

Detailhandelsvisie Haarlem Winkelstad



Inhoud

Samenvatting	3
1. Inleiding.....	7
1.1 Waarom een nieuwe detailhandelsvisie?	7
1.2 Wat is het doel van de nieuwe detailhandelsvisie?	7
1.3 Leeswijzer.....	7
2. Trends en ontwikkelingen.....	8
2.1 Generieke trends en ontwikkelingen.....	8
2.2 Regionale ontwikkelingen	9
2.3 Lokale ontwikkelingen	9
2.4 Evaluatie vigerende detailhandelsvisie	11
3. Winkelaanbod in Haarlem	12
3.1 Functie en positionering in de regio	12
3.2 Huidige winkelstructuur Haarlem	13
Aanbod Haarlem totaal.....	13
Binnenstad	14
Stadsdeelcentra	16
4. Gewenste ontwikkelingsrichting detailhandel.....	19
4.1 Visie op hoofdlijnen	19
4.2 Distributieve mogelijkheden.....	20
Dagelijkse detailhandel	20
Supermarktdekking.....	20
Niet-dagelijkse detailhandel (regulier)	21
Niet-dagelijkse detailhandel PDV.....	22
4.3 Vertaling naar winkelgebieden	23
Binnenstad	25
Stadsdeelcentra Schalkwijk en Cronjé	26
Wijkcentra	27
PDV.....	28
Overige onderdelen in de structuur	28
5. Uitvoeringsprogramma	30
5.1 Vertaling in ruimtelijk beleid.....	30
5.2 Overige beleidsvelden.....	31
Bereikbaarheid en parkeren	31

Openbare ruimte, openbare orde en veiligheid	32
Detailhandel ondersteunende functies	32
Bijlage 1: Overige winkelgebieden Haarlem	34
Wijkcentra	34
Overige winkelgebieden en winkels	35
PDV	36
Overige aanbodvormen	36
Ambulante handel	36
Afhaalpunten	36
Gemakswinkels	36
Bijlage 2: Uitgangspunten distributieplanologische berekeningen	37
Bijlage 3: Begrippenlijst	38
Bronnenlijst	40

Samenvatting

Haarlem onderscheidt zich als stad door haar compactheid en diversiteit aan winkelsoorten in de Metropoolregio Amsterdam als **een van de beste winkelsteden** van Nederland. De detailhandel in Haarlem is een cruciaal onderdeel van de economie van Haarlem met 12% van het aantal banen. Niet alleen in economisch opzicht, maar ook maatschappelijk opzicht speelt de detailhandel in Haarlem een belangrijke rol. De aanwezigheid van winkels verhoogt de leefbaarheid in de woonwijken doordat het mogelijkheden voor ontmoeting creëert. De uitgangspositie is gunstig: Haarlem heeft een sterke positie als onderscheidende winkelstad waar de inwoners uit de stad en de regio, en ook steeds meer toeristen, graag komen en hun vrije tijd besteden. De detailhandel in combinatie met horeca in de historische binnenstad is gezichtsbepalend en versterkt de aantrekkingskracht op regiobewoners, dagjesmensen en binnenlandse en buitenlandse toeristen.

Het vigerende detailhandelsbeleid met een zorgvuldige afweging ten aanzien van de wenselijkheid van nieuwe winkelontwikkelingen heeft er mede voor gezorgd dat de leegstand in Haarlem relatief gunstig is ten opzichte van andere steden. Het koopgedrag van consumenten verandert echter. Consumenten kiezen meer voor het gemak van internet en willen winkelen in combinatie met horeca steeds meer als belevenis ervaren. Grote winkelketens die niet onderscheidend genoeg zijn vallen om. Recent gebeurde dat V&D. **Nieuwe winkel- en horecaconcepten pakken de kansen** op leegkomende plekken. De gemeente ondersteunt de detaillist door met een actueel detailhandelsbeleid en een regionale afstemming van nieuwe winkelvoorzieningen de voorwaarden te scheppen voor een gezonde bedrijfsvoering.

Het vigerende detailhandelsbeleid¹ is in 2002 vastgesteld en is aan actualisatie toe. Niet alleen door de nieuwe realiteit in de sector, maar ook door de veranderende beleidskaders van hogere overheden (rijk, provincie). Voor u ligt de nieuwe detailhandelsvisie.

De nieuwe detailhandelsvisie 2016-2020 biedt voor de genoemde periode het beleidskader voor toekomstige ontwikkelingen in de sector in de gemeente. De nieuwe visie verschaft bewoners, ondernemers, vastgoedeigenaren en ontwikkelaars duidelijkheid over de gewenste ruimtelijke structuur van de detailhandel in de gemeente en over de ontwikkelingsrichting daarvan. Het geldt als toetsingskader voor nieuwe initiatieven waar gemeentelijke medewerking vereist is. En het prikkelt ondernemers tot het benutten van de kansen die Haarlem hen op dit terrein brengt.

De gemeente heeft in de detailhandelsvisie 2016-2020 zes speerpunten geformuleerd:

1. Prioriteit geven aan hoofdwinkelgebieden.
2. Stimuleren van detailhandel en nieuwe concepten die bijdragen aan een aantrekkelijke, toekomstbestendige (binnen)stad.
3. Een vitale, dynamische en concurrerende detailhandel structuur: ruimte geven aan kwaliteit en innovatie inspelend op de toekomstige trends zoals de groeiende grensvervaging tussen detailhandel en andere branches (o.a. horeca 'blurring').
4. Behoud van een fijnmazige winkelstructuur: dagelijkse boodschappen op een aanvaardbare afstand ook in het kader van langer zelfstandig wonen.
5. Voorkómen van bovenmatige leegstand door het opstellen van een actieplan leegstand samen met de stakeholders in de stad.

¹ Detailhandelsvisie Haarlem-Winkelstad 2002-2012.

6. Internet-afhaalpunten faciliteren in bestaande winkelcentra.

Gezien de beleidsdoelen voor Haarlem, de beperkte marktruimte en inspeland op de trend dat er minder fysieke winkels nodig zijn door het veranderde koopgedrag van de consument, en er wel behoefte is aan meer concentratie op sterke winkellocaties wordt de **hoofdwinkelstructuur voor Haarlem in 2020** als volgt vastgesteld.

Winkelgebied	Type	Locatie
Binnenstad	Centrum	Centrum
Schalkwijk	Stadsdeelcentrum	Oost
Generaal Cronjéstraat	Stadsdeelcentrum	Noord
Amsterdamstraat	Wijkwinkelcentrum	Oost
Prinses Beatrixplein	Wijkwinkelcentrum	Oost
Marsmanplein	Wijkwinkelcentrum	Noord
Westergracht	Wijkwinkelcentrum	Zuidwest
Zijlweg	Wijkwinkelcentrum	Zuidwest
Ikea (Oostpoort)	PDV-cluster*	Oost

Tabel 1 Hoofdwinkelstructuur Haarlem 2020

*PDV-cluster (Perifere Detailhandels Vestigingen)

Deze winkels verkopen vooral volumineuze artikelen. Qua branches zijn ze beperkt tot doe het zelf bouwmarkten en winkels in meubels en woninginrichting. Deze veelal grote(re) vestigingen met volumineuze goederen pasten fysiek veelal niet in gewone winkelcentra en werden daarom daarbuiten, bijvoorbeeld op bedrijventerreinen, toegestaan.

Vertaald op kaart ziet de hoofdwinkelstructuur er als volgt uit.



Figuur 1 Hoofdwinkelstructuur Haarlem 2020

Met deze hoofdstructuur komt Haarlem tegemoet aan het uitgangspunt tot het waarborgen van:

- **Zoveel mogelijk ruimtelijke concentratie van winkelvoorzieningen**, met het oog op kritische massa en mix en een optimaal gebruik van bestaande infrastructuur en parkeervoorzieningen.
- **Een goede ruimtelijke spreiding van met name dagelijkse winkelvoorzieningsclusters**, zodat de verzorgingsfunctie voor consumenten in de stadsdelen gewaarborgd blijft.
- **Prioriteit bij het behoud, en zo mogelijk, versterking van de hoofdwinkelstructuur**, door het faciliteren via bestemmingsplannen en regelgeving van nieuwe winkelconcepten, zodat de positie van Haarlem als de beste winkelstad van Nederland verder uitgebouwd kan worden.

Voor de versterking van de hoofdwinkelgebieden betekent dit:

- **Topprioriteit bij maatregelen gericht op versterking van de binnenstad van Haarlem als winkelstad** om daarmee de nummer 1 positie als beste winkelstad van Nederland te behouden. Ook naar de toekomst is het uitgangspunt om Haarlem als winkelstad onderscheidend te houden met een mix aan kleinschalige en grootschalige winkels en focus op beleving om nieuwe klantengroepen aan te trekken. Uit de aangekondigde komst van het internationale warenhuis

Hudson's Bay in het voormalige V&D gebouw aan het Verwulft blijkt de sterke positie van de Haarlemse binnenstad. Daar bouwen we op door om zo nieuwe klantengroepen aan te blijven trekken. Daarnaast zijn er deelgebieden in de binnenstad aangeduid die kwetsbaar zijn en in aanmerking kunnen komen voor transformatie van winkels naar woningen als de markt dit vraagt.

- Ook voor de stadsdeelwinkelcentra Schalkwijk en Cronjé wordt ingezet op een set van maatregelen om de positie te versterken en toekomstbestendig te blijven. Bij Schalkwijk wordt, mede gezien de huidige winkelleegstand, gekozen voor een compact stadsdeelwinkelcentrum. De winkeluitbreidingsplannen met een accent op de schaalvergroting in met name de dagelijkse sector blijven beperkt tot die vastgesteld zijn in het bestemmingsplan van 15 oktober 2015. Voor deze plannen is de marktpotentie bij de aanbestedingsprocedure bevestigd. De focus zal daarnaast liggen op het aantrekken van nieuwe winkelformules voor de leegstaande winkelpanden.
- Met de bestaande uitbreidingsplannen voor het stadsdeelwinkelcentrum Schalkwijk, voor de wijkwinkelcentra Plaza West aan de Westergracht en het Prinses Beatrixplein worden de voorzieningen voor de dagelijkse boodschappen voor de inwoners in Haarlem-Oost/Schalkwijk en Haarlem-Zuidwest op peil gebracht en toekomstbestendig gemaakt.
- Een sterkere concentratie van de winkelvoorzieningen in woninginrichting en kleinschalige bouwmarkten bij IKEA/Oostpoort komt tegemoet aan de wens van de ondernemers en de klanten, zoals dat ook is opgenomen in het Convenant Waarderpolder Samen Doen. Het gaat hier om vervangingsvraag van detailhandel die nu elders in stad gevestigd is.
- Internetverkoop via afhaalpunten met klantcontact wordt als detailhandel gezien en daarom gefaciliteerd binnen de winkelcentra die tot de hoofdstructuur behoren. Bij het winkelcluster voor volumineuze artikelen bij IKEA is de internethandel met klantcontact beperkt tot volumineuze artikelen.



Figuur 2 Winkelen in Warmoesstraat

Bron: ©Haarlem Marketing, (Hans Guldermond)

1. Inleiding

1.1 Waarom een nieuwe detailhandelsvisie?

De gemeente Haarlem hecht aan een goed functionerende winkelstructuur. Het biedt werkgelegenheid en kansen voor ondernemerschap, heeft een verzorgende functie voor bewoners en bezoekers, en geeft kleur en trekkracht aan de stad. De detailhandel is de laatste jaren echter flink in beweging. Vooral de non-food sector heeft te kampen met teruglopende bestedingen als gevolg van de economische crisis en demografische veranderingen, en met een groeiend aandeel van e-commerce in die teruglopende bestedingen. Veel retailers en ontwikkelaars zijn terughoudend ten aanzien van nieuwe fysieke ontwikkelingen, maar zijn vooral bezig zich aan te passen aan “het nieuwe normaal”, een realiteit waarin cross-channeling (de versmelting van offline en online) zijn beslag krijgt. Het vigerende Haarlemse detailhandelsbeleid² is in 2002 vastgesteld en is dringend aan actualisatie toe. Niet alleen door de nieuwe realiteit in de sector, maar ook door de veranderende beleidskaders van hogere overheden (rijk, provincie).

1.2 Wat is het doel van de nieuwe detailhandelsvisie?

De nieuwe detailhandelsvisie 2016-2020 biedt voor de genoemde periode het beleidskader voor toekomstige ontwikkelingen in de sector in de gemeente. De nieuwe visie moet bewoners, ondernemers, vastgoedeigenaren en ontwikkelaars duidelijkheid verschaffen over de gewenste ruimtelijke structuur van de detailhandel in de gemeente en over de ontwikkelingsrichting daarvan. Het moet als toetsingskader gelden voor nieuwe initiatieven waar gemeentelijke medewerking vereist is. En het moet ondernemers prikkelen tot het benutten van de kansen die Haarlem hen op dit terrein brengt.

1.3 Leeswijzer

De detailhandelsvisie kent de volgende opzet. In hoofdstuk 2 worden de belangrijkste trends en ontwikkelingen (generiek, regionaal en lokaal) benoemd die invloed hebben op de huidige en toekomstige winkelstructuur in Haarlem. Ook wordt in dit hoofdstuk kort het vigerende detailhandelsbeleid geëvalueerd. In hoofdstuk 3 wordt achtereenvolgens de functie en positie van Haarlem in de regio getypeerd en de huidige winkelstructuur beschreven. Dit doen we voor de stad als geheel en voor de belangrijkste reguliere winkelgebieden daarbinnen (binnenstad, Schalkwijk en Cronjé). In hoofdstuk 4 wordt een nadere uitwerking gegeven van de doelstelling die in hoofdstuk 1 is uitgesproken. We presenteren een visie op hoofdlijnen, en schragen dit aan de hand van een distributieve toets op basis van economische kengetallen en we vertalen de visie naar de verschillende onderdelen van de hoofdwinkelstructuur. Bij een detailhandelsvisie hoort ook een globaal actieprogramma. Dit komt aan bod in hoofdstuk 5. Dit actieprogramma omvat de vertaling van de visie in beleid (ruimtelijk, economisch en flankerend beleid) en ruimtelijke plannen (incl. bestemmingsplannen).

² Detailhandelsvisie Haarlem-Winkelstad 2002-2012.

2. Trends en ontwikkelingen

De detailhandelsstructuur in Haarlem wordt beïnvloed door generieke, regionale en lokale ontwikkelingen. In dit hoofdstuk noemen we de belangrijkste ontwikkelingen. Daarbij maken we een onderscheid in algemene trends en ontwikkelingen (2.1), ontwikkelingen in de regio (2.2) en ontwikkelingen in Haarlem zelf (2.3). Daarbij is zowel aandacht voor de belangrijkste ontwikkelingen na vaststelling van de vorige detailhandelsvisie als voor toekomstige ontwikkelingen.

2.1 Generieke trends en ontwikkelingen

- **De nieuwe consument.** De intrinsieke wensen en behoeften van de consumenten veranderen op zich niet zo sterk. Wel verandert de omvang en samenstelling van de doelgroepen (vergrijzing), gaat het meer om het gebruik dan het bezit (deeleconomie) en worden de koopbeslissingen steeds meer digitaal beïnvloed.
- **De nieuwe winkelgebieden.** Door de veranderende vraag van de consument (meer online aankopen) verandert de vraag naar fysieke winkels. Waar naar verwachting op een hoger schaalniveau het aantal winkels zal gaan afnemen zal dat op sterke winkelconcentratielocaties binnen een gemeente juist kunnen toenemen. Dat geldt ook voor de omvang van de individuele winkel, hoewel ook sprake is van een tegengestelde tendens van schaalverkleining en specialisatie. Het maken van keuzes waar welke vorm van detailhandel mogelijk is en waar transformatie naar niet-winkelfuncties juist aan de orde is, is belangrijk. Maar minstens zo belangrijk is het om te kijken hoe nieuwe vormen van detailhandel de ruimte kunnen krijgen in bestaande winkelgebieden. Juist om de winkelvoorzieningen op peil te houden, ondernemerschap mogelijk te maken en de consument te faciliteren.
- **De nieuwe beleving.** Online is tegenwoordig bijna alles te koop. Daarom moeten consumenten een reden hebben om winkels en winkelgebieden te bezoeken. In sommige gebieden moet winkelen een beleving zijn, waarbij de focus ligt op het vervullen van emotionele behoeftes van mensen. In andere winkelgebieden, vooral in de boodschappengebieden, gaat het juist om functionaliteit: voldoende keuze, een goede bereikbaarheid en prima parkeren. Winkelgebieden die beleving noch functionaliteit bieden hebben het moeilijk.
- **De nieuwe ondernemer.** De nieuwe ondernemer houdt rekening met het veranderende koopgedrag van de nieuwe digitale consument en is bereid om hier consequenties aan te verbinden. De nieuwe ondernemer wacht niet meer passief af tot de klanten komen, maar trekt deze actief aan via de combinatie van fysieke en virtuele kanalen.

De nieuwe ontwikkelingen leiden tot nieuwe aanbodvormen (met winkels op trafficlocaties, afhaalpunten, tijdelijke winkels) en vervagende grenzen tussen detailhandel en horeca ("**blurring**"). Deze trends zijn op te vatten als bedreigingen, maar brengen bovenal kansen en mogelijkheden met zich mee. Het gaat erom dat deze zo optimaal mogelijk worden benut. Hiervoor hebben ondernemers en gemeenten elkaar nodig. Ondernemers zullen alle zeilen bij moeten zetten om de nieuwe consumenten te bedienen. Gemeenten hebben aansluitend hierop een faciliterende rol om vernieuwend ondernemerschap de ruimte te bieden op de daarvoor geschikte locaties. Het faciliteren van de groeiende grensvervaging tussen detailhandel en horeca ("**blurring**") vindt plaats binnen de bestaande wet- en regelgeving.



Figuur 3 Blurring detailhandel en horeca
Bron: Bureau Stedelijke Planning

2.2 Regionale ontwikkelingen

- **Grote detailhandelsontwikkelingen in de regio Zuid-Kennemerland in de afgelopen jaren zijn buiten de gemeente Haarlem beperkt gebleven:** de realisering van het Louis Davids carré in Zandvoort (ca. 4.000 m² bvo), gedragen door de herontwikkeling en vergroting van Albert Heijn is daarvan de belangrijkste. Buiten de regio, maar binnen de invloedssfeer van Haarlem zijn het noemen waard de ontwikkelingen in Hoofddorp-Centrum (o.m. herontwikkeling Markthof in 2012) en de herontwikkeling van PDV-cluster Boulevard Cruquius in 2007, beide in de Haarlemmermeer.
- Als het gaat om op handen zijnde detailhandelsprojecten is de oogst in Zuid-Kennemerland groter. Belangrijkste op handen zijnde ontwikkeling is de **ontwikkeling van Factory Outlet Centre in Halfweg**. Naar verwachting opent eind 2018 het outletcentrum 'Amsterdam The Style Outlets'. Het FOC heeft een oppervlakte van 19.000 m² (bvo) en biedt ruimte aan circa 115 winkels. Daarnaast is er in Heemstede sprake van een mogelijke relocatie annex vergroting van Vomar in het centrum en is er in Zandvoort mogelijk nog sprake van toename van winkelaanbod in de Middenboulevard (Venster aan Zee). Daarbuiten speelt er in de Haarlemmermeer een bescheiden centrumontwikkeling in Zwanenburg en Badhoevedorp en zijn er mogelijke ontwikkelingen op Boulevard Cruquius (PDV).

2.3 Lokale ontwikkelingen

- **Groter klantenpotentieel Haarlem Winkelstad.** De winkels in Haarlem hebben primair een functie voor de inwoners van Haarlem. Tot 2020 wordt een groei verwacht van de huidige ruim 158.000 inwoners naar 164.000 inwoners (+3,8%). In 2025 zal het winkelaanbod circa 170.000 inwoners (+7,6%) bedienen.

- **Stijging aantal (binnenlandse) bezoekers.** Het aantal binnenlandse toeristen dat Haarlem bezocht steeg in 2015 met 91.000 ten opzichte van 2014. In totaal gaat het om 1,2 miljoen bezoekers die 2,4 miljoen bezoeken aan Haarlem brachten. Winkelen voor plezier staat op nummer een van de ondernomen activiteiten (52%). Bezoekers aan Haarlem besteden 41% van hun uitgaven in de stad in winkels.³
- **Stijging aantal toeristische overnachtingen.** Het aantal toeristische overnachtingen in Haarlem bedroeg bijna 364.000 in 2015 en is sinds 2005 met 70% gestegen.⁴
- **Nieuw winkelgebied Raaks.** In 2011 is het nieuwe winkelgebied Raaks aan de binnenstad van Haarlem toegevoegd met nieuwe winkels, horecavoorzieningen en een Pathé bioscoop met acht ondergrondse zalen. Daarnaast omvatte het plan een grote parkeergarage, een stadskantoor en woningen boven de winkels.
- **Herontwikkeling Brinkmannpassage.** Aan de kant van de Barteljorisstraat van de passage zijn nieuwe winkels gerealiseerd. In het grootste gedeelte van de Brinkmannpassage is een start gemaakt met de herontwikkeling van de ruimte, maar door faillissement heeft de realisering van nieuwe winkels niet plaatsgevonden.
- Er is niet alleen in de binnenstad geïnvesteerd, ook in de **wijkstructuur zijn majeure verbeterlagen** gemaakt. Zo is op het voormalig EKP-terrein aan de Westergracht de eerste fase van een nieuw wijkcentrum (Plaza West) gerealiseerd, met onder meer een nieuwe Albert Heijn, Action en Aldi, is het winkelcentrum Marsmanplein grootscheeps herontwikkeld en is de toegankelijkheid van en het verblijfsklimaat op de Generaal Cronjéstraat verbeterd, door de realisering van een nieuwe parkeergarage en het (in het weekeinde) autoluw maken van de straat. Ook is in de Waarderpolder een nieuwe IKEA gerealiseerd (Oostpoort).
- **Detailhandel belangrijke werkgever.** Detailhandel heeft met 12% een relatief groot aandeel in de werkgelegenheid. Het huidige aantal banen is nagenoeg gelijk aan 2009.
- **Nieuwe mogelijkheden door innovatie.** De mogelijkheden voor winkeliers door technologische innovaties volgen elkaar in snel tempo op. Steeds meer ondernemers hebben bijvoorbeeld naast hun winkel ook een webshop en opereren omnichannel. De gemeente Haarlem biedt via open data, iBeacons, openbare Wi-Fi en de Haarlem App nieuwe mogelijkheden.

Voor de toekomst spelen er in Haarlem een aantal belangrijke ontwikkelingen en initiatieven die van belang zijn voor de keuzes die in deze visie worden gemaakt. Dat zijn:

- De ambitie van de gemeente tot upgrading tot volwaardig stadsdeelwinkelcentrum in **Schalkwijk**. Eerdere uitbreidingsplannen van het winkelcentrum als tweede winkelcluster van Haarlem zijn fors bijgesteld om het aanbod beter aan te laten sluiten op de vraag. Het bestemmingsplan van 15 oktober 2015 maakt naast schaalvergroting van de supermarkten meer functies (woningen, bioscoop, horeca en terrassen) mogelijk.
- De afronding van de laatste fase van het wijkwinkelcentrum op het voormalig EKP-terrein aan de **Westergracht** (Plaza West). Het gebouw waar Albert Heijn en Aldi gevestigd zijn, blijft gehandhaafd en zal een facelift krijgen. Er zijn plannen voor woningen, parkeerkelders en commerciële ruimtes. De commerciële ruimten hebben een oppervlakte van 3.500 m² en passen binnen het door de gemeenteraad vastgestelde bestemmingsplan.
- **De herontwikkeling en uitbreiding van het wijkwinkelcentrum op het Prinses Beatrixplein** als boodschappencentrum voor Haarlem-Oost met onder meer uitbreiding van de

³ Economische monitor gemeente Haarlem, 2015

⁴ Economische monitor gemeente Haarlem, 2015

gevestigde supermarkt en vestiging van een tweede, complementaire supermarkt (via relocatie).

- De wens van de ondernemers om de woonwinkels in de **Spaarneboog te verplaatsen naar Oostpoort** (omgeving IKEA).

2.4 Evaluatie vigerende detailhandelsvisie

Het vigerende Haarlemse detailhandelsbeleid⁵ dat in 2002 is vastgesteld heeft de nodige successen opgeleverd. De lokale en regionale winkelfunctie van Haarlem bleef behouden, en de toeristische winkelfunctie is versterkt. Haarlem werd in 2013 uitgeroepen tot de beste winkelstad van Nederland, en behoort ook in 2016 tot de beste winkelsteden van Nederland. De leegstand in Haarlem is betrekkelijk laag in vergelijking met andere steden en ligt qua leegstand van verkooppunten onder het landelijk gemiddelde. Het detailhandelsbeleid met een zorgvuldige afweging ten aanzien van de wenselijkheid van nieuwe winkelontwikkelingen heeft hier mede aan bijgedragen.

De openbare ruimte van de binnenstad van Haarlem kreeg een kwaliteitsimpuls door forse investeringen door de gemeente en door nieuw beleid ten aanzien van reclame, terrassen en uitstallingen. Het project Wonen boven Winkels verbeterde het binnenstedelijke leefklimaat. De bereikbaarheid van de winkels verbeterd met nieuwe parkeergarages aan de oostkant (Appelaar), westkant (Raaks) en zuidkant (Dreef) van de binnenstad, door het nieuwe parkeerverwijssysteem en door de vergroting van het autoluwe gebied. Door de realisering van de rode loper vanaf het station werd de voetganger en de fietser naar de binnenstad beter gefaciliteerd. Er werd een overdekte fietsenstalling in de Tempelierstraat en bij het station toegevoegd aan de reeds bestaande in de Smedestraat, Jacobijnestraat en Botermarkt. Het openbaar vervoer tot in het hart van het kernwinkelgebied werd geoptimaliseerd door de aanpak van de Gedempte Oude Gracht. Met het centrummanagement in de binnenstad loopt Haarlem voorop in Nederland. Het derde convenant voor de duurzame versterking van de binnenstad en de invoering van een ondernemersfonds is het resultaat van deze samenwerking.

Ook buiten de binnenstad wierp het detailhandelsbeleid zijn vruchten af. Bij het winkelcentrum Schalkwijk werd betaald parkeren ingevoerd, zodat de parkeerplaatsen voor de winkelklanten beschikbaar bleven. Bij het winkelcentrum Cronjé werd een parkeergarage gerealiseerd. Van groot belang is het behoud van winkelcentra in de wijken, zodat inwoners dicht bij huis hun dagelijkse boodschappen kunnen doen. Om die reden zijn uitbreidingsverzoeken in toekomstbestendige winkelcentra gefaciliteerd. Door het vernieuwde winkelcentrum Marsmanplein blijft deze wijkvoorziening voor de kop van Haarlem-Noord behouden. Met de eerste fase van het nieuwe winkelcentrum Plaza West aan de Westergracht blijft de winkelvoorziening voor Haarlem Zuidwest op peil.

Met de IKEA-vestiging met meer dan 2 miljoen bezoekers per jaar heeft Haarlem zich op de kaart voor grootschalige woonwinkels gezet. Op de autoboulevard Pijlaan is ruimte geboden aan de vestiging van een bouwmarkt om de consument in het westelijk gedeelte van Haarlem te faciliteren.

Tenslotte mogen alle winkeliers in Haarlem zelf bepalen of zij op zondagmiddag hun winkel openen, waardoor de concurrentiekracht van Haarlem winkelstad is toegenomen.

⁵ Detailhandelsvisie Haarlem-Winkelstad 2002-2012.

3. Winkelaanbod in Haarlem

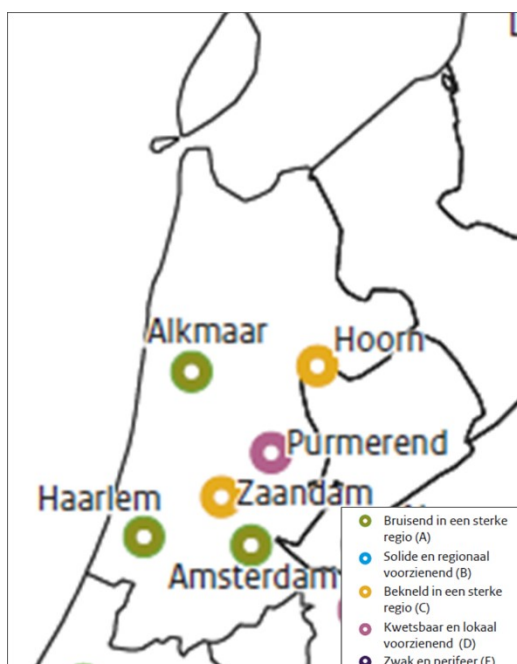
In dit hoofdstuk worden achtereenvolgens de functie en positie van Haarlem in de regio getypeerd (3.1) en de huidige winkelstructuur beschreven (3.2). Dit doen we voor de stad als geheel en voor de belangrijkste reguliere winkelgebieden daarbinnen (binnenstad, Schalkwijk en Cronjé). Voor de wijkcentra en de overige reguliere winkelgebieden, de PDV-clusters en de overige aanbodvormen (ambulante handel, afhaalpunten en gemakswinkels) wordt verwezen naar bijlage 1.

3.1 Functie en positionering in de regio

Haarlem heeft als hoofdstad van Noord-Holland en grootste plaats in de regio Zuid-Kennemerland een **belangrijke functie voor diverse centrumvoorzieningen**. Ook de detailhandel in Haarlem heeft een regionale functie: circa 45% van de omzet in niet-dagelijkse artikelen is afkomstig van buiten de gemeente.⁶ Begin 2017 komen nieuwe koopstroomgegevens beschikbaar, waarmee inzichtelijk wordt of Haarlem deze forse regionale functie heeft weten te behouden.

De regionale functie van Haarlem wordt voornamelijk vervuld door de binnenstad van Haarlem. Andere winkelgebieden met een gemeente-overstijgende functie zijn Schalkwijk, De Generaal Cronjéstraat en PDV-cluster Paul Krugerkade. Ook IKEA in de Waarderpolder bedient een gebied dat groter is dan de gemeente.

De binnenstad van Haarlem behoort tot de groep **bruisende binnensteden in een sterke regio**. Naast Haarlem behoren in Noord-Holland ook Amsterdam en Alkmaar tot deze groep.⁷



Figuur 2 Profielen van binnensteden (uitsnede Noord-Holland)
Bron: PBL, 2015

⁶ I&O Research, 2011
⁷ PBL, 2015

3.2 Huidige winkelstructuur Haarlem

Aanbod Haarlem totaal

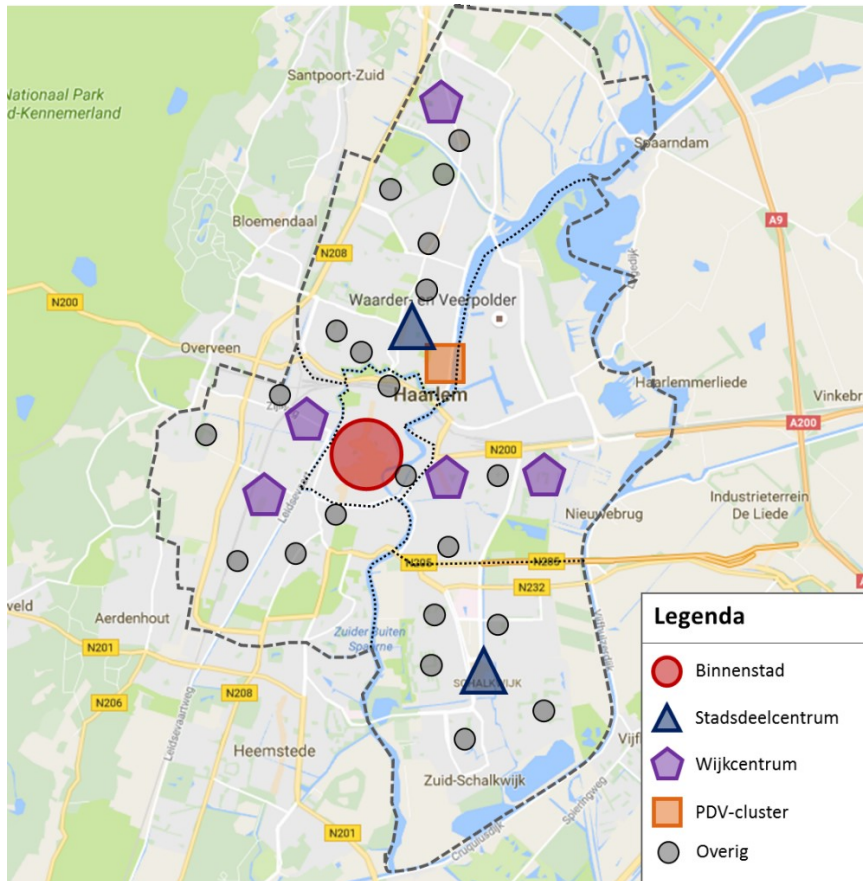
Anno 2016 zijn er in de gemeente Haarlem 1.255 winkelpanden inclusief 116 leegstaande winkelpanden. Tussen 2004 en 2016 is het totale aantal winkels met 148 afgenomen, maar het winkelvloeroppervlakte is met 44.402 m² toegenomen, met name door de realisering van IKEA en die van grootschalige supermarkten.

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		<i>Mode en luxe</i>	<i>Vrije tijd</i>	<i>In en om het huis</i>	<i>Overig</i>		
2004	304 winkels 43.296 m ²	437 winkels 63.178 m ²	139 winkels 16.842 m ²	330 winkels 69.156 m ²	105 winkels 7.609 m ²	88 winkels 12.786 m ²	1.403 winkels 212.917 m ²
2011	276 winkels 46.688 m ²	455 winkels 71.469 m ²	123 winkels 17.872 m ²	295 winkels 86.441 m ²	93 winkels 8.872 m ²	89 winkels 16.658 m ²	1.331 winkels 248.000 m ²
2016	276 winkels 52.862 m ²	412 winkels 58.077 m ²	100 winkels 15.330 m ²	255 winkels 89.211 m ²	96 winkels 11.122 m ²	116 winkels 30.717 m ²	1.255 winkels 257.319 m ²

Tabel 2 Ontwikkeling winkelaanbod Haarlem 2004-2011-2016

Bron: I&O 2011, Locatus, 2016

De winkelstructuur van Haarlem is hiërarchisch opgebouwd en bestaat uit de binnenstad als grootste en belangrijkste aankoopplaats. De binnenstad wordt ondersteund door twee stadsdeelcentra: Schalkwijk in Haarlem-Oost en De Generaal Cronjéstraat in Haarlem-Noord. De vijf wijkcentra zijn primair gericht op de dagelijkse en frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen. PDV is geconcentreerd in twee (winkel)gebieden: De Spaarneboog en de Oostpoort (o.a. IKEA). Naast deze hoofdwinkelstructuur heeft Haarlem een groot aantal kleine winkelgebieden in de vorm van kleine (buurt)centra, solitaire supermarkten of kleine clusters met specifiek aanbod.

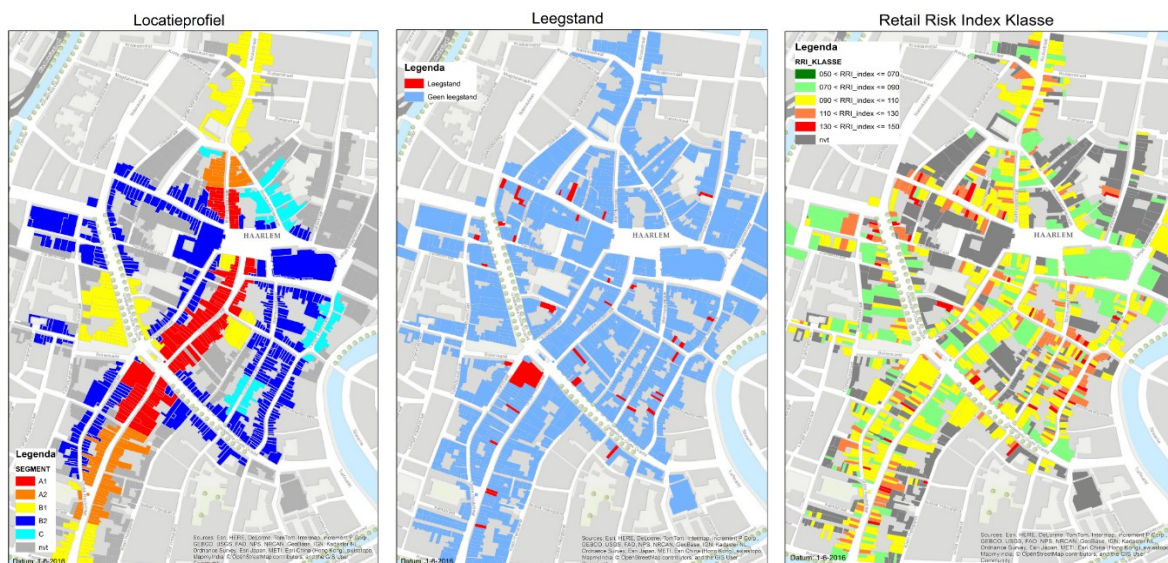


Figuur 4 Huidige winkelstructuur Haarlem

Binnenstad

De binnenstad van Haarlem ligt binnen de singels van de stad en de winkelstructuur hier bestaat uit:

- **De kernwinkelstraten in het A1, A2 en B1 segment** (zie figuur 4). Hiertoe behoren straten als de Grote Houtstraat, de Barteljorisstraat en de Anegang waar de grote winkelketens zijn gevestigd.
- **De aanloopwinkelstraten in het B2 en C segment**, zoals de Kleine Houtstraat, Zijlstraat en Gierstraat waar veelal het kleinschalige, gevarieerde en speciale winkelaanbod gevestigd is.

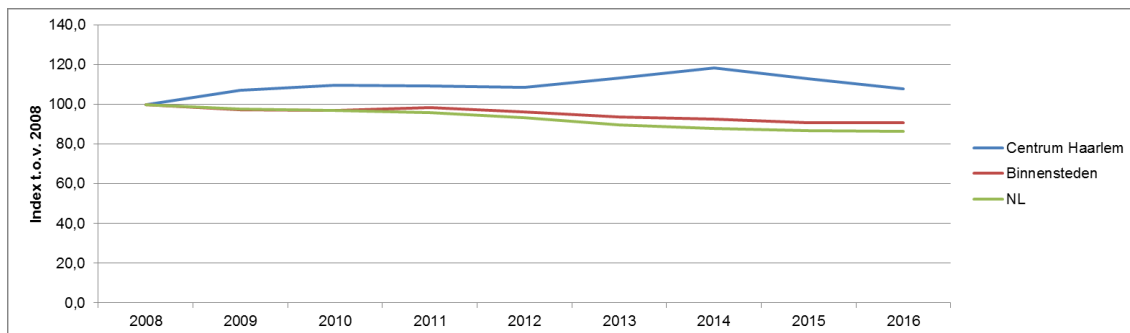


Figuur 5 Locatieprofiel, Leegstand en Retail Risk Index centrum Haarlem

Bron: Locatus, 2016

De binnenstad van Haarlem functioneert goed als winkelgebied:

- Het centrum van Haarlem is met 68 winkelsoorten het **meest diverse winkelgebied van Nederland**. De 15 meest diverse winkelgebieden hebben gemiddeld 63,3 van de in totaal 81 soorten die door het CBS onderscheiden worden.⁸
- De **winkelleegstand (in winkelvloeroppervlakte) schommelt de afgelopen jaren rond de 4 tot 6%**, wat nodig is voor een gezonde doorstroming. Door het leegkomen van V&D begin 2016 bedroeg de leegstand in juli 2016 10,5%. De winkelleegstand is niet in een bepaald gebied in de binnenstad geconcentreerd, maar is verspreid. De meeste huurderswisselingen vinden plaats in panden aan de rand van de binnenstad waar minder bezoekers komen
- **Consumenten beoordelen het winkelgebied met een 7,6**. De cijfers voor de afzonderlijke onderdelen variëren van 7,2 voor de bereikbaarheid tot 8,4 voor het horeca- en cultuuraanbod. Het winkelaanbod krijgt een 7,7 evenals de sfeer en beleving.⁹
- De binnenstad van Haarlem heeft tussen 2008 en 2016 overwegend **een groeiend aantal bezoekers** mogen verwelkomen tegenover het landelijk beeld van een relatieve daling van het bezoek aan binnensteden (zie figuur 6).¹⁰



Figuur 6 Ontwikkeling bezoekers binnenstad Haarlem (Index)

Bron: Locatus, 2016

Winkelaanbod Binnenstad

Anno 2016 zijn er in de binnenstad van Haarlem 554 panden als winkel in gebruik. Meer dan de helft daarvan is ingevuld met een winkel in de hoofdbranche Mode & Luxe.

Tussen 2011 en 2016 is het totale winkelaanbod in de binnenstad afgenomen en is de samenstelling op een aantal punten veranderd:

- **Schaalvergroting**: het aantal winkels is met 59 winkels (9%) afgenomen en het totale winkelvloeroppervlakte met 6.228 m² (6,4%).
- **Branchering**: in de niet-dagelijkse sector is de in en om het huis branche met 3.584 m² afgenomen en de dagelijkse sector met 1.914 m² uitgebreid.
- Het aantal **horecazaken** is met bijna 30 nieuwe vestigingen toegenomen (bron: Locatus).

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig		

⁸ CBS, 2013

⁹ I&O, 2011

¹⁰ De piek in 2014 werd veroorzaakt doordat Haarlem gaststad was van Het Glazen Huis van 3FM. Begin 2016 heeft V&D haar deuren gesloten, waardoor bezoekersaantallen weer zijn teruggelopen naar het peil van voor de piek in 2014.

2004	77 winkels 7.701 m ²	295 winkels 39.908 m ²	79 winkels 11.065 m ²	136 winkels 24.448 m ²	58 winkels 3.606 m ²	52 winkels 7.302 m ²	697 winkels 97.030 m ²
2011	75 winkels 7.910 m ²	317 winkels 45.573 m ²	72 winkels 11.670 m ²	103 winkels 19.212 m ²	41 winkels 3.580 m ²	50 winkels 9.983 m ²	658 winkels 97.928 m ²
2016	70 winkels 9.842 m ²	298 winkels 38.655 m ²	58 winkels 9.948 m ²	85 winkels 15.628 m ²	43 winkels 3.897 m ²	45 winkels 13.730 m ²	599 winkels 91.700 m ²

*Tabel 3 Winkelaanbod binnenstad Haarlem
Bron: I&O Research, 2011 en Locatus, 2016*



*Figuur 7 Winkels in de Korte Houtstraat
Bron: ©Haarlem Marketing, (Hans Guldermond)*

Stadsdeelcentra

Ondersteunend aan het centrum kent Haarlem twee stadsdeelcentra: Schalkwijk en De Generaal Cronjéstraat.

Schalkwijk

Het overdekte winkelcentrum Schalkwijk is de tweede winkelcluster van Haarlem en heeft primair een verzorgende functie voor de inwoners van Haarlem-Oost. Bijna driekwart van de bezoekers van Schalkwijk is afkomstig uit Haarlem. Het grootste deel van de bezoekers komt uit Haarlem Oost (54%). Respectievelijk 17% en 11% is afkomstig uit de regio of elders uit Nederland¹¹. Schalkwijk wordt voornamelijk gewaardeerd door de **goede bereikbaarheid** met zowel de auto als het

¹¹ Gemeente Haarlem, 2010

openbaar vervoer. Ook **parkeren** scoort hoog. Op factoren zoals daghoreca en sfeer en uitstraling scoort Schalkwijk minder goed.¹²

Tussen 2011 en 2016 is het totale winkelaanbod in Schalkwijk afgenomen en is de samenstelling op een aantal punten veranderd:

- Het dagelijkse aanbod is nagenoeg gelijk gebleven.
- Het niet-dagelijkse aanbod is flink afgenomen (-35% in termen van winkelvloeroppervlakte), wat mede komt door het vertrek van V&D.
- Het aantal panden in gebruik door persoonlijke dienstverlening is iets toegenomen, het horeca-aanbod is nagenoeg gelijk gebleven.
- De winkelleegstand is mede door het vertrek van winkels in de niet-dagelijkse sector (Mode & Luxe voorop) fors toegenomen en bedraagt 22,2% van het winkelvloeroppervlak.

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		<i>Mode en luxe</i>	<i>Vrije tijd</i>	<i>In en om het huis</i>	<i>Overig</i>		
2004	21 winkels 4.668 m ²	46 winkels 14.426 m ²	10 winkels 1.114 m ²	17 winkels 3.721 m ²	0 winkels 0 m ²	3 winkels 465 m ²	97 winkels 24.394 m ²
2011	19 winkels 4.821 m ²	48 winkels 15.001 m ²	7 winkels 973 m ²	16 winkels 2.042 m ²	3 winkels 283 m ²	6 winkels 1.522 m ²	99 winkels 24.642 m ²
2016	19 winkels 4.772 m ²	33 winkels 9.337 m ²	4 winkels 635 m ²	12 winkels 1.550 m ²	3 winkels 280 m ²	18 winkels 7.079 m ²	89 winkels 23.653 m ²

Tabel 4 Winkelaanbod stadsdeelcentrum Schalkwijk

Bron: I&O Research, 2011 en Locatus, 2016

De Generaal Cronjéstraat

De Generaal Cronjéstraat ligt in Haarlem-Noord en het zijn ook de inwoners van dit gebied die meer dan de helft van de bezoekers vormen (53%). Circa 80% van de bezoekers is inwoner van Haarlem en 15% van de bezoekers is afkomstig uit de regio.¹³ Het winkelcentrum wordt vooral gewaardeerd op **compleetheid, sfeer en uitstraling en veiligheid**. Bereikbaarheid en parkeren scoren beduidend lager.¹⁴

De Generaal Cronjéstraat kan getypeerd worden als binnenstedelijke winkelstraat. In vergelijking met Schalkwijk zijn de winkels gemiddeld genomen meer dan de helft kleiner en is het aandeel zelfstandigen groter. Tussen 2011 en 2016 is het totale winkelaanbod in de Generaal Cronjéstraat afgenomen en op een aantal punten is de samenstelling veranderd:

- Het aantal dagelijkse winkels is beperkt toegenomen.
- Het aantal niet-dagelijkse winkels is met 16 winkels (15%) afgenomen.
- Het aantal verkooppunten dat een persoonlijke dienst aanbiedt (en dus officieel geen winkel is) is toegenomen, het horeca-aanbod is vrijwel gelijk gebleven.
- De winkelleegstand is om deze reden niet evenredig gegroeid met de afname van het winkelaanbod. De winkelleegstand in vloeroppervlakte is wel iets toegenomen en bedraagt 7,4%.

¹² I&O Research, 2011

¹³ Gemeente Haarlem, 2010

¹⁴ I&O research, 2011

Jaar	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen				Leegstand	Totaal
		<i>Mode en luxe</i>	<i>Vrije tijd</i>	<i>In en om het huis</i>	<i>Overig</i>		
2004	32 winkels 2.161 m ²	48 winkels 4.962 m ²	10 winkels 1.369 m ²	31 winkels 4.276 m ²	6 winkels 504 m ²	6 winkels 551 m ²	133 winkels 13.823 m ²
2011	25 winkels 1.976 m ²	54 winkels 6.191 m ²	14 winkels 2.039 m ²	29 winkels 3.495 m ²	6 winkels 380 m ²	9 winkels 938 m ²	137 winkels 15.019 m ²
2016	27 winkels 2.105 m ²	49 winkels 5.774 m ²	11 winkels 1.685 m ²	20 winkels 1.861 m ²	7 winkels 499 m ²	11 winkels 1.432 m ²	125 winkels 13.356 m ²

Tabel 5 Winkelaanbod stadsdeelcentrum Cronjé

Bron: I&O Research, 2011 en Locatus, 2016

Naast de binnenstad en de twee stadsdeelcentra bestaat de winkelstructuur van Haarlem uit wijkcentra en de overige reguliere winkelgebieden, PDV-clusters en de overige aanbodvormen (ambulante handel, afhaalpunten en gemakswinkels). Een beschrijving van deze winkelgebieden en aanbodvormen is opgenomen in bijlage 1.

4. Gewenste ontwikkelingsrichting detailhandel

In dit hoofdstuk wordt een nadere uitwerking gegeven van de doelstelling die in hoofdstuk 1 is uitgesproken. We presenteren een visie op hoofdlijnen (4.1), schragen dit aan de hand van een distributieve toets op basis van economische kengetallen (4.2) en vertalen de visie naar de verschillende onderdelen van de hoofdwinkelstructuur (4.3).

4.1 Visie op hoofdlijnen

Haarlem is de **beste winkelstad** van Nederland. De aantrekkingskracht op dagjesmensen en toeristen is daarom groot. Tegenover dit positieve beeld staat echter dat de winkelomzet in de afgelopen jaren van economische laagconjunctuur - net als in andere steden - daalde, al is dit minder dan in vergelijkbare steden. De grote dynamiek in de samenleving heeft ook op de detailhandel haar weerslag. Gemeente, eigenaren van gebouwen en winkeliers moeten voortdurend op de snelle ontwikkelingen inspelen. De veranderingen scheppen nieuwe kansen, maar houden ook bedreigingen in. De detailhandelsvoorzieningen dienen steeds afgestemd te zijn op de **veranderende vraag van de consument**, die meer gebruik maakt van internet. Hierdoor zijn er weliswaar minder fysieke winkels nodig maar is er wel behoefte aan **meer concentratie en grotere winkels op sterke winkellocaties**. Daarnaast moeten de **kleine winkels worden gefaciliteerd** om Haarlem als winkelstad onderscheidend te houden. De gemeente ondersteunt de ondernemer door met een actueel detailhandelsbeleid en een regionale afstemming van nieuwe winkelveorzieningen de voorwaarden te scheppen voor een gezonde bedrijfsvoering.

Het hebben van een detailhandelsvisie gaat verder dan het hebben van afstemmingscriteria voor het toetsen van nieuwe winkelplannen in Haarlem. Het gaat om kansen zien en benutten, zodat de detailhandel in Haarlem zo succesvol mogelijk kan functioneren. Dit vraagt duidelijke locatiekeuzes en een faciliterende rol van gemeenten via het bestemmingsplan en regelgeving, maar ook zeker om goed ondernemerschap van de winkeliers in de verschillende winkelgebieden. Aangezien verwacht wordt dat de detailhandel de aankomende 10 jaar meer gaat veranderen dan in de afgelopen decennia, is het hebben van een visie meer dan nodig over de wijze waarop ingespeeld kan worden op de actuele trends en ontwikkelingen.

De hoofdlijnen van onze visie zijn als volgt:

1. Prioriteit geven aan hoofdwinkelgebieden.
2. Stimuleren van detailhandel en nieuwe concepten die bijdragen aan een aantrekkelijke, toekomstbestendige (binnen)stad.
3. Een vitale, dynamische en concurrerende detailhandel structuur: ruimte geven aan kwaliteit en innovatie inspelend op de toekomstige trends zoals de groeiende grensvervaging tussen detailhandel en andere branches (o.a. horeca 'blurring').
4. Behoud van een fijnmazige winkelstructuur: dagelijkse boodschappen op een aanvaardbare afstand ook in het kader van langer zelfstandig wonen.
5. Voorkómen van bovenmatige leegstand door het opstellen van een actieplan leegstand samen met de stakeholders in de stad.
6. Internet-afhaalpunten situeren in bestaande winkelcentra.

4.2 Distributieve mogelijkheden

Door middel van een distributieve berekening (DPO) is zowel voor huidige situatie als voor de situatie in 2020 een uitspraak gedaan over het functioneren en de eventuele distributieve ruimte voor dagelijks, niet-dagelijks en PDV-aanbod in Haarlem (in m² wvo). De uitkomsten van deze distributieve studie dienen als indicatief te worden beschouwd.

Bij de distributieve berekeningen worden een aantal kengetallen gehanteerd die in bijlage 2 worden toegelicht.

Dagelijkse detailhandel

In de dagelijkse detailhandel, waar levensmiddelenzaken en drogisterijen onder vallen, is **tot 2020 nog ruimte om het aanbod met indicatief ruim 3.500 m² wvo uit te breiden**, zo'n 7% bovenop het huidige aanbod. De verwachte groei van het inwonertal is een belangrijke factor achter deze ontwikkelingsmogelijkheden.

	Huidige situatie	Situatie 2020
Inwoners	158.140	164.000
Bestedingen per hoofd in €	€ 2.540	€ 2.540
Bestedingspotentieel in € mln	€ 402	€ 417
Bestedingspotentieel in € mln, incl inkomenscorrectie	€ 412	€ 427
Koopkrachtbinding	89%	89%
Gebonden bestedingen in € mln	€ 366	€ 380
Koopkrachttoevoeiing	15%	15%
Omzet door toevoeiing in € mln	€ 65	€ 67
Totale bestedingen in € mln	€ 431	€ 447
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m ² wvo	€ 7.910	€ 7.910
Gerealiseerde vloerproductiviteit	€ 8.155	€ 8.457
Haalbaar aanbod in m ² wvo	54.500	56.519
Gevestigd aanbod in m ² wvo	52.862	52.862
Uitbreidingsruimte in m² wvo	1.638	3.657

Tabel 6 DPO dagelijkse sector Haarlem

Supermarktdekking

Haarlem heeft in totaal 38 reguliere supermarkten (> 200 m² wvo) en 10 minisupermarkten (<200 m² wvo). Van de reguliere supermarkten zijn er 29 (ofwel 76%) in een winkelgebied gevestigd. De rest is gevestigd op solitaire locaties.

De gemiddelde supermarktdekking (op basis van reguliere supermarkten) in Haarlem bedraagt **0,23 m² wvo per inwoner**, dat is iets lager dan het landelijk gemiddelde van 0,25 m² wvo per inwoner. Het centrum van Haarlem heeft de hoogste supermarktdekking per inwoner, voor rekening van het feit dat deze supermarkten ook de bezoekers en werkenden in de binnenstad bedienen. Haarlem-Oost (exclusief Schalkwijk) heeft veruit de laagste dekking (0,15 m² wvo per inwoner). De supermarktdekking in de andere stadsdelen beweegt zich net onder het landelijk gemiddelde.



Figuur 8 Aanbod reguliere supermarkten

	Haarlem	Centrum	Noord	Zuidwest	Oost	Schalkwijk
M² wvo	35.904	4.658	12.950	7.324	3.245	7.727
M² wvo per inwoner	0,23	0,34	0,23	0,22	0,15	0,24

Tabel 7 Supermarktdekking wijken Haarlem
Bron: Locatus, 2016

Niet-dagelijkse detailhandel (regulier)

In de reguliere niet-dagelijkse detailhandel (PDV uitgezonderd), waar winkels in Mode & Luxe en Vrijetijd & Electro de hoofdmoot vormen, is tot 2020 nog ruimte om het aanbod met indicatief ruim **6.000 m² wvo uit te breiden**, zo'n 6% bovenop het huidige aanbod. Ook hier is de verwachte groei van het inwonertal weer een belangrijke factor achter deze ontwikkelingsmogelijkheden. Overigens moet in de interpretatie van deze uitkomsten meegenomen worden dat een tweetal V&D's (binnenstad en Schalkwijk) door het faillissement uit het huidige aanbod is weggefallen. Feitelijk is daarom sprake van een situatie waarin er in deze sector geen sprake is van substantiële uitbreidingsruimte. Dit past ook in de in hoofdstuk 2 genoemde ontwikkelingen.

	Huidige situatie	Situatie 2020
Inwoners	158.140	164.000
Bestedingen per hoofd in €	€ 1.460	€ 1.460

Bestedingspotentieel in € mln	€ 231	€ 239
Bestedingspotentieel in € mln, incl inkomenscorrectie	€ 242	€ 251
Koopkrachtbinding	68%	68%
Gebonden bestedingen in € mln	€ 165	€ 171
Koopkrachttoevloeiing	45%	45%
Omzet door toevloeiing in € mln	€ 135	€ 140
Totale bestedingen in € mln	€ 300	€ 311
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m² wvo	€ 3.000	€ 3.000
Gerealiseerde vloerproductiviteit	€ 3.073	€ 3.187
Haalbaar aanbod in m² wvo	99.910	103.612
Gevestigd aanbod in m² wvo	97.524	97.524
Uitbreidingsruimte in m² wvo	2.386	6.088

Tabel 8 DPO niet-dagelijkse sector regulier Haarlem

Niet-dagelijkse detailhandel PDV

In de volumineuze sector die veelal op PDV-locaties wordt aangetroffen, en waartoe Doe-het-Zelf en Wonen wordt gerekend, wordt de distributieve berekening gekleurd door de aanwezigheid van IKEA in de Waarderpolder. De gemiddelde vloerproductiviteit van het aanbod wordt fors omhoog gestuwd door dit bovengemiddeld goed functionerende woonwarenhuis (het zogenaamde IKEA-effect). Dit gegeven beïnvloedt de uitbreidingsruimte zeer. De groei van de bevolking voegt daar nog een (relatief) bescheiden hap aan toe. Tevens dient bij de interpretatie van de uitkomsten in aanmerking te worden genomen dat inwoners van Haarlem (en ook de regio) voor volumineuze aankopen van oudsher voor een belangrijk deel ook op de woonboulevard Beverwijk en Cruquius zijn gericht.

De trekkracht die IKEA heeft op de regionale consument is een belangrijke ruimtelijk-economische factor om PDV-aanbod zoveel als mogelijk te concentreren rondom deze vestiging.

	Huidige situatie	Situatie 2020
Inwoners	158.140	164.000
Bestedingen per hoofd in €	€ 751	€ 751
Bestedingspotentieel in € mln	€ 119	€ 123
Bestedingspotentieel in € mln, incl inkomenscorrectie	€ 125	€ 129
Koopkrachtbinding	68%	68%
Gebonden bestedingen in € mln	€ 85	€ 88
Koopkrachttoevloeiing	45%	45%
Omzet door toevloeiing in € mln	€ 69	€ 72
Totale bestedingen in € mln	€ 154	€ 160
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m² wvo	€ 1.217	€ 1.217
Gerealiseerde vloerproductiviteit	€ 2.024	€ 2.099
Haalbaar aanbod in m² wvo	126.658	131.352
Gevestigd aanbod in m² wvo	76.163	76.163
Uitbreidingsruimte in m² wvo	50.495	55.189

Tabel 9 DPO PDV-sector Haarlem

Let wel: de uitkomsten van de bovengenoemde berekeningen hebben een indicatieve waarde, en zijn qua kooporiëntaties (binding en toevloeiing) gebaseerd op het koopstromenonderzoek 2011. Dit zijn gedateerde gegevens (nieuwe gegevens zijn pas begin 2017 beschikbaar), waarin de voor Haarlem belangrijke (afgeleide) toeristische bestedingen niet zijn meegenomen. Daarnaast moet bedacht worden dat de uitbreidingsruimte niet in beschouwing neemt dat een deel van het nu

gevestigde aanbod ook in autonome zin niet voldoende perspectief heeft, en er dus op termijn uitval plaatsvindt aan de onderzijde van de verzorgingsstructuur.

Met die kanttekeningen laten de als indicatief op te vatten uitkomsten van de distributieve berekeningen zien dat er in de dagelijkse sector nog enige ruimte is voor uitbreiding van het aanbod. Voor de niet-dagelijkse detailhandel gaat het vooral om herschikking, zeker in de reguliere niet-dagelijkse sector, zoals we die vooral aantreffen in de binnenstad en (in mindere mate) in de stadsdeelcentra. Dit past ook in de trends en ontwikkelingen die we signaleerden. Voor de PDV-sectoren is er substantiële distributieve ruimte, maar ook hier gaan we gelet op de generieke trends en ontwikkelingen behoedzaam om met die ruimte.

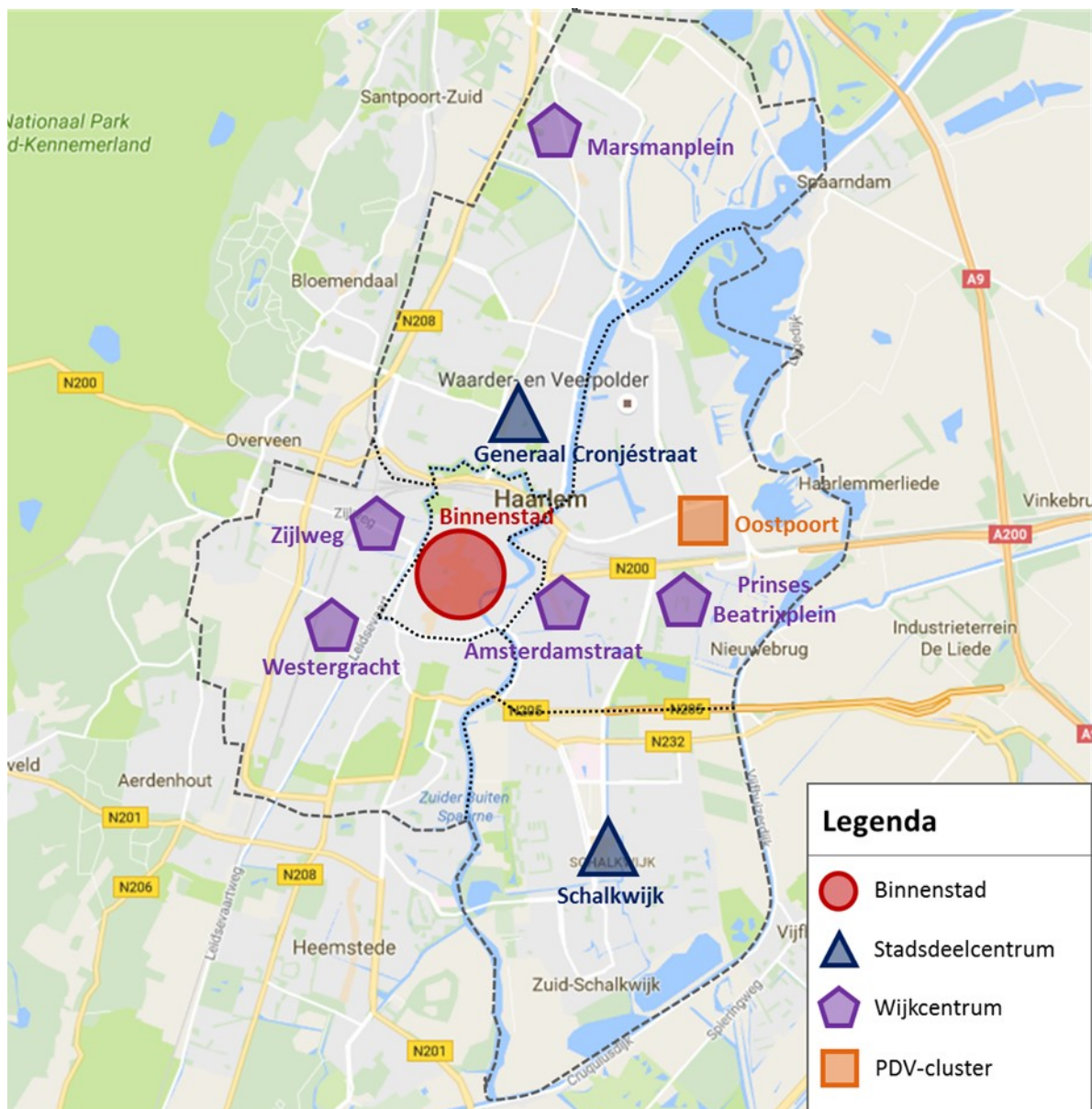
4.3 Vertaling naar winkelgebieden

Gezien de beleidsdoelen voor Haarlem, de beperkte marktruimte en inspeland op de trend dat er minder fysieke winkels nodig zijn door het veranderde koopgedrag van de consument, en er wel behoefte is aan meer concentratie op sterke winkellocaties wordt **de hoofdwinkelstructuur voor Haarlem in 2020** als volgt vastgesteld.

Winkelgebied	Type	Locatie
Binnenstad	Centrum	Centrum
Schalkwijk	Stadsdeelcentrum	Oost
Generaal Cronjéstraat	Stadsdeelcentrum	Noord
Amsterdamstraat	Wijkwinkelcentrum	Oost
Prinses Beatrixplein	Wijkwinkelcentrum	Oost
Marsmanplein	Wijkwinkelcentrum	Noord
Westergracht	Wijkwinkelcentrum	Zuidwest
Zijlweg	Wijkwinkelcentrum	Zuidwest
Ikea (Oostpoort)	PDV-cluster	Oost

Tabel 10 Hoofdwinkelstructuur Haarlem 2020

Vertaald op kaart ziet dat er als volgt uit.



Figuur 9 Hoofdwinkelstructuur Haarlem 2020

Met deze hoofdstructuur komt Haarlem tegemoet aan het uitgangspunt tot het waarborgen van:

- **Zoveel mogelijk ruimtelijke concentratie van winkelvoorzieningen**, met het oog op kritische massa en mix en een optimaal gebruik van bestaande infrastructuur en parkeervoorzieningen.
- **Een goede ruimtelijke spreiding van met name dagelijkse winkelvoorzieningsclusters**, zodat de verzorgingsfunctie voor consumenten in de stadsdelen gewaarborgd blijft.
- **Prioriteit bij het behoud, en zo mogelijk, versterking van de hoofdwinkelstructuur**, door het faciliteren via bestemmingsplannen en regelgeving van nieuwe winkelconcepten, zodat Haarlem de beste winkelstad van Nederland kan blijven.

Vertaald naar de verschillende elementen uit de hoofdwinkelstructuur komt dat neer op de volgende ontwikkelingsrichting per winkelgebied.

Binnenstad

Topprioriteit bij maatregelen gericht op **versterking van de binnenstad van Haarlem als winkelstad** om daarmee de nummer 1 positie als beste winkelstad van Nederland te behouden. Ook naar de toekomst is het uitgangspunt om Haarlem als winkelstad onderscheidend te houden met een **mix aan kleinschalige en grootschalige winkels** en focus op beleving om nieuwe klantengroepen aan te trekken. Uit de aangekondigde komst van het internationale warenhuis Hudson's Bay in het voormalige V&D gebouw aan het Verwulft blijkt de sterke positie van de Haarlemse binnenstad. Daar bouwen we op door om zo nieuwe klantengroepen aan te blijven trekken. Daarnaast zijn er deelgebieden in de binnenstad aangeduid die kwetsbaar zijn en in aanmerking kunnen komen voor transformatie van winkels naar woningen als de markt dit vraagt.

De Haarlemse binnenstad heeft een prima uitgangssituatie. De binnenstad heeft een **hoge belevingswaarde en een sterke functiemix**. De samenstelling van het winkelaanbod is een kernkwaliteit. Door de bijzondere diversiteit en de fraaie historische setting ontstaan kansen voor toeristisch bezoek. Vooral het aanbod in de aanloopstraten rond de echte hoofdwinkelstraten geeft Haarlem zijn kenmerkende en onderscheidende profiel en aantrekkingskracht.

Haarlem staat met Utrecht aan de top met het percentage van de omzet van de winkelklanten van buiten de eigen gemeente. De nadruk blijft liggen op **de klantengroep van buiten de eigen gemeente**, omdat van deze groep de meeste groei is te verwachten. In het convenant binnenstad wordt daarom de promotie gericht op deze doelgroep. De folder voor de gouden straatjes promoot het onderscheidende karakter van de speciaalzaken in Haarlem. Ook markten, evenementen en cultuurstellingen zorgen voor extra winkelbezoekers.

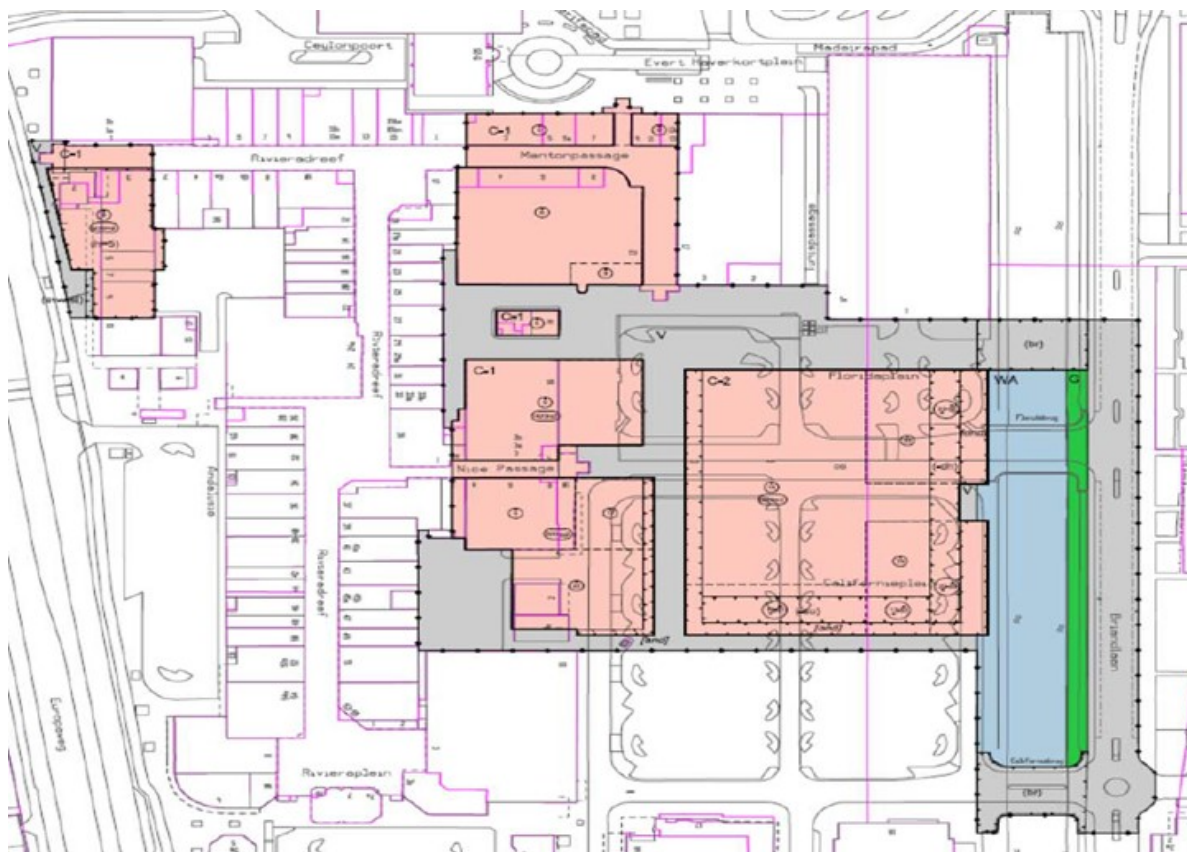
Opgave voor de binnenstad is om met behoud van de omgevingskwaliteit **vernieuwing mogelijk te maken**. Inpassing van grotere (recreatieve) formules is essentieel, als voorwaarde om voldoende trekkracht te behouden. Bij de herontwikkeling van de Brinkmannpassage kunnen nieuwe grootschalige winkelformules zorgen voor extra bezoekers die de concurrentiekracht van de binnenstad versterken. In het convenant binnenstad is een acquisitiewerkgroep ingesteld om de diversiteit van het winkelaanbod ook naar de toekomst toe te behouden.

De binnenstad van Haarlem onderscheidt zich als winkelstad door de **historische setting** en is aangewezen als beschermd stadsgezicht. Dit betekent dat er bij ontwikkelingen in de stad altijd wordt gekeken naar de gevolgen voor de cultuur-historische waarden. Hierbij wordt onder meer gekeken naar de kwaliteit en uitstraling van winkelpuizen en de reclamevoering. Maar omdat ook de historische structuur van de stad een belangrijke waarde vertegenwoordigt, wordt er zorgvuldig gekeken naar de gevolgen van het samenvoegen van panden. Het volledig weghalen van tussenmuren tussen twee winkelpanden bij samenvoeging is in de historische stad niet gewenst, maar afhankelijk van de bouwhistorische waarde van de tussenmuur is maatwerk mogelijk.

De **bereikbaarheid** is een belangrijk aandachtspunt voor de winkelbezoeker. Met de komst van een extra parkeergarage bij de Dreef en extra parkeermogelijkheden voor fietsers wordt de bereikbaarheid vergroot. Een extra parkeermogelijkheid voor auto's aan de oostkant van de stad en het inrichten van een P&R-transferium aan de rand van de stad wordt onderzocht. Bij de vaststelling van de parkeertarieven wordt bewaakt dat deze concurrerend blijven en dat het ook begrotingstechnisch mogelijk moet zijn. Daarnaast is een duurzame distributie van goederen in de binnenstad het uitgangspunt.

Ook voor het stadsdeelwinkelcentra Schalkwijk wordt ingezet op een set van maatregelen om de positie te versterken en toekomstbestendig te blijven. De ambitie voor een upgradering tot een volwaardig stadsdeelwinkelcentrum in Schalkwijk is gehandhaafd. Bij Schalkwijk wordt, mede gezien de huidige winkelleegstand, gekozen voor een **compact stadsdeelwinkelcentrum**.

Het bestemmingsplan van 15 oktober 2015 maakt naast nieuwe winkelruimte **meer functies** en meer bebouwing in het noordelijke deel van het winkelcentrum mogelijk. De nieuwe functies zijn: woningen, een bioscoop, horeca en terrassen. Op die manier wordt de stedenbouwkundige structuur versterkt, worden meer mensen naar het gebied getrokken en ontstaat een aantrekkelijk **stadsdeelhart**.



Cronjé

26

Cronjéstraat is de inzet de promotie als de 3e winkelcluster van Haarlem om extra regiobezoekers aan te trekken. Voor de versterking van de promotie is een ondernemersfonds ingevoerd. Daarnaast is de bereikbaarheid van de Cronjéstraat 5 jaar na het autovrij maken geëvalueerd en beperkt tot het weekend. Er wordt een toekomstgericht plan voor de winkelstraat opgesteld in nauw overleg met de winkeliersvereniging.

Wijkcentra

De gemeente streeft ook in het kader van langer zelfstandig wonen naar handhaving van een zodanig **fijnmazig netwerk** van winkels dat iedere Haarlemmer binnen een redelijke afstand van de woning zijn dagelijkse boodschappen kan doen. Als redelijk geldt een loopafstand tot vijftien minuten.

Het beleid is om **supermarkten zo veel mogelijk in de nabijheid van een winkelcentrum** te realiseren, zodat beide elkaar versterken. De gemeente wijst aanvragen voor solitaire vestiging van grootschalige supermarkten in principe af. Solitaire vestigingen van kleinschalige supermarkten bij omvangrijke passantenstromen, zoals in het station of de binnenstad, blijven mogelijk.

Om de eerst genoemde beleidsdoelstelling ook in de toekomst overeind te houden, werkt de gemeente mee aan de wens om grotere supermarkten te realiseren, mits de supermarkt is gevestigd in een wijkwinkelcentrum met goede toekomstverwachtingen voor de verkoop van dagelijkse goederen. Het wijkwinkelcentrum moet dus in ieder geval goed bereikbaar zijn. De prioriteit wordt daarom gelegd bij de uitbreidingsplannen van de volgende wijk-winkelcentra die passen in de hoofdwinkelstructuur en waarbij het voorzieningenniveau van de dagelijkse boodschappen op peil dient te worden gebracht:

- Realisering van de laatste fase van het wijkwinkelcentrum op het voormalig EKP-terrein aan de Westergracht (Plaza West) als boodschappencentrum voor Haarlem-West. Het gebouw waar Albert Heijn en Aldi gevestigd zijn, blijft gehandhaafd en zal een facelift krijgen. Er zijn plannen voor woningen, parkeerkelders en commerciële ruimtes. De commerciële ruimten hebben een oppervlakte van 3.500 m² en passen binnen het door de gemeenteraad vastgestelde bestemmingsplan.
- De herontwikkeling en uitbreiding van het wijkwinkelcentrum op het Prinses Beatrixplein als boodschappencentrum voor Haarlem-Oost met onder meer uitbreiding van de gevestigde supermarkt en vestiging van een tweede, complementaire supermarkt (via relocatie).

Richting toekomst is het wenselijk om de profilering van de specifieke karakteristieken en kwaliteiten van de wijkwinkelcentra in de diverse stadsdelen verder te versterken. De Amsterdamstraat met de profilering als een winkelgebied met een compleet winkelaanbod met een mix aan functies in een sfeervolle ambiance en het Prinses Beatrixplein met een profilering als een snel en efficiënt boodschappencentrum voor Haarlem-Oost. De Zijlweg met de profilering als een winkelgebied met speciaalzaken met een mix aan functies en Plaza West als snel en efficiënt boodschappencentrum voor Haarlem-West. Dit laatste geldt ook voor het herontwikkelde en uitgebreide Marsmanplein, maar dan met een mix aan functies voor de kop van Haarlem-Noord.

In het bestemmingsplan houden wijkwinkelcentra met een goede toekomstverwachting voor de verkoop van dagelijkse goederen een detailhandelsbestemming. De gemeente wil hiermee de verkoop van dagelijkse goederen zo veel mogelijk bevorderen. Andere verspreid liggende winkels kunnen zo nodig een bredere bestemming krijgen om transformatie naar niet-winkelfuncties mogelijk te maken. Na verhuizing van de solitaire discountsupermarkt op de Kimmanlocatie langs de

Schipholweg naar het Prinses Beatrixplein kan de Kimmanlocatie weer bestemd worden als autoshowroom.

PDV

Een sterkere concentratie van de winkelvoorzieningen in woninginrichting en kleinschalige bouwmarkten bij IKEA/Oostpoort komt tegemoet aan de wens van de ondernemers en de klanten, zoals dat ook is opgenomen in het Convenant Waarderpolder Samen Doen. Het gaat hier om vervangingsvraag van detailhandel die nu elders in stad gevestigd is.

Voor een PDV-locatie zijn herkenbaarheid, bereikbaarheid en kritische massa van minimaal 25.000 m² van belang om voldoende consumenten aan te trekken. Het PDV-cluster aan de Spaarneboog aan de Spaarndamseweg voldoet niet aan deze randvoorwaarde.

De hoofdwinkelstructuur voor volumineuze artikelen kan worden versterkt door een sterkere concentratie van de winkelvoorzieningen in woninginrichting en kleinschalige bouwmarkten bij IKEA/Oostpoort, zoals dat ook is opgenomen in het Convenant Waarderpolder Samen Doen (maart 2016). Het gaat hier om vervangingsvraag van bestaande PDV winkels in Haarlem. Op deze wijze creëert de Waarderpolder 'wisselruimte' voor ruimte vragende functies die op dit moment elders in de stad woningbouw belemmeren. Op de achter te laten locaties in de Spaarneboog kan tot transformatie naar een substantieel aantal woningen worden overgegaan.

Uitgangspunt voor Oostpoort is een gebied/stadsentree met hoge dichtheid en gemengde functies. Bij de vertaling van de gebiedsvisie Oostradiaal naar een ruimtelijke strategie, op het schaalniveau van de stationsomgeving, zal de omvang van de winkels nader in beeld gebracht worden.

Overige onderdelen in de structuur

Kleinere winkelcentra

Naast de hoofdwinkelstructuur van binnenstad, twee stadsdeelcentra en vijf wijkcentra heeft Haarlem een groot aantal kleine winkelcentra¹⁵. Een deel van die winkelcentra hebben een supermarkt als belangrijkste trekker in het winkelgebied. Daarnaast zijn er ook een aantal supermarkten solitair gevestigd. De verspreid gelegen winkels(clusters) vormen een aanvulling op de wijkwinkelcentra in de hoofdwinkelstructuur. De verspreid gelegen winkels zijn minder toekomstbestendig dan de wijkwinkelcentra en de winkelcentra met grotere supermarkten. Bij aanvragen van eigenaren van verspreid gelegen winkels voor transformatie naar niet winkelfuncties faciliteert de gemeente. Initiatieven in de kleinere winkelcentra die voorzien in uitbreiding van het winkelaanbod worden niet per definitie ter zijde gelegd, maar zijn alleen gewenst indien ze **de hoofdwinkelstructuur niet aantasten**.

Ambulante handel

Om de kwaliteit van de markten te bewaken dient er voldoende gevarieerd en aanvullend aanbod te zijn. Met de belangenorganisatie wordt daarom regelmatig overleg gevoerd en zo nodig wordt de marktverordening aangepast. Daarnaast worden andere vormen van markten gefaciliteerd, zoals themamarkten. Buiten de markten zijn er ook individuele standplaatsen voor de verkoop van

¹⁵ Locatus onderscheidt 21 kleine winkelgebieden in Haarlem. Een concentratie winkels wordt als winkelgebied aangemerkt dat er minimaal 5 winkels gevestigd zijn of 3 winkels met minimaal 1 supermarkt van 500 m² wvo.

goederen uitgegeven. Gezien het aanvullend karakter van standplaatsen, wordt het standplaatsenbeleid uit 2010 geactualiseerd om zo een goede balans te behouden tussen het aantal winkels en standplaatsen.

Afhaalpunten

Het beleidsuitgangspunt voor afhaalpunten in deze detailhandelsvisie is zoveel mogelijk ruimtelijke concentratie van voorzieningen, met het oog op kritische massa en mix en een optimaal gebruik van bestaande infrastructuur en parkeervoorzieningen. Internethandel met klantcontact faciliteren we daarom **alleen binnen de winkelcentra die tot de hoofdstructuur** behoren. Bij de winkelcluster voor volumineuze artikelen bij IKEA is de internethandel met klantcontact beperkt tot volumineuze artikelen.

Gemakswinkels

Het is niet de bedoeling dat van gemakswinkels een autonome attractie uitgaat op de consument die elders verblijft. Om deze reden is het gewenst een maximum metrage per vestiging te hanteren. Gebruikelijk is hierbij een maat van maximaal 100 m² wvo per individuele benzinestation te hanteren. Omvang en assortiment van winkels in stations dienen primair te zijn gerelateerd aan het draagvlak en behoefte van reizigers. Het realiseren van winkelvoorzieningen met een groter draagvlak dient te passen in de grotere detailhandelsstructuur.

5. Uitvoeringsprogramma

Bij de detailhandelsvisie hoort ook een globaal actieprogramma. Dit actieprogramma omvat de vertaling van de visie in beleid (ruimtelijk, economisch en flankerend beleid) en ruimtelijke plannen (incl. bestemmingsplannen).

Er zijn ook concrete acties en maatregelen voor de verschillende winkelcentra mogelijk, met als doel de positie en het perspectief van deze centra te versterken. Het initiatief voor deze acties kan liggen bij de gemeente, maar net zo goed bij ondernemers, eigenaren of een combinatie daarvan. Voorbeeld hiervan is het convenant binnenstad 2015-2018 en de Economische Agenda Samen Doen, maar ook het nog samen met de stakeholders op te stellen actieplan leegstand.

Het motto is **Samen Doen** waarbinnen de rollen van de stakeholders (winkelier, eigenaar, gemeente) zijn daarbij globaal als volgt verdeeld:

- **Ondernemers:** Bedrijfsvoering in de winkel, vernieuwing, inspelen op wens van de consumenten, internet en leegstand als kans gebruiken, marketing, evenementen, samen optrekken via ondernemersverenigingen.
- **Vastgoedeigenaren:** Onderhoud pand, gevelverbetering, flexibel huurprijsbeleid, werving nieuwe huurders (concept-stores), tijdelijke invullingen (pop-up stores).
- **Gemeente:** Ruimte reguleren via bestemmingplan. Nieuwe winkelconcepten faciliteren door flexibele regelgeving met maatwerkoplossingen. Openbare buitenruimte, bereikbaarheid en parkeren. Stimuleren samenwerking tussen ondernemers. Kennisoverdracht door monitoring. Ondernemersfondsen faciliteren door op verzoek van ondernemers het heffen van belasting. Marketing van Haarlem als Winkelstad via Haarlem Marketing.

Voorliggend hoofdstuk gaat achtereenvolgens in op de vertaling van de visie in:

- Ruimtelijk beleid (5.1)
- De overige beleidsvelden (5.2)

5.1 Vertaling in ruimtelijk beleid

In de visie leggen we de focus op het **versterken van de hoofdwinkelstructuur en het voorkomen van versnippering**, door buiten die structuur terughoudend te zijn met het honoreren van initiatieven. Dat heeft in termen van ruimtelijk beleid uiteenlopende consequenties voor de verschillende centra.

Het bestemmingsplan is voor gemeenten het geijkte instrument om het detailhandelsbeleid praktisch vorm te geven. In het bestemmingsplan wordt aangegeven waar en in welke omvang detailhandel al dan niet is toegestaan. De detailhandelsvisie is daarvoor leidend. Elke gemeente dient in nieuwe bestemmingsplannen een begripsomschrijving op te nemen van detailhandel.¹⁶

Samenvattend gelden de belangrijkste beleidsuitgangspunten:

- Winkelcentra die behoren tot de **hoofdwinkelstructuur** hebben het primaat als het gaat om versterking van de detailhandelsfunctie.

¹⁶ Voor detailhandel kan bijvoorbeeld de volgende definitie gelden: "Het bedrijfsmatig te koop aanbieden (waaronder de uitstalling ten verkoop), verkopen, verhuren en leveren van goederen aan personen die goederen kopen of huren voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit." Uit: Standaard Vergelijkbare BestemmingsPlannen (SVBP 2008).

- De mogelijkheid voor het versterken van de detailhandelsfunctie wordt voor zover nodig in het **bestemmingsplan** gefaciliteerd.
- Voor het PDV-cluster Oostpoort wordt vastgehouden aan **alleen volumineuze detailhandel**. Dit past ook in het provinciale beleid. Uitbreiding van het aanbod (in termen van oppervlak) middels relocatie van PDV-aanbod uit de Spaarneboog. Hiermee wordt de positie van het cluster in het regionale krachtenveld van PDV-voorzieningen versterkt. Uitbreiding van de branchering is hier echter niet aan de orde.
- Buiten de in de hoofdstructuur benoemde winkelgebieden is de beleidslijn dat in de kleinere wijkcentra alleen initiatieven worden gehonoreerd wanneer ze de hoofdstructuur niet aantasten. Elders wordt in beginsel **geen nieuwe detailhandel** toegestaan.
- **Bestemmingsverruiming** van detailhandel naar ook andere (economische) functies als dienstverlening en ambacht zijn mogelijk bij verspreide bewinkeling en minder perspectiefvolle winkel strips. Dit is gunstig voor de wijkeconomie en het voorkomt verloederding.
- **Webwinkels** vanuit woning zijn (indien kleinschalig en als er geen sprake is van een afhaalfunctie/verkeersaantrekkende werking, of grootschalige opslag) vergelijkbaar met een bedrijf aan huis (aan-huis-gebonden beroepen en kleinschalige bedrijfsmatige activiteiten). Datzelfde geldt voor webwinkels vanuit een bedrijf. **Zonder klantcontact** (lees: afhalen) zijn dit soort activiteiten toegestaan, al dan niet op een bedrijventerrein.
- Webwinkels waarbij wel sprake is van **klantcontact** (inclusief afhaalpunten) zijn aan te merken als detailhandel en kunnen in de centra die tot de hoofdwinkelstructuur worden gefaciliteerd (met voor PDV-cluster Oostpoort de beperking tot volumineuze goederen). Het is niet wenselijk dat zich hier pick-up points in food, zoals die van Albert Heijn en Jumbo, vestigen. Voor deze initiatieven zijn de binnenstad en de ondersteunende centra het exclusieve domein.
- Detailhandel in ondergeschikte vorm op bedrijventerreinen is alleen geoorloofd indien de **detailhandelsactiviteit verwant is aan de hoofdfunctie**, deze in oppervlak maximaal 20% van de hoofdactiviteit inneemt, met een maximale omvang van 100 m² wvo.

Het is aan de gemeente om na vaststelling van de detailhandelsvisie:

- de consequenties van deze visie voor andere beleidsterreinen inzichtelijk maken;
- de detailhandelsvisie eenduidig uit te dragen als het vigerende beleidskader voor de gemeente;
- de detailhandelsvisie als toetsingskader te gebruiken voor het beoordelen van concrete initiatieven.

5.2 Overige beleidsvelden

Naast het bestemmingsplan heeft de gemeente ook flankerende beleidsmaatregelen ter beschikking om de detailhandelsvisie vorm te geven. Tot het primaire takenpakket van de gemeente behoren:

- Bereikbaarheid en parkeren;
- Openbare ruimte, openbare orde en veiligheid;
- Detailhandel ondersteunende functies (horeca, evenementen).

Onderstaand volgt een beknopte uitwerking van deze punten.

Bereikbaarheid en parkeren

Beleidsuitgangspunten

- Goede parkeerfaciliteiten en (auto)bereikbaarheid zijn van essentieel belang voor het economisch functioneren van winkelgebieden.
- Omvang en regulering van het parkeren dient in overeenstemming te zijn met de functie van het winkelgebied. In concreto betekent dat laagdrempelig parkeren voor de wijkcentra en het PDV-cluster,

en parkeren met een klantvriendelijk en concurrerend tarief voor de binnenstad en de stadsdeelcentra.

- Om te voorkomen dat reguliere (kleinschalige) detailhandel buiten de centra behorend tot de hoofdwinkelstructuur een functie gaat vervullen die concurrerend is met het aanbod in deze centra zal het parkeerareaal bij deze voorzieningen passend zijn bij de omvang en functie hiervan. In concreto betekent dit een beperkt aantal plaatsen.
- Naast de auto worden ook andere vervoersmiddelen gestimuleerd en gefaciliteerd, vooral het gebruik van de fiets. Voor het functioneren van de detailhandel is het vooral van belang dat er voldoende en goede fietsparkeermogelijkheden voor de deur zijn.

Bereikbaarheid en parkeren kunnen als een vorm van **service** naar de klant worden gezien. Een goede bereikbaarheid en parkeergelegenheid dragen bij aan het koopplezier en waardeoordeel en bepalen daarmee ook de aantrekkelijkheid van het winkelgebied. Het is ook een belangrijke 'dissatisfier': als parkeren en bereikbaarheid niet goed zijn geregeld blijven consumenten weg, de autoklant is onmisbaar voor de detailhandel.

Openbare ruimte, openbare orde en veiligheid

Beleidsuitgangspunten

- De gemeente voert de regie over de openbare ruimte, openbare orde en veiligheid.
- Inrichting, beheer en een juist gebruik van de openbare ruimte is een gezamenlijke verantwoordelijkheid van gemeente, vastgoedeigenaren, exploitanten en gebruikers.
- De winkelgebieden die onderdeel zijn van de hoofdwinkelstructuur verdienen een hoge kwaliteit van de openbare ruimte, de binnenstad voorop.
- Elk hoofdwinkelgebied in Haarlem is in de gehele periode tussen nu en 2020 schoon, heel en veilig.

De inrichting, het onderhoud en gebruik van de openbare ruimte is van invloed op het **functioneren** van een winkelgebied. De aanwezigheid van kwalitatief hoogwaardige openbare ruimte verhoogt de winkelbeleving en uiteindelijk het waardeoordeel van de consument. Net als bij parkeren kan ook de openbare ruimte een negatieve factor zijn: uit een verloederde, verpauperde, onprettige of onveilige openbare ruimte blijven mensen weg. De aanwezigheid van hangjongeren, overlast en onveiligheid in een winkelgebied kan leiden tot afnemende bezoekersaantallen, een onaantrekkelijk vestigingsklimaat en zelfs vertrekkende winkels. De levendigheid en economische activiteiten kunnen in een dergelijk gebied enorm afnemen.

Detailhandel ondersteunende functies

Horeca

(Dag)horeca vormt een goede aanvulling op detailhandel. Beide functies trekken publiek aan en daardoor versterken ze elkaar. Hoe meer publiek, hoe meer potentiële klanten. Na een daling van het aantal horecavestigingen is dit weer aangetrokken. De landelijke trend is overigens dat het aantal horecavestigingen in binnensteden aantrekt. Dit past in de trend van de toenemende functie van de binnenstad als beleving.

Momenteel ziet de horeca-structuur van de Haarlemse binnenstad er globaal als volgt uit:

- in de hoofdwinkelstraten komt af en toe een (dag)horecabedrijf voor, zoals lunchrooms, broodjeszaken en koffiezaken;
- cafés en terrassen zijn vooral geconcentreerd op de Grote Markt, Riviervischmarkt, Oude Groenmarkt, Damstraat en Spaarne, Botermarkt, Hortusplein (Raaks);

- een afwisseling van winkels en cafés of restaurants is te vinden in o.a. de Lange Veerstraat en Korte Veerstraat;
- er is sprake van een toenemend aantal **mengconcepten** (binnen één pand), waarbij winkels met daghoreca gecombineerd worden; in het centrum is op basis van de regels in de huidige bestemmingsplannen winkel ondersteunende horeca toegestaan met een maximum van 30% van het winkelvloeroppervlakte. Met de Centrum Management Groep is afgesproken om de regelgeving bij winkel ondersteunende horeca of horeca ondersteunende winkelruimte in een afzonderlijke horeca notitie voor het centrum uit te werken.

Ambulante handel en Evenementen

De markt zorgt voor extra publiek in de binnenstad. Wel dient er een balans te zijn tussen terrassen, evenementen en de markt. Evenementen kunnen zorgen voor een positief imago van de stad en een economische bijdrage leveren, doordat toeristen hun geld in de stad uitgeven en wellicht nog eens terugkomen voor andere activiteiten. Haarlem moet zich wel blijven richten op evenementen waarmee zij zich als stad onderscheidt. Uitgangspunt is het faciliteren van nieuwe ontwikkelingen zowel binnen als buiten het centrum. De ruimte die geboden wordt voor vier weekendmarkten in het zomerseizoen op het Nieuwe Energie terrein in de Waarderpolder is een voorbeeld van het faciliteren van nieuwe concepten als foodtrucks.

Bijlage 1: Overige winkelgebieden Haarlem

Wijkcentra

Ondersteunend aan de stadsdeelcentra is er in Haarlem een dicht netwerk van wijkcentra. Wijkwinkelcentra zorgen er met hun supermarkten voor dat Haarlemmers dicht bij huis hun dagelijkse boodschappen kunnen doen. In het verleden heeft de gemeente ruimte gegeven voor de realisering van nieuwe clusters in wijkwinkelcentra en in de vernieuwing van bestaande centra. Tot de belangrijkste wijkcentra behoren qua omvang en functie in de stadsdelen:

Deelgebied	Naam	M ² wvo	Aantal vkp	Supermarkten	Opmerkingen
Noord	Marsmanplein	5.235	28	Albert Heijn en Plus	In 2013 geheel vernieuwd
Zuidwest	Westergracht	3.000	6	Albert Heijn en Aldi	In 2011 is eerste fase gerealiseerd
Zuidwest	Zijlweg	3.233	20	Smaczek	Albert Heijn-Spoorwegstraat op korte afstand
Oost	Amsterdamstraat	3.294	23	Dekamarkt	
Oost	Prinses Beatrixplein	1.840	13	Dekamarkt	

Tabel 11 Aanbod wijkcentra (detailhandel in gebruik, dus exclusief leegstand)

Bron: Locatus, 2016

Wijkcentrum Marsmanplein

Het winkelcentrum Marsmanplein is in 2013 geopend na een forse herontwikkeling. Het aantal winkels is hierdoor verdubbeld van 14 in 2001 naar 28 nu en ook het winkeloppervlakte is verdubbeld, naar ruim 5.000 m² wvo. Het aanbod betreft vooral dagelijkse goederen en bestaat uit twee supermarkten (Plus en Albert Heijn) en diverse speciaalzaken. Met de herontwikkeling is ook een ondergrondse parkeergarage met 107 plekken voor winkelend publiek gerealiseerd.

Wijkcentrum Westergracht (Plaza West)

Het winkelcentrum Plaza West aan de Westergracht is sinds november 2013 geopend en biedt voornamelijk dagelijks aanbod. Het supermarktaanbod bestaat uit Albert Heijn en Aldi met daarbij Etos en Gall & Gall. Begin 2015 heeft ook Action er een winkel geopend.

Wijkcentrum Zijlweg

Het wijkcentrum Zijlweg ligt tussen het viaduct van de spoorlijn en de Raaksbruggen. De Zijlweg is een toegangsweg aan de westzijde van de binnenstad. Er is een groot aantal winkels en andere vormen van bedrijvigheid, zoals gezondheidszorg, horeca en een kapperszaak. In totaal zijn er 20 detailhandelsvestigingen te vinden met een totaal oppervlak van 3.233 m² wvo. 13 van de 20 winkels verkopen niet-dagelijkse goederen. De supermarkt ligt op korte afstand van de Zijlweg, aan de Spoorwegstraat.

Wijkcentrum Amsterdamstraat

Al decennia lang is de Amsterdamstraat het winkelgebied van de wijk Haarlem-Oost. Het winkelgebied is een historisch gegroeid winkellint langs een belangrijke toegangsweg van Haarlem-Oost naar het Centrum. Het aanbod in de Amsterdamstraat staat vanaf 2001 onder druk. In totaal zijn er nu 23 winkels te vinden, tegenover 22 in 2001. Het aantal vierkante meters is gedaald, van 3.600 naar 3.294 m² wvo. Van de 23 winkels in deze straat, verkopen 12 vestigingen niet-dagelijkse goederen. Het dagelijkse aanbod bestaat uit 1 supermarkt en diverse speciaalzaken.

Wijkcentrum Prinses Beatrixplein (Zuiderpark)

Het winkelcentrum Zuiderpark is gelegen aan de rand van de wijk Parkwijk, in de nabijheid van de drukke Prins Bernardlaan. Het is een typisch buurtcentrum uit de jaren 60, in carrévorm gebouwd met de winkelvestigingen aan de randen. Het winkelcentrum op het Prinses Beatrixplein telt 13 winkels, waarvan 9 dagelijkse goederen verkopen. In totaal is er 1.840 vierkante meter aan detailhandel aanwezig. Het dagelijkse aanbod bestaat uit een supermarkt, een supermarkt met producten gericht op niet-westerse allochtonen en diverse speciaalzaken. De detailhandelsfuncties worden ondersteund door diensten, zoals kapsalons en horeca.

Overige winkelgebieden en winkels

Naast de binnenstad, de twee stadsdeelcentra en de wijkcentra heeft Haarlem een groot aantal kleine winkelcentra.¹⁷ Een deel van die winkelcentra hebben een supermarkt als belangrijkste trekker in het winkelgebied. Daarnaast zijn er ook een aantal supermarkten solitair gevestigd.

De dagelijkse boodschappencentra zijn goed verspreid over de stad. De verspreid gelegen winkels(clusters) vormen een aanvulling op de wijkwinkelcentra in de hoofdwinkelstructuur. De verspreid gelegen winkels zijn minder toekomstbestendig dan de wijkwinkelcentra en de winkelcentra met grotere supermarkten.

Deelgebied	Naam winkelgebied	M ² wvo	Aantal vkp	Supermarkt (regulier)	Opmerkingen
Centrum	Spaarnwouderstraat	369	7	-	
Centrum	Station Haarlem	407	8	-	
Noord	Kleverpark	1.415	14	-	
Noord	Plesmanplein	765	5	Dekamarkt	
Noord	Rijkstraatweg - Planetenlaan	2.425	6	Dekamarkt	
Noord	Rijkstraatweg - Vergierdeweg	610	9	-	
Noord	Rijkstraatweg - Zaanenlaan	2.250	20	Dekamarkt	
Noord	Santpoorterstraat	1.544	9	Dekamarkt	
Noord	Soendaplein	2.837	7	Albert Heijn	Op korte afstand van de Generaal Cronjéstraat
Oost	Hannie Schaftstraat	770	4	Aldi	
Oost	Van Zeggelenplein	515	10	-	Op korte afstand van Prinses Beatrixplein
Schalkwijk	Belgiëlaan	1.525	5	Vomar	
Schalkwijk	Boerhaave Passage	1.055	4	Lidl	
Schalkwijk	Italiëlaan	635	7	-	
Schalkwijk	Meerwijk Centrum	2.665	8	Vomar	In 2006 vernieuwd
Schalkwijk	Molenwijk Haarlem	1.170	6	Jumbo	
Zuidwest	Spoorwegstraat	2.359	4	Albert Heijn	Op korte afstand van de Zijlweg
Zuidwest	Ramplaan	255	5	Dekamarkt	
Zuidwest	Stephensonstraat	4.270	9	Vomar	
Zuidwest	Wagenweg Haarlem	1.462	13	-	
Zuidwest	Houtplein	2.585	19	Ekoplaza	

¹⁷ Locatus onderscheidt 21 kleine winkelgebieden in Haarlem. Een concentratie winkels wordt als winkelgebied aangemerkt dat er minimaal 5 winkels gevestigd zijn of 3 winkels met minimaal 1 supermarkt van 500 m² wvo.

Naast bovengenoemde winkelgebieden, zijn er ook een aantal gebieden die niet voldoen aan de criteria die Locatus aan een winkelgebied stelt.

PDV

In de jaren '70 en '80 ontstonden in de periferie (buiten de reguliere winkelgebieden) voor de auto goed bereikbare winkellocaties voor volumineuze goederen die moeilijk inpasbaar waren in de reguliere winkelgebieden. Het gaat om de zogenaamde ABC-goederen (auto's, boten en caravans), bouwmarkten, tuincentra en woninginrichtingszaken, zoals meubel- en keukenzaken. Door deze thematisch te clusteren werd de consument beter gefaciliteerd en nam de concurrentiekracht voor de ondernemers toe. Voorbeelden zijn de woonboulevards in Beverwijk en Cruquius in de Haarlemmermeer en de autoboulevard Pijlsaan aan de Eysinkweg in Haarlem-Zuid West.

In Haarlem is gekozen voor een beperkte Perifere Detailhandelsvoorzieningen-cluster (PDV) bij de Spaarneboog/Paul Krugerkade aan de Spaarndamseweg en een IKEA-vestiging bij station Spaarnwoude in Waardhuizen (Oostpoort). Overig aanbod is verspreid over de stad gevestigd en bestaat uit drie bouwmarkten (Karwei Haarlem Zuid-West, Karwei Haarlem-Noord en Gamma Haarlem-Oost in Waarderpolder) en een aantal verspreid gelegen kleinschalige bouwmarkten.

Overige aanbodvormen

Ambulante handel

De ambulante handel is een aparte vorm van detailhandel met de markt als bekendste vorm. De markt is een aanvulling op de detailhandel in winkels, waarmee extra bezoekers naar de stad worden getrokken. Om de kwaliteit van de markten te bewaken dient er voldoende gevarieerd en aanvullend aanbod te zijn.

Afhaalpunten

Afhaalpunten voor internethandel hebben meerdere ruimtelijke gezichten. Gewoonlijk worden drie hoofdvormen onderscheiden, te weten:

- Internetverkoop zonder klantcontact ter plaatse;
- Internetverkoop met een afhaallocatie waar goederen slechts kortdurend worden opgeslagen en consumenten alleen kunnen afhalen (en evt. retourneren);
- Internetverkoop met een afhaalfunctie waar tevens goederen worden opgeslagen en getoond aan de consument (en andere activiteiten plaatsvinden zoals presenteren, kopen, bestellen en ruilen van artikelen).

Met uitzondering van de eerste categorie, waar geen fysiek klantcontact is, wordt internetverkoop met klantcontact gewoonlijk als detailhandel gezien.

Gemakswinkels

Vormen van detailhandel die ondersteunend en ondergeschikt zijn aan de hoofdfunctie, en die een gemaksfunctie hebben voor de bezoekers van de betreffende voorziening vallen onder de gemakswinkels. Vaak gaat het om aanbod van convenience-achtig foodassortiment op vervoersknooppunten zoals benzinestations of treinstations.

Bijlage 2: Uitgangspunten distributieplanologische berekeningen

Bij de berekening van de distributieve mogelijkheden is uitgegaan van de volgende uitgangspunten:

- Het huidige aantal inwoners in het relevante verzorgingsgebied –hier de gemeente Haarlem - en de verwachting voor 2020. Dit is 158.140 voor de huidige situatie en 164.000 voor de situatie in 2020.
- Een gemiddelde besteding in de per hoofd van de bevolking per jaar (exclusief BTW, op basis van kengetallen op detailhandel.info, 2016). Het inkomensniveau in het verzorgingsgebied ligt 10% boven het Nederlandse gemiddelde. De bestedingen zijn hiervoor gecorrigeerd (met een prijselasticiteit van 0,25 voor de dagelijkse sector en 0,5 voor de niet-dagelijkse sector en de PDV-branches). De bestedingen worden richting 2020 constant verondersteld.
- De gebruikte koopstromen hebben betrekking op de gemeente Haarlem en zijn afkomstig uit het Koopstromenonderzoek Randstad (KSO2011). *Ter illustratie: de koopkrachtbinding van de dagelijkse sector in Haarlem bedraagt 89%. Dat wil zeggen: van elke euro die inwoners van Haarlem aan dagelijkse boodschappen uitgeven, komt 89 eurocent terecht bij winkels in Haarlem. De overige 11 eurocent vloeit af naar winkels in de omgeving. De koopkrachttoevloeiing bedraagt 15% in de dagelijkse sector. Oftewel: van elke euro die winkeliers in de dagelijkse sector in Haarlem omzetten, is 15 eurocent afkomstig van consumenten die buiten Haarlem wonen.* Richting 2020 worden de koopstromen – bij gelijkblijvend winkelaanbod – constant verondersteld.
- Een gemiddelde vloerproductiviteit per sector exclusief BTW (bron: detailhandel.info, 2016). De vloerproductiviteit is de gemiddelde omzet per m² wvo per jaar. Ook deze wordt in 2020 constant verondersteld.
- Het gevestigd winkelaanbod in de betreffende sector in Haarlem, dus exclusief leegstand (bron: Locatus Verkooppunt Verkenner, 2016).

Door vraag en aanbod met elkaar te confronteren kunnen indicatief uitspraken worden gedaan over het daadwerkelijk functioneren van het gevestigde aanbod, en over de situatie in 2020. Bij een sterk bovengemiddeld functioneren in 2020 is sprake van distributieve uitbreidingsmogelijkheden, al dan niet als gevolg van bevolkingsgroei. Bij een sterk ondergemiddeld functioneren in 2020 is sprake van overaanbod.

Bijlage 3: Begrippenlijst

Bedrijfsvloeroppervlak (BVO)

Het bedrijfsvloeroppervlak (BVO) is de totale vloeroppervlakte van een kantoor, winkel, bedrijf of voorziening met inbegrip van de daartoe behorende magazijnen en overige dienstruimten.

Dagelijkse sector

Winkels in Levensmiddelen en Persoonlijke Verzorging. Dit betreffen onder meer supermarkten, versspecialzaken, drogisterijen, parfumeries en apotheken.

Distributieve berekening

Een veelgebruikt rekeninstrument om het huidige functioneren en eventuele indicatieve uitbreidingsruimte voor detailhandel in de toekomst te kunnen duiden. In de distributieve berekening wordt het huidige gevestigde aanbod in een specifieke branche (bijvoorbeeld dagelijkse detailhandel) in Haarlem vergeleken met het landelijke gemiddelde. Daarbij wordt de gemiddelde vloerproductiviteit berekend van het in Haarlem gevestigde aanbod. Het verschil tussen de gerealiseerde vloerproductiviteit en de landelijke gemiddelde vloerproductiviteit bepaalt of de desbetreffende branche boven- of ondergemiddeld functioneert. Het verschil tussen de gerealiseerde en gemiddelde vloerproductiviteit kan worden opgevat als indicatieve uitbreidingsruimte, dan wel overaanbod.

GDV-winkels (Grootschalige Detailhandels Vestigingen)

Hier is niet het volume van het artikel bepalend, maar de omvang van de winkel. Het gaat om winkels met een winkelvloeroppervlak van minimaal 1.500 m² per bedrijfsvestiging in één branche. Shop-in-Shop is niet toegestaan. Voor GDV-winkels gelden in principe geen branchebeperkingen, hoewel dagelijkse artikelen zijn uitgesloten.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied.

Koopkrachtbinding

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

Koopkrachttoevloeiing

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

Koopstromen/Kooporiëntatie

Koopkrachtbewegingen door binding, afvloeiing en toevloeiing van koopkracht.

Leegstand

Een unit/verkooppunt/pand met een commerciële bestemming, zonder dat daar een functie is gevestigd. Een leegstaand pand kan in het verleden een winkel zijn geweest, maar ook een andere

functie hebben gehad (zoals een ambacht, horeca of dienstverlening). Ook bij eventuele invulling van het pand kunnen naast een winkel ook andere functies gevestigd worden.

Locatus

Locatus is een onafhankelijke commerciële dienstverlener die informatie verzamelt over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven. Veldwerkers bezoeken en onderzoeken jaarlijks alle winkelgebieden in de Benelux. De verzamelde gegevens, zoals (winkel)naam, winkelverkoopvloeroppervlak en branche worden geregistreerd in de database. Er wordt daarnaast ook een indeling in winkelgebieden aan gekoppeld en winkelgebieden worden geclassificeerd.

Niet-dagelijkse Sector (regulier)

Winkels in Mode & Luxe, Vrije Tijd en Elektronica. Dit betreffen de branches warenhuizen, kleding & mode, schoenen & lederwaren, huishoudelijke & luxe artikelen, juwelier & optiek, antiek & kunst, sport & spel, hobby, media en bruin & witgoed. Deze branches treffen we gewoonlijk aan in de centrale en ondersteunende winkelgebieden.

PDV-winkels (Perifere Detailhandels Vestigingen)

Deze winkels verkopen vooral volumineuze artikelen. Qua branches zijn ze beperkt tot doe het zelf bouwmarkten en winkels in meubels en woninginrichting. Deze veelal grote(re) vestigingen met volumineuze goederen pasten fysiek veelal niet in gewone winkelcentra en werden daarom daarbuiten, bijvoorbeeld op bedrijventerreinen, toegestaan.

Perifere winkellocaties

Voor de leesbaarheid de begrippen perifere locaties, PDV-locaties en GDV-locaties, naast elkaar gebruikt. Qua bestemmingsplan verschilt een PDV-locatie echter wel van een GDV-locatie. De term perifeer betekent in deze context perifeer ten opzichte van de bestaande winkelcentra, maar wel binnen de bebouwde kom.

Winkelvloeroppervlak (WVO)

Het winkelvloeroppervlak betreft het winkeloppervlak wat in gebruik is voor de directe verkoop van goederen. Het betreft het voor de klant toegankelijke verkoopruimte van de winkel, oftewel het totale bedrijfsvloeroppervlakte minus eventueel kantoor-, personeels- en magazijnruimte, toiletten etc.

Bronnenlijst

PBL (2015) De Veerkrachtige binnenstad <http://www.pbl.nl/publicaties/de-veerkrachtige-binnenstad>

I&O Research (2011) Koopstromenonderzoek Randstad 2011

Locatus (2016) Retailrapport Haarlem

CBS (2013) Gevarieerder winkelaanbod in veel winkelcentra <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2013/01/gevarieerder-winkelaanbod-in-veel-winkelcentra>