

**stec**  
**groep**



# Afwegingskader transformatie Castricum

Stec Groep aan gemeente Castricum

**Hub Ploem en Maartje Lucassen**  
**27 juli 2021**

# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>3</b>
1.1	Aanleiding.....	3
1.2	Onze aanpak .....	3
1.3	Leeswijzer .....	3
<b>2</b>	<b>Conclusies</b>	<b>4</b>
2.1	De behoefte van consumenten verandert en daarmee ook de rol van winkelgebieden .....	4
2.2	Ook in Castricum staat de winkelmarkt onder druk.....	5
<b>3</b>	<b>Advies</b>	<b>8</b>
	Advies 1: Focus op versterking van centrum Castricum en winkelcentrum Geesterduin .....	8
	Advies 2: Verklein het kernwinkelgebied van het centrum van Castricum .....	8
	Advies 3: Respecteer bestaande rechten van winkels buiten kernwinkelgebied .....	9
	Advies 4: Zet instrumenten in om verplaatsing naar kernwinkelgebied te stimuleren.....	10
	Advies 5: Hanteer een afwegingskader voor transformatieverzoeken.....	12
	<b>Bijlage: Marktanalyse</b>	<b>15</b>
	Trends en ontwikkelingen detailhandel .....	15
	Detailhandelsstructuur gemeente Castricum .....	16
	Beoordeling (indicatieve) marktruimte detailhandel .....	21
	Trends en ontwikkelingen horeca.....	22

# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding

Transformatie van (winkel)panden is een belangrijk thema in Castricum. Diverse eigenaren hebben verzoeken tot transformatie ingediend. U wilt daarom goede keuzes kunnen maken voor wat betreft transformatie in het centrum van Castricum. Hierbij moet ook ingespeeld worden op de lange termijn ambities binnen het gebied. Op deze manier wilt u uiteindelijk toe naar een verblijfsgebied in het centrum.



Het ontbreekt momenteel echter aan een visie op de mogelijkheden voor transformatie binnen en buiten dit gebied. U heeft daarom behoefte aan een afwegingskader, welke in participatie met ondernemers en eigenaren is opgesteld. Met het afwegingskader kunt u vervolgens goede, onderbouwde keuzes maken over waar u wel en waar u geen medewerking verleent aan transformatie-initiatieven.

## 1.2 Onze aanpak

Om te komen tot voorliggend afwegingskader hebben we het centrum van Castricum bezocht en beoordeeld. Tijdens en na dit bezoek hebben we de belangrijkste aandachtspunten, lopende projecten en initiatieven opgehaald. Aanvullend hierop hebben we zeven gesprekken gevoerd met ondernemers en eigenaren om de opgaven nog scherper in beeld te krijgen. Met de eerste analyses in de hand zijn we het gesprek aan gegaan met ondernemers en eigenaren in het centrum van Castricum. Samen is beoordeeld waar 'grenzen' liggen en wat dit betekent voor de toekomstpotentie van deze plekken. Deze opgaven, kansen en uitkomsten van de sessie met ondernemers en eigenaren hebben we verwerkt in de uiteindelijke rapportage en het afwegingskader.

## 1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 zijn de belangrijkste trends en ontwikkelingen voor de winkelmarkt samengevat. Ook wordt in dit hoofdstuk ingegaan op de huidige stand van zaken in het centrum van Castricum. In hoofdstuk 3 zijn de belangrijkste adviezen beschreven. In dit hoofdstuk is ook het afwegingskader transformatie concreet uitgewerkt en gevisualiseerd. Alle benodigde achtergrondinformatie en analyses zijn uitgewerkt in de bijlage.

# 2 Conclusies

In dit hoofdstuk leest u onze belangrijkste conclusies. De conclusies zijn gebaseerd op de trends en ontwikkelingen en marktanalyse die zijn uitgewerkt in de bijlage.

## 2.1 De behoefte van consumenten verandert en daarmee ook de rol van winkelgebieden

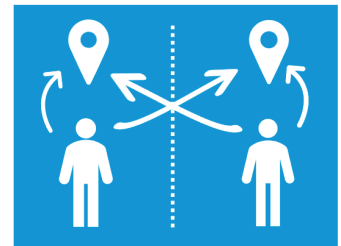
### Groeiende concurrentie tussen winkelgebieden

De voorheen groeiende winkelmarkt is een verdringingsmarkt geworden. Hierdoor is de concurrentie tussen centra toegenomen. Met name kleine (dorps en stads)centra met supermarkten en grote binnensteden doen het goed in de markt. Kleine centra zijn relevant voor de inwoner voor het boodschappenprofiel en de nabijheid van voorzieningen. Grote binnensteden zijn aantrekkelijk door het complete aanbod en de sterke functiemix (cultuur, horeca, bioscoop, et cetera). Dit gaat ten koste van middelgrote centra met weinig onderscheidend vermogen ('vlees-noch-vis' centra). Hier daalde de afgelopen jaren de omzetten en steeg de leegstand.

### Winkelen vindt plaats op plekken waar een volwaardig aanbod voor het gewenste motief aanwezig is

Succesvolle winkelgebieden spelen in op de behoefte van de consument. Dit betekent dat winkelen steeds vaker plaatsvindt op die plekken waar een volwaardig aanbod voor het gewenste motief te vinden is.

Daarnaast worden consumenten steeds kritischer: ze stellen hogere eisen aan aanbod, kwaliteit, service, gemak, prijs, bereikbaarheid en vermaak. Aankoopplaatsen van voorheen voldoen - in de ogen van consumenten - niet altijd meer. De consument is door toegenomen mobiliteit en het feit dat men veelal zeer goed geïnformeerd is over de kwaliteiten (en prijzen) van winkels en winkelgebieden steeds meer bereid om elders (verder weg of online) inkoop te doen. Het binden van koopkracht aan de eigen gemeente is daarom extra uitdagend.



### CORONACRISIS GROTE IMPACT OP FUNCTIONEREN VOORZIENINGEN IN CENTRA

De coronacrisis heeft een grote impact op de economie. Juist voorzieningen in centra, zoals detailhandel, horeca en leisure, worden hard geraakt. Voor de winkelmarkt geldt dat structurele veranderingen van voor de coronacrisis (zoals online winkelen) versterkt doorzetten. De detailhandel, en specifiek mode, schoenen- en luxewinkels, heeft daardoor last van een sterke vraaguitval. Alleen supermarkten, drogisterijen, bouw-, huis- en tuinproducten en online deden het tijdens de coronacrisis goed.

Ook de horeca wordt hard geraakt door de coronacrisis. Als gevolg van de maatregelen is de horeca een lange tijd gesloten geweest. Inmiddels zijn (bijna) alle horecagelegenheden weer geopend, maar ook nu zorgt de 1,5-meter maatregel ervoor dat het voor veel horecazaken moeilijk is om gezonde omzetten te behalen. Hierdoor staat het voortbestaan van een deel van het horecabestand onder druk. Dit heeft ook direct negatieve gevolgen voor centrumgebieden. Door de (mogelijke) sluiting van horecazaken komt een completere centrumbeleving namelijk onder druk te staan.

Een positief effect van de coronacrisis is dat consumenten in toenemende mate lokaal (in de eigen woonplaats) aankopen doen. Dit biedt, op korte termijn, kansen voor het centrum van Castricum. Of sprake zal zijn van een structureel effect is nog onbekend.

### Internet wordt een steeds prominenter aankoopplaats, zeker post-corona

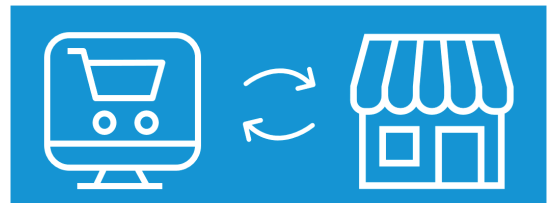
Het internet wordt een steeds prominenter aankoopplaats, zeker na de coronacrisis. Internetaankopen zijn de afgelopen jaren sterk gestegen. In 2019 gaf de Nederlandse consument zo'n 25,8 miljard euro uit bij webwinkels. Dit is 7% meer dan een jaar eerder (Thuiswinkel Markt Monitor 2019). Door de coronacrisis zijn online bestedingen in 2020 nog sterker gestegen. De online omzet van Nederlandse internetverkopers steeg in 2020 met meer dan 40%. Vooral multichannelers (bedrijven die zowel via een fysieke winkels als online verkopen) deden het goed. Zij zagen hun omzet in 2020 met meer dan de helft stijgen ten opzichte van 2019.

We verwachten dat de online sector haar positie in de markt structureel zal gaan versterken. Doelgroepen die voorheen nauwelijks online aankopen deden, zoals ouderen, raken namelijk meer gewend aan online shoppen. Daarnaast blijkt uit onderzoek dat 40% van de Nederlanders verwacht na de coronacrisis meer online te gaan winkelen.

### Internet en corona zorgen voor forse toename van leegstand in binnensteden

Door de opkomst van webwinkels hoeven consumenten voor de aankoop van producten niet meer perse naar de winkel. Winkelbezoek is een keuze geworden. Consumenten kunnen sommige producten net zo gemakkelijk online bestellen en thuis laten bezorgen. Door de coronacrisis is het doen van online aankopen in een stroomversnelling terecht gekomen. Steeds meer winkels en consumenten maken hier gebruik van. Het aantal passanten in de winkelstraten was eind vorig jaar namelijk nog altijd veel lager dan voor de coronacrisis. Richting 2022 kan de leegstand in binnensteden hierdoor zelfs oplopen met meer dan 40%, zo blijkt uit een analyse van het PBL en onderzoeksbureau Locatus.

Multichannel strategieën, waarbij de online en offline beleving gecombineerd worden, worden voor winkeliers daarom steeds belangrijker. De winkel wordt daarmee steeds meer een plek waar consumenten de producten kunnen zien, voelen en testen. Deze verandering is ook zichtbaar in de ruimtelijke opzet van centra. Centrumgebieden worden compacter en aan de randen en in aanloopstraten worden winkelpanden getransformeerd. Winkels maken daarbij plaats voor dienstverlening, bedrijvigheid/ambacht of woningen. Meer online shoppen zorgt namelijk onderaan de streep voor een afnemende en veranderde behoefte aan fysieke winkels.



## 2.2 Ook in Castricum staat de winkelmarkt onder druk

### Centrum Castricum en winkelcentrum Geesterduin belangrijkste aankooplocaties

Het centrum van Castricum is één van de twee de belangrijkste aankooplocaties van de gemeente. Circa 25% van alle detailhandel is gevestigd in het centrum van Castricum. Het gaat voornamelijk om winkels in de branches: mode en luxe en in/om huis. Ook zijn er enkele dagelijkse voorzieningen aanwezig (o.a. Aldi). Daarnaast beschikt het centrum over meerdere horecazaken en andere toeristische en recreatieve functies. Door deze mix van functies heeft het centrum van Castricum voornamelijk een recreatieve winkelfunctie (kijken, vergelijken en ontmoeten).

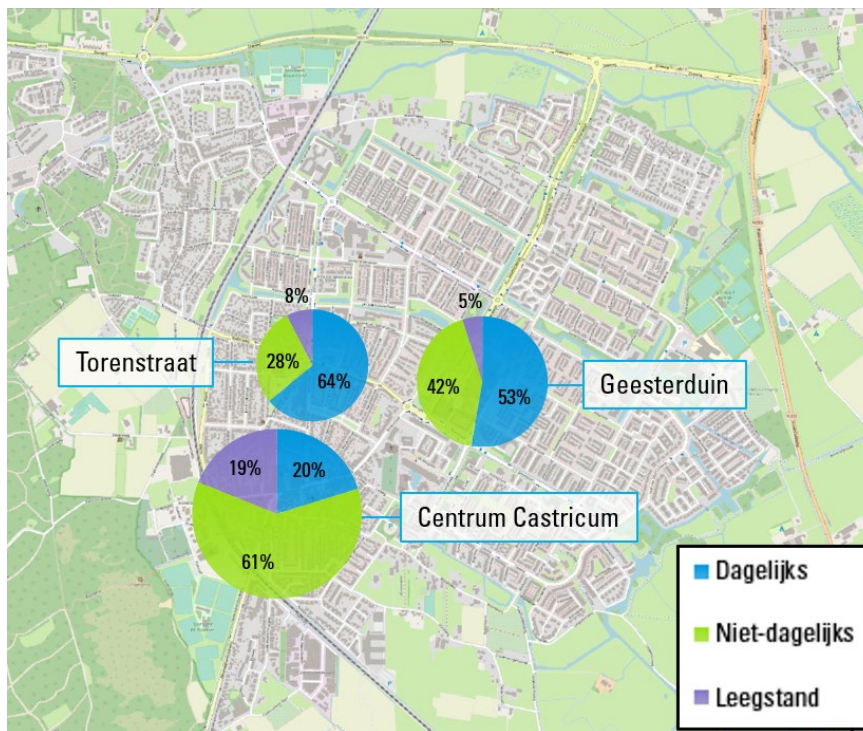
In het verlengde van het centrum ligt de winkelstrip Torenstraat. Hier is zo'n 10% van het totale detailhandelsaanbod van de gemeente Castricum gevestigd. Het aanbod hier is voornamelijk gericht op het doen van gerichte aankopen en boodschappen. Circa 70% van het aanbod bestaat uit dagelijkse winkels (o.a. een supermarkt, bakker en apotheek). Daarnaast zijn er ook nog een aantal niet-dagelijkse zaken gevestigd (o.a. een optiek, sportzaak, elektrozaak en kleding zaak voor damesmode).

Op korte afstand van het centrum ligt winkelcentrum Geesterduin. In dit winkelcentrum is, net als in het centrum, zo'n 25% van het totale detailhandelsaanbod van de gemeente Castricum gevestigd. Meer dan de helft van het aanbod in Geesterduin bestaat uit winkels in het dagelijkse segment. In Geesterduin zijn meerdere supermarkten, bakkers en drogisterijen gevestigd. Ook zit er een groentezaak, een slager en een



slijter. Daarnaast zijn er ook nog een kaaswinkel, slagerij, viswinkel en snoepwinkel gevestigd. De aanwezige supermarkten zijn de belangrijkste publiekstrekkingen van het winkelgebied. Geesterduin is daardoor voornamelijk gericht op het doen van boodschappen en andere gerichte aankopen. Aanvullend daarop beschikt winkelcentrum Geesterduin over relatief veel niet-dagelijkse winkels (circa 40% van het aanbod). Hiermee biedt het winkelcentrum een diverse en uitgebreid winkelaanbod aan.

**Figuur 1: Winkelaanbod per winkelgebied, peildatum november 2020**



Bron: Locatus, november 2020; bewerking Stec Groep, 2021.

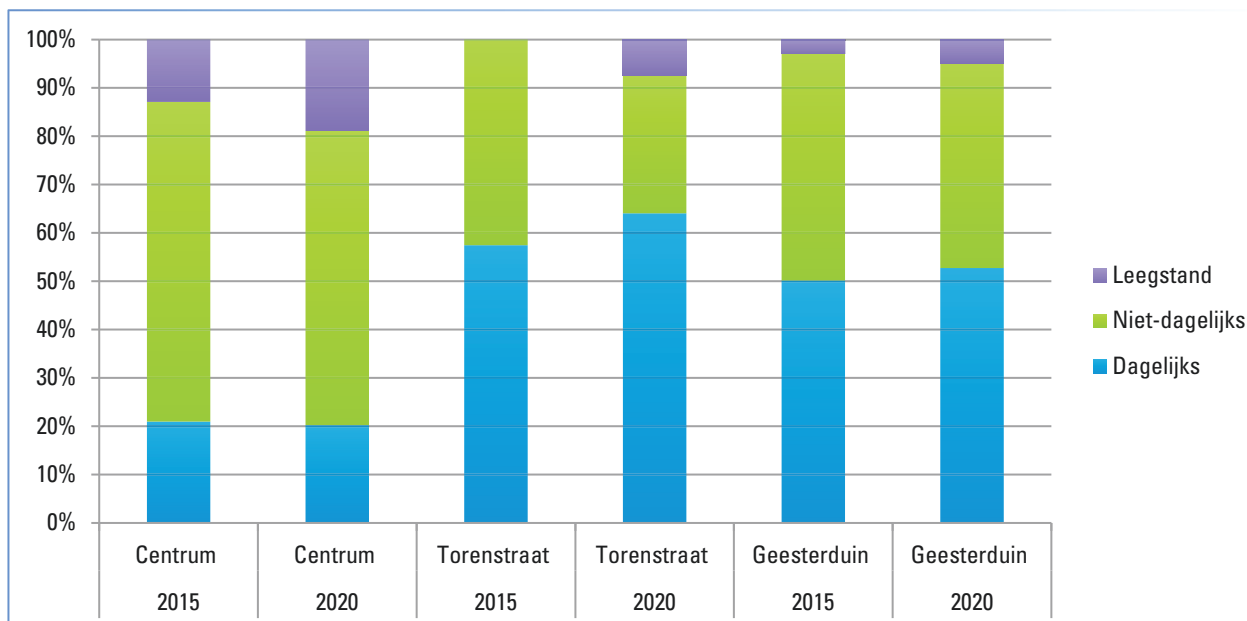
Het overige winkelaanbod ligt op solitaire locaties in de gemeente (o.a. op het Kooiplein) en in de kernen Limmen en Akersloot). Omdat dit afwegingskader gaat over het centrum van Castricum, de Torenstraat en winkelcentrum Geesterduin laten we dit aanbod buiten beschouwing. Het afwegingskader moet juist zorgen voor verplaatsingen van solitair aanbod naar het centrum van Castricum. Meer decentralisatie is niet gewenst.

**De winkelleegstand lag eind 2020 boven het gezonde frictieniveau**

Ook in de gemeente Castricum staat de winkelmarkt onder druk. Dit blijkt onder andere uit de leegstandscijfers. De afgelopen vijf jaar is de winkelleegstand in de gemeente Castricum toegenomen. In 2015 bedroeg de totale winkelleegstand in de gemeente zo'n 9%. Eind 2020 is dit aandeel gestegen naar zo'n 13%. Hiermee ligt de winkelleegstand (ver) boven het gewenste frictieniveau van 5%.

Op basis van Locatus (november 2020) blijkt dat de winkelleegstand in alle winkelgebieden is gestegen. In het centrum van Castricum steeg de leegstand met 5%. Ook in de Torenstraat lag de leegstand eind 2020 8% hoger dan in 2015. Inmiddels zijn de twee leegstaande panden in de Torenstraat weer ingevuld met een horecazaak (eetcafé) en een zakelijke dienstverlener (adviesbureau). In winkelcentrum Geesterduin was de leegstandstoename beperkter (+2%). De groei van de leegstand ging vooral ten koste van de niet-dagelijkse winkels in de winkelgebieden. In de periode 2015-2020 is het dagelijks aanbod namelijk in ieder van de winkelgebieden toegenomen. Dit betekent dat de landelijke trends ook een direct en zichtbaar effect hebben op het winkelaanbod in Castricum. De groeiende leegstand uit zich onder andere in meerdere transformatieverzoeken om winkelpanden om te zetten naar wonen of anderszins.

**Figuur 2: Ontwikkeling winkelaanbod per winkelgebied in de gemeente Castricum tussen 2015 en 2020**



Bron: Locatus, november 2020; bewerking Stec Groep, 2021.

### Er is sprake van een overaanbod in zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector

Op basis van een indicatie berekening blijkt tevens dat er sprake is van een overaanbod in zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector. In de dagelijkse sector gaat het om zo'n 1.225 m<sup>2</sup> wvo overaanbod. In de niet-dagelijkse sector gaat het om zo'n 210 m<sup>2</sup> wvo overaanbod. Richting 2030 neemt de marktruimte, door beperkte inwonersgroei, iets toe. Het overaanbod blijft echter in beide segmenten bestaan. Dit betekent dat er, puur kwantitatief, geen marktruimte meer bestaat voor extra winkelmeters. Sterker nog: doordat er sprake is van een overaanbod en doordat het leegstandspercentage boven het gewenste frictieniveau ligt, is het schrappen van detailhandelsaanbod noodzakelijk om te komen tot een gezonde marktspanning.

# 3 Advies

In dit hoofdstuk leest u onze belangrijkste adviezen. Deze zijn gebaseerd op basis van analyses (zie bijlage) en de verzamelde input vanuit ondernemers en eigenaren in de gemeente Castricum.

## Advies 1: Focus op versterking van centrum Castricum en winkelcentrum Geesterduin

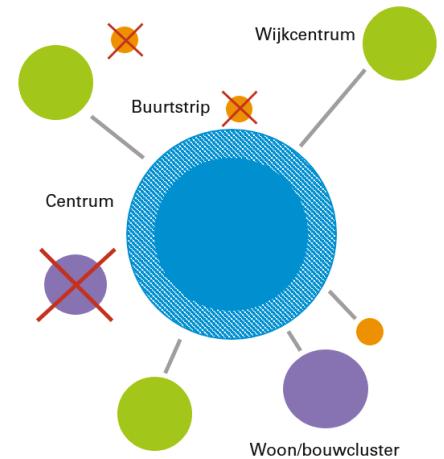
### Richting toekomst niet haalbaar om al het gevestigde detailhandelsaanbod in stand te houden

Door de afnemende en veranderde behoefte aan fysieke winkels (oplopend tot +40% structurele leegstand in binnensteden, PBL 2020) is het niet haalbaar om in de toekomst al het gevestigde winkelaanbod in de gemeente Castricum in stand te houden. Om een gezond ondernemersklimaat en compacte, complete en aantrekkelijke winkelgebieden te creëren, is het maken van keuzes noodzakelijk.

### Focus op concentratie in centrum Castricum en winkelcentrum Geesterduin

We adviseren daarom te focussen op concentratie van winkels in het centrum van Castricum en winkelcentrum Geesterduin. Op deze manier wordt in deze twee gebieden een compact en compleet winkelaanbod gecreëerd.

Focus op concentratie betekent ook dat u zeer terughoudend moet zijn met het toestaan van detailhandelsfuncties buiten het centrum van Castricum en winkelcentrum Geesterduin. Alleen woonwinkels, doe-het-zelf zaken en tuincentra mogen zich buiten de winkelgebieden vestigen. Voor verspreid gelegen aanbod, bijvoorbeeld in woonwijken, adviseren we een uitsterfconstructie (zie verderop).



### Bekrachtig keuzes in geactualiseerde detailhandelsvisie

Deze focus op deze gebieden komt overeen met de huidige beleidslijn die is opgenomen in de detailhandelsnotitie van de gemeente Castricum (2012). Ondanks dat bestaat er onder ondernemers en eigenaren veel onduidelijkheid en onzekerheid over welke richting de gemeente op wil. We adviseren u daarom bovenstaande keuzes ook écht te maken, duidelijk te communiceren en te bekrachtigen in een geactualiseerde detailhandelsvisie.

## Advies 2: Verklein het kernwinkelgebied van het centrum van Castricum

### Zet in op behoud en versterking van aantrekkelijk en levendig centrumgebied

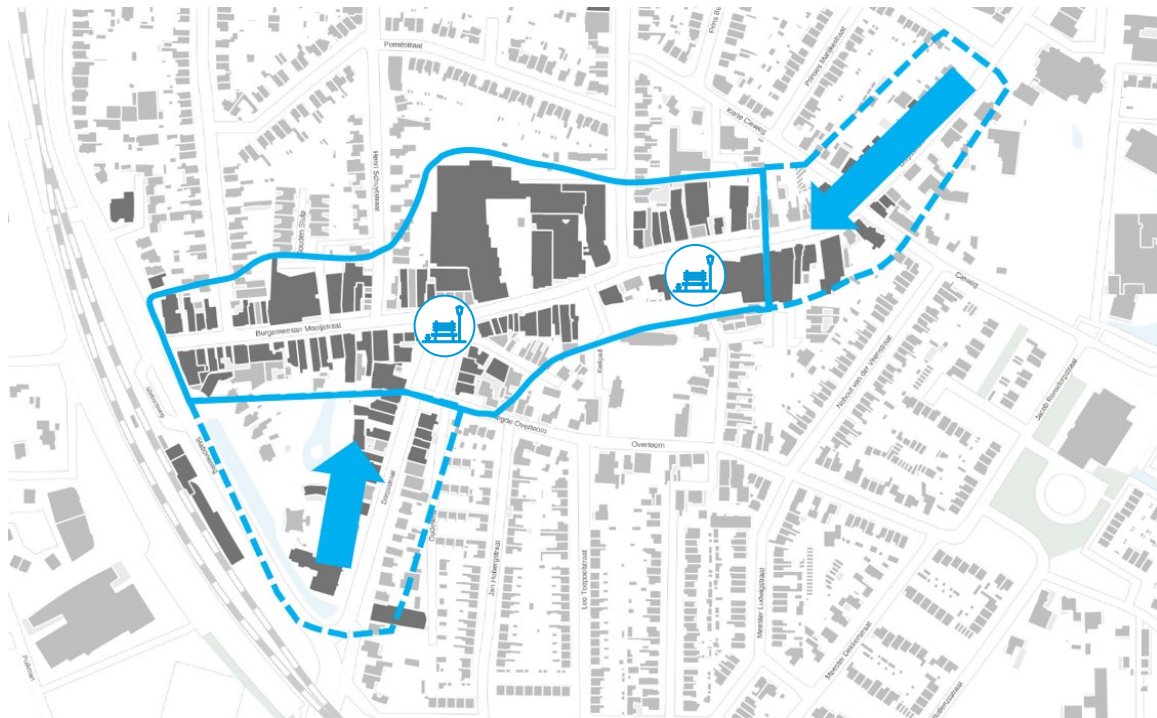
Het centrum van Castricum is het hart van de gemeente. Het centrum moet daarom ook richting de toekomst een aantrekkelijk en levendig gebied blijven. Hiervoor is versterking van het centrum van groot belang. Niet alleen voor de kern Castricum zelf, maar ook voor de rest van de gemeente. Een goed functionerend centrum zorgt ervoor dat alle inwoners uit de gemeente gebruik kunnen maken van de aanwezige voorzieningen in het centrum.

### Verklein kernwinkelgebied om kwaliteit te verhogen en leegstand te verlagen

Momenteel is er sprake van een relatief grote spreiding en versnippering van het winkelaanbod in het centrum van Castricum. Hierdoor zijn gaten gevallen en minder aantrekkelijke plekken ontstaan in zowel het kernwinkelgebied als in de aanloopstraten. Om de leegstand terug te dringen en de kwaliteit van het centrum te versterken adviseren we u het kernwinkelgebied te verkleinen. We stellen voor om de uitlopers van de Dorpsstraat niet meer op te nemen in het kernwinkelgebied. De Verlegde Overtoom en Slaapwoonwinkel Huitenga (Dorpsstraat 69-73) vormen daarmee de grenzen van het kernwinkelgebied. Nieuwe ontwikkelingen voor detailhandel moeten structuurversterkend zijn en mogen alleen plaatsvinden binnen het afgebakende kernwinkelgebied. Nieuwe plannen en uitbreidingen buiten het kernwinkelgebied zijn in de basis ongewenst. In onderstaand figuur is dit visueel weergegeven.



**Figuur 3: Voorstel afbakening kernwinkelgebied centrum Castricum, inclusief bron- en verblijfspunten**



Bron: Stec Groep, 2021.

### **Zorg voor aantrekkelijke overgangsgebieden en perspectief daarbuiten**

Het verkleinen van het kernwinkelgebied zorgt ervoor dat er aan de randen van dit gebied nieuwe bronpunten ontstaan. Het gaat in dit geval om de kruising van de Burgermeester Mooijstraat, Dorpsstraat en Overtoom en het Kerkplein tegenover de Corso Bioscoop. Door deze gebieden te ontwikkelen tot aantrekkelijke verblijfsgebieden wordt de aantrekkingskracht van het kernwinkelgebied vergroot. Versterk hiervoor de gebiedskwaliteit door in te zetten op horeca, beleving (oude elementen terughalen), groen en parkeren. Dit is ook in lijn met de actieagenda die gekoppeld is aan de pilot 'het proces naar versterking van winkel- en verblijfsgebieden'.

Het is daarnaast belangrijk om de ondernemers en eigenaren die met hun winkel buiten het kernwinkelgebied vallen perspectief te bieden. Zorg ervoor dat zij weten welke mogelijkheden zij hebben en waar zij aan toe zijn. Bouw hierbij voort op de functies die al in deze gebieden aanwezig zijn of hierbij passen. Biedt daarbij ook mogelijkheden en ruimte voor verruiming van functies (op aanvraag).

### **Advies 3: Respecteer bestaande rechten van winkels buiten kernwinkelgebied**

#### **Winkels buiten gewenste structuur kunnen bedrijfsvoering voortzetten, maar mogen niet uitbreiden**

Winkels buiten de gewenste structuur (afgebakend kernwinkelgebied en winkelcentrum Geesterduin) kunnen hun bedrijfsvoering voortzetten. Bestaande rechten worden gerespecteerd. Voor deze winkels geldt echter dat uitbreiding van de winkel in principe niet is toegestaan, tenzij dit reeds planologisch-juridisch is verankerd. Nieuwvestiging van detailhandel (waarvoor een planologische procedure noodzakelijk is) buiten de gewenste structuur is uitgesloten. Mocht een bestaande winkel buiten de gewenste winkelstructuur verdwijnen (beëindiging of verplaatsing naar het kernwinkelgebied of winkelcentrum Geesterduin) is dit een ontwikkeling die de gewenste structuur versterkt. Bij voorkeur worden hier dan met de vastgoedeigenaar afspraken gemaakt over een passende niet-winkel functie.

### Versterk locaties buiten gewenste structuur niet en ga bij langdurige leegstand het gesprek aan

We adviseren de locaties buiten de gewenste structuur niet verder te versterken en bij langdurige leegstand het gesprek aan te gaan met de (vastgoed)eigenaar om de mogelijkheden voor verkleuring naar andere functies te verkennen. U kunt hiervoor bijvoorbeeld ook gebruik maken van een leegstandsverordening. Hiermee krijgen vastgoedeigenaren een meldingsplicht opgelegd voor winkelpanden die langer dan zes maanden leegstaan. Onder regie van de gemeente wordt er (verplicht) leegstandsoverleg gevoerd. Dit is overigens een 'zwaar' instrument. Er zijn ook lichtere instrumenten denkbaar, zoals het aanstellen van een transformatie / leegstandscoach (persoon die het gesprek aan gaat met te huur of te koop aangeboden winkelpanden over alternatieve invulling) of het beschikbaar stellen van budget (in de vorm van een subsidie) voor planontwikkeling voor transformatie.



### Zoek verbinding tussen Torenstraat en centrum Castricum

Voorgaande geldt dus ook voor de winkels aan de Torenstraat. De Torenstraat is een losstaande winkelstrip tegen het centrum van Castricum aan. We verwachten dat ook in dit winkelgebied de winkel-functie in de toekomst (verder) gaat teruglopen en zich verder zal gaan concentreren in de directe omgeving van de supermarkt. Dit zien we ook nu al terug door de transformatieverzoeken die hier spelen. Ondanks dat is de dynamiek in de Torenstraat relatief goed en de leegstand beperkt, mede ook door invulling van voormalige winkelpanden met andere voorzieningen. We adviseren daarom om bestaande rechten te respecteren (*stand stil*), waarbij de mogelijkheden voor uitbreiding geminimaliseerd worden.

Momenteel dragen de winkels in de Torenstraat beperkt bij aan de versterking van het voorzieningen-cluster in het centrum van Castricum (en vice versa). Door in te zetten op gezamenlijke evenementen en marketing kan de verbinding en daarmee de wisselwerking tussen de Torenstraat en het centrum van Castricum versterkt worden. Dit komt beide (winkel)gebieden ten goede en kan er voor zorgen dat ook ondernemers op de Torenstraat nog lang een gezonde boterham kunnen verdienen.

### Flexibiliteit in ruimtelijke kader noodzakelijk om compacte winkelgebieden te realiseren

Het concentreren van winkels in een compact, compleet en levendig winkelgebied is een zaak van lange adem en vraagt om strikte toepassing gedurende een lange periode om succesvol te kunnen zijn. Om juist in het kernwinkelgebied voor actie te zorgen, is flexibiliteit in de ruimtelijke kaders gewenst. Dit kan door kleine aanpassingen binnen het bestemmingsplan toe te staan. Daarbij doelen we bijvoorbeeld op het toestaan van een extra woonlaag. Op deze manier kunnen ontwikkelingen en investeringen rendabel en daarmee aangejaagd worden.

### Advies 4: Zet instrumenten in om verplaatsing naar kernwinkelgebied te stimuleren

#### Stimuleer verplaatsing van winkels van buiten de gewenste structuur naar het centrum en Geesterduin

Zet in op de stimulering van het verplaatsen van winkels van buiten de gewenste structuur naar het kernwinkelgebied in het centrum van Castricum en winkelcentrum Geesterduin. Ga (en blijf) in gesprek met ondernemers en vastgoedeigenaren om de concentratiegedachte en voordelen van ondernemen in het centrum te benadrukken. Concentratie van winkels in het kernwinkelgebied draagt namelijk bij aan het opvullen van lege plekken, het verlevendigen van het centrum en vergroot de aantrekkelijkheid van Castricum voor inwoners, bezoekers van buiten de gemeente en toeristen.

Om verplaatsingen naar de gewenste structuur (kernwinkelgebied in centrum en winkelcentrum Geesterduin) te stimuleren kunt u gebruik maken van de volgende instrumenten: verhuissubsidie, transformatiesubsidie, uitsterfconstructie en veegplan:

### 1. Gebruik een verhuissubsidie om ondernemers tegemoet te komen in gemaakte kosten

Een verhuissubsidie is een laagdrempelige manier om bij te dragen aan de verplaatsing naar (leegstaande) panden in het afgebakende kernwinkelgebied. Via deze regeling kunnen ondernemers gebruik maken van een vergoeding voor de gemaakte kosten. Denk bijvoorbeeld aan verhuiskosten of een tegemoetkoming in de waardevermindering van het achtergebleven pand. Zowel eigenaar-gebruikers als huurders kunnen gebruik maken van deze regeling. Randvoorwaarde voor een eigenaar-gebruiker is dat het achtergebleven pand de bestemming detailhandel verliest. Deze regeling biedt ook kansen voor het versterken van bestaande en leegkomende plekken, door verouderde bebouwing te slopen en daarvoor in de plaats aantrekkelijke nieuwbouw te realiseren, met minder (of geen) winkelmeters en meer ruimte voor andere functies waaronder wonen wordt bijgedragen aan de concentratie in en versterking van de gewenste structuur. Indicatief bedragen de kosten voor een verhuissubsidie circa 100.000 euro, afhankelijk van het aantal aanvragen en de looptijd.



### 2. Stimuleer transformatie van winkelpanden buiten gewenste structuur met transformatiesubsidie

Winkel(bestemmingen) buiten de gewenste structuur dragen niet bij aan de concentratiegedachte en gewenste winkelstructuur. Sterker nog, ze kunnen een bedreiging vormen voor de beoogde winkelstructuur. Immers harde (en verborgen) plancapaciteit buiten de gewenste structuur kan betekenen dat winkels zich in potentie hier kunnen vestigen. Een stimuleringsregeling om transformatie van (leegstaande) winkelpanden buiten de gewenste winkelstructuur mogelijk te maken zorgt ervoor dat er op termijn minder van dergelijke mogelijkheden een bedreiging vormen.



Om ontwikkelingen en investeringen daadwerkelijk op gang te krijgen kan een transformatiesubsidie in het leven geroepen worden. We zien ook in andere winkel- en centrumgebieden dat dit ondernemers en/of vastgoedeigenaren net de extra steun geeft om een investering door te zetten. Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van het vergoeden van kosten voor het wijzigen van het bestemmingsplan of voor het doen van onderzoek naar de mogelijkheden van de betreffende locatie. Ook kan de financiële bijdrage ingezet worden voor de feitelijke transformatie. De achterliggende winkelbestemming wordt daarbij bij voorkeur geschrapt. Ook de transformatiesubsidie is dus een goed bruikbaar en laagdrempelig instrument om transformatie aan te jagen. Voor het opstellen van plannen kan een eenmalige bijdrage gegeven worden van maximaal 2.000 tot 5.000 euro per op te stellen plan. Een bijdrage aan de daadwerkelijke transformatie kan oplopen tot 1/3 van de totale verbouwingskosten, met een absoluut maximum. Hiermee is in potentie een substantieel bedrag gemoeid.

### 3. Pas bij locaties buiten gewenste structuur een uitsterfconstructie toe

Het verminderen van detailhandelsmeters buiten de gewenste structuur kan daarnaast ook via het bestemmingsplan. Via het bestemmingsplan kan namelijk vooraf sturing worden gegeven aan ruimtelijke ontwikkelingen. Dit betekent ook detailhandelslocaties buiten de gewenste structuur specifiek bestemd kunnen worden met een zogenaamde 'uitsterfconstructie'. Een uitsterfregeling bepaalt dat, als een locatie langere tijd (meestal 1 tot 3 jaar) niet meer in gebruik is voor detailhandel, de detailhandelsfunctie (met toepassing van een wijzigingsbevoegdheid of rechtsweg) na afloop van deze periode niet meer mag worden hervat. In potentie kan dit ook tot planschade leiden.



Specifiek voor het bestemmingsplan van het centrum van Castricum ('Centrum' - vastgesteld op 23 mei 2013) stellen we daarnaast voor om de 'Centrum - 1' bestemming van locaties buiten het kernwinkelgebied te verruimen naar 'Centrum - 2' bestemming. Op deze manier worden de planologische rechten verruimd en blijft de detailhandelsfunctie in stand (respecteren van bestaande rechten). Tegelijkertijd wordt het ook mogelijk om wonen op de begane grond te realiseren. Binnen het afgebakende kernwinkelgebied is wonen op de begane grond niet wenselijk. Het verruimen naar een 'Centrum - 2' bestemming is daarom alleen wenselijk in de uitlopers van de Dorpstraat en de uitlopers van de Torenstraat. Dit zijn immers ook de

locaties waar u wilt meedenken met transformatieverzoeken. In het hart van de Torenstraat (Deen supermarkt en ± 6 omliggende winkels) is de transformatie naar wonen op de begane grond niet direct wenselijk. Hanteer hier daarom een extra regel: voordat de begane grond getransformeerd mag worden naar wonen moet het pand minimaal 1 jaar leegstaan.

Het is bovendien belangrijk om de uitgangspunten uit dit afwegingskader door te vertalen naar de regels van het bestemmingsplan. Hier worden initiatieven namelijk aan getoetst (en niet aan de toelichting).

#### 4. Verwijder overtollige en onbenutte plancapaciteit met een veegplan

Ook via een veegplan kan ongewenste plancapaciteit buiten de gewenste structuur (die niet in gebruik is voor detailhandel) worden wegbestemd. Zo voorkom je dat het gebruik van een pand met een brede bestemming in de toekomst wijzigt naar detailhandel. Een veegplan is een (bijzondere) partiële herziening van een bestemmingsplan. Deze heeft voor de winkelmarkt als belangrijk doel om overtollige onbenutte plancapaciteit in bestemmingsplannen weg te halen. Het is een instrument om bestemmingsplannen actueel te houden en maakt het efficiënt uitvoeren van de gewenste ontwikkelrichting in het centrum mogelijk door het proces te stroomlijnen.



#### Creër voorzienbaarheid waar dat nodig is

Voorzienbaarheid is dé manier om passieve risicoaanvaarding te kunnen realiseren. Voorzienbaarheid creëren betekent eenvoudig gezegd: kon een partij (eigenaar van de ontwikkelrechten) het weghalen van de bestemming zien aankomen en had deze voldoende tijd om op basis van het vigerende plan te handelen? Heeft de partij vervolgens niets gedaan? Dan geldt dit als passieve risicoaanvaarding door deze partij en is planschade niet aan de orde. Dit zorgt er dus voor dat het voor de eigenaar van ontwikkelrechten niet of beperkt mogelijk is om planschade te verhalen op de gemeente.

Gemeenten moeten het voornemen tot 'wegbestemmen' beleidsmatig en publiekrechtelijk verankeren om zo maximale voorzienbaarheid te creëren. Het wegbestemmen van de winkelfunctie (of beter: het herbestemmen naar een andere bebouwde of onbebouwde functie) moet vervolgens geëffectueerd worden in een wijzigingsbesluit op het bestemmingsplan of straks: het omgevingsplan. Ook de Ladder voor duurzame verstedelijking helpt om voorzienbaarheid te creëren en krachtig te kunnen communiceren dat aan de betreffende meters geen behoefte is.

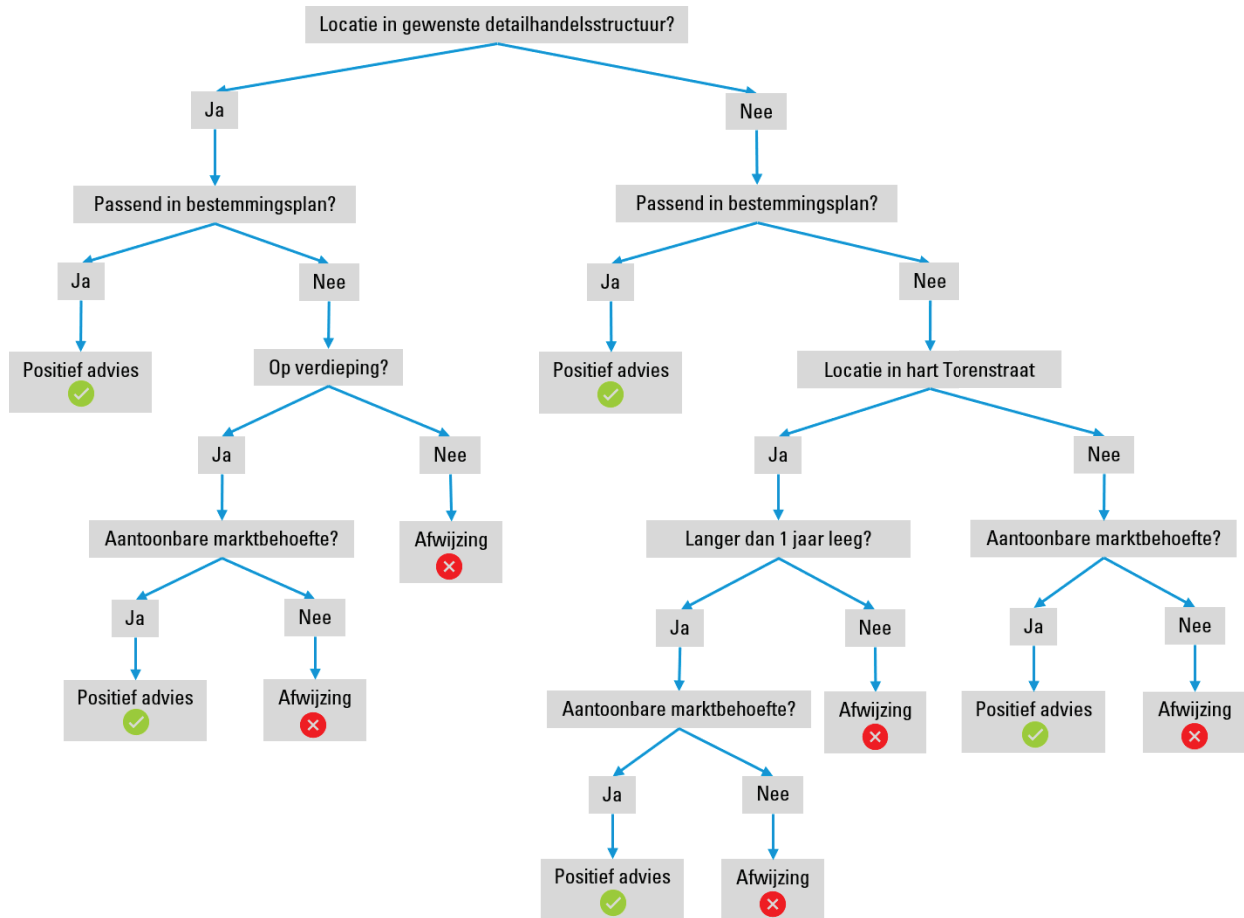
### Advies 5: Hanteer een afwegingskader voor transformatieverzoeken

#### Hanteer afwegingskader voor beoordelen transformatieverzoeken

Om toekomstige transformatieverzoeken (van detailhandel naar een andere bestemming) te kunnen beoordelen, raden we u aan onderstaand afwegingskader te gebruiken. Met dit afwegingskader kunt u plannen voor transformatie toetsen. Hiermee kunt u initiatieven eenvoudig beoordelen, tegen elkaar afwegen en hier vooraf eigenaar-gebruikers van op de hoogte stellen. Voor het afwegingskader vinden we de volgende criteria relevant:

- **Locatie:** ligt het beoogde pand binnen of buiten de gewenste detailhandelsstructuur? Gaat het bijvoorbeeld om een winkelpand in het kernwinkelgebied (zie figuur 3) of winkelcentrum Geesterduin? Of gaat het om een locatie daarbuiten (uitlopers Dorpsstraat en Torenstraat)? Met andere woorden: heeft de locatie toekomstpotentie voor het behoud van detailhandel?
- **Bestemmingsplan:** past het beoogde initiatief binnen de bestaande rechten van het bestemmingsplan (met inachtneming van punt 3 onder advies 4)? Of moet er een bestemmingsplanwijziging plaatsvinden om het beoogde initiatief mogelijk te maken?
- **Inpandige ligging:** is het te transformeren object gelegen op de begane grond of op de verdieping?
- **Marktbehoefte:** is voor de beoogde functie sprake van een aantoonbare marktbehoefte? Sluit het programma bijvoorbeeld aan bij de woningbehoefte en programmering van de gemeente? Of is er sprake van een kwalitatief onderscheidend concept (vernieuwend concept, gat in de markt, duurzaamheid, vergroening, innovatieve parkeeroplossing)?

**Figuur 4: Afwegingskader transformatie**



Bron: Stec Groep, 2021.

**Maak gebruik van helder format voor beoordeling en monitoring**

Minstens zo belangrijk als een helder afwegingskader is wat ons betreft de beoordeling van randvoorwaarden waaraan een aanvraag voor transformatie moet voldoen. Uit bovenstaand schema blijkt immers dat, binnen de gewenste structuur, waar de winkelfunctie centraal staat, het niet wenselijk is om wonen in de plint te realiseren (enkel op de verdieping). Een duidelijk format waarin initiatieven kunnen worden toegelicht is daarom belangrijk. Met deze informatie kan, aan de hand van de uitgangspunten in het afwegingskader, afgewogen worden of transformatie wenselijk is of niet. In onderstaande tabel is een voorbeeld format uitgewerkt.

**Tabel 1: Format voor afstemming initiatieven**

Thema	Toelichting
Locatie (incl. kaart / afbakening plan)	
Huidige planstatus in bestemmingsplan	
Huidige situatie (kwantitatief; o.a. omvang en indeling pand, actuele leegstand, etc.)	
Huidige situatie (kwalitatief; o.a. reikwijdte (trekkracht), onderscheidend vermogen, etc.)	
Ambitie (programma: kwantitatief en kwalitatief, behoefteonderzoek, etc.)	
Samenhang met lokaal en regionaal beleid	
Neveneffecten (bijvoorbeeld onderbouwing Ladder, verkeer, etc.)	

Bron: Stec Groep, 2021.

We adviseren u daarnaast de transformatieaanvragen te registreren en de voortgang hiervan te monitoren. Op deze manier houdt u een vinger aan de pols en kunt u, waar nodig, bijsturen. Ook adviseren we u de werking van het afwegingskader jaarlijks te evalueren. Ook deze kan, indien nodig, aangescherpt worden.



Het is namelijk belangrijk om in te blijven spelen op nieuwe kwalitatieve ontwikkelingen in ondernemerschap en de verwachte en onverwachte ontwikkeling in de vraag van consumenten. Op deze manier blijven veranderingen scherp in beeld en zorgt het afwegingskader voor het gewenste resultaat.

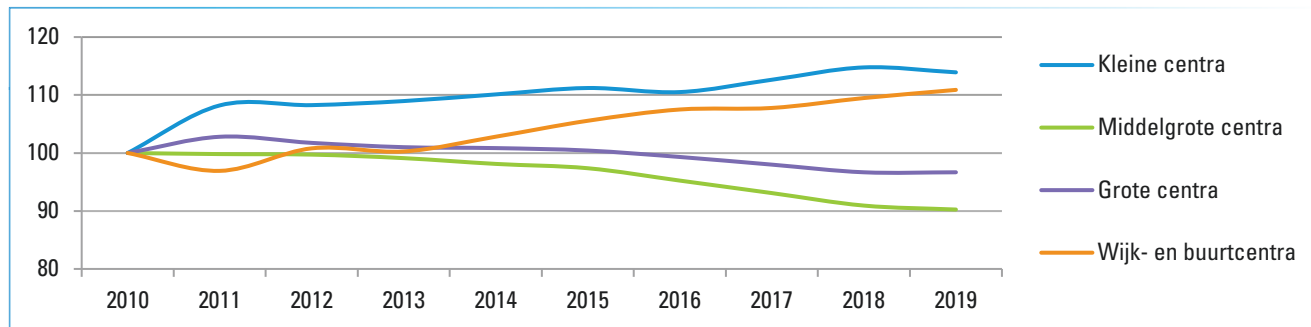
# Bijlage: Marktanalyse

## Trends en ontwikkelingen detailhandel

### De behoefte van de consument verandert en daarmee de rol van de winkel(gebieden)

De voorheen groeiende winkelmarkt is een verdringingsmarkt geworden. Hierdoor is de concurrentie tussen centra toegenomen. Met name kleine (dorps en stads)centra met supermarkten en grote binnensteden doen het goed in de markt. Kleine centra zijn relevant voor de inwoner door het boodschappenprofiel en de nabijheid van voorzieningen. Grote binnensteden zijn aantrekkelijk door het complete aanbod en de sterke functiemix (cultuur, horeca, bioscoop, et cetera). Dit gaat ten koste van middelgrote centra met weinig onderscheidend vermogen ('vlees-noch-vis' centra).

Figuur 5: Ontwikkeling winkelvoorraad naar type centrum



Bron: Locatus; bewerking: Stec Groep, 2021.

Succesvolle winkelgebieden spelen in op de behoefte van de consument. Dit betekent dat het winkelen steeds vaker op die plekken zal plaatsvinden waar een volwaardig aanbod voor het dan gewenste motief te vinden is. Daarnaast worden consumenten steeds kritischer: ze stellen hogere eisen aan aanbod, kwaliteit, service, gemak, prijs, bereikbaarheid en vermaak. Aankoopplaatsen van voorheen voldoen - in de ogen van consumenten - niet altijd meer. Het assortiment is bijvoorbeeld niet compleet of de openingstijden passen niet binnen de planning van de consument. De consument is door toegenomen mobiliteit en het feit dat men veelal zeer goed geïnformeerd is over de kwaliteiten (en prijzen) van winkels en winkelgebieden steeds meer bereid om elders (verder weg of online) inkopen te doen. Het binden van koopkracht aan de eigen gemeente is daarom extra uitdagend.

Winkelmotieven	Succesfactoren
Recreatief winkelen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grote mix van winkels in een compact gebied</li> <li>- Aanvullende voorzieningen zoals horeca en cultuur</li> <li>- Unieke setting (bijvoorbeeld historisch)</li> <li>- Onderscheidende, lokale evenementen en markten</li> <li>- Openbare ruimte gericht op verblijfskwaliteit</li> <li>- Multimodale bereikbaarheid</li> <li>- Ruim en goedkoop parkeren</li> </ul>
Doelgericht winkelen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Goed bereikbaar per auto</li> <li>- Gratis parkeermogelijkheden</li> <li>- Sterke trekker(s)</li> <li>- Beperkte concurrentie in verzorgingsgebied</li> <li>- Thematisch profiel</li> </ul>
Boodschappen doen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Op korte afstand van de inwoner</li> <li>- Goede (auto)bereikbaarheid en gratis parkeren</li> <li>- Minimaal twee moderne supermarkten als trekker</li> <li>- Zichtlijnen en routing supermarkten</li> <li>- Succesvolle weekmarkt</li> </ul>

### Internet steeds prominentere aankoopplaats, zeker post-corona

Internetaankopen zijn de afgelopen jaren sterk gestegen. In 2019 gaf de Nederlandse consument zo'n 25,8 miljard euro uit bij webwinkels. Dit is 7% meer dan een jaar eerder (Thuiswinkel Markt Monitor 2019). De groei werd vooral veroorzaakt door de stijgende bestedingen in food/nearfood (+24%), schoenen en personal lifestyle (+19%) en huishoudelijke elektronica (+16%). In Nederland werd in 2019 circa 15% van de totale bestedingen in de detailhandelssector online gedaan (CBS, 2019).

Door de coronacrisis zijn online bestedingen sterk gestegen. De online omzet van Nederlandse internetverkopers steeg in 2020 met meer dan 40%. Vooral multichannelers (bedrijven die zowel via een fysieke winkels als online verkopen) deden het goed. Zij zagen hun omzet in 2020 met meer dan de helft stijgen ten opzichte van 2019. We verwachten dat de online sector haar positie in de markt structureel zal versterken. Doelgroepen die voorheen nauwelijks online aankopen deden, zoals ouderen, raken meer gewend aan online shoppen. Uit onderzoek (Colliers, 2020) blijkt dat 40% van de Nederlanders verwacht na de coronacrisis meer online te gaan winkelen. Multichannel strategieën worden voor winkeliers daarom nog belangrijker. Meer online shoppen zorgt namelijk onderaan de streep voor een afnemende en veranderde behoefte aan fysieke winkels.

### Coronacrisis grote impact op functioneren voorzieningen in centra

De coronacrisis heeft een grote impact op de economie. Juist voorzieningen in centra, zoals detailhandel, horeca en leisure, worden hard geraakt. Voor de winkelmarkt geldt dat structurele veranderingen van voor de coronacrisis versterkt doorzetten. De detailhandel, en specifiek mode, schoenen- en luxewinkels, heeft last van een sterke vraaguitval. Alleen supermarkten, drogisterijen, bouw-, huis- en tuinproducten en online deden het tijdens de coronacrisis goed. Wanneer de coronacrisis nog lang voortduurt, kan dit de druppel zijn voor ketens of ondernemers die al in zwaar weer verkeerden voor de crisis. Dit kan leiden tot nieuwe gaten in de winkelstraat. We verwachten bovendien dat (inter)nationale filiaalbedrijven hun winkelportefeuille gaan verkleinen, ten koste van kleinere centra.

Een positief effect van de coronacrisis voor kleinere centra is dat consumenten in toenemende mate lokaal aankopen doen. Dit blijkt uit passantentellingen (Locatus, RMC) en recent consumentenonderzoek (Retailagenda). Consumenten geven aan in coronatijd voor winkelaankopen de eigen woonplaats te verkiezen boven andere plaatsen. Dit biedt, op korte termijn, kansen voor het centrum van Castricum. Of sprake zal zijn van een structureel effect is nog onbekend. Naast detailhandel is de impact van de coronacrisis op horecazaken groot. De horeca is een lange tijd gesloten geweest en in de 1,5-meter samenleving zijn voor een groot aantal horecazaken veel beperkingen om gezonde omzetten te kunnen behalen. Door de sluiting van horecazaken komt een completere centrumbeleving onder druk te staan.

### Detailhandelsstructuur gemeente Castricum

#### Bijna 37.000 m<sup>2</sup> aan winkelvloeroppervlak in gemeente Castricum

De gemeente Castricum beschikt in totaal over 170 winkels met een totale oppervlakte van zo'n 37.000 m<sup>2</sup> vvo. Dit is exclusief leegstaande winkelpanden. In de gemeente staan 26 winkelpanden leeg met een totaal oppervlak van zo'n 5.500 m<sup>2</sup> vvo. Hiermee staat 13% van het totale winkelvloeroppervlak in de gemeente Castricum leeg. Dit is meer dan in vergelijkbare gemeenten. De dagelijkse sector bestaat uit 61 winkels met een totaal oppervlak van circa 14.200 m<sup>2</sup> vvo. Circa 70% van de dagelijkse branche bestaat uit supermarkten. De niet-dagelijkse sector bestaat uit 109 winkels met een totale oppervlakte van circa 22.800 m<sup>2</sup> vvo.

Tabel 2: Kerngegevens detailhandel gemeente Castricum

Branche	Verkooppunten	Winkelvloeroppervlak
Dagelijks	61	14.150
... waarvan supermarkt	8	9.950
Niet-dagelijks	109	22.800
<b>Totaal</b>	<b>170</b>	<b>36.950</b>
Leegstand	26	5.520

Bron: Locatus, november 2020.

#### Centrum Castricum en winkelcentrum Geesterduin belangrijkste aankooplocatie

Het centrum van Castricum is één van de belangrijkste aankooplocatie van de gemeente. Circa 25% van alle detailhandel is gevestigd in het centrum van Castricum. In het centrum zijn voornamelijk winkels gevestigd in de branches: mode en luxe en in/om huis. Ook zijn er enkele dagelijkse voorzieningen aanwezig. Daarnaast beschikt het centrum over meerdere horecazaken en andere toeristische en

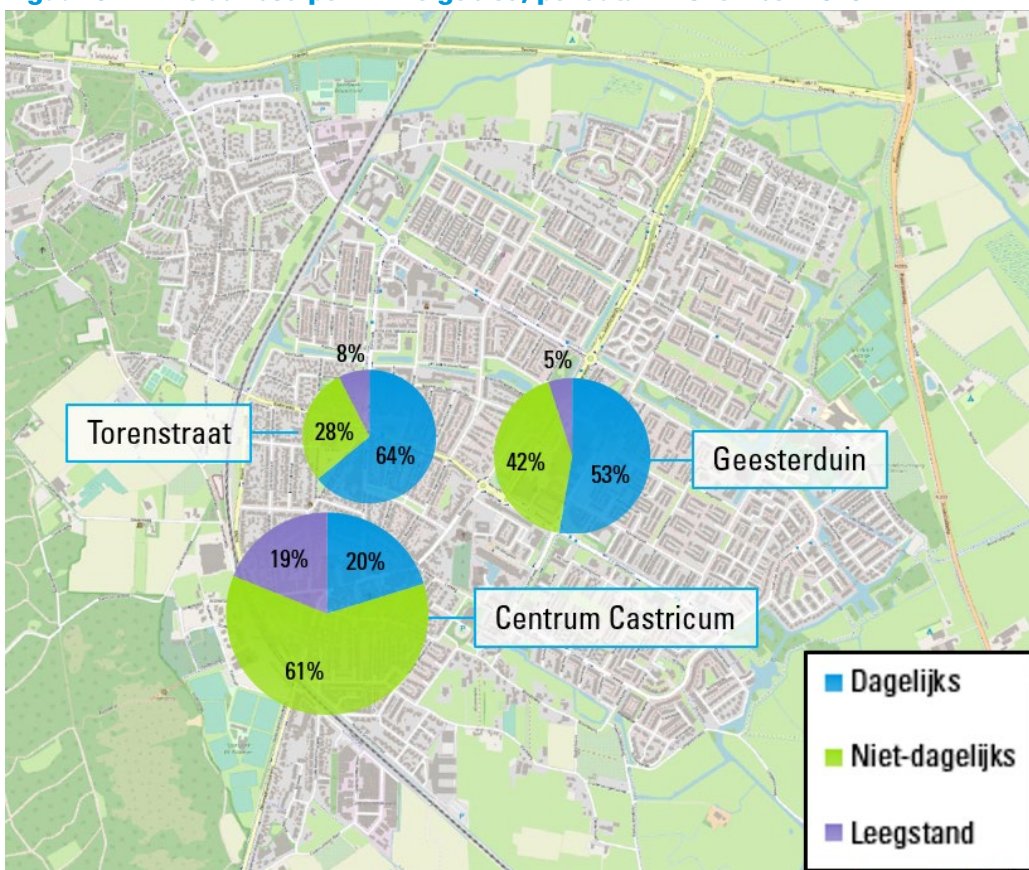
recreatieve functies. Door deze mix van functies heeft het centrum van Castricum voornamelijk een recreatieve winkelfunctie (kijken, vergelijken en ontmoeten).

In het verlengde van het centrum ligt de Torenstraat. Hier is zo'n 10% van het totale detailhandelsaanbod in de gemeente Castricum gevestigd. Het aanbod hier is voornamelijk gericht op het doen van gerichte aankopen en boodschappen. Circa 70% van het aanbod hier bestaat uit dagelijkse winkels (o.a. een supermarkt, bakker, slijter en apotheek). Daarnaast zijn er ook nog een aantal niet-dagelijkse zaken gevestigd (o.a. een optiek, sportzaak, elektrozaak en kleding zaak voor damesmode).

Op korte afstand van het centrum ligt winkelcentrum Geesterduin. In dit winkelcentrum is, net als in het centrum, zo'n 25% van het totale detailhandelsaanbod van de gemeente Castricum gevestigd. Meer dan de helft van het aanbod in Geesterduin bestaat uit winkels in het dagelijkse segment. In Geesterduin zijn meerdere supermarkten, bakkers, groentezaken, drogisten en slijters gevestigd. Daarnaast zijn er ook nog een kaaswinkel, slagerij, viswinkel en snoepwinkel gevestigd. De aanwezige supermarkten zijn de belangrijkste publiekstrekkingen van het winkelgebied. Geesterduin is daardoor voornamelijk gericht op het doen van boodschappen en andere gerichte aankopen. Aanvullend daarop beschikt winkelcentrum Geesterduin over relatief veel niet-dagelijkse winkels (circa 40% van het aanbod). Hiermee biedt het winkelcentrum een diverse en uitgebreid winkelaanbod aan.

Het overige winkelaanbod ligt op solitaire locaties in de gemeente (o.a. op het Kooiplein). Omdat dit afwegingskader gaat over het centrum van Castricum (dorpscentrum, Torenstraat en Geesterduin) laten we dit aanbod buiten beschouwing. Het afwegingskader moet juist zorgen voor verplaatsingen van solitair aanbod naar het centrum van Castricum. Meer decentralisatie (door bijvoorbeeld nieuwe winkels toe te staan op het Kooiplein) is niet gewenst.

**Figuur 6: Winkelaanbod per winkelgebied, peildatum november 2020**



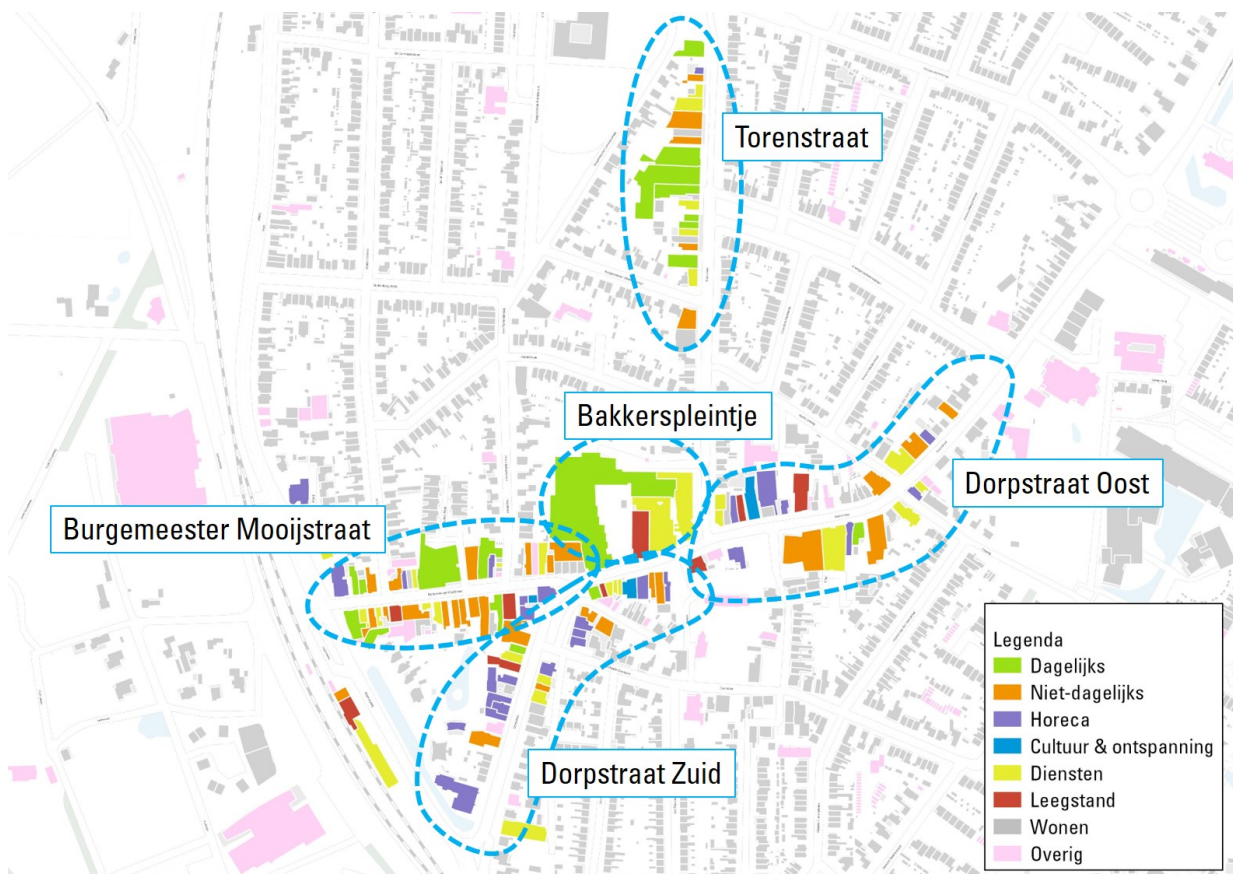
Bron: Locatus, november 2020; bewerking Stec Groep, 2021.



### Centrum op te delen in vijf verschillende deelgebieden

Ook binnen het centrum van Castricum zien we verschillende bezoekprofielen. In onderstaande afbeelding is het centrum van Castricum opgedeeld in vijf deelgebieden. Het gaat om de Burgermeester Mooijstraat, 'Dorpsstraat Zuid', 'Dorpsstraat Oost', Bakkerspleintje en Torenstraat. Op de kaart zijn de verschillende functies die aanwezig zijn in de deelgebieden weergegeven. Het Bakkerspleintje vormt het 'hart' van het centrum van Castricum. De aanwezige Aldi is een belangrijke publiekstrekker voor het centrum. Ondanks dat is de (geprogrammeerde) leegstand op het Bakkerspleintje relatief hoog. De Burgermeester Mooijstraat is een gemengde winkelstraat. Het is daarnaast een belangrijke aanloopstraat vanuit het station richting het centrum. Hetzelfde geldt voor de 'Dorpsstraat Zuid'. In deze straat zijn de panden vooral gevuld met horecagelegenheden. Ook in de 'Dorpsstraat Oost' is detailhandel niet de belangrijkste functie. Dit deel van de Dorpsstraat kenmerkt zich als lang gerekte aanloopstraat met versnipperd aanbod. Naast winkels zijn hier ook horecagelegenheden, dienstverleners en woonhuizen aanwezig. Ten slotte is de Torenstraat een langgerekte winkelstrip die vooral gericht is op dagelijkse boodschappen. De aanwezige Deen supermarkt is hiervoor een belangrijke trekker. Er is geen sprake van aaneengesloten bewinkeling tussen de Torenstraat en de Dorpsstraat. Sowieso is de ruimtelijke samenhang in het centrum relatief beperkt doordat het aanbod versnipperd is over langere afstanden.

Figuur 7: Deelgebieden in centrum Castricum (huidige situatie, peildatum juni 2021)<sup>1</sup>



Bron: Locatus, november 2020.

### Winkelleegstand met circa 13% boven gewenst frictieniveau

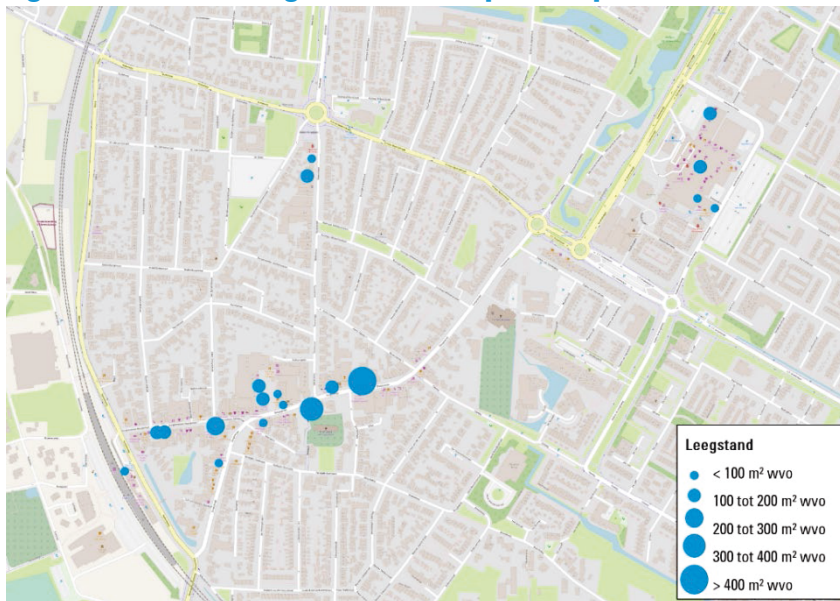
In november 2020 stonden in de gemeente 26 winkelpanden leeg. In totaal ging het om een oppervlak van zo'n 5.520 m<sup>2</sup> vvo (circa 13% van de totale voorraad). De winkelleegstand lag daarmee boven het gezonde frictieniveau van zo'n 5%.

<sup>1</sup> Voor de kaart zijn de pandcontouren uit de BAG gebruikt als basis. Hieraan zijn de verschillende branches (op basis van Locatus) gekoppeld. Soms zijn er in één pand meerdere branches aanwezig. In dit geval is de branche met het grootste winkelvloeroppervlak weergegeven. Dit verklaart ook waarom het aandeel 'dagelijks' op het Bakkerspleintje groot is. De Aldi is de grootste winkel in dit pand. Daarnaast zijn er echter ook nog een kledingwinkel, een leegstaande winkel en een Xenos aanwezig in dit pand.



Circa 40% van de totale leegstand (2.170 m<sup>2</sup> wvo) bevond zich in het centrum van Castricum. Hiermee stond zo'n 19% van het winkelaanbod in het centrum van Castricum leeg. In de Torenstraat stond eind 2020 circa 260 m<sup>2</sup> wvo leeg (8% van aanbod). Inmiddels zijn de twee leegstaande panden in de Torenstraat weer ingevuld met een horecazaak (cafetaria) en een zakelijke dienstverlener (adviesbureau), zie ook bovenstaande figuur. In winkelcentrum Geesterduin bedroeg de leegstand circa 435 m<sup>2</sup> wvo. Dit is zo'n 5% van het totale aanbod in Geesterduin. Vooral in het centrum van Castricum is de winkelleegstand dus hoog. De overige 2.655 m<sup>2</sup> wvo leegstaand winkelvastgoed is verspreid in de gemeente Castricum gelegen.

**Figuur 8: Overzicht leegstaande winkelpanden, peildatum november 2020**

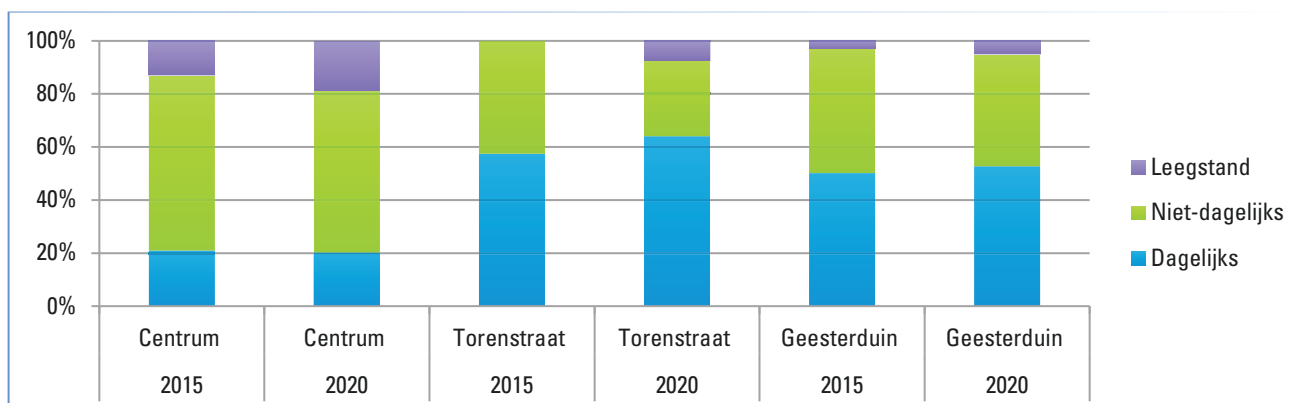


Bron: Locatus, november 2020; bewerking Stec Groep, 2021.

**Leegstand ten koste van niet-dagelijks aanbod toegenomen**

Om een beeld te krijgen van het functioneren van de verschillende winkelgebieden, brengen we in onderstaand figuur de ontwikkeling van het winkelaanbod in beeld. Dit doen we voor de periode 2015-2020. Opvallend is dat in ieder van de winkelgebieden het dagelijkse aanbod iets is toegenomen. Ook de leegstand is in ieder van de winkelgebieden toegenomen. De toename is het grootst in het centrum van Castricum. Beide ontwikkelingen gingen ten koste van de niet-dagelijkse winkels. Dit betekent dat de landelijke trends (veranderende behoefte consument en internet winkelen) ook een direct en zichtbaar effect hebben op het winkelaanbod in Castricum. Er zijn bovendien meerdere transformatieverzoeken om winkelpanden om te zetten naar wonen of anderszins.

**Figuur 9: Ontwikkeling winkelaanbod per winkelgebied in de gemeente Castricum tussen 2015 en 2020**



Bron: Locatus, november 2020; bewerking Stec Groep, 2021.

## DETAILHANDELSBELEID GEMEENTE CASTRICUM

### Provinciaal beleid: Detailhandelsbeleid Noord-Holland 2015-2020

De provincie Noord-Holland streeft naar een aantrekkelijk winkelaanbod. Hiervoor stimuleert het nieuwe ontwikkelingen binnen de detailhandel. Tegelijkertijd wil de provincie ook leegstand van winkelpanden tegengaan. Om dit te bereiken zijn gemeenten in Noord-Holland verplicht om regionaal afgestemde detailhandelsvisies op te stellen. Door middel van deze visies, in combinatie met de detailhandelsmonitor, wordt gestuurd op een goede balans tussen vraag en aanbod.

### Regionaal beleid: Detailhandelsvisie regio Alkmaar 2017

In 2017 is de detailhandelsvisie voor de regio Alkmaar opgesteld. De regio heeft de ambitie om winkelgebieden binnen de bestaande structuur te versterken. Winkels dienen daarom zoveel mogelijk deel uit te maken van winkelgebieden. Nieuwe ontwikkelingen zullen daarom ook gericht moeten zijn op het versterken van winkelgebieden in de bestaande structuur. Ontwikkelingen groter dan 1.500 m<sup>2</sup> bvo moeten regionaal afgestemd worden. Kleinere ontwikkelingen worden gemeenlijk afgewogen. Rekening houdend met het regionale overschot aan winkelmeters en de bestaande leegstand, moet sowieso zeer terughoudend worden omgegaan met uitbreidingen van het winkelaanbod, helemaal buiten de bestaande winkelstructuur. Een uitzondering hierop zijn winkels die voorzien in een basisvoorziening van een kleine kern.

### Gemeentelijk beleid: Notitie detailhandel gemeente Castricum 2012

In 2012 is de detailhandelsnotitie van de gemeente Castricum vastgesteld. De gemeente Castricum streeft er naar om de twee bestaande winkelgebieden; centrum Castricum (incl. Torenstraat) en Geesterduin te versterken. Om te voorkomen dat er koopkracht uit deze twee gebieden weglekt is het niet wenselijk om detailhandelsontwikkelingen buiten de bestaande structuur toe te staan. Dit wordt ook benadrukt in de structuurvisie Buiten Gewoon Castricum 2030 (vastgesteld in december 2014). Hierin wordt het belang om winkelvoorzieningen te concentreren onderstreept. Winkels in elkaars nabijheid trekken immers meer consumenten. Dit is van groot belang voor de detailhandelssector die onder druk staat door diverse ontwikkelingen (vergrijzing, corona, internet, et cetera).

## **Verzorgingsfunctie detailhandel Castricum is primair lokaal; historisch centrum voorziet deels in toeristische functie**

Winkels in Castricum leunen in beginsel sterk op bewoners uit de eigen gemeente. Hierdoor heeft Castricum hoofdzakelijk een lokale verzorgingsfunctie. We baseren ons op het meest recente koopstromenonderzoek voor de gemeente Castricum (Koopstromenonderzoek Randstad 2018). Uit dit onderzoek blijkt een koopkrachtbinding van 86% voor de dagelijkse sector voor de gehele gemeente. Dit betekent dat inwoners van de gemeente Castricum een relatief groot deel van hun dagelijkse inkopen in de eigen gemeente doen. Voor de niet-dagelijkse sector is de koopkrachtbinding circa 35%.

In het koopstromenonderzoek wordt ook onderscheid gemaakt naar de aankooplocaties Centrum Castricum, Torenstraat en Geesterduin. In het centrum van Castricum is 91% van de bestedingen in de dagelijkse sector en 87% van de bestedingen in de niet-dagelijkse sector afkomstig van inwoners uit de gemeente Castricum. In zowel de dagelijkse sector als in de niet-dagelijkse sector is 4% van de bestedingen afkomstig van toeristen. In de Torenstraat is 98% van de bestedingen in de dagelijkse sector en 91% van de bestedingen in de niet-dagelijkse sector afkomstig van inwoners van de gemeente Castricum. Deze winkelstrip voorziet dus voornamelijk in een lokale behoefte. In Geesterduin zijn bestedingen in de dagelijkse sector voor 94% afkomstig van inwoners van de gemeente Castricum. Bestedingen in de niet-dagelijkse sector in Geesterduin zijn voor 80% afkomstig van inwoners van de gemeente Castricum. In Geesterduin komt dus circa 20% van de bestedingen in de niet-dagelijkse sector uit andere gemeenten, voornamelijk randgemeenten. Hiermee heeft Geesterduin een relatief grote regionale aantrekkingskracht voor de niet-dagelijkse sector.

Met het historische dorpscentrum beschikt Castricum over een winkellocatie voor recreatief winkelen. Castricum trekt daardoor naast eigen inwoners, ook bezoekers uit buurgemeenten. Bovendien voorziet het historische dorpscentrum met een overwegend niet-dagelijks aanbod en horeca in een zekere toeristische functie.

### Beoordeling (indicatieve) marktruimte detailhandel

Voor het bepalen van de (indicatieve) marktruimte voeren we distributieplanologisch onderzoek (DPO) uit. We beschouwen hierbij hoofdzakelijk de marktsituatie in het verzorgingsgebied (de kern Castricum). De verwachting is namelijk dat het leeuwendeel van de koopkracht uit dit gebied afkomstig zal zijn. We kijken tien jaar vooruit. Om de marktruimte te bepalen is een benadering gemaakt van het huidige en toekomstig economisch functioneren van de markt. We hanteren in het DPO de meest recente cijfers. De cijfers zijn pre-corona; recentere omzetkengetallen zijn niet beschikbaar. Uit statistieken blijkt echter dat de omzet van supermarkten sinds maart 2020 flink is gestegen (ING en CBS, 2020). We hanteren in het DPO de volgende uitgangspunten:

- **Bevolkingsomvang:** Volgens de meest recente cijfers ligt het inwonertal in Castricum en Bakkum momenteel op 23.390 (CBS, peildatum: 1 januari 2020). Voor het aantal inwoners in 2030 gebruiken we het gemiddelde van verschillende prognoses. We gebruiken de bevolkingsprognose van Primos (2020), de bevolkingsprognose van het CBS (2020) en de bevolkingsprognose van de provincie Noord-Holland (2019-2040). Wanneer we het gemiddelde van de drie prognoses hanteren, dan zien we een lichte groei van het aantal inwoners in het verzorgingsgebied tot en met 2030. Het verwachte inwoneraantal ligt in 2030 op circa 23.425 inwoners.
- **Omzet per inwoner:** Om de omzet per inwoner in de dagelijkse sector en niet-dagelijkse sector te bepalen, baseren we ons op cijfers van Panteia (Omzetkengetallen 2019, juli 2020). Volgens de meest recente cijfers is de omzet per inwoner voor het dagelijkse segment € 2.602 en € 2.198 voor niet-dagelijkse segment. Indien sprake is van een onder- of bovengemiddeld besteedbaar inkomen in het verzorgingsgebied dient een correctie op de bestedingscijfers te worden toegepast. Volgens de meest recente cijfers (CBS, 2018) is het gemiddelde besteedbaar inkomen in Castricum met € 29.900 hoger dan het Nederlandse gemiddelde van € 26.000. We voeren daarom een inkomenscorrectie uit op basis van inkomenselasticiteit van 0,4 voor de sector dagelijks en 0,7 voor de sector niet-dagelijks (conform Panteia, 2020). Hierdoor komen we in Castricum uit op een gemiddelde omzet per inwoner van € 2.758 voor de dagelijkse sector en een gemiddelde omzet per inwoners van € 2.429 voor de niet-dagelijkse sector.
- **Koopkrachtbinding:** Dit betreft de omzet die door inwoners van het verzorgingsgebied in het verzorgingsgebied gegenereerd wordt. We baseren ons op het Koopstromenonderzoek Randstand 2018. De dagelijkse sector heeft een koopkrachtbinding van 86%. Boodschappen worden voor het overgrote deel lokaal gekocht. De koopkrachtbinding voor het niet-dagelijkse segment is circa 35%.
- **Koopkrachttoevloeiing:** Dit betreft de omzet die door inwoners van buiten het verzorgingsgebied in het verzorgingsgebied gegenereerd wordt. We baseren ons op het Koopstromenonderzoek Randstand 2018. De koopkrachttoevloeiing van buiten het verzorgingsgebied voor dagelijks winkels is circa 10%. De koopkrachttoevloeiing in de niet-dagelijkse sector is 25%.
- **Vloerproductiviteit:** De vloerproductiviteit geeft aan wat de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> verkoopvloeroppervlak bedraagt. De gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> vwo in Nederland ligt volgens de meest recente cijfers (2020) op circa € 7.564 voor dagelijks en op circa €1.783 voor niet-dagelijks (Panteia, 2020).

In onderstaande tabel verwerken we de uitgangspunten in het distributieplanologisch onderzoek.

**Tabel 3: DPO dagelijks en niet-dagelijks Castricum**

	Dagelijks 2020	Dagelijks 2030	Niet-dagelijks 2020	Niet-dagelijks 2030
Inwoners	23.290	23.425	23.290	23.45
Bestedingen	€ 2.758	€ 2.758	€ 2.429	€ 2.429
Fysieke bestedingen	€ 64.233.820	€ 64.603.390	€ 56.571.410	€ 56.896.895
Koopkrachtbinding	86%	86%	35%	35%
Gebonden omzet	€ 55.241.085	€ 55.558.915	€ 19.799.995	€ 19.913.915
Koopkrachttoevoeling	10%	10%	25%	25%
Totale omzet	€ 61.378.985	€ 61.732.130	€ 26.399.990	€ 26.551.885
Gemiddelde omzet per m <sup>2</sup>	€ 7.564	€ 7.564	€ 1.783	€ 1.783
Haalbaar aanbod in m <sup>2</sup> wvo	8.115 m <sup>2</sup>	8.160 m <sup>2</sup>	14.810 m <sup>2</sup>	14.890 m <sup>2</sup>
Gevestigd aanbod in m <sup>2</sup> wvo	9.340 m <sup>2</sup>	9.340 m <sup>2</sup>	15.020 m <sup>2</sup>	15.020 m <sup>2</sup>
<b>Marktruimte in m<sup>2</sup> wvo</b>	<b>-1.225 m<sup>2</sup></b>	<b>-1.180 m<sup>2</sup></b>	<b>-210 m<sup>2</sup></b>	<b>-130 m<sup>2</sup></b>

Bron: CBS, 2020; Primos, 2020; Panteia, 2020; Locatus, november 2020; Bewerking: Stec Groep, 2021.

### Overaanbod in zowel dagelijkse als niet-dagelijkse sector

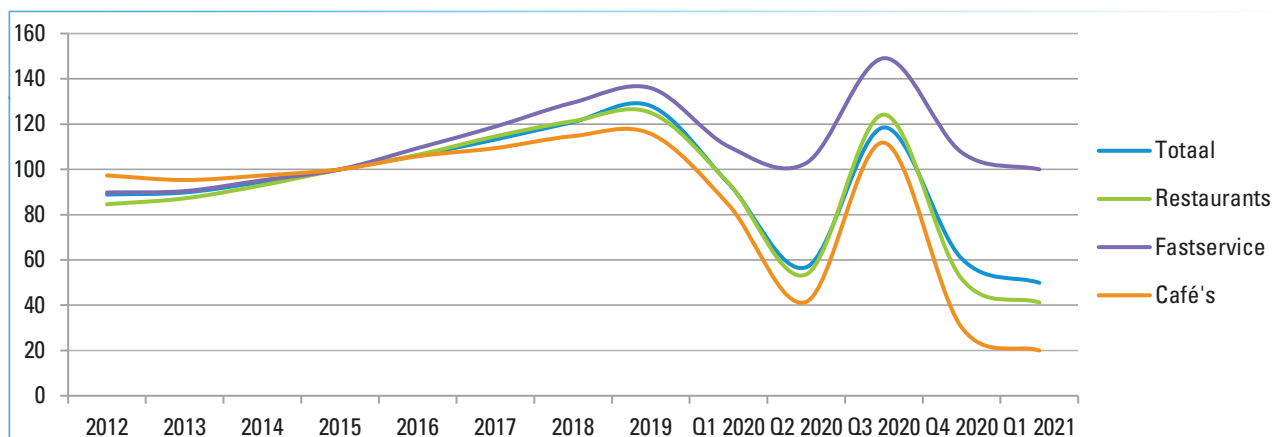
Op basis van de indicatie berekening blijkt dat er momenteel sprake is van een overaanbod in zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector. In de dagelijkse sector gaat het om zo'n 1.225 m<sup>2</sup> wvo overaanbod. In de niet-dagelijkse sector gaat het om zo'n 210 m<sup>2</sup> wvo overaanbod. Richting 2030 neemt de marktruimte, door beperkte inwonersgroei, iets toe. Het overaanbod blijft echter in beide segmenten bestaan. Dit betekent dat er, puur kwantitatief, geen marktruimte meer bestaat voor extra winkelmeters. Sterker nog: doordat er sprake is van een overaanbod en het leegstandspercentage boven het gewenste frictieniveau ligt, is het schrappen van detailhandelsaanbod noodzakelijk om te komen tot een gezonde marktspanning.

### Trends en ontwikkelingen horeca

#### Horecasector is, over een langere periode, een groeimarkt

De horecasector is - bekeken over een langere periode - een groeimarkt. Mensen eten steeds vaker 'buiten de deur'. We zien dat daardoor de omzet in de horecasector in de periode 2015-2019 hard is gegroeid. Ten opzichte van 2015 is de omzet van de gehele horecasector met ruim 25% gestegen in 2019 (CBS, 2020). Binnen de sector zagen we vooral omzetgroei bij restaurants (+25%) en fastserviceconcepten (+35%). Beide sectoren spelen sterk in op het veranderende eetpatroon van de consument, nieuwe eet-concepten en het gemak. Niet alleen de 'reguliere horeca' groeide hard. Het veranderende eetpatroon van de consument biedt ook ruimte voor nieuwe eetconcepten. Voorbeelden hiervan zijn foodfestivals, thuisbezorgingsdiensten en hybride winkel-eetconcepten.

**Figuur 10: Omzetontwikkeling horecasector Nederland**



Bron: CBS, 2021. Bewerking: Stec Groep.

### Horecasector wordt hard geraakt door coronacrisis

Door de gestegen bestedingen en trends waren de vooruitzichten voor de horeca eind 2019 goed. De horeca is echter hard getroffen door de uitbraak van het coronavirus. De tijdelijke sluitingen en belemmeringen in het gebruik van horeca hebben gezorgd voor een krimpemde markt. Dit heeft vooral tot forse omzetzdalingen geleid bij de cafés en restaurants. De fastservicesector deed het (doordat zij open mochten blijven en vooral gericht zijn op bezorgen en afhalen) ondanks de coronacrisis goed. Eind 2020 lag de omzet zelfs bijna 15% hoger dan in 2019. Ook het uitstellen van evenementen en onzekerheden op de langere termijn hebben een negatief effect gehad op de horecamarkt. Dit heeft geleid tot een stijging van het aantal faillissementen in deze branche. In 2020 zijn 235 bedrijven in de horecasector failliet verklaard, in 2019 waren dit er nog 196 (CBS, 2021). Dit is een stijging van bijna 20%. Tot op heden (medio 2021) heeft deze branche nog profijt gehad van veel steunmaatregelen. Naar verwachting zal het aantal faillissementen pas echt toenemen wanneer deze maatregelen stoppen, zeker wanneer dit al in een vroeg stadium gebeurt (ING, 2020). ING verwacht dan ook dat de omzet die pré-corona werd gehaald op z'n vroegst eind 2021 weer wordt gehaald. Rabobank gaat er van uit dat dit herstel pas in 2023 of 2024 wordt behaald.

### Horecamarkt is een dynamische markt met veel nieuw ondernemerschap

Ondanks de huidige coronacrisis is de horecamarkt een dynamische markt met veel nieuw ondernemerschap. Voor kwalitatief onderscheidende concepten zal daarom ook in de toekomst ruimte blijven bestaan. Dit wordt ondersteund door een benchmark voor de gemeente Castricum, de provincie Noord-Holland en Nederland.

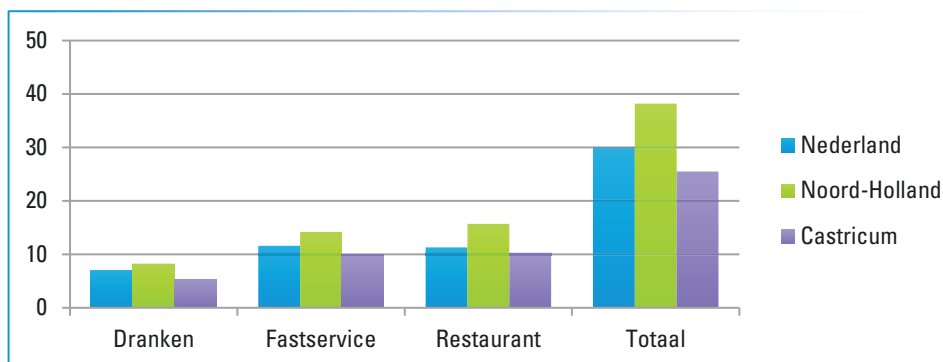
De gemeente Castricum beschikt gemiddeld over 4,5 horecagelegenheden minder per 10.000 inwoners dan gemiddeld in Nederland. In de provincie Noord-Holland ligt (o.a. door de aanwezigheid van Amsterdam) het aantal horecazaken per 10.000 over de hele linie hoger.

**Tabel 4: Aantal horecagelegenheden per 10.000 inwoners naar sector**

	Dranken	Fastservice	Restaurant	Totaal
Nederland	7,0	11,6	11,3	30,0
Noord-Holland	8,2	14,2	15,7	38,2
Castricum	5,3	10,0	10,3	25,2

Bron: Vastgoeddata, 2021. Bewerking: Stec Groep.

**Figuur 11: Aantal horecagelegenheden per 10.000 inwoners naar sector**



Bron: Vastgoeddata, 2021. Bewerking: Stec Groep.

Ter indicatie: mocht het aanbod aan horecagelegenheden in Castricum gelijk worden getrokken aan dat van Nederland, dan kan er in potentie 4,5 horecagelegenheid per 10.000 inwoners worden toegevoegd. Op basis van circa 36.100 inwoners in 2030 betekent dit een potentieel van circa 16 extra horecagelegenheden in Castricum. Tegelijkertijd zorgt de coronacrisis voor een forse afname van de omzet en klandizie binnen de horecamarkt. Dit zal naar verwachting - zeker op de korte termijn - tot een vraaguitval leiden van naar. Uitgaande van circa 1,5 tot 2% aan faillissementen (ING, december 2020), betekent dit een afname van 1 tot 2 horecagelegenheden. Naar verwachting resteert er dan nog in Castricum een marktpotentieel van 14 à 15 horecagelegenheden t/m 2030.