

Bijlage 4

Haalbaarheidsonderzoek
winkelprogramma Plein
gemeente Bergen
11 januari 2011



**Haalbaarheidsonderzoek winkelprogramma
Plein gemeente Bergen (NH)**





Opdrachtgever: Gemeente Bergen (NH)
Contactpersoon: de heer E. van Hout

Projectteam DTNP: de heer D.J. Droogh
de heer W. Frielink

Projectnummer: 995.1210

Datum: 12 januari 2011

Droogh Trommelen en Partners (DTNP)

Graafseweg 109 6512 BS Nijmegen

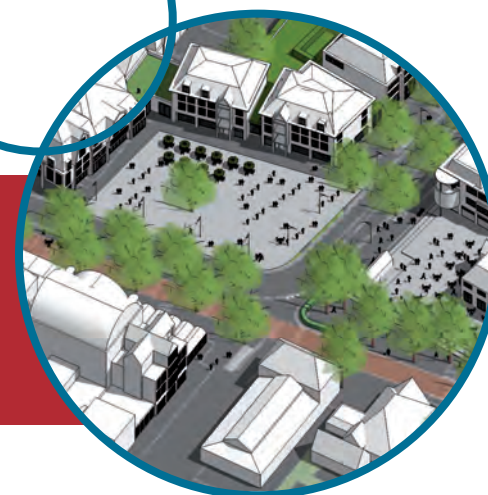
T 024 - 379 20 83

F 024 - 378 06 53

E info@dtnp.nl

W www.dtnp.nl

Haalbaarheidsonderzoek winkelprogramma Plein gemeente Bergen (NH)

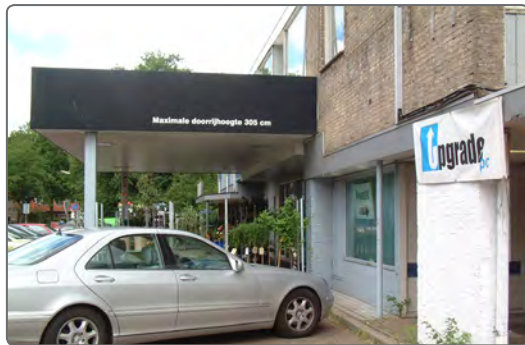


Inhoudsopgave

1	Inleiding	1	Bijlage 1	Winkelaanbod in centrum van Bergen en in referentiecentra	9
2	Analyse	2	Bijlage 2	Distributieve mogelijkheden	10
2.1	Kernmerken gemeente Bergen	2			
2.2	Aanbod Bergen-Centrum	3			
2.3	Detailhandelsstructuurvisie en Masterplan Winkelkern Bergen	4			
3	Haalbaarheid project	5			
3.1	Kwantitatieve beoordeling	5			
3.2	Kwalitatieve beoordeling	6			
3.3	Conclusie	6			
4	Invulling project	7			



Herontwikkelingslocatie van het Plein



De Texaco-locatie



Impressie Plein

1 Inleiding

Aanleiding

In 2006 heeft DTNP de Detailhandelsstructuurvisie voor Bergen opgesteld. Deze is in 2007 vastgesteld door de gemeenteraad. Aanbevolen is het centrum van Bergen te versterken, onder meer door een nieuw structuurversterkend winkelproject aan het Plein. Door BügelHajema is de (concept-) Structuurvisie Winkelkern Bergen opgesteld met de stedenbouwkundige uitgangspunten (Trompert) voor herontwikkeling van het Plein.

In het plangebied worden twee locaties voor (met name) detailhandel ontwikkeld:

- Winkelhart ± 2.640 m² bvo*
- Texaco ± 1.500 m² bvo
- Totaal ± 4.140 m² bvo

De overige ontwikkelingslocaties worden naar verwachting ingevuld met horeca (Bakemaflat) en maatschappelijke diensten (Harmonie) en blijven in deze notitie buiten beschouwing.

* bvo = bedrijfsvloeroppervlak (inclusief magazijn, kantine, etc), wvo = winkelvloeroppervlak (alleen de winkelruimte); indicatie: wvo = 0,75 x bvo

Op beide te ontwikkelen detailhandelslocaties is nu ± 750 m² bvo met detailhandel ingevuld. Bij volledige invulling van beide locaties met detailhandel neemt het aanbod toe met ± 3.390 m² bvo (± 2.500 m² wvo). De vraag doet zich voor of deze uitbreiding kwantitatief verantwoord is (mede gelet op actuele trends en de economische recessie) en welke invulling kwalitatief passend is bij Bergen.

Vraagstelling

In dit beknopte rapport zullen wij antwoord geven op de volgende vragen:

1. Is het in de (concept-)Structuurvisie Winkelkern Bergen opgenomen aantal m² winkelaanbod haalbaar in 2015?
2. Welk type winkels is haalbaar en gewenst in het plangebied?

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt een analyse gemaakt van de kern Bergen en de belangrijkste conclusies van de Detailhandelsstructuurvisie en het Masterplan. In hoofdstuk 3 wordt de haalbaarheid van het project getoetst, zowel op een kwantitatieve als op een kwalitatieve wijze. Hoofdstuk 4 gaat ten slotte in op de mogelijkheden voor invulling van het project.

2 Analyse

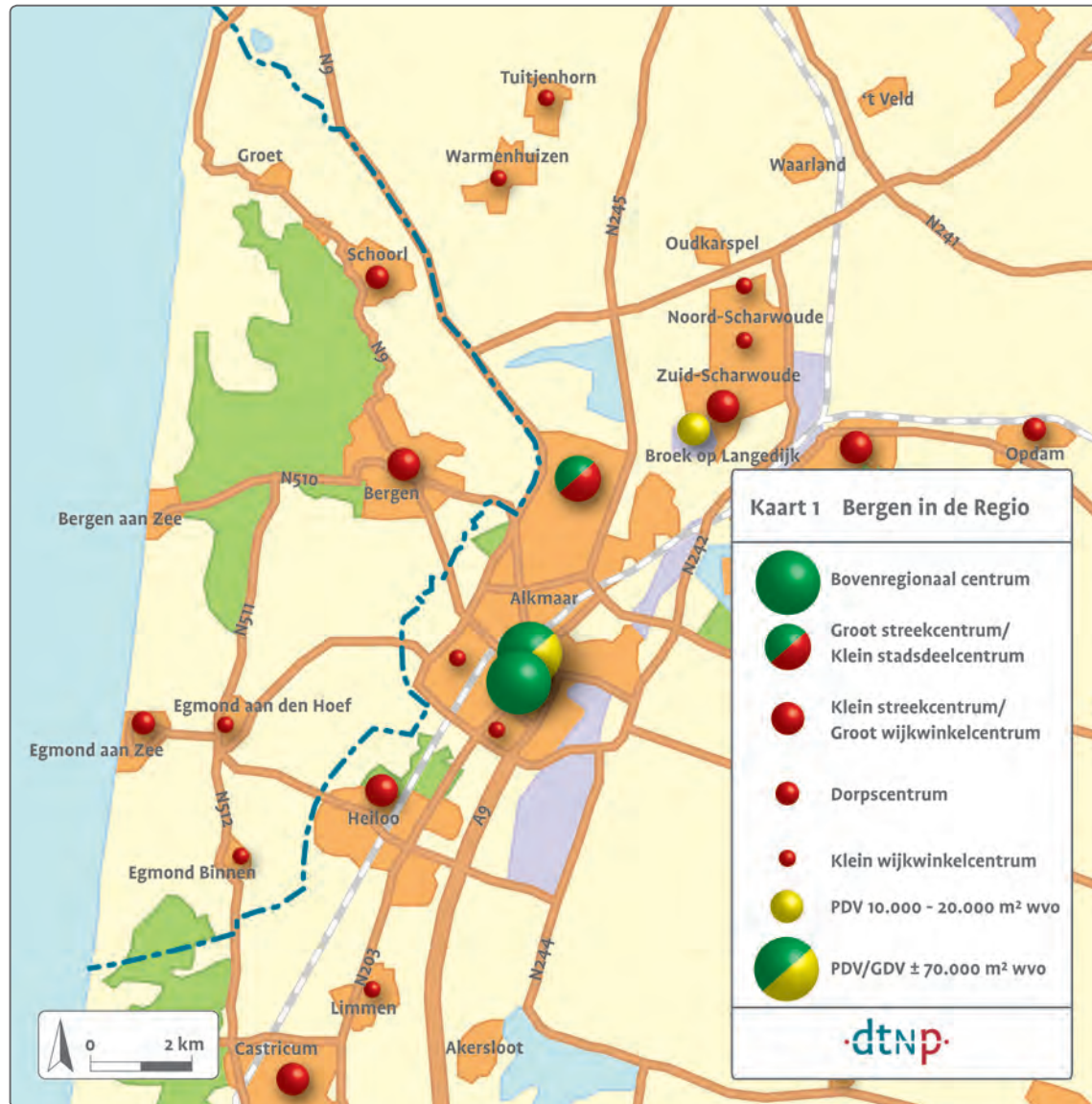
2.1 Kernmerken gemeente Bergen

De gemeente Bergen ligt in het noorden van de provincie Noord-Holland. Aan de westzijde grenst de gemeente aan de Noordzeekust, de oostzijde van de gemeente grenst aan Alkmaar.

De gemeente bestaat uit zeven kernen, met in totaal bijna 31.000 inwoners*. Bergen is de grootste kern, met ongeveer 12.600 inwoners. In de bevolkingsprognoses van de provincie Noord-Holland wordt uitgegaan van een lichte daling van het aantal inwoners in de gemeente, tot ± 30.200 inwoners in 2015.

Het gemiddeld inkomen in de gemeente ligt ongeveer 17% hoger dan het landelijk gemiddelde. Voor de kern Bergen ligt het gemiddeld inkomen zelfs 28% hoger.

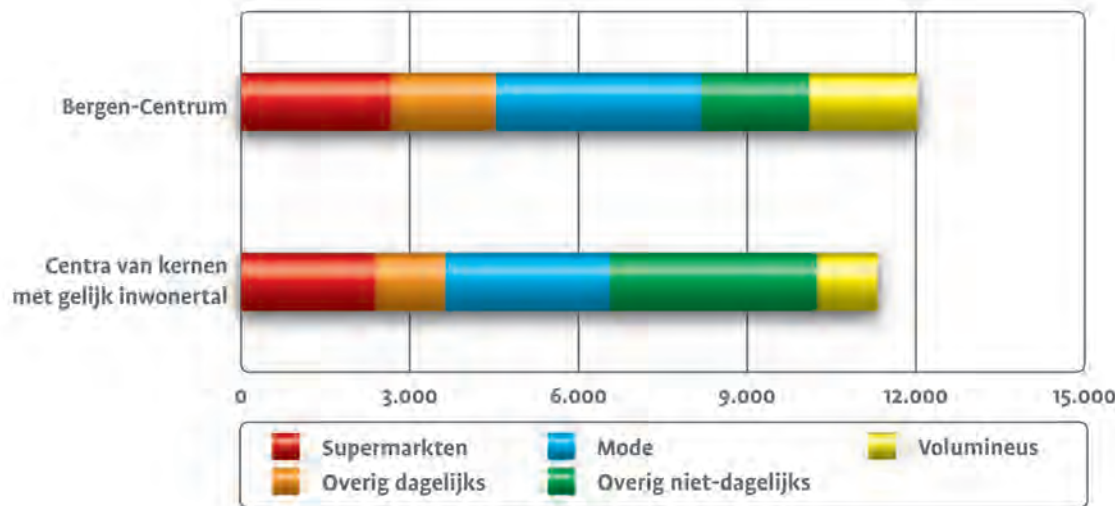
* Gemeente Bergen (2010)





Bergen-Centrum heeft een sterk dagelijkse aanbod... ... en een onderscheidend niet-dagelijks aanbod

Figuur 1 Winkelaanbod in Bergen-Centrum en centra van vergelijkbare omvang (in m² wvo)



Bron: Locatus, 07-04-2010; bewerking Droogh Trommelen en Partners

2.2 Aanbod Bergen-Centrum

Omvang en branchering

Het winkelaanbod in de kern Bergen omvat ± 13.700 m² wvo. Bijna 90% hiervan (± 12.000 m² wvo) is geconcentreerd in het centrum van Bergen*. In vergelijking met centra van kernen met een gelijk aantal inwoners is het winkelaanbod in Bergen-Centrum gemiddeld van omvang (figuur 1 en bijlage 1).

Het aanbod in het centrum bestaat uit winkels in dagelijkse artikelen (± 4.500 m² wvo), waaronder de supermarkten Albert Heijn, Aldi en Deen, versspecialzaken en persoonlijke verzorging (o.a. Etos, DA en Kruidvat).

Het sterke modische aanbod (± 3.650 m² wvo) bestaat voor een groot deel uit winkels in het midden- en hogere marktsegment. Opvallend is het relatief kleine 'overig niet-dagelijks aanbod' (o.a. warenhuis, huishoudelijke en cadeau-artikelen). Daartegenover staat weer de aanwezigheid van een grote winkel van Sissy-Boy Homeland (volumineus aanbod).

* Locatus Benchmark Verkenner (2010), uittreksel van 07-04-2010

Structuur van het centrum

In het centrum van Bergen is sprake van een enigszins onsamenhangende structuur. Een belangrijk deel van het aanbod ligt in de Jan Oldenburglaan (en de Stationstraat). Ook het gebied rond de ruïnekerk is sterk verwinkeld. Het Plein is ondanks de centrale ligging een zwakke schakel tussen beide delen.

Door de onsamenhangende structuur kan het winkelaanbod niet optimaal van elkaars aanwezigheid profiteren (combinatiebezoek). De sfeer en ambiance rond het Plein sluiten niet aan op de kwaliteit van de omgeving.

De historische sfeer en kleinschaligheid van de winkels zorgen er voor dat Bergen een heel eigen identiteit heeft. In combinatie met de toeristisch-recreatieve functie van Bergen biedt dit extra kansen aan het recreatieve winkelaanbod.

Keerzijde van de kleinschalige structuur is dat bestaande winkels vaak (te) klein zijn. Nieuwe winkels (o.a. populaire formules) kunnen vaak lastig een passende ruimte vinden. Inwoners van de gemeente Bergen zijn daardoor voor relatief veel aankopen gericht op Alkmaar.

2.3 Detailhandelsstructuurvisie en Masterplan Winkelkern Bergen

In de detailhandelsstructuurvisie is de ambitie geformuleerd dat Bergen, behalve een functie voor dagelijkse boodschappen voor inwoners uit de kern Bergen, meer als hoofdcentrum van de gemeente kan functioneren. Geprobeerd kan worden meer inwoners uit de gemeente voor niet-dagelijkse aankopen naar Bergen-Centrum te trekken. Ook kan de toeristisch-recreatieve winkelfunctie verder worden benut en versterkt.

De filialiseringsgraad in Bergen is relatief laag. De toevoeging van landelijk bekende filiaalbedrijven kan zorgen voor een sterker aanbod en grotere trekkracht. Hierbij moet vooral gedacht worden aan winkels in de dagelijkse sector en frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen zoals huishoudelijke artikelen, een klein warenhuis en textiel. Met dit soort filiaalbedrijven kan de oriëntatie van inwoners uit de hele gemeente Bergen op het centrum worden versterkt. Met de grotere bezoekersstroom ontstaan weer extra kansen voor meer gespecialiseerde en bijzondere winkels in hogere marktsegmenten.

Ter versterking van de structuur van Bergen-Centrum zijn in de detailhandelsstructuurvisie twee ontwikkelingslocaties aangewezen voor detailhandel, ten noorden en ten oosten van het Plein. Realisatie van een aantrekkelijke aaneengesloten wand met winkels aan het Plein legt de cruciale relatie tussen de Jan Oldenburglaan (historische hoofdwinkelstraat) en het toeristisch-recreatieve winkelmilieu rond de ruïnekerk.

In het Masterplan Winkelkern Bergen* wordt invulling gegeven aan de aanbevelingen uit de detailhandelsstructuurvisie. Voor de locaties Winkelhart (exclusief ± 250 m² horeca) en Texaco wordt gedacht aan een totale oppervlakte van ± 4.140 m² bvo. Op dit moment is hier ± 750 m² bvo met detailhandel aanwezig**. Met beide locaties wordt dus ± 3.390 m² bvo (± 2.500 m² wvo) toegevoegd.

De overige ontwikkelingslocaties worden naar verwachting ingevuld met horeca (Bakemaflat) en maatschappelijke diensten (Harmonie) en blijven in deze notitie buiten beschouwing.

* Masterplan Winkelkern Bergen d.d. 15-06-2010

** Situatie januari 2011, bron: gemeente Bergen



De verschillende delen van het winkelgebied...



... sluiten matig op elkaar aan...



... zodat winkels niet optimaal van elkaar profiteren

3 Haalbaarheid project

3.1 Kwantitatieve beoordeling

Een berekening van de distributieve ruimte voor detailhandel geeft een indicatie van de haalbare uitbreidingsmogelijkheden in de kern Bergen. Een berekening wordt gemaakt voor de dagelijkse sector (supermarkten, vers-speciaalzaken en drogisten) en de niet-dagelijkse sector (mode en overig niet-dagelijks). Gerekend wordt voor het jaar 2015. Daarbij wordt uitgegaan van een versterking van het centrum van Bergen met het winkelproject Plein.

In 2006 hebben wij in de Detailhandels-structuurvisie een berekening gemaakt van de distributieve ruimte. De variabelen uit die berekening zijn geactualiseerd.

- De bestedingen per hoofd van de bevolking is in de afgelopen jaren gegroeid, zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector.
- In 2009 ligt het gemiddeld inkomen in de kernen Bergen en Bergen aan Zee 28% hoger dan het landelijk gemiddelde. In

2006 werd uitgegaan van een inkomen dat 20% hoger lag. Hierdoor zijn de bestedingen per hoofd in het verzorgingsgebied van Bergen hoger.

- Het verzorgingsgebied van Bergen (de kernen Bergen en Bergen aan Zee) schatten wij in 2015 op 13.000. In 2006 was het verzorgingsgebied 13.100 groot.
- Er zijn geen redenen om af te wijken van de koopkrachtbinding en -toevloeiing van de berekening van 2006. Deze zijn daarom gelijk gehouden.
- Winkels halen gemiddeld een hogere omzet per m² wvo dan een aantal jaren geleden.
- Het aanwezige winkelaanbod wijkt nauwelijks af van het aanbod in 2006.

Op basis van de geactualiseerde gegevens berekenen wij in de dagelijkse sector een indicatieve uitbreidingsruimte van ± 750 m² wvo. Voor de niet-dagelijkse sector berekenen wij een indicatieve uitbreidingsruimte van 1.700 à 2.600 m² wvo. In bijlage 2 staat een uitgebreide toelichting op de berekening.

De berekende kwantitatieve uitbreidingsruimte (totaal 2.450 à 3.350 m² wvo) sluit aan op de

voorzien uitbreiding ($\pm 2.500 \text{ m}^2$ vvo). Toch moet deze indicatieve berekening niet alleen als onderbouwing voor het gewenste winkeloppervlak worden genomen. Belangrijker is de kwaliteit en positie van het winkelproject in de totale (beoogde) structuur. Op basis van meer kwalitatieve overwegingen kan tot een groter of kleiner oppervlak worden besloten.

3.2 Kwalitatieve beoordeling

Een kwalitatieve beoordeling van het winkelproject is alleen mogelijk als ook wordt gekeken naar recente ontwikkelingen in de detailhandel. Wij geven de belangrijkste weer:

- Schaalvergroting en filialisering zet door als gevolg van consumentengedrag (veel keuze per winkel tegen scherpe prijzen);
- Internet breekt, na rustig begin, door als volwaardig aankoopkanaal. Voor steeds meer artikelen concurrerend alternatief voor winkels (gemak, keuze, snelheid);
- Vergrijzing, niet alleen in de bevolking, maar ook in het mkb. Veel zelfstandige winkels gaan sluiten zonder opvolging;
- Recessie en verzadigde (winkel)markt. Complexe grote winkelprojecten ook na de recessie minder vanzelfsprekend.

Bovenstaande ontwikkelingen hebben tot gevolg dat kritischer moet worden gekeken naar haalbaarheid, nut en noodzaak van nieuwe winkelprojecten.

Rekening houdend met de ontwikkelingen in de detailhandel kan (moet) Bergen-Centrum zich in de toekomst vooral richten op drie functies:

1. Dagelijkse boodschappen doen (inwoners kern Bergen);
2. Frequente niet-dagelijkse aankopen, als comfortabel, efficiënt alternatief voor Alkmaar (inwoners gemeente Bergen);
3. Verblijven en beleven in een aantrekkelijke ambiance met horeca, mode- en 'snuffelwinkels' (inwoners gemeente Bergen, regio en toeristen).

Om deze functies in waar te maken is wel een kwantitatieve en kwalitatieve impuls nodig:

1. Voor een sterkere boodschappenfunctie is schaalvergroting van supermarkten nodig.
2. Voor de functie 'hoofdcentrum gemeente Bergen' is een sterk basispakket non-food-winkels met eigentijdse omvang gewenst.
3. Voor specialistisch kwaliteitsaanbod zijn veel bezoekers ('kritische massa') nodig.

Het Plein is in dit licht een strategische locatie voor Bergen-Centrum. Het is centraal gelegen en creëert een duidelijker winkelcircuit in het kernwinkelgebied. Dit winkelcircuit stimuleert mensen een rondje door het kernwinkelgebied te lopen. De verblijfsduur in én aantrekkelijkheid van het centrum nemen daardoor toe.

De beschikbare fysieke ruimte biedt kansen om hier de grotere winkelunits te maken die ontbreken in de historische winkelstraten.

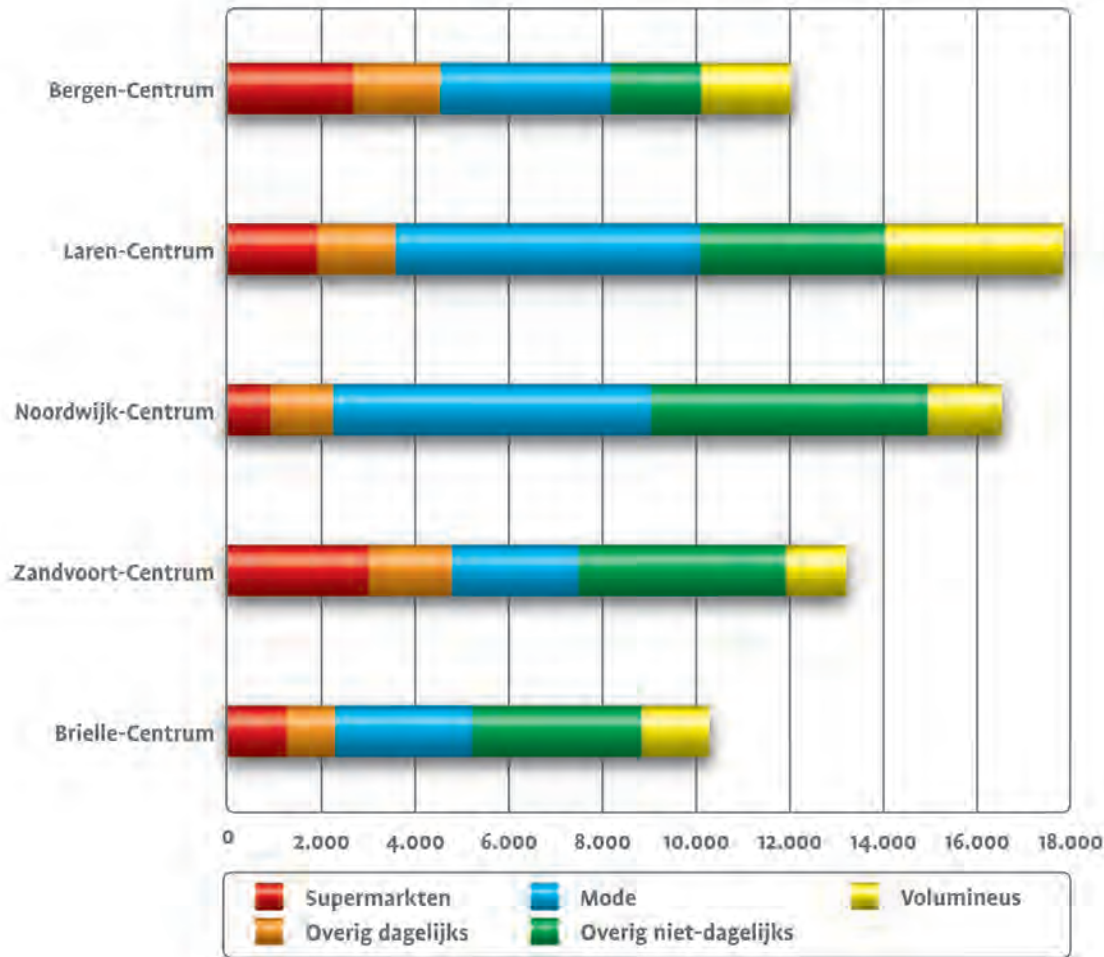
Daarmee biedt het project ruimte voor:

- Verplaatsing en/of schaalvergroting van winkels die nu ongunstig liggen en/of te klein zijn gehuisvest.
- Ontbrekende branches en formules die het aanbod in het Centrum aanvullen.

3.3 Conclusie

De centrale ligging in het centrum, de goede zichtbaarheid en fysieke ruimte (ruime units) maken de beide winkellocaties aantrekkelijk voor winkels. Ondanks de voorzichtigheid die is geboden (trends, recessie) zijn de locaties kansrijk om de marktpotenties van Bergen te benutten/te vergroten. Een goede ruimtelijke planuitwerking draagt daar verder aan bij.

Figuur 2 Winkelaanbod in referentiecentra (in m² vvo)



Bron: Locatus, 07-04-2010; bewerking Droogh Trommelen en Partners

4 Invulling project

De winkelruimte in het project kan op verschillende wijzen worden ingevuld. Gezocht kan worden naar nieuwe branches, formules of verplaatsende winkels.

Kansrijke branches en formules

Om inzicht te krijgen in eventuele kansrijke branches en winkelformules wordt Bergen-Centrum vergeleken met centra van vergelijkbare kernen. De selectie van de referentiecentra (figuur 2) heeft dan ook plaatsgevonden op basis van de ligging ten opzichte van grotere centra, de omvang van het winkelaanbod, de toeristisch-recreatieve functie en het gemiddeld hoge inkomen per hoofd van de bevolking.

Uit de vergelijking met referentiecentra blijkt dat het aanbod winkels in de dagelijkse sector sterk is (supermarkten, versspecialzaken, drogisten). Nieuwvestiging in deze sectoren ligt niet voor de hand. Het winkelaanbod in de niet-dagelijkse sector is in Bergen-Centrum kleiner dan in alle referentiecentra. Dit wil niet zomaar zeggen dat Bergen kan groeien naar

de omvang van bijvoorbeeld Laren-centrum. Wel is duidelijk dat naar verhouding het overig niet-dagelijks aanbod klein is. De branches warenhuis en sport zijn zelfs helemaal niet vertegenwoordigd (zie ook bijlage 1).

Eerder is al geconstateerd dat het aandeel filiaalbedrijven in Bergen relatief laag is. We kunnen hieruit concluderen dat toevoeging van winkelformules in de genoemde ondervertegenwoordigde branches mogelijk een aanvulling is voor Bergen. Het winkelproject biedt hiervoor goede kansen (centrale locatie, grotere units, relatief hoge huurprijzen in verband met nieuwbouw).

Er zijn diverse formules die wel in de referentiecentra zijn gevestigd, maar niet in het centrum van Bergen. In tabel 1 is een overzicht gegeven van formules die in referentiecentra zijn gevestigd, inclusief gemiddelde winkelomvang in Nederland. Opgemerkt moet worden dat formules de uiteindelijke maat van de winkel aanpassen aan de lokale en regionale omstandigheden. Genoemde maten zijn derhalve indicatief voor Bergen.

Tabel 1 Suggesties kansrijke winkelformules*

Formule	Gem. m ² wvo in Nederland
Hema	770
Blokker	440
Bruna	160
Gall&Gall	80
Zeeman	230
Ici Paris XL	170
Rituals	60
Hans Textiel	300
Leon Mode	110
Van Os Tassen en Koffers	110
Sport 2000	421
Music Store	100
Expert	320

Verplaatsing van winkels

Naast kansrijke nieuwe winkelformules, zijn er in en buiten het centrum van Bergen winkels die mogelijk willen verplaatsen naar het nieuwe centrumplan. In een sterk en compact deel van het centrum met grote(re) aantallen passanten kunnen winkels meer van elkaars nabijheid en aanwezige bezoekers profiteren. Daarnaast biedt het nieuwe winkelproject de

ruimte voor schaalvergroting van bestaande winkels met uitbreidingsbehoefte.

De ondernemersenquête in 2006, in het kader van de detailhandelsstructuurvisie, gaf aan dat diverse ondernemers wilden uitbreiden en/of verplaatsen. In het kader van deze verkenning is geen actueel onderzoek gedaan naar de huidige behoefte bij ondernemers. Niettemin kan rekening gehouden worden met enige behoefte. Zo zijn bekende formules als Marskramer (± 200 m² wvo) en Intertoys (± 230 m² wvo) relatief klein. De uiteindelijke wensen en mogelijkheden van ondernemers zijn echter sterk afhankelijk van individuele omstandigheden en op voorhand moeilijk in te schatten.

Gewenste omvang winkelunits

Rekening houdend met de marktpotenties in Bergen en de kwaliteiten van de locatie is het aan te bevelen uit te gaan van een mix van winkelunits tussen de 150 en 375 m² wvo (200 à 500 m² bvo). Bij voorkeur wordt daarnaast (per locatie) een trekker opgenomen met de bijbehorende maat, zoals de Hema en/of een supermarkt (verplaatsing en schaalvergroting).

* Locatus Benchmark Verkenner 07-04-2010

Bijlage 1 Winkelaanbod in centrum van Bergen en in referentiecentra

Branche	Bergen-Centrum	Brielle-Centrum	Centra van kernen van gelijke omvang	Zandvoort- Centrum	Noordwijk- Centrum	Laren-Centrum
Supermarkten	2.684	1.264	2.404	3.004	900	1.912
Overig dagelijks	1.846	1.025	1.221	1.774	1.345	1.658
<i>Speciaalzaken</i>	952	467	592	1.100	503	942
<i>Persoonlijke verzorging</i>	894	558	629	674	842	716
Mode	3.650	2.935	2.933	2.701	6.790	6.518
<i>Kleding en mode-accessoires</i>	3.442	2.425	2.354	2.485	5.658	5.826
<i>Schoenen en lederwaren</i>	208	510	579	216	1.132	692
Overig niet-dagelijks	1.924	3.612	3.688	4.438	5.913	3.944
<i>Warenhuizen</i>	0	445	428	950	1.663	291
<i>Luxe</i>	470	1.564	944	617	1.111	1.291
<i>Sport</i>	0	130	176	371	565	135
<i>Hobby, spel en media</i>	691	697	629	848	1.113	923
<i>Wit-/bruinwitgoed, computershops</i>	110	110	378	210	70	142
<i>Overig in en om het huis</i>	583	638	957	1.255	932	1.162
<i>Overige detailhandel</i>	70	28	176	187	459	0
Volumineus aanbod	1.921	1.445	1.070	1.296	1.584	3.809
<i>Woninginrichting</i>	1.921	1.445	1.032	1.296	1.584	3.809
<i>Bouwmarkten</i>	0	0	38	0	0	0
<i>Tuincentra</i>	0	0	0	0	0	0
TOTAAL	12.025	10.281	11.316	13.213	16.532	17.841

Bron: Locatus Benchmark Verkenner (2010), uittreksel van 07-04-2010

Bijlage 2 Distributieve mogelijkheden

Distributie planologisch onderzoek (dpo)

In vroegere dpo's werd het haalbare winkelaanbod vaak nauwkeurig berekend. Door grote onderlinge verschillen in typen winkelgebieden, branches en winkelformules moeten dergelijke berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. De haalbaarheid van winkels wordt veel meer bepaald door de potentiële functie en kwaliteit van het winkelgebied. Niettemin kan een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod een indicatie geven van overbewikeling of uitbreidingspotenties.

Variabelen

Bij deze kwantitatieve analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de omzet per hoofd, de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de mate waarin het omzetpotentieel terecht komt in het betreffende winkelgebied (koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloeit (koopkrachttoevloeiing). Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m² winkelvloeroppervlak) en benodigde omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) een rol.

Verzorgingsgebied

Het primaire verzorgingsgebied van Bergen-Centrum zijn de kernen Bergen en Bergen aan Zee. In Bergen wonen op 1 januari 2010 ± 12.600 mensen. Bergen aan Zee telde op die datum ± 400 inwoners. De provinciale bevolkingsprognoses gaan uit van een daling van het inwonertal in de hele gemeente tot ± 30.200 inwoners in 2015. We

verwachten dat deze daling zich vooral zal voordoen in de kleinere kernen van de gemeente. Mede gelet op het woningsbouwprogramma gaan we uit van een stabiel blijvend inwonertal in het primaire verzorgingsgebied van Bergen. Voor 2015 gaan we dus uit van ± 13.000 inwoners.

Gemiddelde omzet per inwoner

In distributieve berekeningen gaan we uit van de landelijk gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking per jaar. Bij de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking zijn niet alleen bestedingen van consumenten meegenomen, maar ook bestedingen van bedrijven in winkels.

We maken onderscheid tussen winkels met dagelijkse aanbod (Dagelijks) en winkels met niet-dagelijks aanbod (Niet-Dagelijks). Winkels met dagelijks aanbod zijn supermarkten, versspeciaalzaken en winkels in persoonlijke verzorging (o.a. drogisterij). Winkels met niet-dagelijkse aanbod zijn modewinkels (kleding, schoenen en lederwaren) en winkels met overig niet-dagelijks aanbod (o.a. warenhuizen, huishoudelijke artikelen, sport-, speelgoedzaken, winkels in wit- en bruingoed).

In Nederland is de totale omzet van winkels in 2009 circa € 82,3 mld (exclusief BTW). Dit betekent een gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking per jaar van € 5.000. Hiervan wordt € 2.270 omgezet in winkels met dagelijks aanbod en € 2.030 in winkels met niet-dagelijks aanbod. Het overige deel wordt omgezet in andersoortige detailhandel.

Wanneer het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner in het verzorgingsgebied afwijkt van het Nederlands gemiddelde is het gewenst

de gemiddelde omzetcijfers per hoofd aan te passen. Voor winkels met dagelijks aanbod is het gebruikelijk het omzetcijfer per hoofd aan te passen met een correctie van $\frac{1}{4}$ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde. Voor winkels met niet-dagelijks aanbod is het gebruikelijk een correctie door te voeren van $\frac{1}{2}$ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het gemiddelde. Omdat het gemiddeld besteedbaar inkomen in de primaire verzorgingsgebied van Bergen 28% boven het landelijk gemiddelde ligt (CBS, 2010), gaan we uit van iets hogere omzetcijfers per inwoner. Voor winkels met dagelijkse artikelen gaan wij uit van € 2.430 ($\text{€ } 2.260 + (\frac{1}{4} \times 28\% \times \text{€ } 2.260)$). Voor winkels met niet-dagelijkse artikelen gaan we uit van € 2.310 ($\text{€ } 2.140 + (\frac{1}{2} \times 28\% \times \text{€ } 2.140)$).

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

Niet alle bestedingen van inwoners van Bergen en Bergen aan Zee komen terecht in het winkelapparaat van Bergen. Het aandeel van de totale bestedingen van inwoners uit het primaire verzorgingsgebied dat terecht komt in de winkels in Bergen noemen we de koopkrachtbinding.

In de distributieve berekening die is gemaakt in de detailhandelsstructuurvisie uit 2006 is voor de dagelijkse sector uitgegaan van een koopkrachtbinding van 90%. Voor de niet-dagelijkse sector werd uitgegaan van een binding van 45 à 50%*. In beide gevallen werd uitgegaan van een versterking van het centrumgebied. Er zijn geen

* In de Detailhandelsstructuurvisie uit 2006 is gerekend voor VGM (voedings- en genotmiddelen) en DOG (duurzame en overige goederen). Het onderscheid tussen deze twee groepen is wat betreft bezoekmotief en -frequentie hetzelfde onderscheid als tussen de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Een correctie van de koopkrachtbinding en -toevloeiing zijn niet nodig.

wezenlijke veranderingen geweest in de afgelopen jaren. Er is dan ook geen aanleiding om van deze getallen af te wijken.

Behalve bestedingen van inwoners van uit het primaire verzorgingsgebied ontvangen de winkels in Bergen ook bestedingen van inwoners van buiten het primair verzorgingsgebied. Dit aandeel binnen de totale omzet noemen we de koopkrachttoevloeiing.

De distributieve berekening van 2006 ging voor de dagelijkse sector uit van een toevloeiing van 30%. Voor de niet-dagelijkse sector is uitgegaan van 40%. De bestedingen van toeristen zijn meegenomen in de toevloeiing. Er zijn geen redenen gevonden om van deze cijfers af te wijken.

Gemiddelde omzet per m²

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m² (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in winkels met dagelijks aanbod circa € 7.060,- (excl. BTW). In winkels met niet-dagelijks aanbod (zonder tuinentra, doe-het-zelfwinkels en winkels in woninginrichting) bedraagt de gemiddelde omzet per m² circa € 2.770,- (excl. BTW). Voor Bergen gaan wij uit van deze gemiddelde cijfers.

Indicatie distributieve mogelijkheden

Op basis van bovenstaande cijfers wordt een indicatieve berekening gemaakt van de distributieve mogelijkheden voor Bergen voor winkels in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector voor het jaar 2015.

Indicatie distributieve mogelijkheden winkels Dagelijks in Bergen in 2015

Inwoners primair verzorgingsgebied (kern)	13.000
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 2.430
Koopkrachtbinding	90%
Koopkrachttoevloeiing	30%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 40,6 mln
Omzet/m ² (excl. BTW)	€ 7.060
Potentieel winkelaanbod m ² wvo	5.750
Aanwezig winkelaanbod m ² wvo	5.000
Uitbreiding winkelaanbod m ² wvo	750

Indicatie distributieve mogelijkheden winkels Niet-Dagelijks in Bergen in 2015

Inwoners primair verzorgingsgebied (kern)	13.000
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 2.310
Koopkrachtbinding	45 à 50%
Koopkrachttoevloeiing	40%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 22,6 à 25,1 mln
Omzet/m ² (excl. BTW)	€ 2.770
Potentieel winkelaanbod m ² wvo	8.100 à 9.000
Aanwezig winkelaanbod m ² wvo	6.400
Uitbreiding winkelaanbod m ² wvo	1.700 à 2.600