toeristische trekker, waarvan de binnenstad profiteert. Natuurlijk moet de binnenstad de ambitie tonen bezoekers een aangenaam verblijf te geven en dus ook werk te maken van onderhoud, schoonmaak, veiligheid en aankleding. De binnenstad heeft duidelijk behoefte aan een facelift. Completer, waar mogelijk vernieuwend aanbod, spannender inrichting, meubilair en/of exterieur (onderhoud van de puien, beleid t.a.v. uitstallingen en rolluiken, etc.) zouden een positieve bijdrage kunnen leveren aan de relatief povere affectieve en imaginaire aspecten. Al deze punten kunnen bijdragen om het saaie, weinig originele imago van de binnenstad te doorbreken. Het Uitwerkingsplan Stadshart/Willemsoord zal hier gehoor aan geven.

2.6.2 Strategische aandachtspunten Ravelijncenter

Het Ravelijncenter scoort goed. Als grootschalige concentratie voldoet het uitstekend en draagt bij aan de regionale verzorgingspositie.

Het is vertrouwd, gemakkelijk en redelijk compact. Maar het is niet echt plezierig, stimulerend of gevarieerd.

De goede relatieve belevingskwaliteit betekent dat Den Helder met het Ravelijncenter een troef in handen heeft. Dit behoedzaam te benutten, ligt in dit geval voor de hand.

3. Toekomstige winkelstructuur

3.1 Ruimte voor dynamiek

Bij het formuleren van een toekomst- en streefbeeld voor de winkelstructuur spelen veel zaken een rol. Concreet gaat het om de volgende aspecten:

- § Het ambitieniveau op stedelijk en regionaal niveau. Dit betekent dus niet alleen de binnenstad, de winkelcentra en het Ravelijncenter afzonderlijk. Er zal een goede afstemming plaats moeten vinden, zodat dit leidt tot de totale gewenste detailhandelsstructuur in Den Helder. De wijkcentra moeten de binnenstad ondersteunen, maar tegelijkertijd wordt wel dynamiek gewenst binnen deze wijkcentra. In een goede detailhandelsstructuur volgen de wijkcentra de dynamische binnenstad. In Den Helder is dit juist niet het geval. Dit vraagt een inhaalslag voor de binnenstad.
- § De ruimte voor schaalvergroting binnen de structuur. Schaalvergroting is een dominante trend binnen de retail. Deze wordt passend gehonoreerd binnen de gewenste structuur. Waar het gaat om grootschalige initiatieven die een bedreiging kunnen vormen voor de structuur, vindt een zorgvuldige afweging plaats. In de volgende drie hoofdstukken zal de gewenste structuur per deelgebied besproken worden.
- § Bij de invulling van de winkelstructuur zal de relatie met andersoortige voorzieningen gelegd worden: horeca, vermaak / cultuur, dienstverlening, en niet-commerciële voorzieningen (met name in de zorg). Het gaat om het totale pakket aan consumentverzorgende voorzieningen, waarbij het karakter en de invulling per type winkelgebied zal verschillen.
- § De sociale functie van de detailhandelsstructuur, met name op wijk- en buurniveau. Dit betekent waar mogelijk deze te versterken, en wel zodanig dat een duurzame structuur ontstaat.
- § Optimale branchering van de afzonderlijke winkelgebieden. Daarbij gaat het om uitbreidingswensen van bestaande ondernemers, toevoeging nieuwe (soms niet winkel)functies, of opheffing doublures.

3.2 Marktpotentie en zoeken naar evenwicht

In een optimale structuur is vraag en aanbod in evenwicht, al is dat dynamisch omdat voortdurend veranderingen optreden. Toch zijn er binnen deze dynamiek vaste waarden vast te stellen. In de eerste plaats is dat de hoofdstructuur, die – tenzij er nieuwe centra worden ontwikkeld – vrij langdurig onveranderd blijft. Ook redelijk stabiel is de marktpositie die een winkelgebied inneemt. Uiteraard kunnen consumenten hun gedrag veranderen, maar dat gaat in het algemeen niet snel, en veranderingen voltrekken zich vaak over perioden van tientallen jaren.

WPM Consultants heeft een methode ontwikkeld voor de bepaling van de uitbreidingspotentie en heeft deze potentie van de verschillende verzorgingsgebieden samengevat in tabel 3-1. Deze tabel geeft aan dat in Den Helder in de nabije toekomst mogelijkheden ontstaan voor optimalisering van het winkelaanbod, vooral voor de binnenstad (niet-dagelijks aanbod) en Julianadorp-Noord (dagelijks aanbod). Mogelijkheden voor optimalisering van het winkelaanbod – zij het in mindere mate – is ook van toepassing op Nieuw Den Helder, De Schooten en Julianadorp Zuid. Optimalisering is nodig om aan de dynamiek in de retail tegemoet te komen.

Tabel 3-1: Marktpotentie verzorgingsgebieden Den Helder²

Potentie	Centrum	Nieuw Den Helder	De Schooten	Juliana-dorp Zuid	Juliana-dorp Nrd	Ravelijn	Verspreid
Dagelijks	+	0/+*	+	+	++	0	0
Niet-dagelijks	++	0/+*	0/+	0	+	-/-	-/-
Totaal	+	0/+*	+	+	++	-/-	-/-

* 0/+ bij Nieuw Den Helder: hier bestaat marktpotentie onder strikte voorwaarden

3.3 Duurzame winkel- en detailhandelsstructuur

Een duurzame winkelstructuur is een structuur die een balans zoekt en vindt tussen consumentenwensen, economische dynamiek, kwaliteit van de ruimte en de speerpunten van beleid³. Dit betekent dat aan het beleid een aantal kernelementen ten grondslag moeten liggen:

- § De klantwaarde: Hier gaat het om de vraag wat goed is om aan de veranderende wensen en verlangens tegemoet te komen. Het gaat hier om rationele aspecten (de aankopen die mens kan doen), affectieve aspecten (betrokkenheid, "binding" die men heeft met een winkelgebied) en ook imaginaire fenomenen (de verbeelding van het bijzondere, het eigene).
- § De retail-economie: Hoe faciliteer en stimuleer je ondernemerschap, lettend op dynamiek en wenselijke economische groei?
- § Ruimtelijke kwaliteit: Een optimale leefomgeving wordt ook ruimtelijk bepaald. Daarom speelt binnen de filosofie van stedelijke vernieuwing de ruimtelijke kwaliteit van winkelgebieden een belangrijke rol.
- § De beleidsoriëntatie: Kwaliteit is een dynamische grootheid, waaraan het Gemeentelijk beleid een essentiële bijdrage kan leveren.

De hoofddoelstelling van het detailhandelsbeleid is het creëren van een evenwichtige, hoogwaardige en duurzame detailhandelsstructuur. Binnen de context van Den Helder betekent dit dat primair wordt gestreefd naar optimalisering van voorzieningen in de binnenstad en de wijken/buurtten. Dit houdt in de juiste voorzieningen op de juiste plek (tabel 3-2).

Voorzieningen, waaronder winkels, horen in de binnenstad of in de wijkcentra (centrale gedachte in de Nota Ruimte (2004)). Ondanks belangstelling van bedrijven voor vestiging buiten deze gebieden worden bezoekersintensieve functies hier in beperkte mate toegestaan. Het accent ligt op de binnenstad, waar grootschalige detailhandel gehuisvest dient te worden, mits ruimtelijk inpasbaar.

² Het is in een kadernota niet gebruikelijk om gedetailleerde uitkomsten per wijk te tonen, omdat koopstromen binnen een gemeente vaak niet bekend zijn. De uitkomsten per wijk zijn puur indicatief, en niet bedoeld om als vaste onderlegger te gebruiken of en met hoeveel een winkelgebied kan uitbreiden.

³ De Nota Ruimte vat de ruimtelijke ordening/structuur samen onder drie algemene noemers: Economie; Leefomgeving en Mobiliteit/milieu. WPM herdefinieert en hergroepeert deze drie noemers onder de vier pijlers.

Tabel 3-2: De juiste voorziening op de juiste plek

	Binnenstad	Buurt- en wijkcentra	Grootschalige concentratie
Aankoop-motief:	Recreatief winkelen is dominant, ondersteund door run en doelgericht	Run	Doelgerichte aankopen
Branchering:	Breed en bij voorkeur hoogfrequent	Zie kader buurt- en wijkcentra	"In /om het huis" (bij voorkeur laag-frequent)
Schaal-niveau:	Kleinschalig, ondersteund met (grootschalige) trekkers	Kleinschalig	Grootschalig \geq 1.500 m ² b.v.o.
Trekkraft locatie:	Regionaal	Buurt-/wijkcentra	Regionaal
Openbare ruimte:	Centrummilieu; goede (indirecte) autobereikbaarheid + OV, (betaald) parkeren. Investeren in aankleding en sfeer	Gemengd milieu (woon-werk): directe autobereikbaarheid, straatbeeld aan woonomgeving	Specifiek milieu: directe autobereikbaarheid, parkeren voor de deur

De uitwerking op hoofdlijnen voor de verschillende winkelgebieden is terug te vinden in de hoofdstukken 4, 5 en 6.

4. Kader binnenstad/Willemsoord

4.1 Algemeen

De binnenstad ligt excentrisch in de gemeente. Met aan drie zijden water is het achterland klein en de regionale verzorgingspositie beperkt. De retail is een belangrijke drager van de binnenstad. Verschillende functies (zoals de politie en de brandweer) zijn de laatste jaren uit de binnenstad vertrokken.

Er is in de binnenstad veel leegstand (23 units/voorjaar 2006). Daarbij is sprake van een relatief sterk modisch aanbod. De inwoner uit Den Helder dient voor de recreatieve aankopen naar het hoofdwinkelgebied van de stad te gaan.

De komst van de Kroonpassage heeft ervoor gezorgd dat het zwaartepunt van de binnenstad is verschoven in zuidwestelijke richting. In de loop der jaren is mede daardoor het winkelaanbod in de Spoorstraat en Koningstraat verkleurd. Deze aanloopstraten bieden niet dat aanbod dat een bijdrage levert aan het funshoppen. De supermarkten op de kop van Spoorstraat en Koningstraat worden autonoom bezocht. Een interactie met overige delen van de binnenstad ontbreekt.

In de, in mei 2007 door de Raad vastgestelde, strategische visie is de focus gelegd op drie prioritaire gebieden Stadshart, Willemsoord en Haven.

4.2 Deelgebieden binnenstad

4.2.1 Passantenintensiteiten per deelgebied/straat

In het centrum is in feite sprake van één lengteas – in de vorm van de Spoorstraat - en een krachtige winkeldriehoek: Kroonpassage, Beatrixstraat en Keizerstraat. Dit is terug te zien in de passantenintensiteiten per straat:

Tabel 4-1 Passanten op zaterdag in binnenstad

Straat	< 10.000	10-15.000	15-20.000	20-25.000	25-30.000
Beatrixstraat				X (noordoost)	X (zuidwest)
Spoorstraat	X (noordoost)		X (midden)	X (zuidwest)	
Bernhardplein			X		
Keizerstraat			X		
Kroonpassage		X (noord)	X (oost)		
Kroonstraat		X			
Kerkstraat		X			
Koningdwarsstraat	X				
Koningstraat	X				
Wezenstraat	X				
Californiestraat	X				

* Spoorstraat: grote verschillen in deze straat tussen het A1-gebied en de "uitloper" (uiteinde van deze straat richting Dekamarkt).

De Beatrixstraat is samen met het zuidelijke deel van de Spoorstraat, de Keizerstraat en Kroonpassage het A1-winkelgebied. De passantendichtheden zijn hier het hoogst.

Ten opzichte van referentiesteden is te zien dat het maximaal aantal passanten in Den Helder relatief laag ligt. Oorzaak ligt in het algemeen in deze gevallen in het ontbreken van een echte A1-gebied en/of een weinig compact winkelgebied.

4.2.2 Aanbod trekkers

Het centrum van Den Helder is qua omvang, aanbod per hoofd van de bevolking en wat betreft verzorgingsbereik duidelijk minder sterk dan overige regionale centra in de provincie Noord-Holland (zoals Alkmaar, Hoorn, Purmerend – en ook het "kleine" Schagen). De binnenstad van Den Helder wordt gekenmerkt door een sterke vertegenwoordiging van dagelijks aanbod (Albert Heijn, Aldi, Dekamarkt en Vomar). Hierdoor heeft het eerder een profiel van een stadsdeelcentrum dan van een stadscentrum. De trekkers van het centrumgebied zijn ook terug te vinden in het A1-winkelgebied:

Tabel 4-2 Den Helder binnenstad – Trekkers (winkels > 500 m² v.v.o.)

Straat	Formule	m ² v.v.o.	branche
Beatrixstraat	Vroom & Dreesmann	3.133	Warenhuis
Beatrixstraat	Hema	1.084	Warenhuis
Beatrixstraat	Intersport	745	Sportzaak
Beatrixstraat	Vögele Mode	732	Modewarenhuis
Julianaplein	Albert Heijn	1.127	Supermarkt
Keizerstraat	Blokker	862	Huishoudelijke art
Koningdwstraat	Vomar	1.367	Supermarkt
Koningdwstraat	Faunaland De Koningsvis	676	Dibevo
Kroonpassage	Hennes & Mauritz	744	Modewarenh
Spoorstraat	Dekamarkt	1.477	Supermarkt
Spoorstraat	C&A	1.149	Modewarenh
Spoorstraat	Scapino	837	Schoenen

Met in totaal 13 winkels groter dan 500 m² is het aantal trekkers in de binnenstad summier. Naast het huidig aanbod ontbreekt het op dit moment (en op korte termijn) in het A1-winkelgebied aan fysieke ruimte om te komen tot ontwikkeling van trekkers/grootschalige winkels.

4.2.3 Marktsegmentering en presentatie

Normaliter heeft een binnenstad van deze omvang een redelijke verhouding in marktsegmentatie. Met andere woorden, in iedere branche is voldoende variatie in prijs en kwaliteit. In de binnenstad van Den Helder is dit in mindere mate het geval; een zeer groot deel is gefocust op het lagere marktsegment. Door de relatieve oververtegenwoordiging van het lagere segment krijgt het centrum al snel een "goedkoop" beeld. Dit wordt tevens benadrukt door de matige uitstraling van veel winkelpanden (er is sprake van achterstallig onderhoud op pandniveau) en daarnaast geeft de overkapping in de hoofdwinkelstraten de binnenstad een matige uitstraling. Van oudsher was de overkapping een "Unique Selling Point (hierna: USP)" en een "must" ("in Den Helder waait het altijd hard"). Naast deze matige uitstraling, brengt deze overkapping de nodige schoonmaakkosten met zich mee. Niet alleen voor het schoonmaken van de kappen, maar ook voor de winkelvloer hieronder. Doordat de regen het niet kan schoonspoelen, zijn hier extra kosten aan verbonden. Het verwijderen van deze kappen, heeft als nadeel, dat de gevels – die hierboven zitten – zichtbaar worden en voor een matige uitstraling zorgen. Samen met de projectgroep Stedelijke Vernieuwing – en mogelijk in combinatie met het centrummanagement (hoofdstuk 8), wordt een oplossing gezocht voor deze situatie.

De gemeente en de Helderse Ondernemers binnenstad treden in overleg wat de USP's van de binnenstad zijn.

4.3 Planvorming binnenstad (Stadshart)

De gemeente heeft grootse plannen voor haar centrumgebied. Er is gewerkt aan een stedenbouwkundig concept. In functionele zin wordt een compacter centrumgebied voorgestaan, waarbij enkele straten hun winkelfunctie verliezen en het aantal aanloopgebieden teruggebracht wordt. De wens tot concentratie leidt automatisch tot een grootse verplaatsingsopgave. Het Structuurplan Stadshart (2005) geeft een sterke relatie aan tussen de binnenstad en Willemsoord, met name ook de verbinding hiertussen via de Spoorstraat en de Beatrixstraat. Vanuit beleid gezien is er inderdaad een sterke relatie aanwezig tussen de binnenstad en Willemsoord.

4.4 Oude Rijkswerf Willemsoord

Na overdracht door Defensie aan de Gemeente Den Helder in 1995 heeft een jarenlange sanering, restauratie en herstructurering van terreinen, gebouwen en dergelijke plaatsgevonden. Mede met subsidies van het Rijk, Provincie en Europa is een (semi) openbaar "vernieuwd" stadsdeel met een bijzonder monumentaal karakter ontwikkeld.

Voor een herinvulling van de aanwezige panden wordt gedacht aan een breed scala van activiteiten op deze locatie, veelal gerelateerd in de leisure. Mogelijke invulling zou kunnen zijn: hotel, bowling, horeca en dienstverlening. Ten aanzien van de retail wordt puur gedacht aan nautisch (scheepsvaart of watersport betreffende) gerelateerde detailhandel. Het is de taak van de winkelplanningscommissie (hoofdstuk 8) om de initiatieven te beoordelen. Hierbij wordt het zwaarwegende advies van de Helderse Ondernemersvereniging Binnenstad (HOB) meegenomen.

4.5 Kader binnenstad/Willemsoord

De gemeente zet uitdrukkelijk in op kwaliteitsverbetering van de binnenstad. Dit behelst zowel een functionele versterking als upgrading van het openbare gebied. Centraal staan het verhogen van de verblijfskwaliteit.

Hieronder volgt een aantal speerpunten dat bijdraagt in de versterking van de binnenstad en Willemsoord. Deze speerpunten dienen als uitgangspunt voor het op te stellen Uitwerkingsplan Stadshart/Willemsoord.

1. Essentieel is te komen tot een compacte, overzichtelijke structuur, waarbij het voor de consument, ondernemer en investeerder aantrekkelijker wordt om te investeren in de binnenstad. Dit betekent dat winkels buiten het A1-gebied gestimuleerd moeten worden de gaten in het gebied op te vullend, zodat er een compact winkelgebied ontstaat (bijlage II). Dit speerpunt vraagt nadere aandacht in het Uitwerkingsplan Stadshart/Willemsoord en kent een nauwe relatie met de Horecastructuurvisie (2003), Terrassenbeleid (2007), Evenementenbeleid (2005), Recreatie en Toerisme (2008). Door zorgvuldig afgestemd beleid – en eventueel een update – kunnen deze elkaar versterken.
2. Het haltermodel is gekozen als drager voor een compact kernwinkelgebied. De halter heeft in zich het creëren van twee bronpunten als winkelclusters waartussen zich het belangrijkste A1-winkelgebied met de Keizerstraat en de Kroonpassage bevindt. Bij ieder bronpunt bevindt zich een grote commerciële trekker alsook een goede parkeervoorziening. De twee bronpunten op de koppen zijn verschillend van aard. Hierdoor zullen ze elkaar versterken. Tezamen met het concentreren van de winkels rondom en tussen de twee bronpunten zal het stadshart als een goed winkelhart functioneren.

3. In de Parkeervisie Den Helder (september, 2006) wordt gestreefd naar een bereikbare en aantrekkelijke stad. In de toekomst zal een aanzienlijk groter deel van het parkeren worden geacommodeerd in parkeergarages. De voorkeur gaat uit naar parkeren in of tegen het compacte A1-gebied (bijlage II). De meest voor de hand liggende locaties zijn volgens deze visie de Polderweg, maar ook Willemsoord. Deze Kadernota Detailhandel ondersteunt deze visie. Om de relatie tussen de binnenstad en Willemsoord te versterken, is parkeergelegenheid op Willemsoord aan te raden. Wat betreft de Polderweg, is slechts het zuidwestelijke deel een geschikte parkeerlocatie. Een ander geschikte locatie is aan de oostzijde van de Beatrixstraat. Andere locaties – zoals o.a. op het Molenplein – zijn niet geschikt, omdat deze locaties niet goed aansluiten op de toekomstige compacte binnenstad.
4. Het toevoegen van aanbod voor doelgerichte aankopen (gericht op het derde koopmotief van consumenten) en het aanbieden van meer variatie in het aanbod (gericht op zowel het lagere segment als op het hogere segment) in combinatie met horeca, vermaak en cultuur geeft nieuwe impulsen en versterkt de binnenstad (mede in relatie tot Willemsoord).
5. Grootschalige trekkers kunnen een meerwaarde bieden aan het doelgerichte en recreatieve koopmilieu van de binnenstad. Indien ruimtelijk inpasbaar, wordt in eerste instantie ingezet op vestiging in de binnenstad.
6. Twee verbindingen tussen Willemsoord en een compactere binnenstad is moeilijk verenigbaar. Een verbinding tussen het toekomstige A1-gebied en Willemsoord is mogelijk via de Beatrixstraat. Door de gevelwand van de straat naar voren te halen, zal het profiel van de straat smaller worden. Op deze manier ontstaat er een gezellige en sfeervolle winkelstraat. Ook is het mogelijk de straat op een andere wijze optisch smaller te maken, door bijvoorbeeld de toevoeging van een bomerij. De ruimtelijke vertaling vindt niet plaats in deze nota.
7. Voor de ontwikkeling van de Oude Rijkswerf Willemsoord is versterking van het deelmilieu "vermaak" (leisure/pleasure) gewenst. Er is een sterke relatie aanwezig tussen de binnenstad en Willemsoord. Willemsoord moet niet concurrerend zijn met de binnenstad, maar deze juist versterken. Toevoeging van 3.000 m² (nautische) detailhandel op Willemsoord is toegestaan. Om de onderlinge relatie binnenstad/Willemsoord te versterken, is in principe alleen in het zuid-zuidwestelijke deel van Willemsoord detailhandel mogelijk. Om de onderlinge relatie binnenstad/Willemsoord te versterken, is in principe alleen in het zuid-zuidwestelijke deel van Willemsoord detailhandel mogelijk. Andere initiatieven welke een belangrijke meerwaarde kunnen hebben voor de relatie met de binnenstad en een versterking kunnen betekenen voor de binnenstad, worden door de gemeente separaat beoordeeld. Hierbij wordt het zwaarwegende advies van de Helderse Ondernemersvereniging Binnenstad (HOB) meegenomen.

De winkelplanningscommissie (hoofdstuk 8) houdt hier toezicht op.
8. In 2008 verschijnt de beleidsnota Recreatie en Toerisme. Hierin wordt aandacht geschonken aan de USP's voor Den Helder in het algemeen en de binnenstad/Willemsoord in het bijzonder. Detailhandel speelt hierbij een rol.

5. Kader buurt-/wijkvoorzieningen

Het verkrijgen van impulsen voor stedelijke vernieuwing in Den Helder staat centraal. Vanuit deze gedachte verdient niet alleen de binnenstad de aandacht. Tevens is er aandacht nodig om de verschillende wijken economisch te ontwikkelen, de leefbaarheid te optimaliseren en aandacht te besteden aan de bereikbaarheid van de voorzieningen. Momenteel speelt een groot aantal ontwikkelingen in diverse centra in de stad. De gemeente stimuleert deze om zodoende te komen tot een optimaal, kwalitatief hoogstaand winkelareaal.

Iedere wijk heeft zijn eigen buurt- of wijkwinkelcentrum, waarbij het supermarktaanbod wat marktsegment betreft (discounter – fullservice) goed is vertegenwoordigd. Per wijk gezien is het metrage per hoofd van de bevolking voldoende. Het aantal supermarkten is op orde, maar de gemiddelde grootte voldoet niet meer aan de huidige eisen en wensen. Economische dynamiek is de laatste jaren achtergebleven. In de planvorming wordt rekening gehouden met schaalvergroting om met name de klantwaarde en economische dynamiek te optimaliseren.

5.1 De Schooten

5.1.1 Algemeen

Te midden van de zuidoostelijke wijk "De Schooten" ligt het totale voorzieningenpakket geclusterd. De Schooten is functioneel gezien een compleet wijkwinkelcentrum (ruim 4.000 m² v.v.o.). Naast de circa 20 winkels bevinden zich allerlei overige niet-winkelfuncties in of nabij het centrum (zoals een apotheek, gezondheidscentrum, dienstverlening, horeca etc.).

Winkelcentrum De Schooten functioneert in eerste instantie als boodschappencentrum en aankoopplaats voor frequent benodigd niet-dagelijks aanbod voor de wijk De Schooten (met circa 10.000 inwoners). Door het complete aanbod, de volledig overdekte passage en de gratis parkeerruimte rondom, trekt het centrum een relatief groot aantal bezoekers uit andere delen van de stad. Belangrijkste trekkers van het centrum zijn de drie supermarkten (Albert Heijn, Dekamarkt en Aldi). Alle versgroepen zijn goed vertegenwoordigd.

5.1.2 Kader De Schooten

Winkelcentrum De Schooten is een naar binnen gekeerd centrum, met parkeren rondom samen met expeditie. Er zijn relatief veel entrees, waarvan enkele zeer verscholen.

In de bestaande plannen voor revitalisering van het winkelcentrum (in eigendom van VVE) wordt hier aandacht aan besteed. Waarbij het met name gaat om een kwaliteitsslag voor het winkelgebied, o.a. ten aanzien van het interne openbare gebied en het verbeteren van de zichtlijnen en de passagestructuur. De modernisering van De Schooten gaat gepaard met een geringe uitbreiding, hoofdzakelijk voor optimalisatie van zittende ondernemers.

Met deze ingreep is deze wijkvoorziening "klaar". Verdere uitbreiding – behoudens dynamiek – is niet aan de orde.

5.2 Nieuw Den Helder

5.2.1 Algemeen

Binnen Nieuw Den Helder zijn op dit moment drie winkelconcentraties aanwezig. Het centrumdeel van de wijk ondergaat op dit moment een complete

metamorfose, mede om te komen tot oplossingen voor diverse problemen (o.a. sociaal).

Er zijn veel winkels in de wijk, deels een gevolg van de versnippering in locaties. De wijk telt momenteel ruim 13.100 inwoners, een aantal dat zich naar verwachting in de toekomst zal stabiliseren als gevolg van de sloop-nieuwbouw operaties.

5.2.2 Marsdiepstraat

Langs de hoofdontsluitingsroute bevindt zich een langgerekt winkellint (aan de oostzijde) met in totaal circa 6.000 m² v.v.o. Opvallend is het ruime aanbod van niet-dagelijkse artikelen en is voor een "wijkwinkelcentrum" ongebruikelijk. Het betreft in belangrijke mate aanbod dat zich duidelijk richt op het inwonersprofiel van Nieuw Den Helder, met een lager dan gemiddeld besteedbaar inkomen. Door het aanzienlijke aanbod van o.a. textielsupers is de binding voor niet-dagelijkse artikelen voor de hele wijk relatief hoog. De bereikbaarheid van de winkels is goed, als gevolg van de ligging aan één van de hoofdverkeersaders van de wijk Nieuw Den Helder. Parkeren is problematisch en geschiedt deels langsrij en deels "achterom".

5.2.3 Falga winkelcentrum

Op circa 500 meter van de winkelvoorziening aan de Marsdiepstraat bevindt zich het overdekt winkelgebied "Falga". Het centrum uit medio jaren '60 is in totaliteit circa 3.200 m² b.v.o.. Parkeren geschiedt op maaiveld achter het bouwblok. De capaciteit is beperkt, zeker voor twee goed functionerende supermarkten is te weinig parkeergelegenheid aanwezig.

Er bestaat planvorming om te komen tot een cosmetische opknappbeurt, waarbij de supermarkten de gelegenheid krijgen om beperkte schaalvergroting door te voeren. Tevens worden woningen toegevoegd en wordt het parkeren verbeterd.

5.2.4 Solitaire Dekamarkt Seringenplein

In het noordwesten van de wijk ligt excentrisch een overdekt winkelgebied, dat geheel is ingenomen door de Dekamarkt. Er is nauwelijks parkeren aanwezig en de winkelfunctie zorgt voor (bevoorrading- en parkeer)overlast. Het ligt in een woonomgeving. De setting leent zich onvoldoende voor een winkelcentrum.

5.2.5 Kader Nieuw Den Helder

De wens is te komen tot een krachtig compact winkelgebied aan de noordzijde van de Marsdiepstraat, inclusief voldoende parkeren en een goede bereikbaarheid. In het verleden zijn pogingen ondernomen om het Falga op te heffen en te betrekken bij de ontwikkelingen rondom het Centrumplan Marsdiepstraat.

Met de plannen voor de Marsdiepstraat wordt het Seringenplein opgeheven en verplaatst naar het Centrumplan Marsdiepstraat. Voor de achterblijvende ruimte vindt herontwikkeling plaats, waarbij de functie detailhandel vervalt.

Met de realisatie van het Centrumplan is het aanbod in Nieuw Den Helder voldoende. Verdere uitbreiding van winkelareaal is niet aan de orde.

5.3 Julianadorp aan Zee

5.3.1 Algemeen

De kern Julianadorp (met ca. 16.000 inwoners, inclusief het buitengebied) heeft haar eigen winkelvoorzieningen. De afstand tot Den Helder bedraagt circa

9 kilometer, waardoor de "Julianadorpers" voor de dagelijkse en frequent benodigd niet-dagelijkse artikelen gericht zijn op de eigen winkelclusters.

5.3.2 Loopuytpark

Het "oude centrum" van Julianadorp is in de huidige opzet een kleinschalig buurtwinkelcentrum met in totaal ruim 2.000 m² v.v.o. Lidl is afgelopen jaar naar het achtergelegen pand verhuisd en functioneert redelijk autonoom. Het Loopuytpark functioneert in belangrijke mate als boodschappenbestemming voor inwoners van het noorden van Julianadorp (ca. 2.600 inwoners). Hierbij moet worden aangetekend dat de beide discounters vanuit hun profiel een aantrekkingskracht hebben op de gehele kern Julianadorp.

5.3.3 De Riepel

De Riepel is een kleinschalig buurtwinkelcentrum, met Deen als belangrijkste trekker. Totale omvang is bijna 1.500 m² v.v.o..

5.3.4 Dorperweerth

Het buurtwinkelcentrum Dorperweerth telt circa 2.900 m² v.v.o. Het centrum oogt verzorgd, heeft een heldere aanblik door het grote centrale glazen "piramide-dak". Het centrum functioneert primair voor het zuidelijke deel van Julianadorp – circa 8.000 inwoners. De toevloeiing vanuit toeristen is voor dit centrum duidelijk minder als voor Loopuytpark/De Riepel.

5.3.5 Kader Julianadorp aan Zee

Het winkelcentrum De Riepel wordt opgeheven en verplaatst naar het Loopuytpark. De concentratie van detailhandel is dan verdeeld over twee winkelcentra.

Voor Dorperweerth geldt een parkeerprobleem. Gelet op de kwaliteits- en kwantiteitslag in Julianadorp-noord, is de verwachting dat Dorperweerth zich eveneens wenst te profileren. Indien ruimtelijk inpasbaar, is dit in beperkte zin bespreekbaar.

5.4 Solitaire supermarkten Binnen de Linie

5.4.1 Albert Heijn

Aan de Meeuwenstraat – direct aan de ontsluitingsroute Kievitstraat – is een Albert Heijn gelegen. Deze supermarkt ligt dicht tegen het centrumgebied aan en profiteert van de goede zichtbaarheid langs één van de belangrijkste invalsroutes van het centrum. De Supermarkt is afgelopen jaar van Edah naar Albert Heijn formule omgebouwd en heeft in de eerste plaats een wijkfunctie, met een klein primair verzorgingsgebied (ruim 3.000 inwoners). Daarnaast profiteert de supermarkt ook van enige toevloeiing van centrumbezoekers en er is een bovenwijkse functie. Parkeren is zeker op piekmomenten krap.

5.4.2 Vomar

Midden in de Visbuurt (ca. 2.700 inwoners) ligt een solitaire Vomar-supermarkt (ca. 800 m² v.v.o.). Deze supermarkt is een pure wijksupermarkt en ligt vrij excentrisch. De parkeergelegenheid is minimaal (ca. 15 pp).

Feitelijk is een dergelijke locatie geheel ongeschikt voor een moderne supermarktformule. Een geheel ingeklemde, slecht bereikbare supermarkt zonder parkeercapaciteit heeft weinig toekomstwaarde. Daar komt bij dat het primaire gebied – waar de supermarkt thans bijna geheel op draait – gering is. Vanuit de winkelstructuur redenerend is het beter om deze supermarktformule indien mogelijk af te bouwen.

5.4.3 Kader solitaire voorzieningen

Behoudens zeer kleinschalige toeristische voorzieningen met een minimaal primair aanbod op een daarvoor logische locatie, is extra toevoeging van solitaire winkelvoorzieningen niet toegestaan.

Vanuit de winkelstructuur redenerend is het beter om de supermarktformule in de Visbuurt indien mogelijk af te bouwen. Uitbreiding is in ieder geval niet toegestaan.

6. Kader grootschalig winkelaanbod

6.1 Het Ravelijncenter

6.1.1 Algemeen

Aan de oostkant van Den Helder, tussen de wijken Stad Binnen de Linie en De Schooten, is het Ravelijncenter gesitueerd. De grootschalige concentratie op het Ravelijncenter is de locatie voor doelgerichte aankopen in primair de branche "in en om het huis". Het gaat hier om formules waarvoor in de binnenstad of op andere winkelgebieden – vanwege bereikbaarheid, expeditie of eisen die gesteld worden aan grond en opstallen – geen geschikte vestigingslocaties aanwezig zijn of komen. Het gaat om klassieke perifere detailhandelsvestiging-formules (hierna: PDV), zoals doe-het-zelf, tuincentra, woninginrichting.

Het profiel van het Ravelijncenter is herkenbaar als een doelgericht winkelgebied. Door het doelgerichte aanbod, blijft het Ravelijncenter herkenbaar en dat zal het ook moeten blijven.

Het gebied telt op dit moment ruim 30.000 m² v.v.o. Het aanbod is verdeeld over Ravelijncenter en bedrijventerrein Westoever.

Het Ravelijncenter is goed bereikbaar. Het cluster ligt direct aan de Schootenweg, een belangrijke aanrijroute voor het centrumgebied. Parkeren is gratis en geschiedt rond het gehele cluster, aan de voorzijde van de panden. Er is leegstand en verkapte leegstand in de vorm van tijdelijke verhuur.

6.1.2 Kader Ravelijncenter

Winkels op het Ravelijncenter worden, buiten de huidige branchering, in beperkte toegestaan toegestaan als deze in de binnenstad geen plek kunnen krijgen én voldoen aan een aantal stringente eisen. Hiervoor is een toetsingskader (paragraaf 7.2; bijlage III), waardoor vestigingsinitiatieven goed worden afgewogen.

Samen met de uitgangspunten van deze nota kan een herziening van het bestemmingsplan worden ingezet. In dit bestemmingsplan zal het schema "vrijstellingsmogelijkheden" meegenomen worden.

Het is gewenst om in de toekomst te komen tot een compact en een logische afbakening van het Ravelijncenter, waarbij een relatie wordt gelegd tussen de binnen- en buitenkant van het zuidelijk deel van het gebied en een verkleining van het noordelijk deel. Dit heeft echter, gelet op het belang van de ontwikkeling van de binnenstad, op dit moment geen prioriteit. Over twee jaar vindt er een evaluatie plaats.

Shop-in-shop is mogelijk wanneer de branches (inclusief gekoppeld metrage) zondermeer zijn toegestaan, dan wel wanneer het initiatief past binnen het beleids- en toetsingskader (paragraaf 7.2; bijlage III).

6.2 Verspreide bewinkeling

6.2.1 Algemeen

Op verschillende bedrijventerreinen, en op solitaire locaties in de woonkernen is verspreid winkelaanbod gevestigd: in de doelgerichte branches woninginrichting, keukens/sanitair, doe-het-zelf, etc. Dit versnipperde aanbod omvat 16% van het totale detailhandelsaanbod in Den Helder, wat dus buiten de reguliere winkelconcentraties ligt. Dit zijn vaak historisch gegroeide situaties.

De grootste cluster hiervan is de bewinkeling aan de Burgemeester Ritmeesterweg in het bedrijvengebied Dirksz Admiraal, centraal tussen de drie noordelijke stadsdelen. Hier ligt een aparte winkelcluster, gevormd door de winkel van Klercq Woninginrichting en de Formido (samen ca 5.200 m² v.v.o.). Klercq is na een korte afwezigheid weer teruggekomen met een woninginrichtingzaak op de begane grond met op de verdieping een beddenspecialist. De aanwezigheid van deze winkelcluster is een gegeven. Van oudsher heeft Klercq hier positie. De komst van Formido op deze locatie biedt geen toegevoegde waarde voor de locatie als zodanig.

Andere voorbeelden van verspreide detailhandel is de bewinkeling van de Brakkeveldweg en de Van Galenstraat.

Afgezien van de besproken winkelgebieden is marginaal nog sprake van verspreide bewinkeling in Den Helder. Daarbij valt te denken aan groothandelaren die op industrieterrein ook in toenemende mate aan consumenten hun waar verkopen.

6.2.2 Kader verspreide bewinkeling

Het is niet toegestaan de locatie Burgemeester Ritmeesterweg verder te ontwikkelen tot tweede perifere cluster. Daar waar de kans zich voordoet, zal de gemeente een initiatief tot opheffing en herbesteding – mits ruimtelijk inpasbaar – ondersteunen.

Om de doelstellingen van deze kadernota te laten slagen is handhaving op de vestiging detailhandel op andere dan de daartoe aangewezen locaties noodzakelijk. Op dit moment vestigt zich in toenemende mate op detailhandel op industrieterreinen zonder daar een vergunning voor aangevraagd te hebben. Handhaving is noodzakelijk om wildgroei te voorkomen. Onderzocht wordt of dit inpasbaar gemaakt kan worden in de huidige handhavingscapaciteit.

6.3 Warenmarkten

6.3.1 Algemeen

De warenmarkt in de binnenstad en de drie warenmarkten in de verschillende buurt- en wijkcentra hebben een aanvullende functie op de bestaande winkelstructuur. Gezien het afwijkende karakter van de ambulante handel is niet uitvoerig ingegaan op deze vorm van detailhandel.

Tabel 6-1: Markten van Gemeente Den Helder

Marktnaam	Openingstijden	N kramen	Type markt
Beatrixstraat	Zaterdag 08:30 - 16:30	40	Vers, textiel, overig
Julianadorp- Dorperweerth	Donderdag 10:00 - 16:00	10	Vers
Marsdiepstraat	Woensdag 10:00 - 16:00	17	Vers
De Schooten	Dinsdag 10:00 - 16:00	5	Vers

De markten zijn in de afgelopen tijd in aantal kramen afgenomen. Met name de markt in het centrum en de Marsdiepstraat zorgen voor meerwaarde. Ze hebben enige autonome trekkracht. De andere markten zijn veelal aanvullend. Het functioneren van de warenmarkten is redelijk, maar het marktbezoek neemt over de gehele linie af. Dit heeft als gevolg dat vooral de markten in de wijken de laatste jaren in omvang danig zijn gekrompen.

6.3.2 Kader Warenmarkten

Voortdurende onderlinge afstemming tussen kooplieden (via marktmeester) en retailers is essentieel. Een onderzoek naar de betekenis en optimaliserings-

mogelijkheid van de warenmarkt, waarin de ambulante handel nauw wordt betrokken, moet inzicht bieden in de gewenste omvang en invulling van de vier markten.

6.4 Overig

Voor de overige ontwikkelingen gelden op hoofdlijnen onderstaande actiepunten (met beleidsrichting):

6.4.1 Bouwmarkten en tuincentra

Nieuwe ontwikkelingen vinden naar verwachting niet plaats. Indien een marktpartij een aanvraag doet voor schaalvergroting dan wel nieuwe vestiging dient gestreefd te worden naar een clustering in en rondom het Ravelijncenter, zodat ook voor de consument duidelijk is waar het aanbod te vinden is. Nieuwe vestigingen dienen geclusterd te worden op het Ravelijncenter. Beperkte uitbreiding van bestaande locaties – met uitzondering van de Burgemeester Ritmeesterweg – is mogelijk, mits ruimtelijk inpasbaar.

6.4.2 Megasupermarkten

Megasupermarkten kunnen theoretisch in bestaande winkelcentra, waarbij toetsing plaatsvindt door winkelplanningscommissie.

6.4.3 Overdekte markten

Een in Nederland redelijk nieuw fenomeen is een overdekte markt (van 1.501 tot 20.000 m² b.v.o.). Dit kan een bedrijfspand zijn waarin allerlei kleinere winkels/kramen zijn samengebracht. Vestiging van een nieuwe overdekte markt in de binnenstad en Willemsoord wordt separaat afgewogen door de gemeente na advies van de winkelplanningscommissie, indien er een bestemmingsplanwijziging noodzakelijk is.

6.4.4 Detailhandel bij tankstations

Een tankstation inclusief detailhandel van te grote omvang kan verstorend werken op de winkelstructuur. Om tegemoet te komen aan de dynamiek en liberalisering in de detailhandel is een winkeloppervlak van maximaal 100 m² (inclusief balie en de voor de consument toegankelijke koel- en vriesruimten) toegestaan. Verder dient het aanbod aan te sluiten bij de landelijke regelgeving die van toepassing is⁴. Aanvragen voor shops bij tankstations worden aan deze criteria getoetst.

6.4.5 Koopzondagen

De gemeente streeft naar een betere vaststelling van een eenduidig en vast aantal koopzondagen. Dit wordt geregeld in de Winkeltijdenverordening.

⁴ Dit houdt o.a. in dat:

- § Tenminste 50% van de bruto-omzet moet komen uit de verkoop van brandstoffen, smeermiddelen en aanverwante artikelen;
- § Dat de verkoop binnen het gebouw van het brandstofverkooppunt moet plaatsvinden. Dat er een verbod geldt op verkoop van alcoholhoudende dranken;
- § Dat de verkoop van motorbrandstoffen en weggebonden assortiment en van andere nevenproducten vanuit hetzelfde gebouw dient plaats te vinden en via dezelfde kassa's; Dat de combinatie tanken/shoppen aan een stedelijke hoofdweg moet liggen (of aan het primaire lokale wegennet);
- § Bij de aanvraag van tankshops dient rekening te worden gehouden met de afstand tot en de functie van winkelgebieden in de aanbodstructuur ter voorkoming van ongewenste effecten.

7. Hoofdpunten regulering

7.1 Faciliteren en reguleren

Basis voor beleid vormt uiteraard de visie op de detailhandelsstructuur. Het beleid van de gemeente moet niet zo zeer gericht zijn op het toepassen van sancties/restricties, maar in eerste instantie op het zoeken naar versterking en evenwicht in de Helderse detailhandelsstructuur.

In de uitwerking van dit detailhandelsbeleid staat centraal dat het beleid erop is gericht om:

- a) De detailhandelsstructuur te versterken om de kwaliteit in winkelgebieden waar mogelijk te verbeteren. Dit geldt niet alleen voor de binnenstad – die duidelijk een impuls nodig heeft – maar ook voor de winkelvoorziening in de buurten en wijken.
- b) Een winkelstructuur te realiseren waarin dynamiek voldoende kan worden opgevangen en wensen van ondernemingen kunnen worden gehonoreerd. Dit speelt met name op het punt van schaalvergroting.

Prioriteit van beleid ligt primair bij kwaliteitsverbetering en positieversterking van de binnenstad en secundair van de ondersteunende winkelgebieden. De binnenstad wordt gezien als een centrummilieu, dat in het gehele spectrum van het koopgedrag (run, fun en doelgericht) actief is. Voor Den Helder - centrum wordt ingezet op het creëren van een aantrekkelijke omgeving, waarin naast winkels ook ruimte is voor aanvullende centrumvoorzieningen zoals horeca, dienstverlening, leisure en evenementen.

De grootschalige concentratie op het Ravelijncenter is in deze terminologie de locatie voor doelgerichte aankopen in primair de branche "in en om het huis". Het gaat hier om formules waarvoor in de binnenstad of op andere winkelgebieden – vanwege bereikbaarheid, expeditie of eisen die gesteld worden aan grond en opstallen – geen geschikte vestigingslocaties aanwezig zijn of komen. Het gaat om klassieke PDV-formules (doe-het-zelf, tuincentra, woninginrichting).

Het beleid is erop gericht om alleen die bedrijven op het Ravelijncenter toe te staan waarvan vestiging elders niet haalbaar of wenselijk is. Dit uitgangspunt voor beleid kan uiteindelijk leiden tot een uitbreiding van momenteel op de grootschalige concentraties voorkomende branches.

Initiatieven worden zorgvuldig afgewogen door de WinkelPlanningsCommissie.

7.2 Toetsingskader grootschalige detailhandel

Voor het voeren van een detailhandelsbeleid is een helder toetsingskader een voorwaarde. De visie op de toekomstige detailhandelsstructuur van Den Helder is leidend. De gemeente beoordeelt of een vestiging buiten de bestaande centrum- en gemengde milieus toelaatbaar is en laat zich adviseren door een onafhankelijke winkelplanningscommissie. In het licht van de Nota Ruimte (2004) wijkt deze handelwijze voor de beoordeling van planinitiatieven dus in belangrijke mate af van de oorspronkelijke situatie, waarin gemeenten duidelijke houvast werd geboden in de vorm van PDV- en GDV-classificaties, met metrage en branche-indeling als harde (kwantificeerbare) maatstaven.

In bijlage III is het kader opgenomen waaraan initiatieven worden getoetst.

8. Uitwerkingsplan

8.1 Voorlichting en overleg

8.1.1 Ondernemersloket en accountmanagement

Het Ondernemersloket Economische Zaken is het eerste aanspreekpunt voor detailhandelondernemers en andere marktpartijen met plannen en vestiging- en uitbreidingsaanvragen. Voor de binnenstad is een centrummanager primair het aanspreekpunt voor de praktische zaken, dat in het bestaande gebied spelen.

8.1.2 Winkelplanningscommissie (WPC)

Voor het toetsen van nieuwe initiatieven die nader afgewogen moeten worden wordt een winkelplanningscommissie in het leven geroepen.

De gemeente heeft in de praktijk weinig directe middelen voor het opnemen van brancheringsbepalingen bij de invulling van winkelgebieden. In een bestemmingsplan kunnen geen branches worden geregeld zonder dat deze ruimtelijke relevantie hebben. Samenwerking op het gebied van branchering kan wel vorm krijgen door het instellen van winkelplanningscommissie. Deze kan sturing geven aan brancheontwikkelingen, zoals in deze detailhandelsnota zijn weergegeven.

De winkelplanningscommissie:

- a) toetst marktinitiatieven binnen en aan de vastgestelde gemeentelijke beleidskaders;
- b) geeft advies over mogelijke bijstelling van beleid naar aanleiding van wat zij op basis van haar reguliere taak constateert.

Deze commissie heeft een adviserende taak en is – onder voorzitterschap van de gemeente – samengesteld uit de Kamer van Koophandel voor NoordWest-Holland, het Hoofdbedrijfschap Detailhandel en een onafhankelijke (betrokken en deskundige) vertegenwoordiger van de Helderse detailhandel. Actuele informatieverstrekking tussen de deelnemende partijen vormt een belangrijke basis voor het functioneren van een winkelplanningscommissie.

De adviezen van de winkelplanningscommissie worden ter kennisname gestuurd aan het Retailplatform.

8.1.3 Retailplatform

Het Retailplatform fungeert als klankbordgroep voor inhoudelijke kwesties op het gebied van retail. De gemeente verzoekt partijen uit de Helderse retailwereld in het Retailplatform zitting te nemen en faciliteert het overleg (ruimte, notulist). Inbreng van onderwerpen en thema's gebeurt wederzijds. Het platform heeft geen formele adviesbevoegdheid, maar is voor alle partijen – ook voor de gemeente – wel een belangrijk podium voor uitwisseling van informatie, beeld- en opinievorming en afstemming.

Het is denkbaar dat marktpartijen (zoals ontwikkelaars) in het platform een bijdrage leveren, zoals het geven van toelichtingen op plannen en dergelijke. De totale invulling – inclusief het voorzitterschap – wordt separaat nader uitgewerkt.

8.2 Bijzondere aandachtspunten voor beleid

8.2.1 Aantrekken ondernemers

Voor het ontstaan van goede winkelgebieden is de invulling van het grootste belang en daarbij het aantrekken van ondernemers met formules passend binnen de gewenste differentiatie van aanbod. Hierbij is de hoofdrol weggelegd voor de verharende partijen. De gemeente is bereid een faciliterende rol te vervullen door gerichte promotie en acquisitie van stad en centra, en doorverwijzing van detailhandelondernemers. In specifieke gevallen zal de gemeente afspraken over de invulling van winkelgebieden opnemen in de overeenkomst bij gronduitgifte.

8.2.2 Beheer van de openbare ruimte en veiligheid

De inrichting en het beheer van de openbare ruimte worden belangrijker in de beleveniseconomie. De inrichting speelt een wezenlijke rol in de attractiviteit van het centrum. Daarbij wordt het belang van sfeer en uitstraling steeds groter. Een belangrijk aandachtspunt in het beheer is om te bekijken in hoeverre het achterstallig onderhoud (o.a. inrichting openbare ruimte en kapconstructie) gezamenlijk op te pakken. Tevens dient veiligheid nog meer centraal te komen staan. Daarbij dient de gemeente in samenwerking met de winkeliersvereniging projecten op te pakken in het kader van het Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO). In de uitvoering hiervan dient te worden aangehaakt bij het Centrummanagement.

8.2.3 Centrummanagement

Het imago van Den Helder schiet tekort. Centrummanagement is een mogelijkheid om de centrum- en winkelgebieden als totaalproduct te versterken. Het doel is te komen tot het versterken van economisch functioneren en branchering, het verbeteren van de leefbaarheid en de bevordering van samenwerking tussen de verschillende partijen.

Het centrummanagement wordt op dit moment gefinancierd door de gemeente en de Helderse Ondernemers Vereniging. Bij de nadere uitwerking van het toekomstige centrummanagement wordt bekeken hoe het centrummanagement wordt vormgegeven, inclusief de financiële aspecten.

Bijlage I: Bronvermelding

Haalbaarheidsstudie Stadshart Den Helder (VOF projectontwikkeling, april 2006)

Advies WPM in "Kadernota Detailhandel 2007-2012 naar Kwaliteit en Dynamiek" – basis voorliggende nota (WPM Consultants Groep B.V., januari 2007)

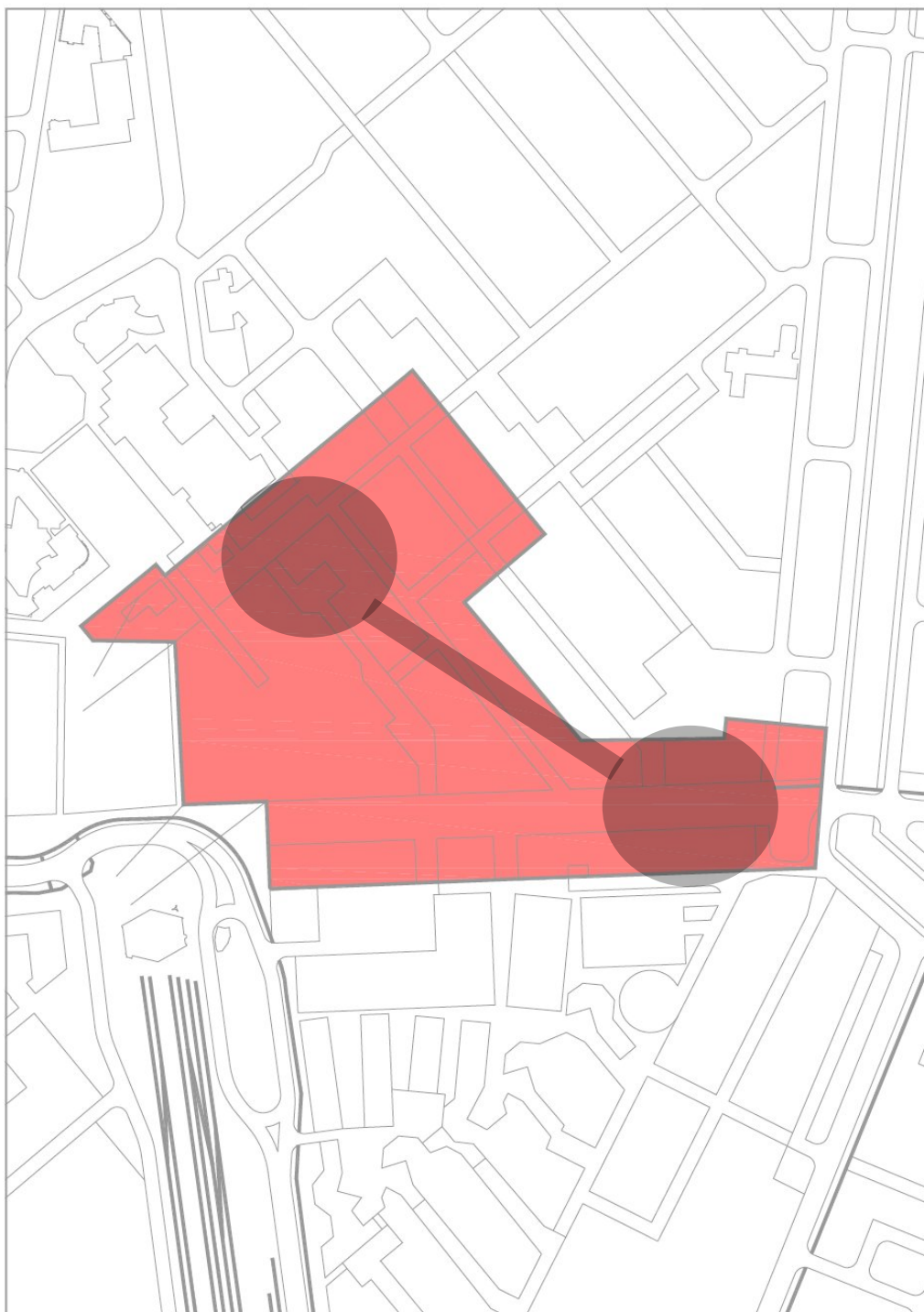
Locatiebeleid (Gedeputeerde Staten, april 2005)

Nota Ruimte (Provincie Noord Holland, oktober 2004)

Parkeervisie Den Helder (Grontmij Nederland BV, september 2006)

Winkeltijdenverordening (Gemeente Den Helder, 2007)

Bijlage II: Compacte binnenstad

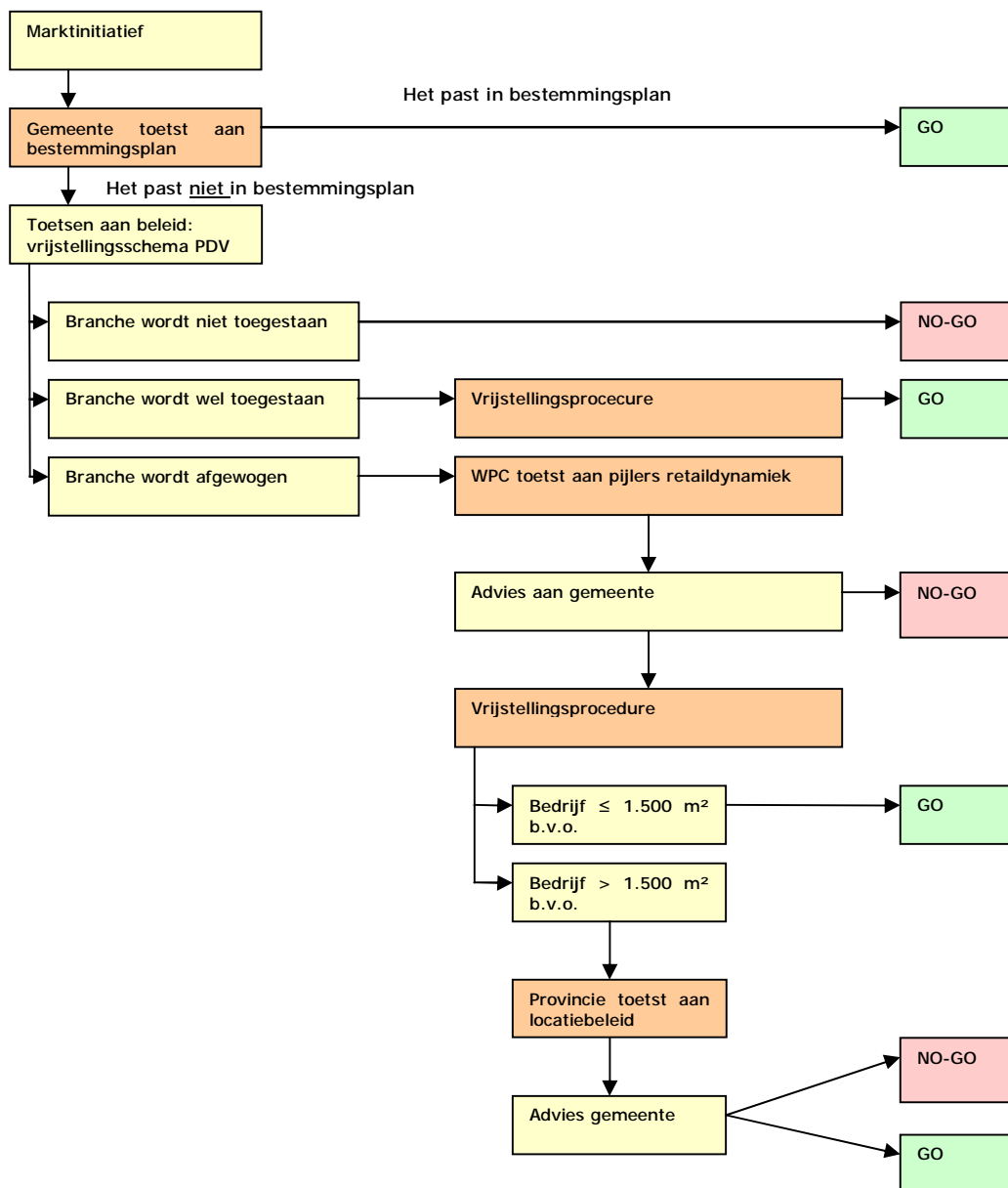


In het rood: het toekomstige compacte A1-gebied (schetsmatig). In dit gebied is het mogelijk om een haltermodel (de kern) voor te stellen.

Bijlage III: Toetsingskader PDV en vrijstellingsmogelijkheden

In deze bijlage is het toetsingskader opgenomen voor nieuwe initiatieven op het Ravelijncenter. Dit kader geeft duidelijkheid over het wel of niet toestaan van een branche op het Ravelijncenter:

Toetsingskader PDV



De grootschalige concentratie wordt gepositioneerd als centrum voor grootschalige detailhandel, met het duidelijk herkenbare profiel van doe-het-zelf en woninginrichting. Daarnaast kan de grootschalige concentratie dienen als "opvang-milieu" voor branches/formules die elders geen plek kunnen krijgen, dan wel voldoen aan een aantal stringente ruimtelijke eisen. Twee punten zijn in ieder geval van belang:

- § Grootschalige ontwikkelingen zijn in Den Helder vestigingen in de detailhandel groter dan of gelijk aan 1.500 m² bruto vloeroppervlak; en/of voorzieningen met publieksfuncties met meer dan 500 bezoekers per dag.
- § Plannen of projecten voor detailhandel met een omvang van meer dan 1.500 m² bruto vloeroppervlak worden door de provincie getoetst aan het locatiebeleid (nota Ruimte, 2004). Voor kleinschalige ontwikkelingen is het (provinciaal) locatiebeleid niet van toepassing.

Het onderstaande schema "vrijstellingsmogelijkheden" geeft aan onder welke voorwaarden een ontwikkeling buiten de reguliere hoofdstructuur (c.q. op het Ravelijncenter) kan worden toegestaan. Er is sprake van drie verschillende categorieën:

- § Branches die vanwege het ruimtelijk-functionele karakter van dit type winkels niet buiten de reguliere hoofdstructuur worden toegestaan. Het gaat bijvoorbeeld om supermarkten en modische branches.
- § Branches die te allen tijde op de grootschalige concentratie worden toegestaan. Het gaat hier om de traditionele PDV-branches.
- § Branches die onder voorwaarden kunnen worden toegelaten ("nadere afweging"). Dit zijn bijvoorbeeld de electrobranche, sport-, spel en kamperen.

Vrijstellingsmogelijkheden

Hoofdbranche	Sub-branche	< 1.500 m ² B.V.O.*	≥ 1.500 m ² B.V.O.*/**	Nadere omschrijving en voorwaarden	
Antiek en Kunst	Antiek (woninginrichting)	Nee	Afwegen		
	Kunsthandel	Nee	Afwegen		
Auto	Automaterialen	Ja	Ja		
Fietsen	Fietsaccessoires	Nee	Nee		
	Rijwielen & Bromfietsen	Nee	Ja	Max. 10% accessoires***	
Bruin- witgoed/ electro	Computers	Nee	Afwegen		
	Electro, LCD/TV en DVD	Nee	Afwegen		
	Huishoudelijke Onderdelen	Nee	Nee		
	Telecom	Nee	Nee		
	Witgoed	Nee	Afwegen		
Doe-het-zelf	Bouwmarkt	Ja	Ja		
	Bouwmaterialen	Ja	Ja		
	Breedpakket	Ja	Ja		
	Deuren en Kozijnen	Ja	Ja		
	Hout	Ja	Ja		
	Sanitairmateriaal	Ja	Ja		
	Verf & Behang	Ja	Ja		
	IJzerwaren & Gereedschap	Ja	Ja		
	Hobby	Electronica (onderdelen)	Nee	Nee	
	Foto & Film	Nee	Nee		
	Handvaardigheid	Nee	Nee		
	Munten & Postzegels	Nee	Nee		
	Muziekinstrumenten	Nee	Afwegen		
	Naaimachines	Nee	Nee		
	Stoffen	Nee	Nee		
	Wol en handwerk	Nee	Nee		
	Juwelier en optiek		Nee	Nee	
	Kleding en Mode	o.a. mode/textielsuper/sport	Nee	Nee	
Levensmiddelen	o.a. supermarkt	Nee	Nee		
Media	o.a. Boekhandel, Kantoorart., etc	Nee	Nee		
Persoonlijke verzorging	o.a. drogist	Nee	Nee		

Hoofdbranche	Sub-branche	< 1.500 m ² B.V.O.*	≥ 1.500 m ² B.V.O.*/**	Nadere omschrijving en voorwaarden	
Plant en dier (geen tuincentra)	Aquarium	Nee	Nee		
	Bloemen en Planten	Nee	Nee		
	Dibevo	Nee	Nee		
Warenhuis		Nee	Nee		
Schoenen en Lederwaren		Nee	Nee		
Sport, spel, kamperen	Buitensport	Nee	Afwegen		
	Hengelsport	Nee	Nee		
	Kamperen	Nee	Afwegen		
	Modelbouw	Nee	Nee		
	Ruitersport	Nee	Afwegen		
	Speelgoed	Nee	Nee		
	Sportspeciaalzaak	Nee	Nee		
	Sportzaak	Nee	Nee		
	Vliegers	Nee	Nee		
	Watersport	Nee	Nee	Voorkeur: Willemsoord	
	Tuincentra	Tuinartikelen	Ja	Ja	
		Tuincentrum	Ja	Ja	
Wonen	Babywoonwinkel	Ja	Ja		
	Badkamers	Ja	Ja		
	Keukens	Ja	Ja		
	Meubelen	Ja	Ja		
	Parket en Laminaat	Ja	Ja		
	Slaapkamers & Bedden	Ja	Ja		
	Tapijten	Ja	Ja		
	Tegels & Plavuizen	Ja	Ja		
	Verlichting	Ja	Ja		
	Woninginrichting	Ja	Ja		
	Woningtextiel	Ja	Ja		
	Woondecoratie	Ja	Ja		
Woonwarenhuis	Ja	Ja			
Zonwering	Ja	Ja			
Overige detailhandel	2e Hands Diversen	Nee	Afwegen		
	2e Hands Kleding	Nee	Afwegen		
	2e Hands Boeken	Nee	Afwegen		
	Partijgoederen	Nee	Afwegen		
	Erotica	Nee	Nee		
	Feestartikelen	Nee	Afwegen		
	Haarden & kachels	Ja	Ja		
	Hoortoestel	Nee	Nee		
	Legerdump	Nee	Afwegen		
	Museumwinkel	Nee	Nee		
	Natuursteen	Ja	Ja		
	New Age	Nee	Nee		
	Odd-Shops	Nee	Nee		
	Paramedisch	Nee	Nee		
	Smartshop	Nee	Nee		
Souvenirs	Nee	Nee			
Sportprijzen	Nee	Nee			
Non-Food overig	Nee	Afwegen			

* Minimaal 80% van het totale b.v.o. moet passen in de hoofdbranche (dus incl. opslag).

** Voor vestigingsaanvragen > 1.500 m² b.v.o. dient tevens een provinciale toets/beoordeling plaats te vinden conform de uitgangspunten van het Provinciale Locatiebeleid.

*** Ten aanzien van de classificatie in bovenstaande branches wordt uitgegaan van 90% kernassortiment en 10% nevenassortiment (op basis van metrage).

Ondersteunend aan bovenstaande is een algemeen toetsingskader voor marktinitiatieven⁵. In het geval dat een ontwikkeling "onder voorwaarden" zou kunnen worden toegelaten, wordt aan de hand van kwalitatieve invalshoeken getoetst op wenselijkheid en inpasbaarheid binnen het ruimtelijk (-economisch) beleid. Initiatieven voor een andere locatie dan het Ravelijncenter – waarbij detailhandel ongeschikt is aan de bedrijfsactiviteiten (90/10) – worden beoordeeld door de winkelplanningscommissie.

Toetsing ontwrichting of duurzame aantasting

Bij beoordeling van planinitiatieven speelt het begrip "duurzame ontwrichting" of "aantasting" een belangrijke rol. Volgens de nota Ruimte (2004) – en volgens jurisprudentie op het gebied van ruimtelijke ordening en detailhandelsbeleid – zijn deze elementen relevant bij beoordeling van initiatieven. De definities van ontwrichting of aantasting zijn echter niet geheel helder. Het nieuwe Rijksbeleid stelt nadrukkelijk dat het de bestaande voorzieningenstructuur prevaleert boven nieuwe initiatieven in de periferie. Vanuit deze ruimtelijke keuze en prioriteitsstelling dienen initiatieven beoordeeld te worden.

Het gaat bij ontwrichtende effecten niet om concurrentiele (omzet)effecten. Of de komst van bijvoorbeeld een nieuwe supermarkt zal leiden tot omzetsdaling bij bestaande supermarkten is dus niet relevant. Ontwrichting heeft betrekking op aantasting van de (beoogde) verzorgingsstructuur en -verzorgingsniveau. Dat is het geval als essentieel geachte onderdelen van de bestaande structuur dreigen weg te vallen. Het is in deze gedachtegang essentieel te bepalen en vast te leggen waar de prioriteiten in de verzorgingsstructuur liggen. Is dat onduidelijk, dan is het ook niet goed mogelijk te bepalen of er sprake is van ontwrichting. Simpel gezegd: een initiatief dat structurele schade berokkent aan de hoofddoelstellingen van het ruimtelijk-economische beleid, dient in deze filosofie niet te worden gehonoreerd.

De mate waarin een initiatief structurele schade berokkent aan de hoofddoelstellingen van het ruimtelijk-economische beleid kan wederom inzichtelijk worden gemaakt volgens de methodiek van de pijleranalyses. Ontwrichting wordt dan opgevat als de mate waarin het initiatief afbreuk doet aan het Gemeentelijk ruimtelijk-economische kwaliteitsstreven (zoals vastgelegd in relevante beleidsnota's (c.q. Kadernota Detailhandel). Transparantie en duidelijkheid staan daarin voorop. De uiteindelijke afweging valt uiteraard onder verantwoordelijkheid van de gemeente, soortgelijk als dit ook in andere beleidsectoren het geval is.

Pijleranalyse: bieden van maatwerk

Detailhandelsbeleid 'nieuwe stijl' – en met name de handhaving ervan – is maatwerk in optima forma geworden. Grootschalige ontwikkelingen worden aan de hand van ruimtelijke criteria getoetst op wenselijkheid en inpasbaarheid binnen het ruimtelijk (-economisch) beleid. Conform het rapport van WPM vindt onderscheid plaats in vier richtinggevende hoofdcriteria.

Een nieuwe aanpak ten behoeve van het actualiseren van het bestaande detailhandelsbeleid in Den Helder betekent geenszins dat het vigerende beleid structureel wordt gewijzigd. De nieuwe invalshoek is juist bedoeld om een beter evenwicht te zoeken en te behouden tussen de bestaande structuur en de dynamiek binnen de detailhandel en in haar uitings- en verschijningsvormen.

⁵ Op basis van de zogenaamde "Pijleraanpak"

Met deze vernieuwende aanpak wordt vanuit een integrale visie een toekomstige, gewenste structuur bepaald en kunnen van daaruit (nieuwe) marktinitiatieven op hun merites worden beoordeeld. De criteria zijn:

- § **Klantwaarde** – de mate waarin consumenten waarde(n) toekennen aan, of voordelen ervaren van, de winkelstructuur of onderdelen daarvan (bijvoorbeeld een winkelgebied). Hier gaat het niet alleen om rationele klantwaarden als functionaliteit, maar ook emotionele waarden als sociale binding, vernieuwing en beleving;
- § **Economische dynamiek** – detailhandel vertegenwoordigt een belangrijk economisch belang, en het is zaak de winkelstructuur vitaal te houden. Dat wil zeggen productief, efficiënt, inspirerend en duurzaam. Het begrip toegevoegde waarde is belangrijk. Een individuele winkel(ontwikkeling) én de winkelstructuur als geheel moet toegevoegde bieden op alle niveaus. Voor de consument, voor de ondernemer(s) en voor de stad (en regio) als geheel;
- § **Locatiekwaliteit** – oftewel ruimtelijke kwaliteit. Hieronder wordt verstaan de toegevoegde waarde die (nieuwe en bestaande) locaties bieden vanwege hun bereikbaarheid, ontsluiting en verkeer- en vervoersstromen, uniciteit en complementariteit met andere locaties. Stedenbouwkundige, architectonische en/of historische waarden spelen ook een rol bij de bepaling van locatiewaarde;
- § **Beleidsoriëntatie** – Beleid is de brug in het spanningsveld tussen markt en overheid. En is daarmee ook een autonome kwaliteit. Meer dan alleen een resultante van voorgaande elementen (pijlers). In het beleid is veel opgesloten, zoals ambitie(s) vanuit de gemeente zelf maar ook de regionale en landelijke inbedding van beleid. Beleid stuurt toekomstige ontwikkelingen door de afweging tussen groei en verzorging, waarbij uiteraard een lokale differentiatie mogelijk is. Beleid is bepalend voor het definiëren van kwaliteit en dus voor de dynamiek. Zo is de gemeente zelf de regisseur voor de afbakening en kwaliteitsdefinitie van klantwaarde, economische dynamiek en locatiekwaliteit.

Op de volgende pagina zijn bovengenoemde pijlers in een toetsingskader opgenomen.

Schema: Toetsingskader marktinitiatief c.q. pijlers van retaildynamiek

Pijler	Hoofdelementen	Deelaspecten	
Klantwaarde	Verzorgingsindex	Bediening consument, witte vlekken Vernieuwingswaarde (formule, assortiment etc.)	
	Emotionele en sociale meerwaarde	Betekenis voor stedelijke vernieuwing Imago, lokale bekendheid, bekendheid formule	
	Vernieuwingswaarde	Additionele meerwaarde formule	
Economische dynamiek	Markttechnische beoordeling	Aanvullend of concurrerend Slagingskans van het initiatief	
	Toegevoegde waarde voor winkelgebied	Vergroting trekkracht Agglomeratie-effecten	
	Economische vernieuwingswaarde	Inspelend op trends (efficiency, marketing etc.)	
	Standkwaliteit en huisvestingslasten	Draagkrachthuur	
	Ontwrichting of versterking	Impact bestaande lokale (en regionale) winkelstructuur Versterking van de concentratie	
Ruimtelijke kwaliteit	Locatie binnen winkelconcentratie	Juiste winkel op juiste plek Hoofdwinkelrouting, passantenintensiteiten Ligging t.o.v. bronpunt (zichtlijnen en herkenbaarheid) Beschikbaarheid locatie	
		Ruimtelijk concept	Uitstraling, materiaalgebruik
		Mobiliteitseffecten	Bereikbaarheid beoogde locatie (auto, OV, fiets, te voet) Impact op toevoerwegen
		Parkeerbehoefte	Benodigd aantal plaatsen voor bezoekers en personeel
	Expeditie	Intensiteit vrachtbewegingen (voorstellen voor afhandeling)	
	Duurzaamheid	Wederverhuurbaarheid, leegstandsrisico, flexibiliteit ontwerp	
	Beleid	Gemeentelijk beleid	Bijdrage versterking lokale winkelstructuur Bijdrage regionale positie en gemeentelijk imago
Regionaal beleid		Aansluiting bij regionale doelstellingen en locatiebeleid	
TOTAAL			

Bijlage IV: Begrippenlijst

Term	Verklaring
<i>A1-gebied of -locatie</i>	Dit is de beste winkellocatie bijvoorbeeld bezoekersstromen, hier zijn de grote landelijke ketens veelal gevestigd.
<i>Ambulante handel</i>	De niet aan een bepaalde vaste plaats gebonden detailhandel. (bv. ondernemers op weekmarkten).
<i>Branchepatroon</i>	De ruimtelijke vertaling van de <i>branchering</i> .
<i>Branchering</i>	De samenstelling van het winkelaanbod naar artikelgroepen en niveau / marktsegment.
<i>B.V.O.</i>	Bedrijfs (ook wel bruto) Vloer Oppervlak: oppervlakte winkelvloer en overige ruimten (bv. magazijn, sociale ruimten).
<i>Centrum-management</i>	Centrummanagement maakt het mogelijk om in te zetten op versterking van het winkelgebied in de binnenstad.
<i>Dagelijkse sector</i>	Dagelijks goederen: <i>voedings- en genotmiddelen</i> , alsmede hoog frequent aangekochte <i>non food</i> -artikelen, zoals drogisterij-artikelen, tabak/tijdschriften en het overige supermarkt-assortiment.
<i>Detailhandel</i>	Het te koop aanbieden dan wel het bedrijfsmatig verkopen van goederen aan personen.
<i>Dibevo</i>	Dibevo-winkels zijn gespecialiseerd in de verkoop van dierenbenodigdheden en diervoeders.
<i>Discount</i>	Vorm van detailhandel waarbij systematisch met lage prijzen en geringe marges wordt gewerkt. Dit is mogelijk door een bedrijfspolitiek waarin kostenbesparing centraal staat.
<i>Draagvlak</i>	Het aantal potentiële consumenten dat in het verzorgingsgebied van een winkelgebied woont.
<i>Horeca</i>	Het bedrijfsmatig verstrekken van dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse. Het verstrekken voor het meenemen met gebruik elders wordt gerekend tot de detailhandel.
<i>Koopkracht-afvloeiing</i>	Het deel van de bestedingen van de inwoners uit het verzorgingsgebied dat niet terecht komt in het betreffende winkelgebied.
<i>Koopkrachtbinding</i>	Het deel van de bestedingen van de inwoners uit het verzorgingsgebied dat terecht komt in het betreffende winkelgebied.
<i>Koopkracht-toevloeiing</i>	Het deel van de bestedingen in het betreffende winkelgebied dat niet afkomstig is van de inwoners uit het eigen verzorgingsgebied.
<i>Kooporiëntatie</i>	De wijze waarop de koopkracht van de inwoners van een gebied over de verschillende winkelgebieden is verdeeld. In het algemeen is daarbij onderscheid te maken tussen de kooporiëntatie van dagelijkse en van niet-dagelijkse artikelen.
<i>Nautisch</i>	Scheepsvaart of watersport betreffende.
<i>Niet-dagelijkse sector</i>	Branches niet behorende tot de dagelijkse sector.

Term	Verklaring
<i>PDV</i>	Perifere Detailhandels Vestigingen.
<i>Primair verzorgingsgebied</i>	Zie <i>Verzorgingsgebied</i> .
<i>Secundair verzorgingsgebied</i>	Zie <i>Verzorgingsgebied</i> .
<i>Trekker</i>	Afkorting van 'publiekstrekker'. Winkel die door eigenschappen als omvang, uitstraling en/of bekendheid een grote groep consumenten naar zich toe trekt. In buurtwinkelcentra fungeert de supermarkt vaak als trekker. Op wijkniveau is soms een junior warenhuis aanwezig ("kleine" Hema bijvoorbeeld). Op buurt en wijkwinkelcentrum fungeert bijvoorbeeld een Blokker ook als (sub)trekker.
<i>Trekkerbeeld</i>	De wijze waarop de trekkers ten opzichte van elkaar zijn gesitueerd. De situering van de trekkers bepaalt voor een belangrijk deel hoe de belangrijkste passantenstromen in het winkelgebied lopen.
<i>Verzorgingsgebied</i>	Het gebied waar tot ca. 80% van de omzet van het betreffende winkelgebied zijn herkomst vindt. Het is gangbaar een onderscheid te maken tussen primair en secundair verzorgingsgebied. Met primair verzorgingsgebied wordt dan bedoeld: het gebied waar tot ca. 50% van de omzet vandaan komt. Secundair is het gebied waar de resterende 30% zijn herkomst vindt.
<i>Vloerproductiviteit</i>	Omzet per vierkante meter <i>v.v.o.</i> Gebruikelijk is de vloerproductiviteit te berekenen op basis van het <i>v.v.o.</i> .
<i>V.V.O.</i>	Verkoop Vloer Oppervlak: oppervlakte winkelvloer (exclusief overige ruimten).

Bijlage V: Amendement op raadsbesluit en geamendeerd vastgesteld

Deze kadernota is geamendeerd vastgesteld. De wijzigingen zijn in de nota opgenomen.



Amendement op raadsbesluit nr 96/RWO (2007) Kadernota Detailhandel

De raad van de gemeente Den Helder, bijeen op maandag 17 september 2007

Besluit als volgt te amenderen:

1. Het voorliggende definitieve concept van de Kadernota Detailhandel aan te passen door in de conclusie van de samenvatting het punt t.a.v. de logische afbakening van het Ravelijncenter te vervangen door de punten:
 - De in mei door de Raad vastgestelde strategische visie geldt onverkort als leidend kader voor de uitwerking van deze kadernota Detailhandel;
 - Met betrekking tot het Ravelijncenter wordt vastgehouden aan het huidige structuurbeeld.
2. De aldus gewijzigde kadernota Detailhandel vast te stellen

Toelichting:

De paragrafen, waarop de aangepaste conclusie betrekking heeft, worden dienovereenkomstig aangepast.

PvdA VVD CDA

AMENDEMENT NR.: <u>6.2.</u>
datum raadsvergadering: <u>17 SEPTEMBER 2007</u>
<input checked="" type="radio"/> aangenomen <input type="radio"/> verworpen / ingetrokken

GEAMENDEERD VASTGESTELD


Nr. 96/RWO (2007)

De Raad van de gemeente Den Helder;


gelezen het voorstel van het college van Burgemeester en Wethouders van Den Helder van 17 juli 2007, nr. 688/RWO;

b e s l u i t :

- *)
1. Het voorliggende definitieve concept van de Kadernota Detailhandel aan te passen door in de conclusie van de samenvatting het punt t.a.v. de logische afbakening van het Ravelijncenter te vervangen door de punten:
 - de in mei door de raad vastgestelde strategische visie geldt onverkort als leidend kader voor de uitwerking van deze Kadernota Detailhandel;
 - met betrekking tot het Ravelijncenter wordt vastgehouden aan het huidige structuurbeeld.
 2. De aldus gewijzigde Kadernota Detailhandel vast te stellen.

Aldus vastgesteld in de openbare vergadering
van 17 SEP. 2007

, voorzitter



, griffier

*) Zie amendement PvdA, VVD en CDA nr. 6.2 d.d. 17 september 2007.