



Nieuw perspectief voor de Haarlemse hoofdwinkelstraten

Stec Groep aan de gemeente Haarlem, CMG en VEBH

Martijn Exterkate & Hub Ploem
22 april 2021

Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
1.1	Achtergrond.....	3
1.2	Onze aanpak	3
1.3	Leeswijzer	3
2	Structuur binnenstad Haarlem	4
2.1	Haarlemse binnenstad in transitie.....	4
2.2	Hoofdwinkelstraten in beeld	6
2.2.1	Barteljorisstraat	7
2.2.2	Grote Houtstraat Noord.....	8
2.2.3	Grote Houtstraat Midden-Noord.....	9
2.2.4	Grote Houtstraat Midden-Zuid.....	10
2.2.5	Grote Houtstraat Zuid	11
2.3	De hoofdwinkelstraat volgens investeerders en experts.....	12
2.4	Kansrijke marktsegmenten voor de hoofdwinkelstraten.....	13
3	Advies strategie hoofdwinkelstraten	14
3.1	Strategie.....	14
3.2	Propositie deelgebieden.....	15
3.2.1	Deelgebied A: Nederlandse toplocatie voor sterke merken, flagshipstores en brandstores	15
3.2.2	Deelgebied B: Kraamkamer voor Haarlems ondernemerschap.....	16
3.2.3	Deelgebied C: 'De Delicatessen van Haarlem'	17
3.3	Adviezen voor vervolg	17
	Bijlagen	19
	Proces en gesproken partijen.....	19
	Marktanalyse detailhandel	19
	Marktanalyse horeca	22
	Marktanalyse wonen	24
	Marktanalyse leisure.....	25
	Marktanalyse flexconcepten	26

1 Inleiding

1.1 Achtergrond

De Haarlemse hoofdwinkelstraten, de Grote Houtstraat en Barteljorisstraat, staan onder druk. Dit is een ongekende situatie. Deze A1-straten hebben vele jaren uitstekend gefunctioneerd en waren stevast in beeld bij grote retailers. Er ontstaat echter steeds meer leegstand, met name van grotere panden. Het is van groot belang de hoofdwinkelstraten in Haarlem sterk te houden: zij vormen de levensaders van de binnenstad en takken direct aan op vele (winkel)straten die de binnenstad kent. Verdere terugloop in de hoofdwinkelstraten heeft een één-op-één effect op routing, passantenstromen en daarmee de vitaliteit van de binnenstad als geheel.

Tegelijkertijd zitten omliggende gemeenten en (winkel)centra niet stil. Ook zij trekken aan inwoners, bezoekers en toeristen. Het is van belang dat Haarlem voorop blijft lopen en haar aantrekkingskracht behoudt. Vast staat dat onderscheidend blijven en inspelen op veranderend consumentengedrag noodzakelijk is tot een succesvolle toekomst voor de Haarlemse hoofdwinkelstraten. Daardoor blijft Haarlem een aantrekkelijk alternatief voor concurrerende locaties in de regio.

U vraagt ons om een advies over het toekomstig perspectief van de Haarlemse hoofdwinkelstraten. U wilt in een beknopt document de kansen en mogelijkheden zien, met daarin aandacht voor de mogelijke verbreding van functie(s) en/of winkelformule(s) en passend/aansluitend bij de andere kleinere winkelstraten in de binnenstad, zoals de Gouden Straatjes.

Hierbij beschouwen we de Barteljorisstraat en in het bijzonder de Grote Houtstraat niet als één geheel, maar zoomen we in op delen van deze straten. Zij zijn immers verschillend aangehaakt op het kernwinkelgebied met verschillende profielen en dichtheden van passanten.

1.2 Onze aanpak

Voor de totstandkoming van dit advies is een breed aantal experts en vastgoedpartijen geraadpleegd. Ook zijn diverse analyses uitgevoerd. Samengevat zijn de volgende processtappen ondernomen:

1. Februari: Schouw binnenstad.
2. Februari: Marktonderzoek en ruimtelijk-functionele analyse van hoofdwinkelstraten en binnenstad.
3. Maart: Sessie landelijke experts over meest recente inzichten hoofdwinkelstraten en transformatie-opgaven en kansen.
4. Maart: Individuele gesprekken met vastgoedeigenaren met bezit in de Haarlemse hoofdwinkelstraten.
5. Maart: Eerste strategiebepaling Haarlemse hoofdwinkelstraten op basis van analyse, gesprekken en expertise.
6. Maart: Toetsing strategie door landelijke investeerders.
7. April: Presentatie aan Centrum Management Groep (CMG) Haarlem.
8. April: Presentatie aan werkgroep leegstand van CMG Haarlem.

1.3 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk beschrijven we de structuur van de Haarlemse binnenstad en zoomen daarbij in op de hoofdwinkelstraten. Ook leest u hier het perspectief dat is geschetst door landelijke en lokale experts en investeerders. Daarna volgt in hoofdstuk 3 ons advies voor een strategie voor de hoofdwinkelstraten.

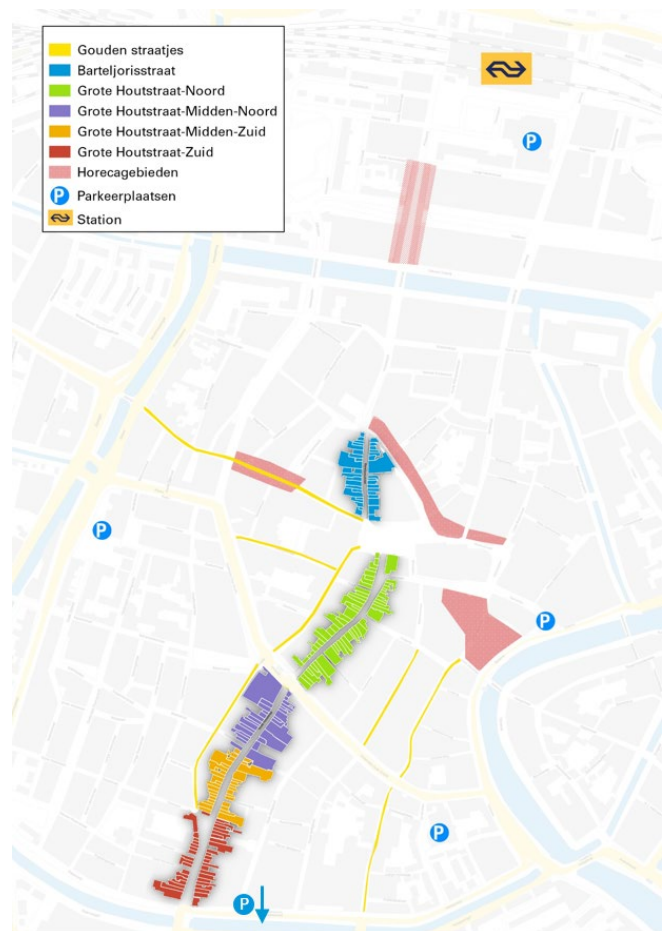
In de bijlage is een overzicht opgenomen van gesproken personen/organisaties tijdens deze beknopte opdracht. Ook geven we in de bijlage een nadere uitwerking van de marktanalyse.

2 Structuur binnenstad Haarlem

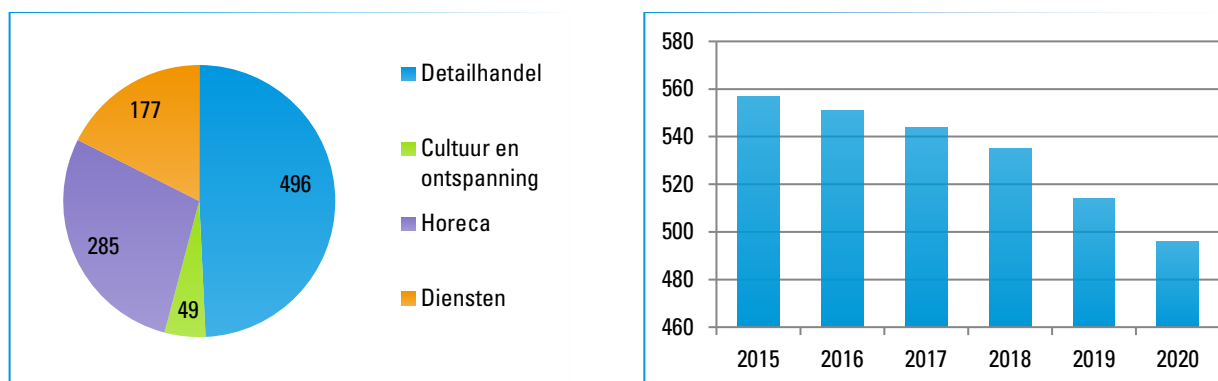
2.1 Haarlemse binnenstad in transitie

Binnenstad vershift van kleur

De binnenstad van Haarlem heeft van oudsher een sterke regiofunctie. Met een uitgebreid winkel-, horeca- en evenementenaanbod in een unieke en historische ambiance heeft de binnenstad een eigen positie in het krachtenveld van Amsterdam, Amstelveen, Utrecht, Alkmaar en Hoofddorp. De Haarlemse binnenstad beschikt met ruim 1.000 winkels, horecazaken, culturele functies en dienstverleners over een zeer breed en divers palet aan publiekstrekkers. De Haarlemse hoofdwinkelstraten Barteljorisstraat en Grote Houtstraat vormen de 'levensaders' van de binnenstad en zijn bepalend in de routing van de bezoeker. Rondom de hoofdwinkelstraten, de Grote Markt en Smedestraat is een groot dwaalmilieu gegroeid onder de noemer Gouden Straatjes, met een variatie aan specialistische winkels, horeca, cultuur en ambachten. Winkels zijn in de binnenstad dominant in het straatbeeld; samen zijn zij goed voor de helft van het aantal voorzieningen. Wel is winkelfunctie steeds minder prominent. Sinds 2015 is het aantal winkels met 60 afgenomen. Horeca en dienstverleners, maar ook leegstand, zijn in de plaats gekomen. De binnenstad vershift kortom steeds meer van kleur. Naast winkels zijn anno 2020 de meeste panden ingevuld met horeca (bijna 30%) en dienstverleners (zoals kappers, schoonheidssalons en ambachten).



Figuur 1: Functiemix binnenstad (2020, links) en ontwikkeling aantal winkels (rechts)



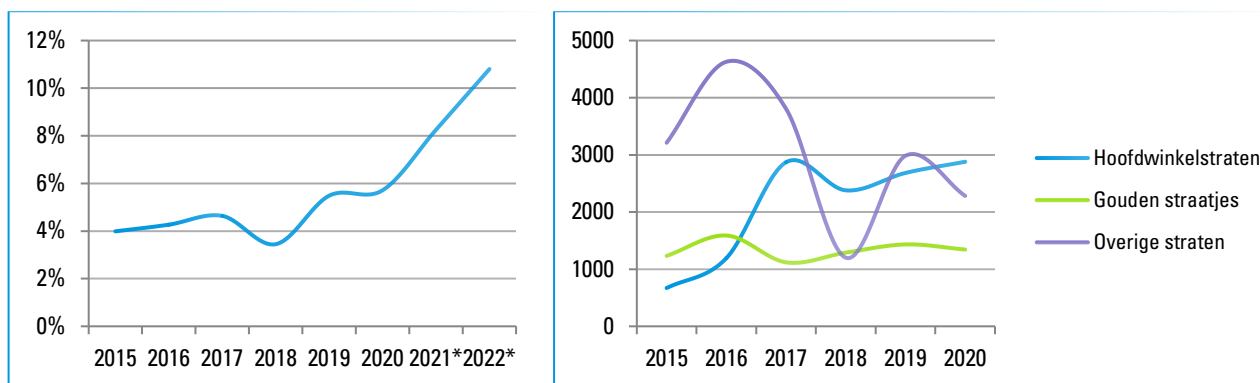
Leegstand op gezond niveau, maar forse stijging verwacht

De leegstand in de binnenstad van Haarlem ligt op een gezond frictieniveau¹ van de 6% (2020, zie figuur 2). Haarlem houdt dit niveau al een langere periode vast: in de afgelopen vijf jaar schommelde de leegstand tussen de 4 en 6%. De Haarlemse binnenstad scoort op het vlak van leegstand aanzienlijk beter dan andere binnensteden. Gemiddeld genomen lag de leegstand in de vijftig grootste binnensteden de afgelopen vijf jaar tussen de 11 en 14%. Ook in enigszins vergelijkbare binnensteden met een sterke regionale positie zoals Alkmaar (12%), Den Haag (7%), Utrecht (8%) en Zwolle (11%) lag de leegstand hoger. De komende jaren wordt echter ook in Haarlem een toename van leegstand verwacht, hoofdzakelijk als gevolg van de negatieve effecten van de coronasituatie. Het PBL (december 2020) gaat uit een leegstand van bijna 11% in 2022. Dit is nagenoeg een verdubbeling van de huidige situatie. De Haarlemse binnenstad staat volgens dit onderzoek in de top vijf binnensteden waar de leegstand het sterkst toeneemt. Oorzaken zijn onder andere de branchering (relatief veel mode- en schoenenzaken, sterk kwetsbare branches), grote horeca-aanbod, regionale positie (consumenten mijden in coronatijd grote binnensteden en kopen vaker lokaal) en sterke terugval in toerisme.

Juist in hoofdwinkelstraten neemt de leegstand toe

De leegstand manifesteert zich in de afgelopen vijf jaar in toenemende mate in de Haarlemse hoofdwinkelstraten. Dit past binnen een landelijk beeld² op A-locaties in binnensteden. De Haarlemse situatie is dan ook niet uniek op dit vlak. Momenteel staat bijna 3.000 m² wvo leeg. In 2015 lag dit nog onder een niveau van 1.000 m² wvo. In vierkante meters en aantal panden ligt het leegstandsniveau op circa 9%. De leegstand in de hoofdwinkelstraten wordt steeds structureler: sinds 2017 heeft er geen substantiële daling plaatsgevonden. Positief is dat er recent investeringsplannen zijn in de Grote Houtstraat-Noord, welke potentieel leiden tot een afname van 1.000 m² leegstand in dit deel. Tegenover de problematiek in de hoofdwinkelstraten is in de Gouden Straatjes juist sprake is van beperkte leegstand van ruim 1.000 m² (circa 6% in aantal panden en oppervlak). Dit ligt op een redelijk stabiel niveau de afgelopen jaren. In de overige delen van de binnenstad ontwikkelt de leegstand zich grillig.

Figuur 2: Leegstandspercentage binnenstad (panden) en winkelleegstand naar type straten (in m²)



Bron: Locatus 2021, bewerking Stec Groep

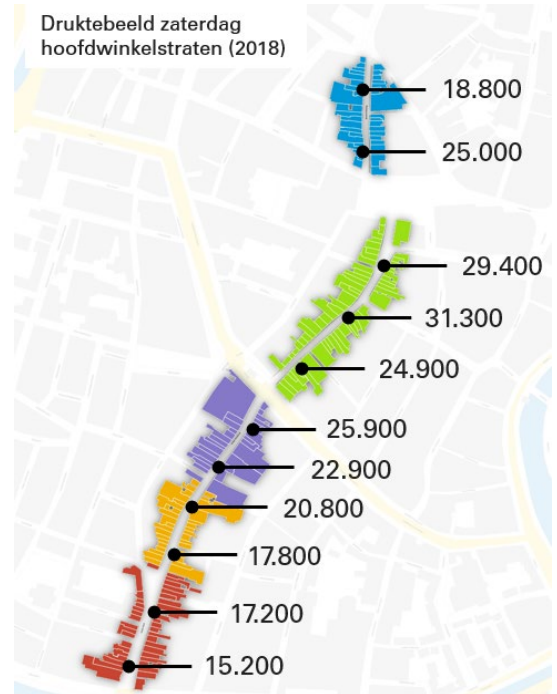
¹ Frictieniveau: een leegstand van 5 á 6% is van belang voor het goed functioneren van de winkelmarkt. Op dit niveau is er voldoende schuifruimte voor bestaande retailers en nieuwe toetreders, en zijn negatieve uitstralingseffecten van leegstand tegelijkertijd beperkt.

² Leegstand (aantal panden) op A1-locaties referentie binnensteden in 2018 (links) en 2020 (rechts): Alkmaar (1%, 3%), Amersfoort (5%, 6%), Amsterdam (0%, 2%), Apeldoorn (2%, 18%), Arnhem (2%, 10%), Breda (4%, 16%), Deventer (6%, 15%), Den Haag (0%, 8%), Enschede (5%, 7%), Groningen (2%, 5%), Maastricht (2%, 4%), Nijmegen (2%, 6%), Rotterdam (5%, 15%), Utrecht (6%, 5%), Venlo (2%, 6%), Zwolle (6%, 12%). Bron: Dynamis, 2020.

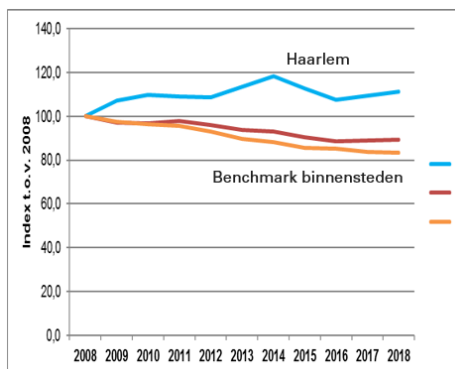
2.2 Hoofdwinkelstraten in beeld

Noordelijk deel hoofdwinkelstraten drukbezocht, sterke terugloop passanten zuidelijk deel

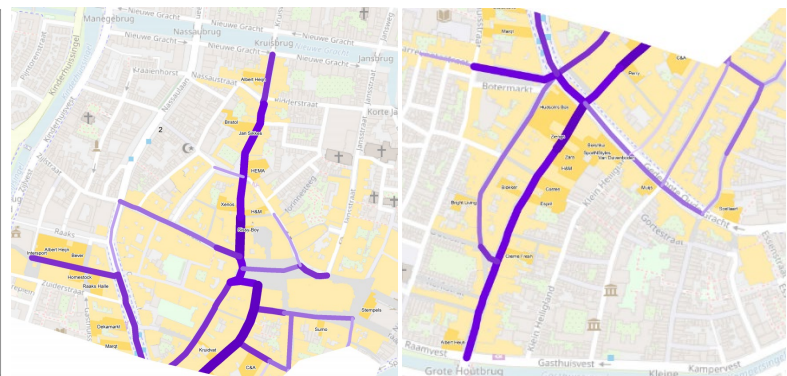
Volgens de meest recente passantentelling (2008-2018) ontwikkelt het aantal passanten in de Haarlemse binnenstad zich relatief goed. Het aantal bezoekers nam toe met bijna 15%, waar gemiddeld genomen het aantal bezoekers juist daalde in binnensteden. In de binnenstad van Haarlem ligt het aantal passanten hoogst in de hoofdwinkelstraten. Bijna de helft van de bezoekers aan de binnenstad bezoekt (een deel van) de hoofdwinkelstraten. Op de drukste dag van de week, zaterdag, lopen tussen de 20.000-25.000 bezoekers door de Barteljorisstraat (2018). In het noordelijk deel van de Grote Houtstraat ligt het aantal bezoekers rond de 30.000. Naarmate de zuidelijker in de Grote Houtstraat neemt het aantal passanten zeer sterk af. Vanaf de kruising met de Nieuwstraat ligt het aantal passanten circa een derde lager dan de drukste punten in de hoofdwinkelstraat. Een aanzienlijk deel van de bezoekers keert kortom terug of slaat een andere weg in, bijvoorbeeld in de Nieuwstraat/ Gierstraat of de Gedempte Oude Gracht. Oorzaak is onder andere de langgerechte opzet van de hoofdwinkelstraten en te weinig aantrekkingskracht voor consumenten om de volledige straat uit te lopen (ontbreken van trekkers en aangenaam verblijfsklimaat). Naast de hoofdwinkelstraten en de verbinding via de Grote Markt zijn de straten Botermarkt, Kruisstraat (verbinding station en Barteljorisstraat) en de Gedempte Oude Gracht relatief drukbezocht.



Figuur 3: Ontwikkeling passanten (links), passanten noord 2018 (midden), passanten zuid 2018 (rechts)



Bron: Locatus, 2018

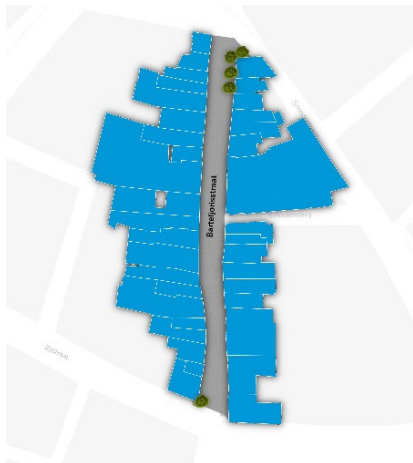


Inzoomen op onderdelen van de hoofdwinkelstraat

Gelet op de verschillende kenmerken en verschillend functioneren van deelgebieden binnen de Haarlemse hoofdwinkelstraten gaan we dieper in op deelgebieden. De gebieden zijn ingedeeld op basis van ruimtelijk-functioneel profiel, structuur en routing. We onderscheiden vijf deelgebieden: Barteljorisstraat, Grote Houtstraat Noord (Grote Markt-Gedempte Oude Gracht), Grote Houtstraat Midden-Noord (Gedempte Oude Gracht-Nieuwstraat), Grote Houtstraat Midden-Zuid (Nieuwstraat-Proveniershof) en Grote Houtstraat Zuid (Proveniershof-Kampersingel).

2.2.1 Barteljorisstraat

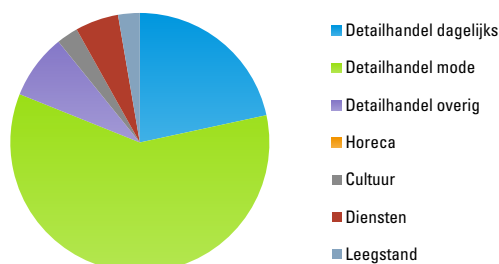
Barteljorisstraat



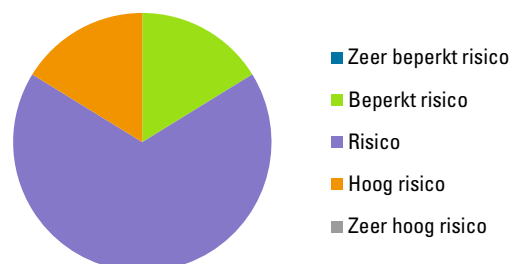
De Barteljorisstraat is één van de top-winkellocaties in Nederland en een belangrijke verbinding tussen het Centraal Station en De Grote Markt. De straat huisvest grote landelijke en populaire ketens zoals Rituals, Anna van Toor en Tommy Hilfiger. De straat is primair gericht op mode, aangevuld *health & beauty* (Rituals en Lush) diverse hoog segment levensmiddelenzaken (zoals Leonidas, Nespresso en Simon Levelt) en *home & living* (Bolia en Casa). De Barteljorisstraat functioneert zeer goed, kent minieme leegstand en heeft de afgelopen jaren ook nauwelijks leegstand gekend. Er is grote marktdynamiek met een jaarlijkse doorloop van huurders van 14%. Dit betekent dat eventuele leegstand snel wordt opgevuld en de straat gewild is bij veel spelers. De panden zijn klein tot middelgroot (<400 m²); dit sluit goed aan op de huidige gevraagde metrages in de markt. Door op de ligging midden in de structuur en centraal in de routing is de straat zeer robuust als winkellocatie. De Brinkmannpassage welke aantakt op de Barteljorisstraat wordt herontwikkeld tot onder andere woningen.

Winkelstraat-klassering	A1
Panden en oppervlak in gebruik (excl. leegstand)	36 panden, 4.940 m² wvo
Panden (klein: <100 m², middel: 100-500, groot: >500 m²)	Klein: 22, middel: 14, groot: 1
Leegstand in m², panden en % (in m² en panden)	50 m² wvo, 1 pand, 1% (wvo), 3% (panden)
Doorloop huurders (jaarlijks)	14%
Filialiseringsgraad	82%

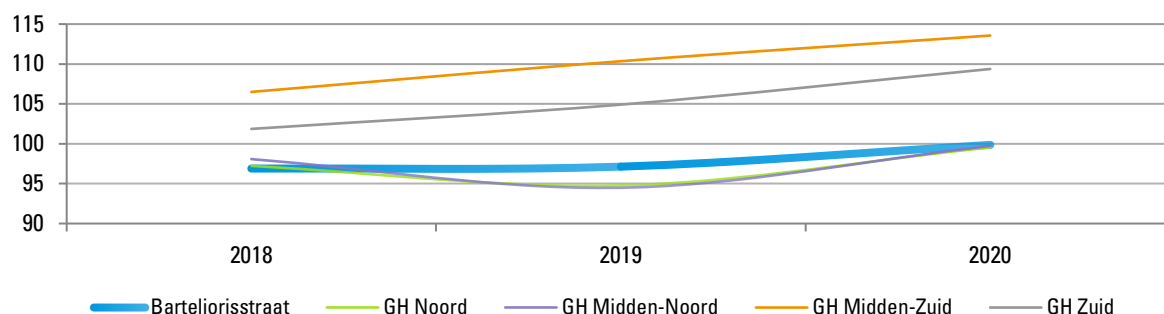
Functiemix



Risico op leegstand (RRI)



Risico op leegstand gemiddeld (RRI)



Uitleg figuren 'Risico op leegstand (RRI)'

De figuren 'Risico op leegstand (RRI)' zijn gebaseerd op scores van de Retail Risk Index van onderzoeksbureau Locatus. De RRI brengt het risicoprofiel van winkelpanden in kaart. De prestaties van het winkelpand, functioneren van de straat, branchering en vraag & aanbod bepalen een RRI-score en daarmee de toekomstige 'overlevingskansen' van de winkel. Panden met een score van 100 hebben een gemiddeld risico op leegstand, oplopend tot zeer hoog risico (130-150), aflopend tot zeer beperkt risico (<70).

2.2.2 Grote Houtstraat Noord

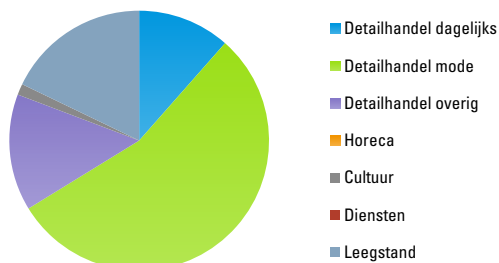
Grote Houtstraat Noord



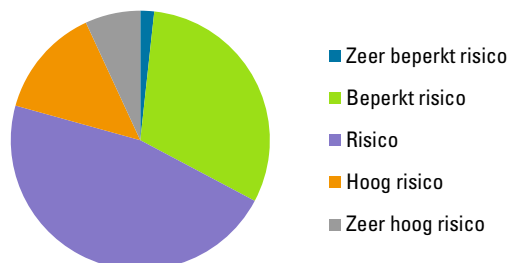
De Grote Houtstraat Noord ligt midden in het hart van de Haarlemse binnenstad en is de drukst bezochte locatie. Het is een verbindingssas tussen diverse hotspots zoals de Grote Markt, Anegang, Gedempte Oude Gracht en de Botermarkt. Naast dat straatbeeld primair is gevuld met mainstream-modeketens is het grote aantal schoenenzaken kenmerkend voor dit deel. Landelijke ketens worden afgewisseld met enkele lokale spelers zoals Ohanaa, Blanco en Pep & Lily. Naast mode en schoenen zijn diverse juweliers, drogisterijen, een speelgoedwinkel en diverse andere zaken actief. Ondanks het grote aantal passanten en sterke positie in de structuur is de leegstand in dit gebied uitzonderlijk hoog en deels meerjarig. Ook is de marktdynamiek minimaal; er zijn in de afgelopen jaren beperkt nieuwe spelers toegetreden. De leegstand zit met name in middelgrote panden van circa 300-500 m² wvo. Positief is dat er investeringsplannen zijn waarmee potentieel 1.100 m² ingevuld wordt met diverse spelers. Gelet op de uitstekende uitgangspositie van dit deelgebied is de opgave ook de overige leegstand in te vullen zodat het straatbeeld attractief blijft.

Winkelstraat-klassering	A1
Panden en oppervlak in gebruik (excl. leegstand)	57 panden, 7.570 m² wvo
Panden (klein: <100 m², middel: 100-500, groot: >500 m²)	Klein: 20, middel: 36, groot: 1
Leegstand in m², panden en % (in m² en panden)	1.645 m² wvo, 7 panden, 18% (wvo), 12% (panden)
Doorloop huurders (jaarlijks)	6%
Filialiseringsgraad	79%

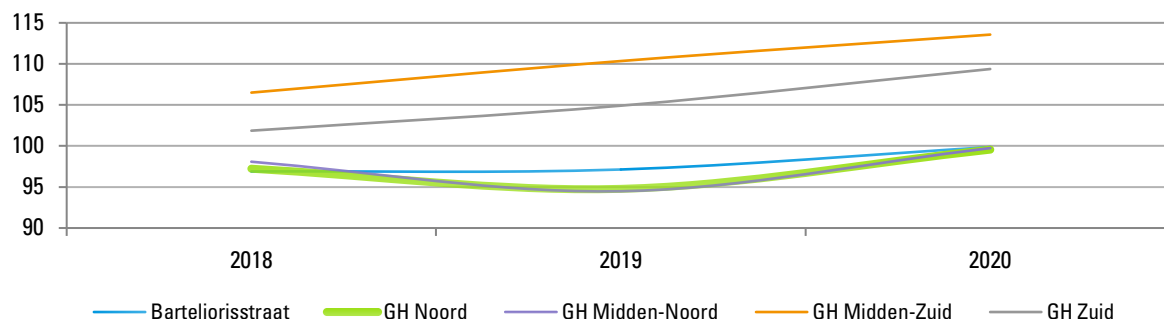
Functiemix



Risico op leegstand (RRI)

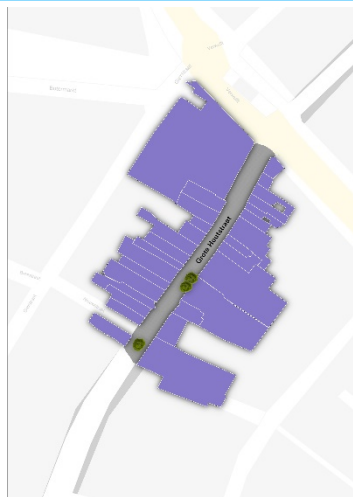


Risico op leegstand gemiddeld (RRI)



2.2.3 Grote Houtstraat Midden-Noord

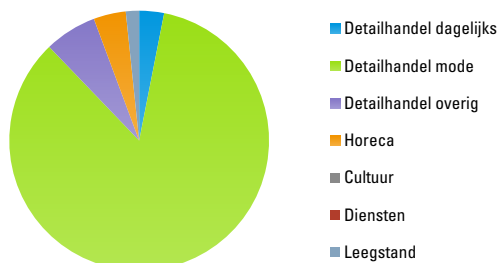
Grote Houtstraat Midden-Noord



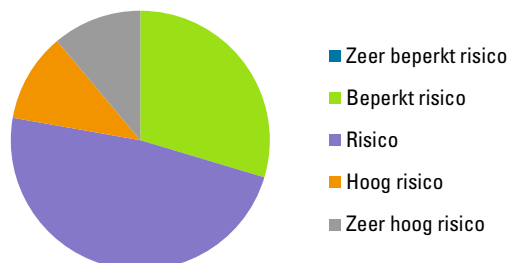
De Grote Houtstraat Midden-Noord heeft een onderscheidend profiel in de binnenstad vanwege een clustering van diverse grootschalige winkelunits en daarmee aantrekkingskracht op grote trekkers als H&M, Zara, Costes en Bershka. Het deelgebied heeft zware tegenslagen gehad met het vertrek van V&D en later Hudson's Bay. Met HEMA als sterke nieuwe huurder op de prominente locatie is de leegstand weer op gezond niveau. Van alle deelgebieden is het mode-profiel hier het meest dominant, en richten ketens zich het midden- en laagsegment. Dit deelgebied bestaat bovendien vrijwel enkel uit landelijke ketens en is in invulling vergelijkbaar met hoofdwinkelstraten elders in het land. Naast detailhandel zijn met McDonalds en een snackbar twee fastfoodspelers actief. Onderscheidende trekker is de Apple store in het zuidelijk deel, waardoor de loop in dit deelgebied zelf goed is. Sterk aandachtspunt is dat een aanzienlijk deel van de bezoekers in het zuidelijk deel bij de kruising Nieuwstraat teruglopen en in beperkte mate de Nieuwstraat inslaan. In het voormalig V&D pand wordt de komende periode de verdiepingen herontwikkeld naar wonen.

Winkelstraat-klassering	A1
Panden en oppervlak in gebruik (excl. leegstand)	26 panden, 9.300 m² wvo
Panden (klein: <100 m², middel: 100-500, groot: >500 m²)	Klein: 9, middel: 12, groot: 6
Leegstand in m², panden en % (in m² en panden)	156 m² wvo, 1 panden, 2% (wvo), 4% (panden)
Doorloop huurders (jaarlijks)	9%
Filialiseringsgraad	96%

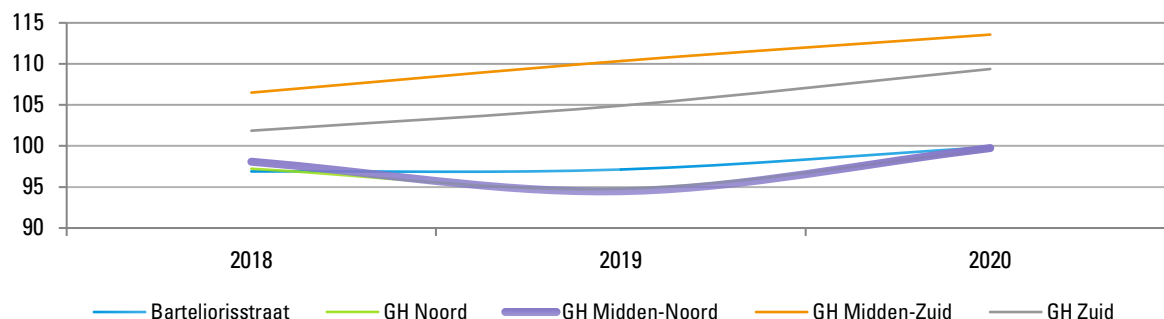
Functiemix



Risico op leegstand (RRI)

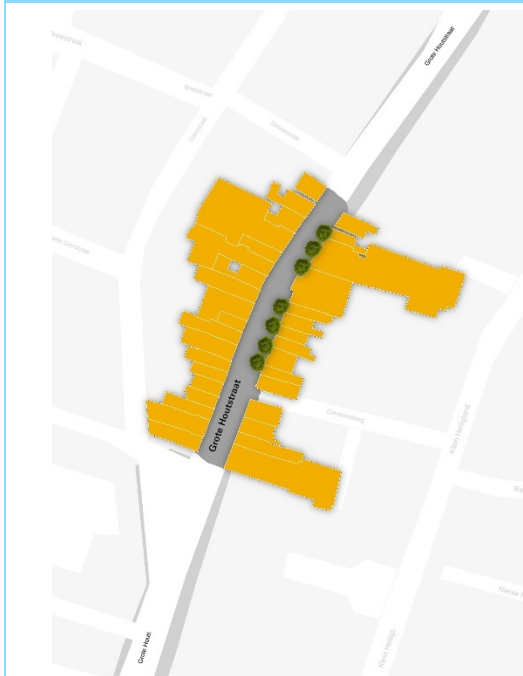


Risico op leegstand gemiddeld (RRI)



2.2.4 Grote Houtstraat Midden-Zuid

Grote Houtstraat Midden-Zuid



De Grote Houtstraat Midden-Zuid bestaat uit een gemeleerd winkelaanbod met naast zeven mode- en schoenenzaken een juwelier, optiek, kado-artikelenwinkel, sportzaak, boekhandel, diverse telecomwinkels, een babywinkel en aanvullend twee lunchrooms en een kapper. Midden-Zuid is het meest kwetsbare deel van de Haarlemse hoofdwinkelstraten en zit in een neerwaartse spiraal. De leegstand is stijgende, bijna een kwart van de panden staat (grotendeels meerjarig) leeg en het aanbod is relatief laagwaardig vergeleken met de overige delen in de hoofdwinkelstraat. Ruim de helft van de panden heeft een (zeer) hoog risico op leegstand (bron: Locatus, 2020). Een relatief grote doorloop van huurders in combinatie met hoge leegstand betekent dat de gemiddelde huurder relatief kort aanwezig is en panden beperkt in trek zijn. Dit deelgebied is onvoldoende in staat de drukte van de hoofdwinkelstraat naar zich toe te trekken. Gelet op de aanwezige passantenstroom heeft het desondanks veel potentie. De huidige uitstraling is doelmatig, sober en daarbij niet aantrekkelijk genoeg om bezoekers te verleiden. Bovendien is het aantal sterke trekkers beperkt en is er gedeeltelijk sprake van eenzijdige bewinkeling wat een natuurlijke loop belemmert. Midden-Zuid heeft een breder straatprofiel dan de overige deelgebieden; dit biedt kansen voor een kwaliteitsimpuls. Bovendien is grootste deel van de panden relatief klein, wat kansen schept voor startende ondernemers en niet-winkelconcepten om een opstart te maken in een hoofdwinkelstraat.

Winkelstraat-klassering

Panden en oppervlak in gebruik (excl. leegstand)

Panden (klein: <100 m², middel: 100-500, groot: >500 m²)

Leegstand in m², panden en % (in m² en panden)

Doorloop huurders (jaarlijks)

Filialisierungsgraad

B1

23 panden, 4.460 m² wvo

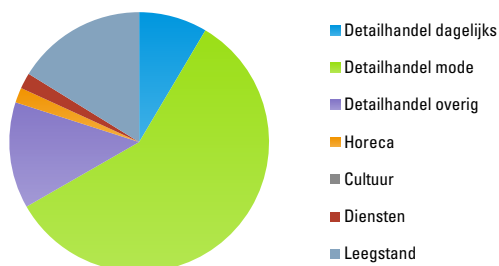
Klein: 17, middel: 10, groot: 3

863 m² wvo, 7 panden, 16% (wvo), 23% (panden)

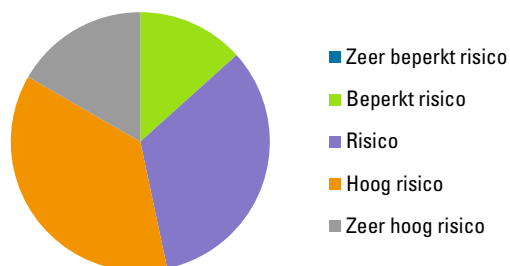
16%

74%

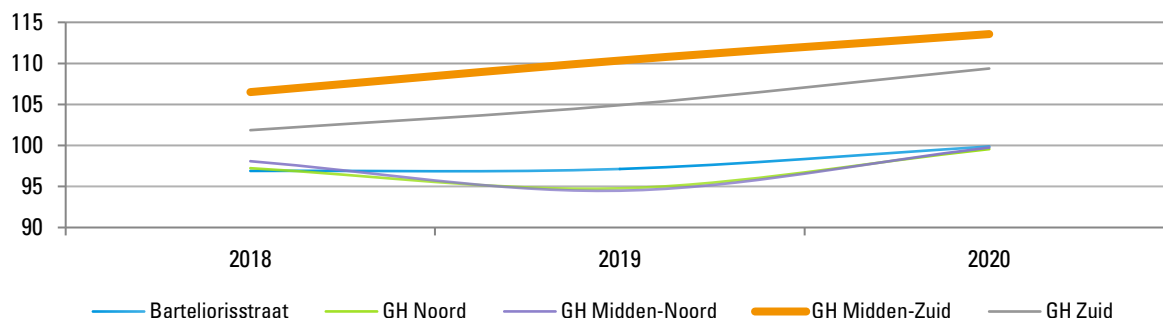
Functiemix



Risico op leegstand (RRI)



Risico op leegstand gemiddeld (RRI)



2.2.5 Grote Houtstraat Zuid

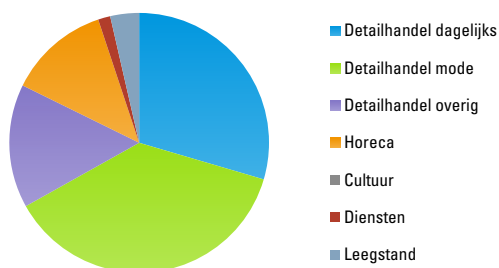
Grote Houtstraat Zuid



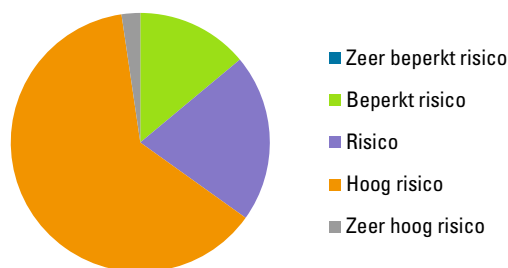
De Grote Houtstraat-Zuid heeft zichzelf de afgelopen tien jaar herontdekt en ontpopt als een bruisend deel van de Haarlemse binnenstad. Het milieu is aangenaam, groen en gericht op verblijf. Doordat het deelgebied aan het einde van de langgerekte hoofdwinkelstraat ligt, ligt deze enigszins uit de loop voor de niet-frequente bezoeker en toerist. Food is een belangrijke pijler met naast een Albert Heijn diverse bakkers, kaaswinkel, snoep en delicatessenwinkels. Daarnaast zijn in het gebied diverse modezaken, textiel, cadeauwinkels, bloemenwinkels en decoratiezaken gevestigd. Een opvallende speler is Coolblue, die voor één van de weinige stadswinkels in Nederland heeft gekozen van deze locatie. Het gebied is in trek bij de Haarlemmer en trekt dagelijks veel bezoek. Bovendien rijdt veel fietsverkeer door de straat richting de Gierstraat. Lokaal ondernemersschap is ruim vertegenwoordigd in de straat wat het aanbod unieker en diverser maakt de overige delen van de hoofdwinkelstraat. Ook onderscheid Zuid zich door een ruim aanbod kleinschalige horeca (9 zaken) met diverse lunchrooms, barista's, ijs en andere delicatessen. Het Proveniersplein is een belangrijk ankerpunt voor beleving in het gebied. Het grootste deel van de panden is kleinschalig en dit komt ten goede aan de verhuurbaarheid in dit gebied. De leegstand ligt op een gezond niveau. Het risico op toenemende leegstand in dit gebied is relatief hoog (bron: Locatus). We verwachten echter dat in dit gebied solide basis ligt door de sterke functiemix, aangenaam verblijfsklimaat en positief imago.

Winkelstraat-klassering	B1/B2
Panden en oppervlak in gebruik (excl. leegstand)	41 panden, 4.430 m ² wvo
Panden (klein: <100 m ² , middel: 100-500, groot: >500 m ²)	Klein: 17, middel: 10, groot: 1
Leegstand in m ² , panden en % (in m ² en panden)	165 m ² wvo, 2 panden, 4% (wvo), 5% (panden)
Doorloop huurders (jaarlijks)	11%
Filialiseringsgraad	50%

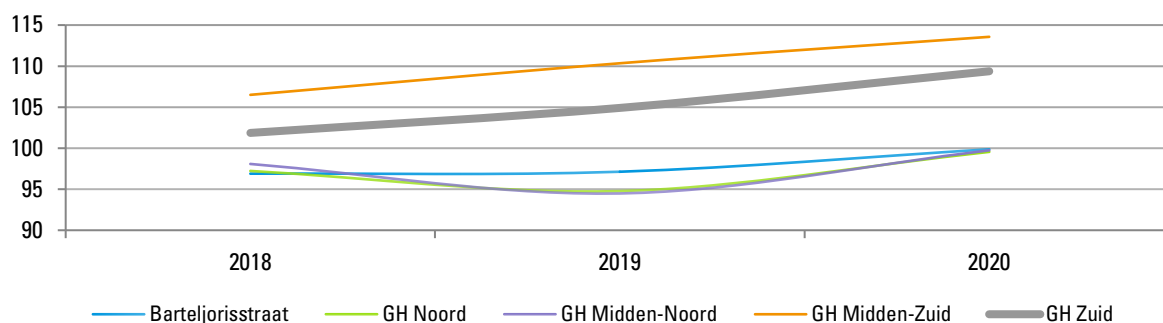
Functiemix



Risico op leegstand (RRI)



Risico op leegstand gemiddeld (RRI)



2.3 De hoofdwinkelstraat volgens investeerders en experts

In het kader van dit traject is gesproken met landelijke en lokale investeerders en experts op het vlak van retail, binnensteden en vastgoed (zie bijlage). Samengevat worden de volgende kansen en opgaven gezien:

- De Haarlemse binnenstad staat nog steeds aan de top van de Nederlandse binnensteden en is goed in beeld bij (inter)nationale retailers. Haarlem wordt gezien als één van de leukste binnensteden van Nederland met veel kwartieren, uitlopers, charmante locaties en een breed horeca- en cultuuraanbod.
- Investeerders en experts zien toenemende risico's doordat zwakke plekken aan het ontstaan zijn en op deze plekken geen winkels meer terugkomen. "Haarlem heeft te lang geteerd op het oude succes, het grote verband mist." Er wordt gepleit voor meer groen en rust in de stad, net als plekken om te verblijven. De Haarlemse hoofdwinkelstraat is te weinig onderscheidend en lijkt teveel op hoofdwinkelstraten elders in het land. Investeerders en experts geven aan dat een flinke vergroeningsslag nodig is om de hoofdwinkelstraat tot een verleidelijk milieu te maken. Bovendien geeft men aan dat Haarlem op zoek moet naar nieuwe economie in de binnenstad zoals flexconcepten, werkfuncties, diensten en onderwijs.
- Er is brede consensus dat de hoofdwinkelstraat in de huidige opzet te langgerekt is voor funshoppen. Gelet op de landelijke tendens die ook zijn weerslag heeft op de Haarlemse binnenstad zal een deel van de hoofdwinkelstraat een nieuw profiel moeten krijgen zodat de aantrekkingskracht op bezoekers geborgd blijft. Investeerders geven aan dat het noordelijk deel van de hoofdwinkelstraten (vanaf de Nieuwstraat) het meest solide is en richting de toekomst sterke potentie heeft als hoofdwinkelstraat.
- De Gouden Straatjes bieden een uniek milieu waarmee Haarlem zich onderscheidt ten opzichte van andere binnensteden. De hoofdwinkelstraat heeft grote baat de Gouden Straatjes omdat de wisselwerking tussen beide Haarlem tot een aantrekkelijke en verrassende binnenstad maakt. Er wordt door investeerders en experts gepleit om bij potentieel verder teruglopend winkelaanbod de Gouden Straatjes zoveel mogelijk te behouden en versterken. De opgave ligt vooral in het komen tot nieuwe invulling van delen van de hoofdwinkelstraat met nieuwe functies.
- De coronasituatie leidt volgens investeerders tot een huurprijzafname van 20-30% in de hoofdwinkelstraten en verder toenemende leegstand op korte termijn. Op korte termijn is noodzakelijk te komen tot tijdelijke invulling van leegstand (exposities, pop-up, lage huren, etalages). Op langere termijn verwacht men dat Haarlem dermate veel dynamiek en ondernemerschap kent dat de binnenstad zal meebewegen met veranderingen in de markt. Wel vraagt dit om ruimtelijke kaders welke dynamiek biedt voor nieuwe functies met potentie op de passende locaties.
- Investeerders verwachten post-corona verdere terugloop van winkelfuncties op de verdiepingen, in trend die al enige jaren is ingezet. Investeerders pleiten voor mogelijkheden om verdiepingen opnieuw te benutten. Wonen wordt daarbij in het bijzonder als kansrijk gezien. In de afgelopen jaren is dit onvoldoende tot stand gekomen vanwege een mismatch van huur- en vastgoedwaarden tussen de segmenten winkel en wonen. Investeerders verwachten de komende periode een omslagpunt. Ook flexconcepten worden als kansrijke invulling gezien voor de verdiepingen.
- Investeerders zijn positief over invulling van leegstand in grootschalige panden in Haarlem, in het bijzonder omdat GDV/PDV-spelers zich in toenemende mate richten op de binnenstad en grote metrages vragen. Bovendien zijn er mogelijkheden voor herinrichting van panden, zoals verkleinen en vergroten om concepten mogelijk te maken.
- Investeerders pleiten voor een totaalaanpak van pand- naar gebiedsniveau om te komen tot een robuuste hoofdwinkelstraat in de toekomst. Daarbij pleit men voor een gemeentelijke regierol en een langjarige koers welke investeerders zekerheid en perspectief biedt.

2.4 Kansrijke marktsegmenten voor de hoofdwinkelstraten

We gaan in onderstaande tabel in op marktsegmenten en nieuwe invullingen voor de Haarlemse hoofdwinkelstraat. In de bijlage is een volledige marktanalyse opgenomen.

Marktsegment	Beeld voor de Haarlemse hoofdwinkelstraat
Detailhandel	• Verdere afname van winkelaanbod verwacht in de hoofdwinkelstraat, in bijzonder gelet op grote aantal mode- en schoenenzaken. • Aanbod kan verder worden gediversifieerd met nieuwe spelers in <i>fashion, home & living, healthy & beauty</i> en <i>experience stores</i>. Bovendien zijn <i>food & convenience</i> (zoals een city-supermarkt en verse lokale aanbieders) in opkomst. • Grote potentie voor flagship- en brandstores gelet op positie en profiel van Haarlem • Toetreding van perifere spelers met stadsconcepten biedt kansen voor grotere panden.
Horeca	• Grootschalige toevoeging van horeca in de hoofdwinkelstraten op korte en middellange termijn zeer ongewenst. Focus op horeca in de sterke horecamilieus rondom pleinen en aantrekkelijke historische locaties is kansrijker en past beter bij het profiel van de Haarlemse binnenstad. • Wel kansen voor beperkte toevoeging van kleinschalige daghoreca (broodjeszaak, lunch, koffie) in kwetsbare delen van hoofdwinkelstraat om functiemix te versterken en dynamiek te vergroten. Echter enkel in beperkte mate, in de juiste balans en vanuit een samenhangende strategie die past binnen de beoogde thematisering van het deelgebied.
Wonen	• Zeer kansrijk en robuust gelet op de woningbouwopgave, onderbenutting van stedelijk wonen in de huidige woningvoorraad en hoge woonkwaliteit van de binnenstad. • In de hoofdwinkelstraat enkel gewenst op verdiepingen om een levendige plint te behouden. Met potentiële herontwikkeling kunnen verdiepingen ontsloten worden en diepe panden beter benut worden. • Kansrijke doelgroepen zijn jonge hoogopgeleide alleenstaanden en stellen tot 35 jaar, stedelijk georiënteerde alleenstaanden en stellen tussen 35 en 55 jaar en vitale 55-plussers.
Flexconcepten	• Kansrijk gelet op het toenemend aantal ZZP'ers, groeiende voorkeur voor werken in flexconcepten, de hoogstedelijke setting van Haarlem en het aantrekkelijke verblijfsmilieu van de binnenstad als geheel. Voor de hoofdwinkelstraat geldt de opgave de aantrekkingskracht van de openbare ruimte te vergroten (zoals vergroening) om flexconcepten te laten landen. • Voor de binnenstad van Haarlem zijn <i>co-working spaces</i> het meest passend. • Nog relatief beperkt aanwezig in Nederlandse hoofdwinkelstraten, maar wel steeds vaker voorkomend, zoals in de voormalige V&D Eindhoven, voormalige Hudsons Bay Amsterdam en House of Modernes in Utrecht.
Leisure	• De binnenstad is al ruim bedeeld met leisure- en culturaanbod. Voor de hoofdwinkelstraat zien we enige kansen. Meest aansprekend en passend bij Haarlem zijn Tino's (Virtual Reality-concept gericht op lokale verhalen van de stad) en kleinschalige musea. Kansen liggen bovendien bij toeristische attracties, mits dit onderscheidend is, past bij Haarlem en inspeelt op een gewenste toeristendoelgroep voor Haarlem (geen plat en massatoerisme). Er lijkt bovendien potentie voor game/arcadehal en family entertainment center, echter lenen deze functies zich onvoldoende voor de Haarlemse hoofdwinkelstraat • Leisure is een markt met groeiende bestedingen en sterk dynamisch. Potentieel ontstaan de komende jaren nieuwe concepten die passen bij de hoofdwinkelstraat.
Ambachten, diensten, ateliers en creatieve ruimten	• Deze functies zijn in de Haarlemse binnenstad goed vertegenwoordigd, in het bijzonder in de Gouden Straatjes en passen bij een historische en ondernemende stad als Haarlem. • Hoewel deze voorzieningen kunnen bijdragen aan meer functiemix en grotere aantrekkelijkheid van de hoofdwinkelstraten, verwachten we dat uitbreiding hiervan de Gouden Straatjes onder druk kan zetten. Bovendien zijn huurwaarden in de hoofdwinkelstraat veelal te hoog voor deze voorzieningen. Het is beperkt kansrijk (enkele vestigingen), in het bijzonder voor ondernemers die willen profiteren van de drukte van de hoofdwinkelstraat.

3 Advies strategie hoofdwinkelstraten

Het is duidelijk dat de Haarlemse hoofdwinkelstraten in de huidige vorm onvoldoende inspelen op veranderingen in de markt en het consumentengedrag. De Barteljorisstraat en Grote Houtstraat staan er goed voor, maar het lonkend perspectief is groter en zwakkere delen vragen om aandacht en investeringen. Bovendien hangen de verwachte negatieve (leegstands)effecten van de coronasituatie als donkere wolk boven de stad. De enkele jaren geleden ingezette tendens van afnemend winkelaanbod is een gegeven dat breed geaccepteerd moet worden. Toevoeging van nieuwe economie en functies in de hoofdwinkelstraten is het credo. Zo blijft de Haarlemse binnenstad op de kaart staan als ultieme plek om te winkelen, ontmoeten en verblijven met landelijke aantrekkingskracht. Dit vraagt om pionieren in een veranderende markt, samen met alle betrokken partijen: vastgoedpartijen, ondernemers, gemeente, inwoners en andere betrokkenen. In een dynamische, ondernemende en veerkrachtige stad als Haarlem is nieuw perspectief voor de hoofdwinkelstraten absoluut kansrijk.

3.1 Strategie

We adviseren u de volgende principes te hanteren in de strategie voor de Haarlemse hoofdwinkelstraten:

- **Waar winkelen sterk is moet winkelen sterk blijven.** De hoofdwinkelstraten in Haarlem staan te boek als een landelijke top winkellocatie. Veel (inter)nationale spelers zijn aanwezig in Haarlem en blijven zich oriënteren op Haarlem. Er is en blijft veel potentie voor winkelmeters. Wel staan met name de zuidelijke delen van de Grote Houtstraat in toenemende mate onder druk. De hoofdwinkelstraat is in zijn huidige opzet te groot en te lang voor funshopping. Door afnemende marktspanning in een te lange winkelstraat ontstaan gaten, zelfs op sterke plekken met veel passanten. Dit is funest voor een goede winkelbeleving. Haarlem staat voor de opgave om de hoofdwinkelstraat in te dikken en perspectief te bieden voor plekken waar winkelen een beperktere rol gaat spelen (en al speelt). In onze adviesstrategie spelen we hier op in.
- **Werk vanuit thematisering van deelgebieden in de hoofdwinkelstraten** om tot een sterke propositie richting investeerders, retailers en vastgoedpartijen te komen. Consumenten vragen in toenemende mate om een totaalbeleving. Consumenten willen geïnspireerd en geprikkeld worden en u kunt hier met een gerichte strategie op inspelen. Internationaal en in Nederland, zoals bij de Mall of the Netherlands, wordt deze denkwijze al toepast. We vinden het onverstandig om ad-hoc binnen de Haarlemse hoofdwinkelstraten nieuwe functies toe te voegen. U kunt dit het beste integraal vanuit een totaalconcept doen. Daarbij staat voorop: waar de mix van functies goed op elkaar aansluit, verbetert de beleving.
- **Zet in op behoud van de Gouden Straatjes als uniek milieu** en kraamkamer van ondernemerschap. In uw potentiële strategie om nieuwe functies toe te voegen aan de hoofdwinkelstraten adviseren we u goed te letten op behoud en voldoende economische draagkracht voor de Gouden Straatjes. In de praktijk betekent dit ten eerste dat functies als ambachten, diensten, ateliers en creatieve ruimten zoveel mogelijk op deze plekken geconcentreerd blijven en u dus primair inzet op andere functies voor uw hoofdwinkelstraten. Wel zijn combinaties met fashion zeer goed mogelijk in uw hoofdwinkelstraat. Ten tweede zien we dat landelijk wordt ingezet op transformatie van randen en aanloopstraten. We adviseren dit niet of beperkt te doen in de Gouden Straatjes omdat deze meer dan voldoende bestaansrecht hebben, veel waarde toevoegen voor de consument en de hoofdwinkelstraten juist versterken.
- **Faciliteer in de gehele hoofdwinkelstraat ontsluiting van de verdiepingen om woningen te realiseren.** Dit verbetert de leefbaarheid van de straten, de aantrekkelijkheid van de panden en niet onbelangrijk in uw transitiestrategie: het verdienvermogen van vastgoedpartijen om in de plint te komen tot meer marktconforme huurwaarden voor retail en nieuwe functies. U heeft hiertoe al stappen

gezet; we verwachten dat deze ontwikkeling de komende jaren echt goed op gang komt doordat dalende huur- en vastgoedwaarden de businesscase beter gaan ondersteunen. In een deel van de hoofdwinkelstraat adviseren we u bovendien in te zetten op flexconcepten in verdiepingen. We achten dit kansrijk gelet op het toenemend aantal ZZP'ers, groeiende voorkeur voor werken in flexconcepten en het aantrekkelijke verblijfsmilieu van de binnenstad als geheel. Voor de hoofdwinkelstraat is een randvoorwaarde de aantrekkingskracht van de openbare ruimte en het vastgoed te vergroten om flexconcepten te laten landen.

- **Blijf terughoudend met horeca in de hoofdwinkelstraten.** Benut wel de kans om via beperkte toevoeging van daghoreca in specifieke deelgebieden de functiemix te versterken, nieuwe bezoekimpulsen te realiseren en dynamiek te vergroten. Doe dit echter enkel vanuit een samenhangende strategie in uw deelgebieden. We adviseren u in uw brede horecabeleid de horeca te blijven trechteren in de sterke horecamilieus rondom pleinen en aantrekkelijke historische locaties. Dit is kansrijker, past beter bij het profiel van de Haarlemse binnenstad en wensen van de bezoeker.

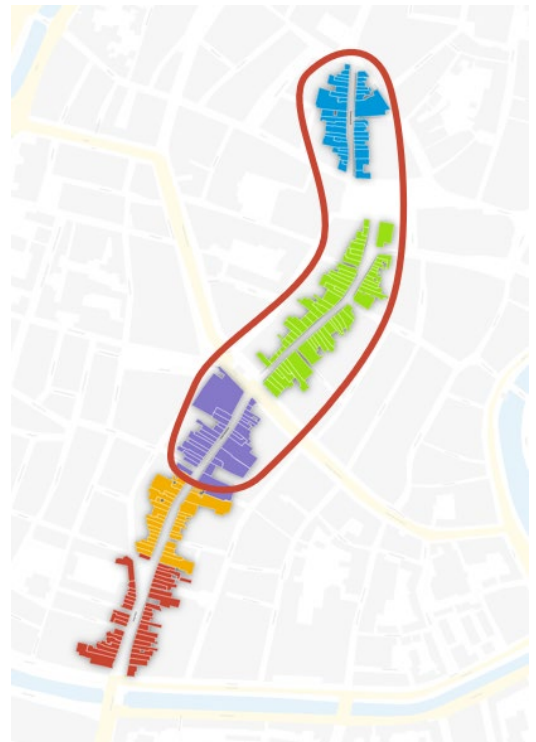
3.2 Propositie deelgebieden

In onze analyse (hoofdstuk 2.2) hebben we vijf deelgebieden onderscheiden binnen de Haarlemse hoofdwinkelstraat. We adviseren toe te werken naar en te denken in drie deelgebieden met bijbehorende propositities die we kansrijk achten voor de Haarlemse hoofdwinkelstraten.

3.2.1 Deelgebied A: Nederlandse topline voor sterke merken, flagshipstores en brandstores

In dit gebied is de strategie gericht op het concentreren en versterken van het funshoppin in een compacter gebied. Doordat u helderheid biedt waar het funshoppin in de toekomst plaats gaat vinden, zal de markt over een langere periode langs deze lijn acteren en haar investeringen hier trechteren. Zo draagt u bij aan marktspanning en een levendige plint. Het gebied behelst de Barteljorisstraat en het noordelijk deel van de Grote Houtstraat (tot aan de Nieuwstraat). De winkelfunctie blijft hier dominant, indien mogelijk gecombineerd met mengvormen mocht de markt hier om vragen. Een vernieuwingsslag binnen het bestaande winkelbestand is noodzakelijk, gericht op de optimale ervaring voor de consument. In andere woorden: minder winkelschappen, maar meer omnichannel, service en inspiratie in verassende winkelomgevingen. In deze compactere opzet met grote diversiteit in panden, metrages en kwaliteiten heeft Haarlem alles in zich om een top winkellocatie te blijven. We zien in toenemende mate dat formules kiezen om flagshipstores en brandstores te openen. Haarlem kan als aantrekkelijke stad met groot marktgebied vooraan in de rij staan, mits hier actief op wordt ingespeeld en er gezamenlijke inspanningen worden geleverd.

Bovendien zien we dat het winkelaanbod in Haarlem completer kan, specifiek in *fashion, beauty & health, home & living* en *experience stores* (zie bijlage voor een overzicht). Dit biedt een welkome invulling van panden die mogelijk leeg komen te staan en momenteel leeg staan. Ook perifere spelers (denk aan Decathlon, Trendhopper, Ikea) en webshops openen steeds vaker stadsconcepten die goed in de Haarlemse hoofdwinkelstraat passen. Kortom: volop perspectief, maar wel in een compactere opzet.

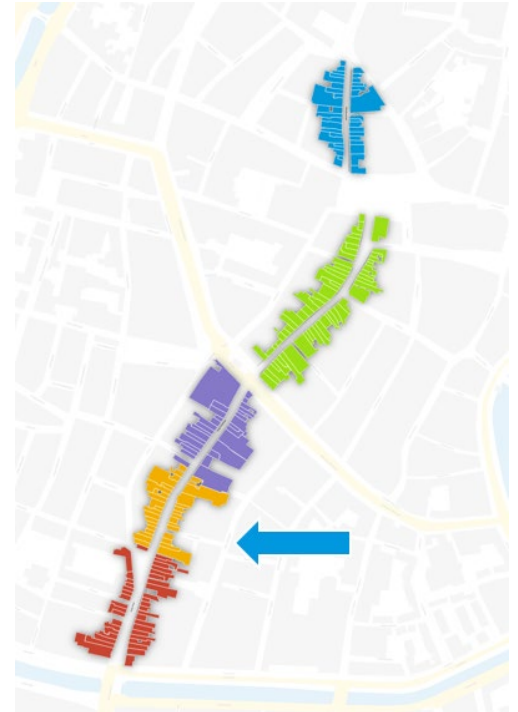


3.2.2 Deelgebied B: Kraamkamer voor Haarlems ondernemerschap

In dit gebied stellen we voor een transitie te realiseren. Feitelijk is de transitie al gaande, in de loop der jaren zijn formules verplaatst naar andere delen in de hoofdwinkelstraat en is leegstand structureel toegenomen. Zaak is om dit gebied nieuw perspectief te geven door bezoekrekenen toe te voegen zodat het gebied in een opwaartse spiraal komt. Ons advies is het gebied geleidelijk te laten verkleuren van de voorheen mainstream-winkelketens naar een locatie voor lokaal ondernemerschap in een dynamische omgeving.

De huidige ruimtelijk-functioneel invulling van dit deelgebied is 85% detailhandel, 10% horeca en 5% diensten. We stellen het volgende programma voor:

- **Fashion-kraamkamer van de hoofdwinkelstraat:** circa 40-50% funshoppen in kleinschalige vorm. Door de huidige dalende tendens en verwachte verdere afwaardering in huurwaarden biedt deze locatie goede uitgangspunten als 'start'-locatie voor lokale ondernemers in de hoofdwinkelstraat. De locatie wordt drukker bezocht dan de Gouden Straatjes (gemiddeld 50% meer bezoek) en ligt direct tegen sterke delen van de hoofdwinkelstraat. Een potentiële invalshoek is het lokaal ondernemerschap in modeontwerpers (bijvoorbeeld vanuit de modevakschool) als unique selling point en thematisering in dit gebied.
- **Werken in de stad:** circa 20-30% ambachten, maakbedrijven die verkopen in de plint en op verdieping produceren, werkfuncties in de plint en maximaal inzetten op flexconcepten op de verdieping waar dat kan. We zien enerzijds kansen voor nieuwe economie in de stad vanuit bedrijvigheid uit de Haarlemse werklocaties (zoals Waarderpolder) en anderszijds nieuwe vormen van werken zoals *co-working spaces* gericht op ZZP'ers en lokale startups. Uitdaging is om hier tot marktconforme huurprijzen te komen en binnen de bouwtechnische mogelijkheden en metrages deze concepten te kunnen realiseren.
- **Dagelijks reuring en ontmoeten in de straat:** circa 20% gericht *food* in de vorm van een city-supermarkt en toevoeging van maximaal drie kleinschalige daghoreca (broodjes, koffie, lunch). Vanuit deze segmenten is veel marktdynamiek, ze worden dagelijks bezocht en realiseren daarmee een loop in het gebied. We adviseren in te zetten op deze strategie om dat deze markttechnisch goed te realiseren is en directe impact op reuring in de straat. Het is van groot belang dit in de juiste balans te doen. Dit betekent concreet: geen horecastraat, geen avondhoreca en geen of minimale terrassen, maar wel kleinschalige horeca gericht op gemak voor de werknemer in de straat en bezoeker van de van de binnenstad.

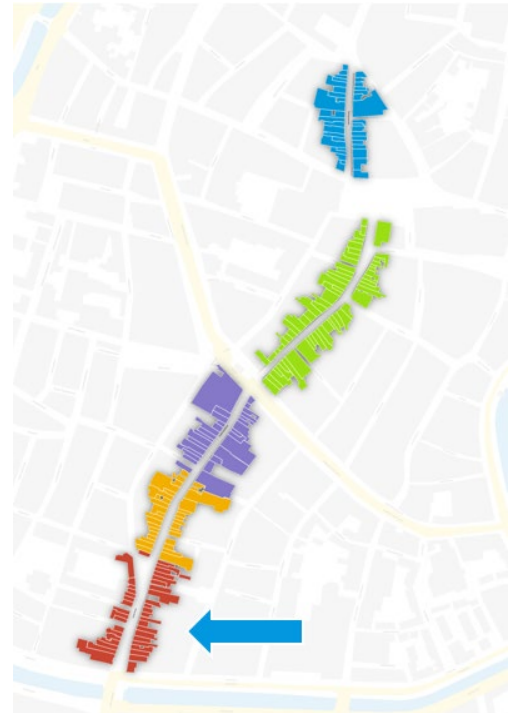


Absolute randvoorwaarde voor het slagen van deze transitie is een flinke opwaardering van de openbare ruimte in dit deelgebied. De huidige openbare ruimte beoordelen we als sober en doelmatig, terwijl de nieuwe functies vragen om een hoge verblijfskwaliteit. Het is momenteel geen aantrekkelijke plek om te flexwerken en de Gouden Straatjes bieden een veel aantrekkelijker klimaat voor bijvoorbeeld modeontwerpers en werkfuncties. Er is een flinke vergroeningsslag noodzakelijk en nieuwe objecten (zoals bankjes, zitstenen, verlichting, bloemenperkjes, et cetera) in de straat kunnen een goede impuls geven. Bovendien zien we dat bezoekers verleid moeten worden om vanuit de Grote Houtstraat door te lopen naar dit deelgebied. Nu keert men te vaak terug terwijl een aantrekkelijke openbare ruimte nieuwsgierig maakt.



3.2.3 Deelgebied C: 'De Delicatessen van Haarlem'

Dit deelgebied functioneert nu goed maar kan in potentie nog meer floreren. Bovendien ligt dit momenteel onvoldoende in de loop door het langgerekte karakter van de hoofdwinkelstraat. We stellen voor daarom te werken met thematisering gericht op dé proeflocatie van Haarlem, bijvoorbeeld onder de noemer 'De delicatessen van Haarlem'. Dit vanuit de gedachte: uitbouwen wat al sterk is. In de straat is een ruim aanbod food- en delicatessenzaken aanwezig welke momenteel primair door de lokale Haarlemmer wordt bezocht. Via placemaking verwachten we dat de toerist en niet-frequente bezoeker meer te verleiden is naar dit gebied, waardoor het zuidelijk deel van de hoofdwinkelstraat als geheel een betere loop krijgt. We zien een toenemende behoefte aan lokale, verse en duurzame producten, maar ook 'verwen'-momentjes. We verwachten dat het Haarlemse ondernemerschap hier goed op in kan spelen. De strategie richt naast uitbouw van speciaalzaken, en behoud de supermarkt en beperkte daghoreca, vooral op het realiseren van een 'verhaal'. Met het Proveniersplein, groene accenten en beperkte terrasruimte ligt er aantrekkelijke basis met veel verblijfskwaliteit. Verschillende activiteiten kunnen het profiel als proeflocatie verder versterken, zoals een periodieke kleinschalige hoogwaardige proefmarkt op het Proveniersplein, proefdagen en samenwerkingen.



3.3 Adviezen voor vervolg

Advies 1: Werk aan draagvlak doorontwikkeling (deelgebieden in) hoofdwinkelstraat

Cruciaal in het slagen van de doorontwikkeling van de hoofdwinkelstraat is werken aan draagvlak voor verandering. Dit geldt in het bijzonder voor vastgoed, politiek en ondernemend Haarlem. De volledige hoofdwinkelstraten hebben vele jaren lang een profiel gehad voor funshoppen en partijen hebben binnen dit profiel goed gerendeerd. Echter, de markt verandert snel en niet alle partijen zijn hiervan doordrongen. Zeker niet in Haarlem omdat de binnenstad in vergelijking tot elders relatief goed heeft gefunctioneerd in de afgelopen tien jaar en grootschalige leegstand (met uitzondering van het voormalig V&D-pand) bespaard is gebleven. Bovendien hebben niet alle (vastgoed)partijen ervaring met nieuwe mixed use invullingen. Zaak is om nieuw perspectief en zekerheid te bieden waardoor investeren in de Haarlemse hoofdwinkelstraat aantrekkelijk blijft. Om tot draagvlak te komen stellen we voor:

- Gebiedsgericht te werk gaan in het bijzonder in de zuidelijke delen (Grote Houtstraat Midden-Zuid en Zuid) en gesprekken te voeren met partijen in het deelgebied. Hoe landt het gewenste perspectief? Wat voor perspectieven zien zij zelf en wat zijn hun ideeën daarbij? Hoe kan het gebied verder geprofileerd en op de kaart gezet worden? Waar kan de gemeente in faciliteren en waar zijn partijen zelf aan zet?
- Investeren in de openbare ruimte om een vliegwiel te realiseren en de markt te laten zien dat het menens is.
- Uitdragen van de uiteindelijke visie naar de markt. Zo trecht u toekomstige investeringen op de juiste locaties en verleid u. We zien dat investeerders hier erg gevoelig voor zijn, temeer omdat zij zekerheid willen op langere termijn.

Misschien wel het belangrijkste principe in het transformeren van winkelstraten is dat bestuurders de ambitie hebben om er echt wat aan te doen. Instrumenten noch financiën vormen zelden het probleem. Leidend is: er vol op inzetten, de samenwerking zoeken, consortia maken (die per case verschillen), pilots opstarten en acties uitvoeren en daardoor resultaten behalen. En dat werkt dan weer aanstekelijk.

Advies 2: Vertaal visie en beoogde profiel in planologisch juridisch kader

Ontwikkelingen kunnen enkel tot stand komen als de planologische kaders (omgevingsplan, vergunningen) aansluiten bij de beoogde gebiedsprofielen. U laat daarmee zien dat de daad bij het woord wordt gevoegd. In de gebieden waar u nieuwe dynamiek wilt laten ontstaan in het kader van transformatie zet u in op zo min mogelijk potentiële belemmeringen voor investeringen (binnen de gestelde kaders) en bent u dus maximaal ondernemersgericht. Dit betekent tegelijkertijd dat de planologisch juridische kaders strak blijven in de delen waar het funshoppen geconcentreerd blijft en bijvoorbeeld horeca-initiatieven niet gewenst zijn.

Advies 3: Stuur op hoofdwinkelstraat vanuit totale doorontwikkeling binnenstad

Het is van groot belang in uw aanpak niet alleen te focussen op de hoofdwinkelstraten, maar (transformatie)initiatieven breed af te wegen. Immers, ontwikkelingen in het ene deel van de binnenstad kunnen andere onder druk zetten of juist versterken. Daarbij staat voorop: de juiste functie op de juiste plek. Wellicht is het nodig om op enkele plekken buiten uw hoofdwinkelstraten of in de rafelranden naar de binnenstad op termijn afscheid te nemen van de winkelfunctie. Of zijn diverse ontwikkellocaties, zoals het stationsgebied, zeer kansrijk bekeken vanuit nieuwe vormen van economie en woningbouwontwikkelingen, en wilt u tegelijkertijd dat bestaande gebieden hiervan meeprofiten. We adviseren u heel helder te maken wat de perspectieven en mogelijkheden zijn per straat en/of deelgebied. Op welke mix van functies (horeca, detailhandel, economie, kantoren, wonen, et cetera) en doelgroepen (dag- of nachthoreca, starters of senioren, et cetera) zet u waar in? Waarom hier ondernemen/wonen? Wat is nodig zowel op ruimtelijk en functioneel vlak? Zo versterkt u uiteindelijk de binnenstad als geheel vanuit een integrale en afgewogen strategie.



Initiatief transformatie winkel- of horecapand

	Transformeren?	In de plint	Op verdieping	Woonproducten
→	Nee	Niet toegestaan	N.v.t.	N.v.t.
→	Ja	Openbare publieksfuncties: Daghoreca Diensten Ambachten	Wonen Kantoor Flexconcept	Middenhuur Penthouses/lofts Startersappartementen
→	Onder voorwaarden	Niet toegestaan	Wonen, enkel bij geluidsmaatregelen	Studentenwoningen
→	Onder voorwaarden	Niet toegestaan	Wonen, enkel bij geluidsmaatregelen	Middenhuur Penthouses/lofts Startersappartementen
→	Ja	Wonen Kantoren Ambachten/Diensten Daghoreca Zorgfuncties	Wonen Kantoor Flexconcept	Middenhuur Penthouses/lofts Startersappartementen Patiowoningen
→	Ja	Wonen	Wonen	Wonen/zorgconcepten Gastappartementen Patiowoningen

Bijlagen

Proces en gesproken partijen

Voor de totstandkoming van dit advies is een breed aantal experts en vastgoedpartijen geraadpleegd. Ook zijn diverse analyses uitgevoerd. Samengevat zijn de volgende processtappen ondernomen:

1. Februari: Schouw binnenstad.
2. Februari: Marktonderzoek en ruimtelijk-functionele analyse hoofdwinkelstraten en binnenstad.
3. Maart: Sessie landelijke experts (zie tabel) over meest recente inzichten hoofdwinkelstraten en transformatie-opgaven en kansen.
4. Maart: Individuele gesprekken met vastgoedeigenaren (zie tabel) met bezit in de Haarlemse hoofdwinkelstraten.
5. Maart: Eerste strategiebepaling Haarlemse hoofdwinkelstraten op basis van analyse, gesprekken en expertise Stec Groep.
6. Maart: Toetsing strategie door landelijke investeerders (zie tabel).
7. April: Presentatie aan Centrum Management Groep (CMG) Haarlem.
8. April: Presentatie aan werkgroep leegstand van CMG Haarlem.

Tabel 1: Overzicht van gesprekspartners

Landelijke experts	Lokale vastgoedeigenaren	Landelijke investeerders
• Brigit Gerritse (KERN / Retailagenda) • Gert-Jan Slob (Locatus) • Marcel Evers (Inretail) • Olaf Zwijnenburg (Rabobank) • Anton Bruning (Bruning De Goede)	• Ruud Weerts (Syntus Achmea) • Nico Spinhoven (ASR) • Lucien Aster (Doopsgezinde Gemeente)	• Bart van Twillert (Unibail-Rodamco-Westfield) • Jeroen Jansen (Bouwinvest) • George van Hooijdonk (MN Vastgoed) • Hilko Hartog (Vastned) • Chris Lanting (Colliers)

Dit traject is begeleid door de begeleidingsgroep (zie onderstaand). Met deze groep hebben vier overlegmomenten plaatsgevonden waarin de voortgang is besproken.

Tabel 2: Deelnemers begeleidingsgroep

Dick Hulsebosch	CMG
Falco Bloemendal	Centrummanager binnenstad Haarlem
Anne-Marie vd Burgh	Gemeente Haarlem
Marjon Zorge	Gemeente Haarlem
Frans Baars	VEBH

Marktanalyse detailhandel

Winkelmarkt sterk veranderend, binnensteden relatief goede positie

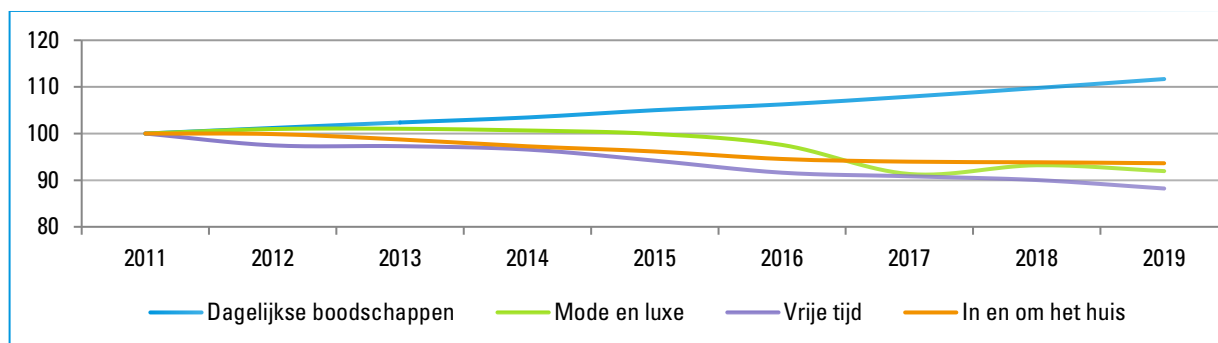
De winkelmarkt staat landelijk al jaren onder druk als gevolg van online, overbewinkeling en vergrijzing. Voor de hedendaagse consument zijn online aanbieders een steeds aantrekkelijker alternatief, in het bijzonder in de non-food. Sinds 2011 nam in de branches 'vrije tijd' (-12%), 'mode & luxe' (-8%) en 'in en om het huis' (-6%) het winkelvloeroppervlak af. In de food-branchen nam het winkelvloeroppervlak juist toe (+12%), met name vanwege inwonersgroei en toenemende populariteit. De verschuiving van winkelbestedingen heeft impact op fysieke winkellocaties, maar niet overal in dezelfde vorm of mate:

- Kleine stadscentra en dorps- en wijkcentra gericht op boodschappen doen blijven aantrekkelijk en ontwikkelen zich positief.
- Middelgrote centra hebben steeds meer relevantie verloren: ze zijn te groot om te kunnen renderen op 'boodschappen doen', maar te klein om een sterk alternatief te zijn voor sterke binnensteden gericht op

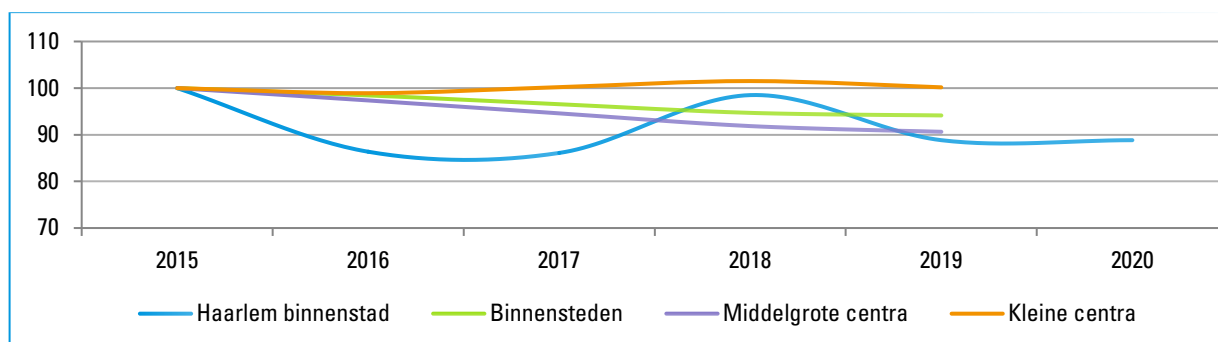
dag-recreatief bezoek. Ketens trekken steeds meer weg uit deze centra, leegstand neemt structureel toe en grootschalige transformatie is noodzakelijk.

- Binnensteden (+/- top 15) onderscheiden zich in de markt als plek voor een dagje uit met divers en ruim winkelaanbod, horeca, culturele voorzieningen en evenementen. Hoewel de leegstand ook hier licht toeneemt, blijven de binnensteden een magneetfunctie houden voor economische activiteit.

Figuur 4: Winkelvloeroppervlak naar branche Nederland (2015=100)



Figuur 5: Winkelvloeroppervlak binnenstad Haarlem / Nederland (2015=100)



Verdere 'shake-out' verwacht als gevolg van huidige coronasituatie

Door de verwachte economische gevolgen van de coronacrisis en versneld veranderend consumentengedrag neemt de leegstand de komende jaren eerder toe dan af, ook in de binnenstad van Haarlem. PBL (december 2020) gaat uit van een toename naar 10,8% leegstand (wvo) in de binnenstad. Dit betekent ruim 6.000 m² wvo extra leegstand. De potentiële toenemende leegstand wordt vooral gestuwd door sterke verdere digitalisering (online) waar een deel van de detailhandel onvoldoende op inspeelt en toenemende schuldenlast. Enerzijds wordt een nieuwe faillissementsgolf verwacht bij landelijke ketens in de fashion, dit heeft met name zijn weerslag op de hoofdwinkelstraten. Voor een deel van de retailers was de situatie voor corona al weinig rooskleurig en de huidige situatie het 'laatste loodje'. Anderzijds wordt verwacht dat een deel van de zelfstandige winkeliers bij afbouw van steunmaatregelen en noodzakelijke terugbetaling van schulden genoodzaakt is te stoppen.

Beeld Haarlem: grote verschuivingen verwacht, potentie voor nieuwe toetreders

Specifiek voor Haarlem binnenstad verwachten we de volgende ontwikkelingen de komende jaren in de winkelmarkt:

- Structurele huurprijsdaling van 10-20% in de Haarlemse hoofdwinkelstraten, oplopend tot 30% op korte termijn in de kwetsbare delen.
- Groot aantal verschuivingen binnen de hoofdwinkelstraat bij aflopende huurcontracten om lagere huurprijs te bedingen, gecombineerd met versnelde ombouw naar winkelomgevingen waarbij omnichannel en beleving (minder productschappen, meer service, info en experiences) voorop staat.
- Verdere introductie van flagshipstores (*prime*-winkel van een keten/formule met vaak een unieke collectie in een ultieme winkelomgeving) en brandstores (winkels gericht op één merk); Haarlem concurreert op dit vlak met andere top-winkelsteden (Amsterdam, Den Haag, Utrecht).

- Verdere afbouw winkelmeters op verdiepingen.
- Dynamiek en toetreding van perifere spelers op de binnenstad vanwege o.a. huurprijsdaling, hoofdzakelijk gericht op grotere metrages (>400 m²).
- Dynamiek en toetreding van online spelers op de binnenstad vanwege zichtbaarheid en merkbeleving gericht op kleinere metrages (<200 m²).
- Afbouw aantal vestigingen per winkelformule in de binnenstad (van twee naar één).

In onderstaande tabel geven we een overzicht van winkelformules die in potentie kansrijk zijn voor de binnenstad van Haarlem. Deze formules zijn in andere grote binnensteden (zoals Amsterdam, Utrecht en Den Haag) aanwezig maar (nog) niet in Haarlem, zijn in opkomst of heroriënteren zich steeds vaker binnensteden in plaats van perifere locaties. Samenvattend zien we dat de branche 'fashion' verder uitgediept kan worden in Haarlem. Gelet op de krimp in deze branche zijn nieuwe formules vooral een welkome invulling te ontstane lege panden door ketens en zaken die de komende periode potentieel stoppen. Kansrijk is daarnaast toenemende oriëntatie perifere spelers op de binnenstad, onder andere in de categorie 'Home & Living', deze bieden met name kansen voor grotere leegstaande metrages. Ook zien we in toenemende mate experience stores die (soms tijdelijk) richten op één merk (Nijntje, Lego, Peppa Pig), het uitproberen van producten en/of verlengstuk van de webshop (Coolblue, Fietsenwinkel.nl, Guts Gusto). Tot slot zien we een positieve tendens binnen het segment 'Health & Beauty', soms aangevuld met behandelingen en schoonheids- en laserklinieken. Concepten binnen dit segment vragen om kleine metrages.

Tabel 3: Potentiële winkelformules voor binnenstad Haarlem

Formule	Metrage	Formule	Metrage	Formule	
Fashion		Fashion		Experience stores	
&Other Stories	L (500-750)	Mango	M+ (250-500)	Amac	M (100-250)
All Saints	M+ (250-500)	Michael Kors	S (50-100)	Lego	M (100-250)
ASPACT	S (50-100)	Miss Etam	M+ (250-500)	Nijntje de winkel	S (50-100)
Bijou Brigitte	S (50-100)	Monki	M+ (250-500)	Samsung store	S (50-100)
Birkenstock	S (50-100)	NIKKIE	S (50-100)		
Blue Tomato	M+ (250-500)	PME Legend	M (100-250)	Sports	
Calzedonia	M (100-250)	Pull & Bear	L (500-750)	JD	M (100-250)
Claire's	S (50-100)	Rains	S (50-100)	Nike Store	L (500-750)
Cotton Club	M+ (250-500)	Seven Sisters	S (50-100)	Decathlon City	XXL (1.500+)
Daniel Welli	XS (0-50)	Stradivarius	L (500-750)		
Denham	S (50-100)	Subdued	S (50-100)	Home & Living	
Distrikt Norrebro	M+ (250-500)	The North Face	M (100-250)	Auping City	XL (750-1.500)
Dr. Martens	S (50-100)	Urban Outfitters	XL (750-1.500)	Goossens City	XL (750-1.500)
Essentiel	S (50-100)			Kyldo art & design	M+ (250-500)
Foot Locker	M (100-250)	Health & Beauty		Praxis City	M+ (250-500)
Guess	L (500-750)	Bath & Bodyworks	S (50-100)	Sostrene Grene	M (100-250)
Guts Gusto	M (100-250)	Inglot	S (50-100)	Swiss Sense City	L (500-750)
Hutspot	M+ (250-500)	L'Occitane	S (50-100)	Trendhopper City	XL (750-1.500)
Kookai	L (500-750)	MAC Cosmetics	S (50-100)	Zara Home	L (500-750)
Labfresh	S (50-100)	Yves Rocher	XS (0-50)		
Lacoste	M (100-250)				

Uitdagingen vragen om een nieuwe opzet hoofdwinkelstraten, Haarlem blijft toplocatie

Onder de streep concluderen we dat Haarlem een zeer sterke winkelstad is die op 'de lijstjes staat' van vrijwel alle winkelketens die landelijk publiek willen bedienen. Bovendien is Haarlem een merk waarmee formules zich graag verbinden vanwege de authentieke binnenstad, progressieve doelgroepen, bovenregionale trekkracht en ligging in een ruim en welvarend marktgebied. We verwachten daarom dat een deel van de te ontstane leegstand de komende periode binnen enkele jaren opnieuw gevuld wordt met nieuwe toetreders en enkele doorgroeiers vanuit de Gouden Straatjes. De verwachte huurprijsdaling biedt daarbij volop kansen. Gelet op de algemene tendens in de winkelmarkt die ook Haarlem duidelijk raakt moet ook de Haarlemse binnenstad echter rekening houden met een kleiner areaal winkelmeters op

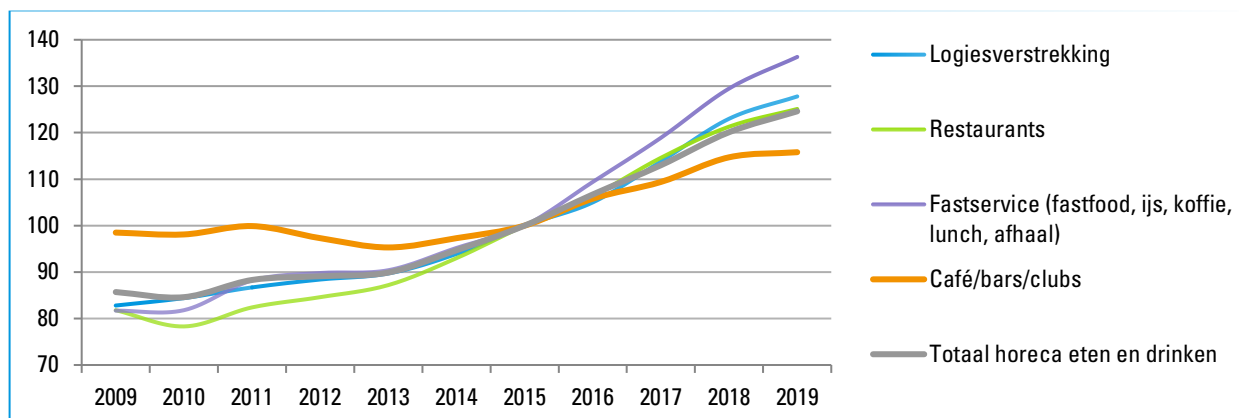
langere termijn. Deze trend is al enkele jaren zichtbaar en zet door. Dit geldt in het bijzonder voor de hoofdwinkelstraten die in de huidige langgerekte opzet onvoldoende marktspanning kent. Het unieke milieu van de Gouden Straatjes en de horecagebieden blijven naar verwachting een broedplaats van dynamiek en ondernemerschap.

Marktanalyse horeca

Sterk groeiende branche tot aan coronaperiode

De totale horecaomzet in Nederland stijgt al jaren. Sinds 2013 is sprake van een versnelling. De totale horeca omzet in Nederland (dranken, fastservice en restaurants) is met zo'n 55% gegroeid sinds 2009. Restaurants (+72%) en fastservice (+60%) doen het bovengemiddeld goed. Cafés staan onder druk. Over de brede linie eten consumenten steeds meer 'buiten de deur'. Deze markt is inmiddels goed voor een derde van de consumentenbestedingen aan eten. Het gaat daarbij niet alleen om 'reguliere' horeca, maar ook om eten binnen nieuwe winkelconcepten, foodfestivals, op het werk, etc. Aanpalende branches liften steeds meer mee op de horecagroei, waardoor sprake van toenemende branchevervaging, bijvoorbeeld in combinaties tussen winkel/dienstverleners en horeca. Nieuwe 'horeca'-aanbieders komen op: supermarkten, winkelketens, culturele instellingen, attracties, etc.

Figuur 6: Ontwikkeling omzet horeca 2010-2019 (pre-corona, 2015=100)



Coronasituatie zet 'ontmoet'-horeca sterk onder druk, herstel op middellange termijn

Door huidige coronasituatie staat de horeca zeer zwaar onder druk. De klap is het grootst in de 'ontmoet'-horeca, zoals cafés, clubs en kleinere restaurants. Bezorg-horeca profiteert juist sterk. De exacte impact van de huidige coronasituatie op het horeca-aanbod in binnensteden en andere locaties is niet te voorspellen. Stec Groep verwacht de komende drie jaar een aanbodschok waarbij mogelijk een kwart van de horeca genoodzaakt is te stoppen. Dit hoofdzakelijk als gevolg van een toenemende schuldenlast. Door onderliggende trends (gemak, ontmoeten, buiten de deur eten, kleiner wonen) zal de horeca zich echter op langere termijn herstellen en er ontstaat nieuw ondernemerschap. Bij het loslaten maatregelen ontstaat naar verwachting een grote bestedingsimpuls gelet op sterke behoefte tot weer kunnen ontmoeten en oplopende spaartegoeden bij consumenten. Al met al is het beeld voor de horeca op middellange termijn positief, al kost het enige jaren om op niveau te komen.

Beeld Haarlem: relatief veel horecazaken in binnenstad, passend bij regionale en toeristische functie

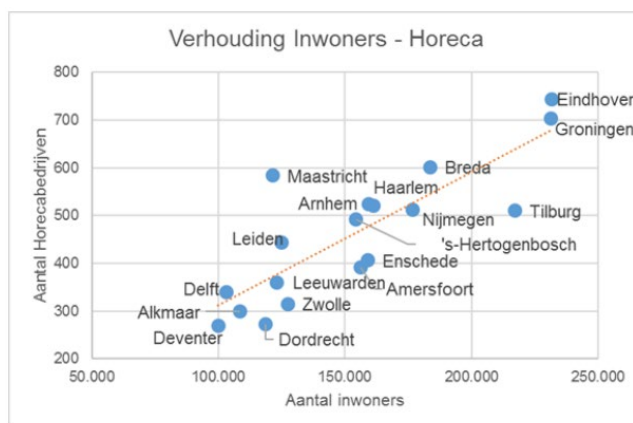
In de Haarlemse binnenstad zijn anno 2020 285 horecazaken actief. Het grootste deel bestaat uit restaurants (91), cafés (40) en lunchrooms (36). Sinds 2018 zien we een zeer kleine daling van aantal horecazaken. Binnen de verschillende branches zien we een toename van met name coffeebars (+7), café-restaurants (+4) en fastfood (+4). Het aanbod lunchrooms (-9), restaurants (-6) en cafés (-3) daalde juist. Ten opzichte van andere gemeenten met een vergelijkbaar inwonertal beschikt Haarlem over een relatief ruim aanbod. Dit kan worden verklaard door de volgende factoren:

- Steden met een groter inwonertal beschikken over een grotere horecacapaciteit vanwege de doorgaans regionale functie deze steden. Dit is in Haarlem in het bijzonder het geval.

- Steden met een jonger inwonertal beschikken over een grotere horecacapaciteit doordat jongere inwoners vaker horeca bezoeken. In Haarlem zijn de bevolkingsgroepen 45 tot 65 jaar (27%) en 65 jaar of ouder (17%) relatief kleiner dan landelijk (resp. 27% en 17%).
- Steden met een toeristisch profiel beschikken doorgaans over een groter horeca-aanbod. Haarlem is een toeristische stad en dit is naar verwachting een flinke bestedingsimpuls voor de horeca.
- Consumenten bezoeken graag horeca in een gezellige ambiance, bijvoorbeeld op een plein, in historische setting of bij uniek en onderscheidend aanbod. De Haarlemse binnenstad heeft dit te bieden.

Tabel 4: Aanbod horeca binnenstad (links), verhouding inwoners/horecazaken gemeente (rechts)

Branche	2018	2019	2020
Totaal Horeca	290	289	285
Dranken	46	42	42
Café	43	40	40
Discotheek	3	2	2
Eten	171	158	158
Lunchroom	47	36	36
Pannenkoeken	0	2	2
Café-restaurant	25	29	29
Restaurant	99	91	91
Fastfood	43	48	48
Bezorgen/afhalen	19	21	21
Fastfood	19	23	23
Grillroom/shoarma	5	4	4
Koffie & desserts	6	12	12
IJssalon	4	3	3
Crêpes/wafels/donuts	1	1	1
Koffiebar	1	8	8
Hotels	12	13	13
Hotel	7	7	7
Hotel-restaurant	5	6	6
Overig	12	12	12
Coffeeshop	9	9	9
Shisha lounge	1	1	1
Feestzaal	2	2	2



Bron: Locatus, 2020; HorecaDNA, 2020; Bewerking Stec Groep, 2021.

Inzet op grootschalige uitbreiding horeca in binnenstad de komende jaren ongewenst

Gelet op het huidige ruimte horeca-aanbod in de binnenstad, gecombineerd met de negatieve effecten van de coronasituatie de komende jaren, is grootschalige uitbreiding van horeca in de binnenstad ongewenst. De komende jaren zal vooral in teken staan van herstel. Bovendien is de landelijke groei van horeca voor de coronasituatie dermate sterk geweest dat naar verwachting het groeitempo veel gematigder zal verlopen. We constateren daarbij dat het horeca-aanbod de laatste drie jaar al is gestabiliseerd.

We adviseren dat bij uitbreiding van horeca kwaliteit moet prevaleren boven kwantiteit en dat uitbreiding van horeca moet passen bij de beoogde doelgroepen en functiemix in de gebieden in de binnenstad. Bij vestiging van nieuwe horeca met een aantoonbare meerwaarde is dit goed te verantwoorden. Voor de hoofdwinkelstraat geldt dat een beperkte toevoeging van daghoreca in kwetsbare delen nieuwe doelgroepen kan trekken en zo meerwaarde kan hebben voor verwante functies. We pleiten echter voor de juiste balans en enkel in de gebieden met een programmatische opgave (functiemix, transformatie). De huidige sterke horecagebieden hebben goede kwaliteiten en uitgangspunten waar de bezoeker horeca waardeert en verwacht. Uitbreiding van horeca, zoals in de hoofdwinkelstraat, mag het draagvlak van horeca elders niet onder druk zetten.

Marktanalyse wonen

Grote druk vanuit de woningmarkt

Haarlem en regio staat voor een grote woningbouwopgave. De komende tien jaar groeit het aantal huishoudens met ruim 10.000 (Bron: Primos, 2020). In de periode tot en met 2025 ligt de huishoudenstoename op 4.200 (zie onderstaande tabel). De grootste toename van huishoudens vindt plaats in de leeftijdscategorie 75+, gezinnen en alleenstaanden van 25 t/m 34 jaar.

Tabel 5: Prognose huishoudens gemeente Haarlem

	2021	2025	ontwikkeling	Ontwikkeling in %
Alleenstaanden t/m 24 jaar	2.320	2.270	-50	-2%
Alleenstaanden 25 t/m 34 jaar	7.710	8.755	1.045	14%
Stellen t/m 34 jaar	4.100	4.140	35	1%
Gezinnen (en 1-ouderhuishoudens)	25.335	26.410	1.070	4%
Alleenstaanden en stellen 35 t/m 54 jaar	12.185	12.575	390	3%
Alleenstaanden en stellen 55 t/m 74 jaar	19.215	19.155	-60	0%
Alleenstaanden en stellen 75+	8.690	10.450	1.760	20%
Overig	440	445	5	2%
Eindtotaal	79.995	84.200	4.200	5%

Bron: Primos, 2020; Bewerking Stec Groep, 2021.

Diverse doelgroepen kansrijk voor binnenstad Haarlem

Door de centrale ligging van de binnenstad, de grote dynamiek en aantrekkelijke leefomgeving is wonen in de binnenstad zeer kansrijk. We achten de volgende doelgroepen als kansrijk:

- Jonge hoogopgeleide alleenstaanden en stellen tot 35 jaar hebben een relatief sterke voorkeur voor een dynamische, stedelijke woonomgeving, dicht bij voorzieningen en multimodaal ontsloten. Werk in de regio is relatief gemakkelijk bereikbaar. Daarnaast hebben zij voorkeur voor appartementen.
- Ook stedelijk georiënteerde alleenstaanden en stellen tussen 35 en 55 jaar zijn kansrijk, met name voor de grotere appartementen. Deze groep heeft een relatief sterke voorkeur voor koop.
- Vitale 55-plussers geven steeds vaker de voorkeur aan een levendige woonomgeving, dicht bij voorzieningen op een OV-bereikbare plek. Een veilige omgeving is voor hen belangrijk, net als een hoogwaardig afgewerkt en ruim appartement. Een deel van deze doelgroep beschouwd het gebrek aan parkeermogelijkheden als verminderd aantrekkelijk beschouwt. Ook verkiest een minder vitaal deel van de ouderen een rustigere, meer beschutte locatie.
- Van gezinnen verwachten we geen tot beperkte interesse. Zij geven doorgaans de voorkeur aan een grondgebonden woning met eigen tuin in een kindvriendelijkere omgeving.

Onder de streep gaat het veelal om starters en doorstromers op de woningmarkt, die snel, betaalbaar en flexibel woonruimte zoeken. In het geval van starters bijvoorbeeld bij 'uit huis gaan', als tussenstap naar een grotere of grondgebonden woning of vanwege werk in de regio. Doorstromers wisselen juist van een kleiner naar een groter appartement of ruilen hun grondgebonden (koop)woning in voor een appartement. Voor de oudere doelgroep past een gelijkvloers, relatief onderhoudsvrij appartement beter bij hun levensfase dan een grondgebonden woning.

Wonen in de hoofdwinkelstraat in de vorm van wonen boven winkels en herontwikkeling vastgoed

De realisatie van wonen in de binnenstad is mogelijk door hergebruik van bestaand vastgoed, het stimuleren van wonen boven winkels, volledige sloop en nieuwbouw van panden of het opvullen van lege plekken. De aanpak in de hoofdwinkelstraten zal zich voornamelijk richten op wonen boven winkels en herontwikkeling van (incourant) vastgoed. Grotendeels gaat het om invulling van lege ruimten op de verdiepingen en in beperkte mate herontwikkeling waarin hogere bebouwing een optie kan zijn. Langwerpige winkelpanden kunnen geschikt zijn voor gedeeltelijke ombouw naar patiowoningen.

Marktanalyse leisure

Leisure een groeimarkt

Er is langjarig sprake van stijgende consumentenbestedingen in vermaak, recreatie en leisure. Tegelijkertijd groeit de concurrentie zowel binnen de sector zelf (door groeiend aantal leisureconcepten) als ook door toenemende inzet van aanbieders op het creëren van een 'totaalbeleving' met horeca en vermaak. Voor leisure geldt dat steeds sneller veranderende consumententrends zorgen voor een kortere levenscyclus van concepten en dus voor een toenemende noodzaak om te blijven innoveren en investeren. Binnen de leisuremarkt zijn de volgende concepten in opkomst:

- Combinaties tussen leisure en horeca, zoals jeux-de-boules/borrelen/hapje eten onder één dak
- Family entertainment Center (combinatie van leisure-activiteiten zoals bowling, glowgolf, VR-Rooms, lasergame, escape rooms, et cetera)
- Game/Arcade-hal
- Bioscoopmarkt (pre-corona)
- VR-Rooms en augmented reality

Thematisering en totaalbeleving steeds belangrijker binnen leisure-markt

De consument is op zoek naar een totaalbeleving. Thematisering, een unieke experience en comfort spelen hierbij een belangrijke rol. De consument is bereid geld neer te leggen voor een bijzondere en blijvende herinnering. Gebruik maken van de nieuwste technologische ontwikkelingen, waaronder augmented en virtual reality (storytelling). Hiermee kan de belevingswaarde worden verhoogd, zowel bij activiteiten als bij verblijf in het algemeen. Toenemende integratie van dagrecreatie, leisure en horeca (totaalconcepten) om de verblijfsduur en daarmee de periode van bestedingen te verlengen.

Binnenstad ruim bedeed in leisure-activiteiten, Tino's en musea past beste binnen profiel Haarlem

Haarlem beschikt over een ruim leisure- en cultuuraanbod met diverse theaterpodia, een groot aantal musea, een bioscoop en diverse casino's en escape rooms. Voor de hoofdwinkelstraat zien we dan ook beperkte kansen voor toevoeging van leisure-activiteiten. Meest aansprekend en passend bij Haarlem zijn Tino's³ (VR-concept gericht op lokale verhalen van de stad) en musea. Ook escape-rooms zijn potentieel kansrijk, echter verwachten we dat dit geen langdurige invulling brengt voor de hoofdwinkelstraat en deze beter kan renderen elders. Ook combinaties met horeca zijn in opkomst (zoals een activiteit, borrelen en hapje eten); deze dienen bij voorkeur plaats te vinden in de horecagebieden. Kansen tot slot bij toeristische attracties, mits dit onderscheidend is, past bij Haarlem en inspeelt op een gewenste toeristendoelgroep voor Haarlem.

Tabel 6: Overzicht leisure in Haarlemse binnenstad

Segment	Marktpotentie / benchmark	Aanwezig in binnenstad Haarlem?	Past bij hoofdwinkelstraat?	Kansrijk voor Haarlem?
Theater/toneel	Redelijk stabiel, staat momenteel zwaar onder druk vanwege coronasituatie	Ja, stadsschouwburg, Toneelschuur en Philharmonie	Nee, mits stedenbouwkundig goed ingepast	Nee
Musea	Sterk afhankelijk van onderscheidend vermogen, subsidiering en lokaal initiatief	Ja, o.a. Frans Hals museum, La Condola, Teylers, Archeologisch Museum, ABC	Ja, afhankelijk van omvang, front en ligging	Ja, mits initiatief vanuit de 'markt', huurprijs potentiële bottleneck
Bioscoop	Langjarige groei, momenteel zwaar onder druk vanwege coronasituatie	Ja, Pathé	Sterk afhankelijk van stedenbouwkundige inpassing	Nee, huidig aanbod lijkt te voorzien
Escape room	Explosieve groei pre-corona, toekomst onzeker	Ja, Escape Haarlem, Let's Escape, The Harlem Heist	Ja	Ja, echter beperkte langdurige invulling verwacht

³ Zie: <https://www.tinoseries.nl/>

VR-Room	Groeimarkt	Ja, Virtual Reality Café	Ja	Ja, bijvoorbeeld in de vorm van Tino's met toeristisch lokaal / profiel
Casino	Stabiel	Ja, o.a. Flemingo, Flash en casino Botermarkt	Sterk afhankelijk van stedenbouwkundige inpassing en parkeren	Nee, huidige aanbod lijkt te voorzien
Family Entertainment Centre	Groeimarkt	Nee	Nee, vraagt om grote metrages en is doorgaans op goed bereikbare plekken gevestigd met veel parkeergelegenheid	Nee
Game/arcade-hal	Groeimarkt	Nee	Ja, meest kansrijk in uitlopers	Nee, lijkt beperkt te passen bij Haarlems profiel hoofdwinkelstraat

Bron: Stec Groep, 2021.

Marktanalyse flexconcepten

Flinke opmars in flexibele kantoorconcepten

Flexibele kantoorconcepten - de verhuur van kantoorruimte waarbij de eindgebruiker de keuze heeft uit vele vormen van kantoorruimten die voor een korte of langere periode kunnen worden gebruikt en waarbij een breed pakket aan diensten wordt aangeboden - zijn bezig met een sterke opmars op de Nederlandse kantorenmarkt. Steeds meer beleggers en exploitanten van kantoorruimte bieden deze dienst aan. De toename van het aantal aanbieders is het gevolg van de snelle groei van het aantal zzp'ers van de afgelopen jaren en het nieuwe werken en de daarmee samenhangende behoefte van kantoorgebruikers aan flexibiliteit. Uit onderzoek van Stec Groep en NVM (2017) naar flexconcepten een jaarlijkse groei van 20 tot 30% voor de periode tot 2025 verwacht, waarbij het grootste deel landt binnen de G4. De huidige coronacrisis heeft deze markt tot stilstand gebracht. Onderliggend zien we een verdere toename van ZZP'ers en een toenemende voorkeur voor werken in of nabij huis (bijvoorbeeld enkele dagen per week). Flexconcepten kunnen hier naar verwachting goed op inspelen.

Flexconcepten spelen in op behoefte ZZP'ers en kleinschalige bedrijven

Flexibele kantoorconcepten onderscheiden zich van reguliere kantoorruimte doordat de eindgebruiker van de keuze heeft uit vele vormen van kantoorruimten (zoals een (flexibele) werkplek, kantoorunit, vergaderruimte et cetera) die worden aangeboden voor een flexibele periode (per uur of per dag, per maand et cetera) en met verschillende oppervlaktes. Daarbij kunnen diensten en faciliteiten (secretariële diensten, administratieve diensten, catering, ICT voorzieningen, vergaderzalen, presentatiezalen, et cetera) worden afgenomen naar mate van behoefte van de kantoorhoudende organisatie of zzp'er (zelfstandige zonder personeel). Daarnaast speelt het sociale component van flexibele kantoorconcepten een belangrijke rol in het onderscheid met reguliere kantoorruimte. Dankzij het delen van ruimtes en faciliteiten kunnen huurders in flexibele kantoorconcepten zich onderdeel voelen van een 'community'; aanbieders van flexconcepten spelen ook sterk in op dit community gevoel om zich hiermee te onderscheiden.

Vier typen flexibele kantoorconcepten

We zien in de markt grofweg vier typen flexconcepten:

- **Business centers⁴:** business centers beschikken over kleinschalige kantoorruimte / units die voor een vast bedrag voor een flexibele periode kunnen worden gehuurd. De huurders delen (algemene) gemeenschappelijk voorzieningen, zoals receptie en sanitair en kunnen tegen betaling een beperkt aantal additionele diensten en faciliteiten afnemen.

⁴ Een business centrum biedt kantoorruimte met een beperkt aantal diensten en faciliteiten en zijn grotendeels vergelijkbaar met 'reguliere' multi-tenant kantoren. Verschil zit in flexibiliteit van contracten en opleveringsniveau (business centers zijn vaak deels gemeubileerd en beschikken over (beperkte) aanvullende diensten.

- **Serviced office:** serviced offices zijn volledig uitgeruste, van ondersteunend personeel voorziene en ingerichte kantoren, waar voor een vast bedrag voor een flexibele periode verschillende type werkplekken (kantoorunits, kantoorruimte en/of vergaderruimte) gehuurd kunnen worden. De huurders delen gemeenschappelijke voorzieningen, zoals receptie, pantry en reproductie. Tegen betaling kunnen huurders additionele diensten en faciliteiten op maat afnemen.
- **Co-working space:** een co-working space is een gedeelde werkomgeving voor onder andere zelfstandigen, freelancers, thuiswerkers en projectteams. Het is een werkplek voor mensen die zelf bepalen waar, wanneer en hoe zij werken. Co-working spaces onderscheiden zich van serviced offices doordat het niet alleen om de fysieke ruimte gaat, maar vooral om het faciliteren van ontmoeting en uitwisseling. Dit gebeurt enerzijds door de inrichting (open en informeel) en anderzijds door het organiseren van evenementen en bijeenkomsten. Hierdoor ontstaat een 'community' gevoel, het gevoel onderdeel te zijn van een groep gelijkgestemden.
- **Incubator:** een incubator is een serviced office of een co-working space waar het begeleiden en ondersteunen van huurders, via bijvoorbeeld trainingen of financieringsmogelijkheden, centraal staat. Een incubator probeert een innovatieve en inspirerende werkomgeving te creëren voor start-ups.

Co-working spaces met name in dynamische binnensteden en daarmee kansrijk voor Haarlem

In geografische spreiding zijn er verschillen tussen de concepten. Business centers en serviced offices zitten over het algemeen meer verspreid door het land op goed bereikbare locaties (snelweg, station). Hierdoor zijn dit ideale plekken voor huurders/werknemers die veel onderweg zijn en een 'invlieglocatie' zoeken. Incubators zijn veelal gevestigd in kennisomgevingen (bij universiteit, hogeschool of campus). Co-working spaces zien we vooral terug in de G4. Zij bieden vooral huisvesting voor de grote massa aan tech-, media- en creatieve start-ups in de grote steden die graag in het centrum of juist op een bijzondere locatie zitten, in multifunctionele gebieden met veel reuring.

Huurders bereid om gemiddeld hogere vierkante meterprijs te betalen voor flexibiliteit en services

De concepten hebben gemeen dat ze gebruikers faciliteren die op zoek zijn naar flexibiliteit. Het gaat om huurders die graag faciliteiten delen met andere gebruikers, die in staat willen zijn hun huisvesting aan te passen aan groei of krimp en/of gebruikers die op zoek zijn naar een pand waarin zij kunnen werken met gelijkgestemden. De aanbieders van concepten spelen in op de groeiende behoefte van werknemers aan verschillende soorten werkplekken binnen één gebouw met verschillende faciliteiten. Op het ene moment is een afgesloten ruimte nodig om een telefoongesprek te voeren, op het andere moment een vergaderruimte voor een projectoverleg. Huurders zijn bereid een hogere (all-in) huurprijs te betalen, wanneer hier flexibiliteit in tijd en ruimte tegenover staat en zij gebruik kunnen maken van gemeenschappelijke ruimtes en voorzieningen. Huurders hebben dan de beschikking over bijvoorbeeld een volledig ingericht kantoor, bemande receptie, telefoonbeantwoording, postverwerking, print- en kopieermogelijkheden, gebruik van restaurant en/of ICT-support. Hiermee besparen zij hoge investeringen aan de voorkant. De bereidheid tot hogere huurprijzen maakt dat dit een kansrijker segment is voor hoofdwinkelstraten dan reguliere kantoorruimten. Voorwaarde daarbij is wel dat de directe omgeving levendig, aantrekkelijk en groen is en er mogelijkheden nabij zijn voor bijvoorbeeld daghoreca (koffie drinken of een broodje halen).