

Seinpost

ADVIESBUREAU BV

Boodschappen doen, winkelen, uitgaan en ondernemen

*Visie op de commerciële
voorzieningen in de gemeente
Bloemendaal*
Herziene versie 2010

Arnhem, juni 2010

Boodschappen doen, winkelen, uitgaan en ondernemen

*Visie op de commerciële
voorzieningen in de gemeente
Bloemendaal*
Herziene versie 2010

Uitgebracht aan:
Gemeente Bloemendaal

Seinpost Adviesbureau BV
drs. J.F. Nicasie
M.Fokkema, MSc.

Projectnummer: 29037

© Seinpost Adviesbureau BV. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Arnhem, juni 2010

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
1.1	Waarom een visie voor de commerciële voorzieningen?	1
1.2	De aanpak	1
1.3	Leeswijzer	2
2	Structuur Bloemendaal	3
2.1	Aanbod commerciële voorzieningen	3
2.2	Bloemendaal in perspectief	15
2.3	Beleidskaders	17
3	Consumentenenquête Bloemendaal, Overveen, Aerdenhout en Vogelenzang	21
3.1	Inleiding	21
3.2	Dagelijkse artikelen	22
3.3	Niet-dagelijkse artikelen	25
3.4	Horeca	27
4	Economische potentie	29
4.1	Ontwikkelingen in de detailhandel en vrijetijdsvoorzieningen	29
4.2	Reacties uit het veld: interviews met ondernemers	36
4.3	Draagvlakanalyse	42
4.4	SWOT (sterkte – zwakte analyse)	51
5	Visie	57
5.1	Uitgangspunten	57
5.2	Bloemendaal-dorp	60
5.3	Overveen	65
5.4	Vogelenzang	70
5.5	Bloemendaal aan Zee	71
5.6	Bennebroek	73
	Bijlage 1: Definities horecacategorieën	77
	Bijlage 2: Vragen consumentenenquête	81
	Bijlage 3: Cijfers consumentenenquête	89

1 Inleiding

1.1 Waarom een visie voor de commerciële voorzieningen?

Seinpost Adviesbureau BV heeft in 2007 een visie opgesteld over het functioneren van winkels en voorzieningen in de plaatsen Bloemendaal-dorp, Overveen en Vogelenzang van de toenmalige gemeente Bloemendaal. De achtergrond hiervan was enerzijds de constatering dat het noodzakelijk was om bestemmingsplannen te actualiseren en lacunes in de toenmalige beleidskaders te dichten. Anderzijds waren er ook signalen vanuit de markt dat vraag naar en aanbod van (commerciële) voorzieningen niet op elkaar waren afgestemd.

Daarnaast heeft de voormalige gemeente Bennebroek in 2008 door Goudappel Coffeng een distributie-planologisch onderzoek laten uitvoeren.

In 2009 heeft de inmiddels gefuseerde gemeente Bloemendaal Seinpost gevraagd de uitkomsten van beide nota's te integreren in een nieuw document en te actualiseren.

1.2 De aanpak

Bij het integreren en actualiseren van de Visie op de commerciële voorzieningen van de voormalige gemeente Bloemendaal en het DPO van de voormalige gemeente Bennebroek is er met name gekeken naar de conclusies van beide rapporten. Het rapport van Bloemendaal is uitgebreider dan dat van Bennebroek. In Bloemendaal is bijvoorbeeld een telefonische consumentenenquête gehouden. Voor Bennebroek ontbreken deze gegevens. In hoofdstuk 3 zijn de gegevens van de Bloemendaalse enquête ongewijzigd overgenomen uit de visie van 2007. Dit geldt ook voor de bevindingen naar aanleiding van de ondernemersinterviews. Wel is er in 2010 met een vertegenwoordiger van de winkeliersvereniging in Overveen gesproken.

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 is de economische structuur van Bloemendaal in kaart gebracht: waaruit bestaat het aanbod, hoeveel winkels en winkelometers heeft Bloemendaal per branche, en hoe verhouden zich deze gegevens met vergelijkbare plaatsen? Waar mogelijk zijn de gegevens geactualiseerd voor 2009. Daarnaast wordt Bloemendaal in perspectief geplaatst: welke commerciële voorzieningen zijn er in de omliggende gemeenten?

In hoofdstuk 3 wordt, aan de hand van de consumentenenquête die in 2007 is gehouden, een beeld geschetst van de vraagzijde.

Hoofdstuk 4 behandelt de economische potentie van de gemeente. Er wordt ingegaan op diverse actuele trends en er wordt een beeld geschetst van de stand van zaken van de lokale economie aan de hand van ondernemersinterviews uit 2007 (de voormalige gemeente Bloemendaal) en 2008 (de voormalige gemeente Bennebroek). Het hoofdstuk wordt afgesloten met een sterkte/zwakte-analyse of SWOT-analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats) per kern.

In hoofdstuk 5 volgt ten slotte een visie per kern. Deze wordt vertaald in concrete actiepunten, inclusief een weergave van de huidige stand van zaken.

2 Structuur Bloemendaal

In dit hoofdstuk wordt het huidige aanbod aan detailhandel en horecavoorzieningen in de kernen van de gemeente Bloemendaal beschreven. De commerciële voorzieningen worden zowel kwantitatief als kwalitatief beoordeeld. Er worden vergelijkingen gemaakt met de aanbodstructuur in Nederland en met plaatsen met een overeenkomende structuur. Voor de kwalitatieve beoordeling wordt gebruik gemaakt van informatie uit de interviews met ondernemers uit de gemeente en van eigen inventarisatie van de diverse gebieden.

Het functioneren van de kernen in de gemeente Bloemendaal kan niet los worden gezien van de ligging in de omgeving. De relatie met nabijgelegen winkelgebieden wordt beoordeeld. Daarbij worden ook de effecten op het aanbod in de gemeente Bloemendaal beschreven.

In de tweede paragraaf is de huidige situatie van Bloemendaal in relatie met de overige gebieden beschreven. De toekomstige ontwikkelingen in zowel de gemeente Bloemendaal als de omliggende gemeenten worden eveneens uiteengezet en meegewogen voor de kernen in Bloemendaal.

De derde paragraaf gaat in op beleidskaders die van toepassing zijn op de commerciële voorzieningen in de gemeente Bloemendaal.

2.1 Aanbod commerciële voorzieningen

In deze paragraaf wordt het aanbod van commerciële voorzieningen in kaart gebracht. Het gaat daarbij vooral om de detailhandel en de horeca, maar er wordt ook een overzicht gegeven van de (commerciële) diensten, waaronder zowel dienstverlening met baliefunctie (reisbureau, bank), persoonlijke dienstverlening (kapper, schoonheidssalon) als ambachten (schoenmaker, lijstenmaker).

Het aantal ondernemingen in de gemeente Bloemendaal is overigens vele malen groter dan de commerciële voorzieningen die in deze paragraaf worden besproken. Zie hiervoor tabel 2.1. Gegevens zijn verzameld op niveau van postcodegebieden, te weten Bennebroek (postcode 2121), Bloemendaal-dorp (2061), Overveen (2051), Aerdenhout (2111) en Vogelenzang (2114). Voor de grenzen van deze gebieden, zie onderstaande kaart.



Tabel 2.1. Aantal inschrijvingen in het handelsregister in de gemeente Bloemendaal	
<i>Bloemendaal-dorp</i>	995
<i>Overveen</i>	594
<i>Aerdenhout</i>	900
<i>Vogelenzang</i>	224
<i>Bennebroek</i>	525
Totaal	3.238

Bron: KvK Online, bewerkt door Seinpost Adviesbureau BV, april 2007. Voor Bennebroek: september 2009

Veel van deze bedrijven zijn éénmansbedrijven (vaak aan huis), financiële holdings of 'papieren bedrijven' waarvan er diverse op één adres zijn ingeschreven. Daarnaast zijn ook de stichtingen en verenigingen in deze telling opgenomen. Ze worden hier verder buiten beschouwing gelaten.

Detailhandel

In onderstaande tabel staat de totale omvang van de detailhandel in Bloemendaal weergegeven, uitgesplitst in detailhandel in Bennebroek, Bloemendaal-dorp, Overveen, en Vogelenzang. De omvang is zowel in aantal verkooppunten (vkp) als in vierkante meters winkelvloeroppervlak (wvo) weergegeven.

Tabel 2.2. Detailhandelsstructuur Bloemendaal, september 2009										
	Bennebroek		Bloemendaal -dorp		Overveen		Vogelenzang		Totaal	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
<i>Dagelijks, w.o.</i>	10	1.275	15	1.806	10	1.498	1	332	36	4.911
- <i>supermarkt</i>	2	820	2	890	1	757	1	332	6	2.799
- <i>speciaalzaken</i>	8	455	13	916	9	741			30	2.112
<i>niet-dagelijks</i>	17	1.473	35	3.428	12	853	7	5.312	71	11.066
<i>Overig</i>	30	150	47	486	33	150	8	0	118	786
Totaal	57	2.898	97	5.720	55	2.501	16	5.644	225	16.763

Bron: Locatus Online Benchmark Verkenner (2009), bewerkt door Seinpost Adviesbureau BV

In totaal is in Bloemendaal bijna 17.000 m² detailhandel gevestigd. Opvallend is dat de kern Vogelenzang bijna net zoveel vierkante meters detailhandel heeft als Bloemendaal-dorp. Dit is te verklaren door de aanwezigheid van de vestiging van Bos Tuin & Dier (4.300 m²) en in mindere mate door de detailhandel in het voormalige stationsgebouw aan de Leidsevaart (630 m²).

Dagelijkse artikelen

In tabel 2.3 is een nadere specificatie van dagelijkse artikelen weergegeven (situatie 2007).

Tabel 2.3. Aanbod dagelijkse artikelen in Bloemendaal naar branche, situatie 2007¹								
	Bloemendaal-dorp		Overveen		Vogelenzang		Totaal	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
<i>Supermarkt</i>	2	890	1	761	1	225	4	1.876
<i>Groentezaak</i>	1	34					1	34
<i>Bakker</i>	1	47	1	35			2	82
<i>Slager/poelier</i>	2	90	1	38	1	35	4	163
<i>Viswinkel</i>	1	40					1	40
<i>Tabak/gemak</i>			1	75			1	75
<i>Slijter</i>	3	277	1	60			4	337
<i>Kaas/noten</i>	1	35					1	35
<i>Zoetwaren</i>								
<i>Drogisterij</i>	2	363	1	41			3	404
<i>Apotheek</i>	1	38	1	34			2	
<i>Reform</i>	1	56	1	192			2	248
Totaal	15	1.870	8	1.236	2	260	25	3.294

Bron: Locatus, Retail Verkenner, bewerkt door Seinpost Adviesbureau BV
vkp=verkooppunten wvo=m² winkelvloeroppervlak

In dagelijkse artikelen is het aanbod in de hele gemeente tamelijk compleet; alleen een winkel in zoetwaren ontbreekt. Verder is het opvallend dat er een tabaks-/gemakswinkel ontbreekt in Bloemendaal-dorp.

¹ In 2007 is bij Locatus een verkooppuntenbestand aangekocht door de gemeente Bloemendaal. Voor Bennebroek ontbreken de gegevens op dit niveau.

Het supermarktaanbod in de gemeente Bloemendaal is als volgt verdeeld:

Albert Heijn Bloemendaal	712 m ²
Rutte	200 m ²
Albert Heijn Overveen ²	861 m ²
Spar Hulsbosch Vogelenzang ³	332 m ²
Albert Heijn Bennebroek	600 m ²
Spar De Bruyn Bennebroek	220 m ²



Spar Hulsbosch in Vogelenzang. Een kleine, maar up-to-date buurtsuper, dankzij recente investeringen van de ondernemer.

Opvallend is de, naar huidige maatstaven, kleinschaligheid van de supermarkten. Over het algemeen wordt bij nieuwbouw uitgegaan van een minimale oppervlakte van 1.200 m² voor een service-supermarkt en 700 m² voor een discounter.

Niet-dagelijkse artikelen

Tabel 2.4 geeft een nadere specificatie van het aanbod van niet-dagelijkse artikelen.

² Inclusief de uitbreiding die in 2010 zal worden gerealiseerd.

³ In 2008 is in Vogelenzang Slagerij Van den Berg gestopt. Vervolgens is het pand bij de supermarkt gevoegd, waardoor deze winkel van 225 m² naar 332 m² WVO is vergroot.

Tabel 2.4. Aanbod niet-dagelijkse artikelen in Bloemendaal naar branche										
	Bennebroek		Bloemendaal- dorp		Overveen		Vogelenzang		Totaal	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
<i>Warenhuis</i>										
<i>Kleding/mode</i>	1	40	11	983	2	118			14	1.141
<i>Schoenen/leder</i>			2	148					2	148
<i>Juwelier/optiek</i>	1	28	2	86			1	167	4	281
<i>Huishoudelijk/ luxe</i>	2	159	1	441	1	10			4	610
<i>Antiek en kunst</i>	1	45	1	166	1	25			3	236
<i>Sport en spel</i>	2	491	2	310					4	801
<i>Hobby</i>	1	135	1	35					2	170
<i>Media</i>	1	125	2	224					3	349
<i>Plant en dier</i>	3	140	5	247	3	404	2	4.350	13	5.141
<i>Bruin- en witgoed</i>										
<i>Fiets- en autoacces.</i>	1	127	1	95	1	18			3	240
<i>Doe-het-zelf</i>							1	90	1	90
<i>Wonen</i>	2	111	3	443	3	243	2	330	10	1.127
<i>Overig</i>	2	72	4	250	1	35	1	375	8	732
Totaal	17	1.473	35	3.428	12	853	7	5.312	71	11.066

Bron: Locatus Online Benchmark Verkenner (2009), bewerkt door Seinpost Adviesbureau BV
vkp=verkooppunten wvo=m² winkelvloeroppervlak

De meeste branches zijn in de gemeente Bloemendaal – met name in Bloemendaal-dorp – vertegenwoordigd. Een warenhuis ontbreekt. Een mogelijke verklaring daarvoor is dat de gemeente Bloemendaal bestaat uit verschillende kernen. Elke kern op zich is te klein voor een warenhuis. Bovendien zijn er op dit moment geen panden die geschikt zijn voor een dergelijke voorziening.

Verder is het opvallend dat een winkel in bruin- en witgoed ontbreekt.

Een zeer onderscheidend aspect van het Bloemendaalse winkelbestand is de geringe filialisering⁴. Alleen de landelijke ketens Albert Heijn, Kruidvat, Blokker, Bruna en Gall&Gall zijn in de winkelgebieden gevestigd. De filialiseringsgraad bedraagt dan ook slechts 14%, terwijl landelijk gezien 26% (en in vergelijkbare plaatsen zelfs 40%) van de winkels tot een landelijke keten behoort⁵.

Het is lastig Bloemendaal te vergelijken met andere gemeenten van vergelijkbare grootte in de provincie. Er zijn weliswaar plaatsen te vinden met ongeveer hetzelfde inwonertal (Heemstede, Heiloo) maar deze zijn voor wat betreft structuur (meerkernigheid, geografische positie, inkomenssituatie) niet goed met Bloemendaal te vergelijken.

Daarom wordt een vergelijking gemaakt met enkele plaatsen die vaak in één adem worden genoemd met Bloemendaal. Dat zijn: Blaricum, Bergen NH en Laren. Omdat de inwonertallen van deze plaatsen sterk uiteenlopen, worden aantal en grootte van de commerciële voorzieningen teruggerekend naar respectievelijk aantal en m² per 1000 inwoners.

Eerst zal echter een vergelijking worden gemaakt van de kernen Bennebroek, Bloemendaal-dorp, Overveen en Vogelenzang met de landelijke gemiddelden van kernen met een vergelijkbaar inwonertal.

⁴ Filialisering: de mate waarin het winkelbestand deel uit maakt (een filiaal is) van een winkelketen. Bij een geringe filialisering zijn er dientengevolge veel zelfstandige winkelondernemers.

⁵ Locatus Online Benchmark Verkenner, 2009

Tabel 2.5. Aantal verkooppunten in Bloemendaal in vergelijking tot gemiddelde woonplaatsen in Nederland van dezelfde omvang							
	Bennebroek	Bloemendaal-dorp	Gem. Nederl.	Overveen	Gem. Nederl.	Vogelzang	Gem. Nederl.
<i>Inwoners</i>	5095	6205	5000-7000	4055	3500-5000	2305	2000-2500
<i>Leegstand</i>	1	5	3	1	2		1
<i>Levensmiddelen</i>	8	13	8	7	6	1	3
<i>Pers. Verzorging</i>	2	2	2	3	2		
<i>Kleding & Mode</i>	1	11	4	2	2		1
<i>Schoenen & Lederwaren</i>		2	1				
<i>Juwelier & Optiek</i>	1	2	1			1	
<i>Huish & luxe-artikelen</i>	2	1	2	1	1		
<i>Antiek & Kunst</i>	1	1	1	1			
<i>Sport & Spel</i>	2	2	1				
<i>Hobby</i>	1	1	1				
<i>Media</i>	1	2	1				
<i>Plant & Dier</i>	3	5	3	3	2	2	1
<i>Bruin & Witgoed</i>			1		1		
<i>Auto & Fiets</i>	1	1	1	1	1		
<i>Doe-Het-Zelf</i>			2		2	1	1
<i>Wonen</i>	2	3	4	3	2	2	1
<i>Detailhandel overig</i>	2	4	1	1	1	1	
<i>Automotive</i>	3	3	7	1	5		3
<i>Brandstoffen</i>	2	1	2		1		1
<i>Horeca</i>	7	16	12	16	9	4	5
<i>Cultuur</i>	2	1	2	2	1	2	1
<i>Ontspanning</i>	4			2			
<i>Verhuur</i>			1				
<i>Ambacht</i>	6	8	6	7	4	1	2
<i>Financiële instelling</i>		6	3		2		1
<i>Part. Dienstverlening</i>	3	5	3	3	2		
<i>Geldautomaten</i>	2	3		1		1	
Totaal VKP	57	98	73	55	46	16	21

Bron: Locatus, Retail Verkenner

Bloemendaal-dorp heeft een groter dan gemiddeld aantal winkels in levensmiddelen. Ook kleding en mode zijn in Bloemendaal bovengemiddeld vertegenwoordigd. Bennebroek ligt wat dichterbij het landelijk gemiddelde, maar blijft vooral achter in kleding en mode en horeca. Ook Overveen ligt vrij dicht tegen het landelijke gemiddelde, maar horeca is hier oververtegenwoordigd⁶. Vogelenzang tenslotte blijft iets achter bij het landelijk gemiddelde.

In onderstaande tabel worden de totale detailhandel en andere commerciële voorzieningen in Bloemendaal vergeleken met de situatie in Blaricum, Bergen NH en Laren.

⁶ De Zeeweg vormt de grens tussen de postcodegebieden 2061 (Bloemendaal) en 2051 (Overveen). Een aantal horecavestigingen in Bloemendaal aan Zee valt dus onder Overveen in dit overzicht.

Tabel 2.6. Aantal verkooppunten per 1000 inwoners per hoofdbranche, in Bloemendaal, Blaricum, Laren en Bergen NH, situatie 2007				
	Bloemendaal	Blaricum	Laren	Bergen NH
<i>Inwoners</i>	16.944	9.180	11.485	12.906
<i>Leegstand</i>	0,2	0,2	0	0,5
<i>Levensmiddelen</i>	1,2	1,3	2,4	1,9
<i>Persoonlijke Verzorging</i>	0,3	0,5	0,5	0,3
<i>Warenhuis</i>	0	0	0	0
<i>Kleding & Mode</i>	0,7	0,1	5,7	2
<i>Schoenen & Lederwaren</i>	0,1	0	0,8	0,2
<i>Juwelier & Optiek</i>	0,1	0,1	0,7	0,3
<i>Huishoudelijke- & Luxe Ar</i>	0,1	0	0,5	0,2
<i>Antiek & Kunst</i>	0,1	0,3	0,5	0,3
<i>Sport & Spel</i>	0,1	0,1	0,3	0,1
<i>Hobby</i>	0,1	0,2	0,1	0,3
<i>Media</i>	0,1	0,1	0,3	0,2
<i>Plant & Dier</i>	0,5	0,4	0,4	0,5
<i>Bruin & Witgoed</i>	0	0,2	0,1	0,2
<i>Auto & Fiets</i>	0,1	0,1	0,2	0,2
<i>Doe-Het-Zelf</i>	0,2	0,1	0,2	0,2
<i>Wonen</i>	0,5	0,2	1,9	0,7
<i>Detailhandel Overig</i>	0,3	0,1	0,3	0,1
<i>Automotive</i>	0,2	0,3	0,4	0,2
<i>Brandstoffen</i>	0,1	0,1	0,3	0,2
<i>Horeca</i>	2,2	1,7	2,2	4,1
<i>Cultuur</i>	0,4	0,1	1,1	0,9
<i>Ontspanning</i>	0,1	0	0,1	0,3
<i>Verhuur</i>	0	0,1	0,1	0,2
<i>Ambacht</i>	1,1	1,7	2,3	1,4
<i>Financiële Instelling</i>	0,4	0,4	0,5	0,5
<i>Particuliere Dienstverlening</i>	0,4	0,5	1	0,6
Totaal VKP/1000 inwoners	9,6	9,4	22,9	16,5

Bron: Locatus, Retail Verkenner

In tabel 2.6 valt op dat er een groot verschil is in het totaal aantal verkooppunten per plaats. De aantallen in Bloemendaal en Blaricum zijn vergelijkbaar. Maar zowel Bergen NH en vooral Laren hebben veel meer verkooppunten per 1000 inwoners. Met name voor Laren geldt dat het een echt 'winkeldorp' is. Zo zijn er in Laren 65 modewinkels (tegen 12 in Bloemendaal) en is ook de hoofdbranche Wonen sterk vertegenwoordigd.

Horeca

De horeca is in Bloemendaal ruim vertegenwoordigd. Het grootste gedeelte ervan valt onder de drankensector. Binnen die sector zijn de strandpaviljoens het talrijkst (9 stuks), gevolgd door de cafés/bars en horeca bij sportaccommodaties (resp. 6 en 7 bedrijven).

Tabel 2.7. Aanbod horeca in Bloemendaal naar sector		
	Bedrijven	Oppervlakte (m2 vvo)
<i>Drankensector</i>	28	5.705
<i>Fastfoodsector</i>	12	672
<i>Restaurantsector</i>	19	2.865
<i>Hotelsector</i>	3	250
<i>Party- en bedrijfscatering</i>	3	-
TOTAAL	65	9.492

Bron: Feiten en Cijfers 2009, bedrijfschap Horeca en Catering

De verdeling van de verschillende sectoren in de horeca in Bloemendaal komt redelijk overeen met die in Blaricum en Laren. Wel is de drankensector sterk vertegenwoordigd in vergelijking met de andere twee steden. Dit wordt onder meer veroorzaakt door de aanwezigheid van de strandpaviljoens in Bloemendaal aan Zee. De horeca van Bloemendaal is niet te vergelijken met die van Bergen. Bergen is veel meer een toeristenplaats dan Bloemendaal, met bijvoorbeeld honderd maal het aantal hotelbedden (ruim 3.100 in Bergen tegen 30 in Bloemendaal).

Tabel 2.8. Vergelijking in aanbod horecasector in Bloemendaal, Blaricum, Bergen en Laren				
Absoluut	Bloemendaal	Blaricum	Bergen	Laren
<i>Drankensector</i>	28	3	58	10
<i>Fastfoodsector</i>	12	3	24	4
<i>Restaurantsector</i>	19	7	47	10
<i>Hotelsector</i>	3	1	53	0
<i>Party- en bedrijfs catering</i>	3	2	2	0
TOTAAL	65	15	184	24
Per 1000 inwoners	Bloemendaal	Blaricum	Bergen	Laren
<i>Drankensector</i>	1,3	0,3	1,9	0,9
<i>Fastfoodsector</i>	0,6	0,3	0,8	0,4
<i>Restaurantsector</i>	0,9	0,8	1,5	0,9
<i>Hotelsector</i>	0,1	0,1	1,7	0,0
<i>Party- en bedrijfs catering</i>	0,1	0,1	0,1	0,0
TOTAAL	2,9	1,7	5,9	2,1

Eigendomsstructuur

Het eigendom van het commercieel vastgoed is als volgt verdeeld:

Tabel 2.9. Eigendom commercieel vastgoed in de gemeente Bloemendaal, 2007		
Eigenaar	Panden	%
<i>Natuurlijk persoon</i>	93	55%
<i>Vastgoed/beleggingsonderneming</i>	25	15%
<i>Onderneming</i>	22	13%
<i>Onbekend</i>	20	12%
<i>Gemeente</i>	5	3%
<i>Instelling</i>	4	2%
Eindtotaal	169	100%

Opvallend is het grote aantal panden in particulier eigendom. Interessant is het om te kijken in hoeverre ondernemers zelf eigenaar zijn van het pand waarin ze hun bedrijfsactiviteiten uitvoeren.

In veel gevallen is dat wat lastig te achterhalen, in andere gevallen is het wel duidelijk. In onderstaande tabel wordt hiervan een indicatie gegeven.

Tabel 2.10. Pandeigendom door ondernemingen, gemeente Bloemendaal, situatie 2007		
	Panden	%
<i>Ondernemer/onderneming is eigenaar</i>	41	24%
<i>Ondernemer/onderneming is geen eigenaar</i>	40	24%
<i>Onbekend</i>	77	46%
<i>Niet van toepassing</i>	11	7%
<i>Eindtotaal</i>	169	100%

In de gevallen waarin dit eenvoudig traceerbaar is, is de helft van de ondernemers ook eigenaar van het pand. Dit is een vrij hoog percentage.

2.2 Bloemendaal in perspectief

De detailhandel en horecavoorzieningen in Bloemendaal staan niet op zichzelf. In de directe omgeving van Bloemendaal zijn diverse winkelcentra die concurreren met de Bloemendaalse voorzieningen. Daarnaast zijn er ook vrijetijdsvoorzieningen in de regio die invloed hebben op die in Bloemendaal. De verschillen in de aanbodstructuur van de kernen zijn zeer groot. Daarom zijn de invloeden vanuit de omliggende gebieden per kern beoordeeld. Zo is de invloed van het aanbod aan dagelijkse voorzieningen voor alle kernen van belang, maar de komst van een supermarkt in Santpoort zal weinig effect hebben op de koopkrachtbinding in Vogelenzang.

Gemeente Bloemendaal

In de gemeente Bloemendaal bestaan geen ingrijpende plannen omtrent het grootschalig toevoegen van detailhandel en horeca. Er zijn wel enkele woningbouwplannen die invloed zullen hebben op het draagvlak in de kernen:

Bloemendaal: Park Brederode

Op het terrein van het voormalig Provinciaal Ziekenhuis is een plan ontwikkeld voor de bouw van 300 wooneenheden. Het omliggende gebied zal worden ingericht als openbaar park. Inmiddels is een aantal woningen gerealiseerd en zijn de bomen teruggeplant die voor de bouw van het park van de bouwplaats waren verwijderd.

Overveen: Park Tetrode

In het gebied aan de Bloemendaalsweg en de hoek met de Zijlweg is een nieuwbouwproject van ongeveer 85 appartementen gepland.

Het project Park Tetrode zal zowel koop- als huurwoningen omvatten. De combinatie met het aanbieden van zorgfaciliteiten maken de wooneenheden aantrekkelijk voor senioren. Het terrein van het voormalig Marinehospitaal is in 2003 door de gemeente aangekocht en wordt in samenwerking met BAM ontwikkeld.

Bloemendaal aan Zee

De Kop van de Zeeweg is in 2009 heringericht om de doorstroming en verkeersveiligheid te verbeteren. Met de omlegging van de N200 is het strand vanaf het nieuwe parkeerterrein beter bereikbaar. Eveneens is het openbaar gebied opgeknapt waarbij aansluiting op de Boulevard Barnaart in Zandvoort is gezocht.

Omliggende gemeenten

De gemeente Bloemendaal ligt in een omgeving met een zeer groot en divers aanbod op het gebied van detailhandel en horeca en vrijetijdsvoorzieningen. In de regio bestaan concrete plannen voor nieuwbouw en uitbreiding van detailhandel die een regionale impact hebben:

Ten noorden van de gemeente Bloemendaal ligt de gemeente Velsen. In Santpoort-Zuid heeft de Dekamarkt aan de Bloemendaalsestraatweg plannen om uit te breiden. Gesproken wordt van een supermarkt met een vloeroppervlakte rond de 2.500 m².

Bloemendaal en Overveen grenzen ten oosten aan de gemeente Haarlem. In Haarlem-West zijn twee nieuwe supermarkten gerealiseerd, die effect zullen hebben op alle kernen. Het winkelaanbod in naburige Haarlemse wijken als het Ramplaankwartier, (met onder meer een Dekamarkt) en in winkelcentrum Cronjé (met onder meer een ruime vestiging van Albert Heijn) kan aantrekkingskracht hebben op consumenten uit Bloemendaal. Dat geldt ook voor Albert Heijn op de Zijlweg in Haarlem, recentelijk uitgebreid naar 1.460 m².

Aan de westzijde van het centrum in Haarlem is gestart met de bouw van delen van het project 'Haarlem Raaks'. Dit grootschalige nieuwbouwproject zal niet alleen voorzien in 6.000 m² winkelruimte, maar ook een uitbreiding van 15.000 m² commerciële ruimte met een casino, bioscoop en horecavoorzieningen.

In Haarlem-Noord bestaan plannen om het winkelcentrum Marsmanplein te herstructureren, een nieuwe supermarkt en speciaalzaken kunnen mogelijk worden toegevoegd aan het bestaande aanbod.

Op het EKP-terrein in Haarlem Zuid-West staat een nieuw winkelcentrum gepland met een uitbreiding van 5.000 tot 6.500 m² vvo.

Voor stadsdeelcentrum Schalkwijk bestaan plannen om de komende jaren grootschalig te vernieuwen met een uitbreiding van 16.000 m² winkelaanbod.

De gemeente Zandvoort heeft diverse plannen voor het opwaarderen van de boulevard, waarin het thema 'wellness' centraal staat. Planologisch is één en ander inmiddels mogelijk gemaakt.

In Hoofddorp wordt momenteel het centrale winkelgebied vernieuwd en uitgebreid. De winkels in de vernieuwde Markthof worden naar verwachting in het najaar van 2010 opgeleverd. In de toekomst zal in de Haarlemmermeer de Westflank worden gerealiseerd. De Westflank bestrijkt het gebied aan de oostkant van de ringvaart tussen Haarlem en Sassenheim. Ter hoogte van Zwaanshoek grenst het plangebied bij Bennebroek aan het Bloemendaalse grondgebied. In de Westflank zullen 10.000 woningen worden gerealiseerd en 900 hectare groen en recreatie.

2.3 Beleidskaders

Lokaal niveau

In het collegeprogramma 2009-2014 is een paragraaf opgenomen over economische ontwikkelingen. Uitgangspunt is dat het college staat voor een hoge kwaliteit van de winkelvoorzieningen, passend binnen de inrichting van gebieden in elk van de dorpskernen. De winkelstraten in Bennebroek (ontwikkelen visie voor vitalisering) en Bloemendaal-dorp (herinrichting) worden hier met name genoemd.

Een ander beleidskader waar men bij elke ontwikkeling voor de detailhandel en vrijetijdsvoorzieningen te maken heeft is het bestemmingsplan. Niet alle bestemmingsplannen binnen de gemeente Bloemendaal zijn geactualiseerd. In de oudere plannen zijn de bestemmingen meer gespecificeerd dan in de geactualiseerde plannen. In het collegeprogramma is de actualisering van de bestemmingsplannen van de winkelgebieden als programmapunt opgenomen.

Bloemendaal ligt in een aantrekkelijk toeristisch/recreatief gebied. Strand en duinen trekken mensen aan om een dag door te brengen. Het Bloemendaalse strand heeft niet alleen aantrekkingskracht op mensen uit de directe omgeving, maar mensen zijn bereid grote afstanden af te leggen om hier naar toe te komen. De gemeente heeft in de '*Nota toeristisch beleid*' uit 2001 gekozen voor een regulerend scenario voor de toekomstige ontwikkelingen voor het gebied Bloemendaal aan Zee. De visie is door de gemeente verder uitgewerkt in de '*Strandnota 2006-2010*'. In deze nota wordt door de gemeente onderkend dat er veel verschillende wensen bestaan voor het gebruik van het strand. Het uitgangspunt om aan deze wensen te voldoen is als volgt geformuleerd:

- "ruimte voor verschillende vormen van strandrecreatie;
- een Bloemendaal aan Zee met voor elk wat wils."

Op grond van deze visie zijn vier themastranden bepaald waarmee door de gemeente kaders gesteld worden voor de toekomstige ontwikkelingen. Naast de bestemde horeca worden er maximaal zeven tijdelijke vergunningen afgegeven voor strandpaviljoens in de zomer van 1 april tot 30 september. Voor het plaatsen van een strandpaviljoen is een bouwvergunning nodig. De Strandnota zal na 2010 worden geactualiseerd. Momenteel wordt onder meer bekeken of het wenselijk en mogelijk is om zogenaamde 'jaarrondpaviljoens' toe te staan.

Verder bevindt zich in Bloemendaal aan Zee het strand- en duinpaviljoen Parnassia aan Zee, dat ook fungeert als vergaderlocatie. Dit permanente paviljoen is wel het gehele jaar open.

Regionaal en provinciaal niveau

In de '*Nota Ruimte*' is de provincie aangewezen als verantwoordelijke voor de bovenlokale en regionale vraagstukken. Het locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen wordt in deze nota geregeld in één integraal beleid. Het doel van het beleid is "een goede plaats voor ieder bedrijf te bieden", zodat een optimale bijdrage wordt geleverd aan de versterking van de kracht van steden en dorpen. Provincies en gemeenten zijn verantwoordelijk voor een voldoende

en gevarieerd op de vraag afgestemd aanbod van locaties voor bedrijven en voorzieningen⁷. Zo wordt een bijdrage geleverd aan de vitaliteit van steden en dorpen.

Voor "(ruimtelijke) ontwikkelingen met economische gevolgen" is er de provinciale '*Nota Een goede plek voor ieder bedrijf*' (2005). Alle gemeentelijke plannen die de vestiging van bedrijven, kantoren en grootschalige voorzieningen mogelijk maken, worden hieraan getoetst.

De ontwikkelingen met betrekking tot de commerciële voorzieningen in de gemeente Bloemendaal worden echter vrijwel allemaal als kleinschalig gezien. Het locatiebeleid is hierop niet van toepassing⁸.

Met de invoering van de nieuwe WRO is de structuurvisie een belangrijk planfiguur geworden. De bedoeling is dat de gemeenteraad medio 2010 de structuurvisie vaststelt.

Versterking van de regiopositie van Zuid-Kennemerland is voor de provincie Noord-Holland een aandachtspunt. Het Regionaal Economisch Stimuleringsprogramma (RES) waarin overheid en private partijen samenwerken levert hier een bijdrage aan. Het RES is door de gemeenten Haarlem, Haarlemmerliede, Zandvoort en Haarlemmermeer gezamenlijk met de provincie Noord-Holland en de Kamer van Koophandel ontworpen. Hierin is het afstemmen van detailhandel en voorzieningen van belang om de regiopositie te versterken en een maximale koopkrachtbinding te realiseren. Ten aanzien van de kleine kernen wordt geadviseerd om in te zetten op concentratie van het dagelijks winkelaanbod om zo de leefbaarheid te versterken. Op het gebied van vrijetijdsvoorzieningen (leisure) worden acht concentratiegebieden aangewezen waarvan de Duin en Boszone en de Kustzone beide in de gemeente Bloemendaal liggen.

Inmiddels is Bloemendaal – net als Heemstede – tot het Stimuleringsprogramma toegetreden.

⁷ VROM, *Nota Ruimte, ruimte voor ontwikkeling* (2006).

⁸ Provincie Noord-Holland, *Een goede plek voor ieder bedrijf, Naar een nieuw locatiebeleid in Noord-Holland* (2005).

In mei 2009 is het beleid van de provincie Noord-Holland voor de detailhandel- en leisure-sector vastgelegd in de '*Detailhandels- en leisure-visie*'.

De provincie Noord-Holland heeft een positieve grondhouding voor nieuwe ontwikkelingen, innovatieve concepten, schaalvergroting, enzovoort, die versterkend kunnen zijn voor detailhandelsstructuur in het algemeen, en kunnen bijdragen aan de vitaliteit en aantrekkingskracht. Daarbij wordt aangetekend dat nieuwe detailhandelsontwikkelingen of uitbreidingen niet mogen leiden tot ernstige verstoring en duurzame ontwrichting van de bestaande winkelstructuur in de regio. Wel dienen ze bij te dragen aan verbetering van het kwaliteitsniveau en versterking van het onderscheidend vermogen van winkelgebieden.

3 Consumentenenquête Bloemendaal, Overveen, Aerdenhout en Vogelenzang

3.1 Inleiding

Om de vraag naar commerciële voorzieningen van de bevolking van Bloemendaal in kaart te brengen, is in februari 2007 een telefonische consumentenenquête gehouden. De enquête is door de gemeente Bloemendaal vooraf aangekondigd en kende een tamelijk goede respons. In Bennebroek is een dergelijke enquête niet uitgevoerd.

Tabel 3.1. Steekproefgrootte, respons en betrouwbaarheid					
	Bloemendaal	Overveen	Aerdenhout	Vogelenzang	Totaal
<i>Steekproef</i>	465	290	351	155	1.261
<i>Respons</i>	154	107	88	51	400
<i>Respons (%)</i>	33,1%	36,9%	25,1%	32,9%	31,7%
<i>Betrouwbaarheid</i>	92%	91%	90%	86%	95%

Belangrijkste oorzaken van non-respons waren weigering om diverse redenen (38,1%) en geen gehoor (14,0%).

De steekproefgrootte is voor de gehele gemeente Bloemendaal groot genoeg om een betrouwbaar resultaat op te leveren. Om het beeld zo compleet mogelijk te maken worden hier ook resultaten per kern weergegeven. De betrouwbaarheid per kern is lager dan voor de gemeente als geheel (zie tabel 3.1).

De enquêtevragen zijn opgenomen in bijlage 1 op pagina 77.

3.2 Dagelijkse artikelen

Aan de respondenten is de vraag gesteld waar men meestal de dagelijkse boodschappen doet, en waar men daarnaast ook nog komt voor dagelijkse boodschappen.

De belangrijkste aankoopplaats voor dagelijkse artikelen loopt per kern sterk uiteen. Zoals verwacht is Bloemendaal-dorp voor de eigen bewoners de belangrijkste aankoopplaats, maar dit geldt ook voor Overveen.

Voor Aerdenhout valt op dat men nauwelijks binnen de eigen gemeente boodschappen doet. Slechts een klein percentage (8%) respondenten geeft aan wel in Aerdenhout zelf boodschappen te doen. Aangezien er geen winkelvoorzieningen in Aerdenhout zijn en waarschijnlijk de Zandvoortselaan net over de gemeentegrens met Heemstede wordt bedoeld, is dit percentage bij die woonplaats opgeteld.

Voor Vogelenzang zijn de toch nog hoge percentages van respondenten die meestal of regelmatig in het eigen dorp boodschappen doen opvallend.

De top-3 van genoemde aankoopplaatsen is weergegeven in tabel 3.2. De volledige cijfers zijn terug te vinden in bijlage 2.

Tabel 3.2. Top-3 van belangrijkste aankoopplaatsen voor dagelijkse goederen, voor de kernen Bloemendaal, Overveen, Aerdenhout en Vogelenzang				
	Primair	%	Secundair	%
<i>Bloemendaal</i>	Bloemendaal-dorp	64,3%	Bloemendaal-dorp	20,8%
	Santpoort/S.-Zuid	16,9%	Haarlem-Noord ¹	18,8%
	Haarlem-Noord ¹	6,5%	Santpoort/S.-Zuid	14,9%
<i>Overveen</i>	Overveen	64,5%	Bloemendaal-dorp	25,2%
	Haarlem-overig	9,3%	Overveen	21,5%
	Bloemendaal-dorp	7,5%	Haarlem-Noord ¹	15,9%
<i>Aerdenhout</i>	Heemstede	61,4%	Heemstede	28,4%
	Haarlem overig	17,0%	Haarlem-centrum	14,8%
	Overveen	5,7%	Haarlem overig	6,8%
<i>Vogelenzang</i>	Hillegom	54,9%	Vogelenzang	29,4%
	Heemstede	15,7%	Heemstede	17,6%
	Vogelenzang	13,7%	Bennebroek	15,7%

¹ Onder meer Cronjé, Kleverparkweg, Soendaplein, Verspronckweg

De belangrijkste reden om voor de dagelijkse aankopen naar winkels in Bloemendaal-dorp, Overveen of Vogelenzang te gaan, is de nabijheid. Meer dan de helft van de respondenten die meestal of regelmatig in die kernen boodschappen doet, geeft die reden op.

Daarnaast worden (veel minder vaak) genoemd: de kwaliteit en de hoeveelheid winkels. Vooral voor Vogelenzang en Overveen is die laatste reden opvallend, gezien de beperkte hoeveelheid winkels daar.

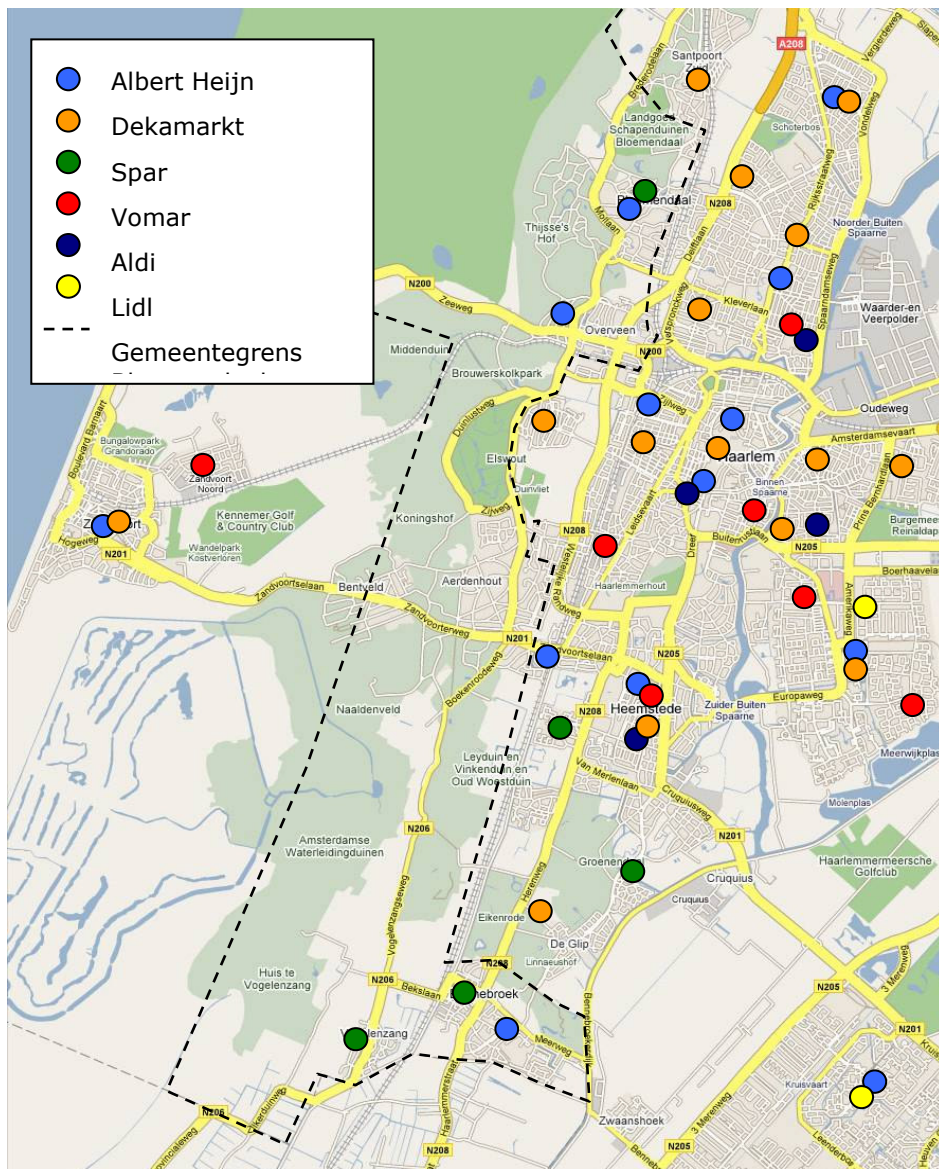
Tabel 3.3. Redenen om boodschappen in de gemeente Bloemendaal te doen					
	Bloemendaal	Overveen	Aerdenhout	Vogelenzang	Totaal
<i>Het is dichtbij</i>	57,0%	54,4%	41,6%	38,5%	50,3%
<i>Kwaliteit winkels</i>	6,5%	8,0%	10,6%	6,2%	7,8%
<i>De hoeveelheid winkels</i>	5,4%	8,0%	9,7%	7,7%	7,4%
<i>Goede parkeergelegenheid</i>	4,8%	7,2%	5,3%	4,6%	5,5%
<i>Lage prijs</i>	2,7%	4,8%	5,3%	13,8%	5,3%
<i>De goede bereikbaarheid</i>	3,8%	3,2%	3,5%	3,1%	3,5%
<i>Uit gewoonte</i>	4,3%	2,4%	5,3%	0,0%	3,5%
<i>De sfeer</i>	2,7%	2,4%	3,5%	3,1%	2,9%
<i>Goede kwaliteit artikelen</i>	1,6%	1,6%	1,8%	6,2%	2,2%
<i>In verband met werk</i>	2,2%	3,2%	1,8%	1,5%	2,2%
<i>De service en bediening</i>	0,5%	0,8%	3,5%	3,1%	1,6%
<i>Anders</i>	8,6%	4,0%	7,1%	12,3%	7,6%
<i>Niet van toepassing</i>	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%	0,2%
Totaal	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Aan respondenten die hun boodschappen niet in de gemeente Bloemendaal doen, is gevraagd naar de reden ervan. 'Afstand' is de reden die het meest wordt genoemd.

Tabel 3.4. Reden om boodschappen niet in de gemeente Bloemendaal te doen					
	Bloemendaal	Overveen	Aerdenhout	Vogelenzang	Totaal
<i>Te ver weg</i>	30,0%	31,0%	28,1%	36,4%	30,8%
<i>Te weinig winkels/keuze</i>	26,7%	11,9%	18,8%	13,6%	19,2%
<i>Slechte bereikbaarheid</i>	20,0%	16,7%	15,6%	13,6%	17,3%
<i>Slechte/te weinig parkeergelegenheid</i>	0,0%	14,3%	12,5%	9,1%	7,7%
<i>Kwaliteit winkels is onvoldoende (supermarkten te klein)</i>	3,3%	11,9%	6,3%	9,1%	7,1%
<i>Te duur</i>	6,7%	7,1%	12,5%	0,0%	7,1%
<i>Uit gewoonte</i>	6,7%	4,8%	6,3%	0,0%	5,1%
<i>Weinig sfeer</i>	0,0%	2,4%	0,0%	0,0%	0,6%
<i>Anders</i>	3,3%	0,0%	0,0%	4,5%	1,9%
<i>Weet niet</i>	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
<i>Geen antwoord</i>	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
<i>Niet van toepassing</i>	0,0%	0,0%	0,0%	13,6%	1,9%
Totaal	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Op onderstaand kaartje zijn de vestigingen van de belangrijkste supermarktketens⁹ weergegeven (situatie 2007; gemeentegrens 2009).

⁹ Rutte in Bloemendaal-Dorp is geen regulier filiaal van Spar, maar is wel lid van de inkooporganisatie van Spar.



3.3 Niet-dagelijkse artikelen

Voor niet-dagelijkse artikelen heeft alleen Bloemendaal-dorp een (vrijwel) compleet aanbod, zoals al werd geconstateerd in paragraaf 2.1. Dit is dan ook duidelijk in de consumentenenquête terug te zien. In de overige kernen is een zeer beperkt aanbod in niet-dagelijkse artikelen. In tabel 3.5 worden de top-3 van primaire en secundaire aankoopplaatsen voor diverse goederen weergegeven.

Tabel 3.5. Top-3 van belangrijkste aankoopplaatsen voor niet-dagelijkse artikelen, voor de gemeente Bloemendaal				
	Primair	%	Secundair	%
<i>Mode, schoeisel en textiel</i>	Haarlem-centrum	54,8%	Amsterdam	18,5%
	Heemstede	12,5%	Haarlem-centrum	17,3%
	Bloemendaal-dorp	9,8%	Heemstede	11,8%
<i>Woninginrichting en doe-het-zelf</i>	Haarlem-centrum	34,0%	Haarlem-centrum	10,3%
	Heemstede	8,3%	Amsterdam	6,3%
	Bloemendaal-dorp	7,3%	Bloemendaal-dorp	5,3%
<i>Bruin- en witgoed</i>	Haarlem-centrum	46,3%	Haarlem-centrum	11,3%
	Haarlem-Noord	11,0%	Haarlem Schalkwijk	6,0%
	Haarlem Schalkwijk	7,0%	Amsterdam, Haarlem-Noord	3,5%
<i>Huishoudelijke artikelen</i>	Bloemendaal-dorp	41,0%	Haarlem-centrum	26,3%
	Haarlem-centrum	17,3%	Bloemendaal-dorp	8,5%
	Heemstede	13,8%	Heemstede	7,3%
<i>Overige artikelen</i>	Haarlem-centrum	37,5%	Haarlem-centrum	20,3%
	Bloemendaal-dorp	23,3%	Bloemendaal-dorp	13,5%
	Heemstede	11,3%	Amsterdam	8,8%

Voor uitsplitsingen per kern, zie bijlage 2 op pagina 89.

Driekwart van de huishoudens is in 2007 niet meer of minder in de gemeente Bloemendaal gaan winkelen of boodschappen doen. De groepen 'vaker' en 'minder vaak' houden elkaar in evenwicht.

Aan de respondenten is gevraagd rapportcijfers te geven aan diverse aspecten van de drie kernen. De ervaring met consumenten-enquêtes leert dat de consumenten niet tevreden zijn als ze een cijfer lager dan een 7 geven; er dient dan ook naar te worden gestreefd om minimaal een 7 te scoren op alle aspecten.

Opvallend is het verschil tussen de tevredenheid over de bereikbaarheid en het parkeren in Bloemendaal-dorp en Overveen. Kennelijk wordt de blauwe zone in Overveen goed gewaardeerd.

Tabel 3.6. Waardering Bloemendaal-dorp, Overveen en Vogelenzang			
	Bloemendaal- dorp	Overveen	Vogelenzang
<i>Bereikbaarheid OV</i>	5,3	6,7	5,9
<i>Parkeren</i>	5,7	7,7	7,1
<i>Bereikbaarheid auto</i>	6,7	8,0	8,0
<i>Inrichting</i>	7,0	6,8	6,9
<i>Winkelaanbod</i>	7,1	5,8	5,0
<i>Stallingsmogelijkheden fiets</i>	7,2	7,6	7,0
<i>Netheid en hygiëne</i>	7,4	7,7	7,2
<i>Sfeer</i>	7,6	6,8	7,4
<i>Kwaliteit winkels</i>	7,7	7,2	7,2
<i>Veiligheid</i>	7,7	7,9	7,1
<i>Bereikbaarheid fiets</i>	8,1	8,4	8,2

Bron: Seinpost Adviesbureau 2007

3.4 Horeca

De mate waarin er gebruik wordt gemaakt van de diverse horecagelegenheden in de vier kernen (Bloemendaal aan Zee is hierbij ook meegenomen) is als volgt:

Tabel 3.7. Hoe vaak maakt men gebruik van horeca in:					
	Bloemendaal- dorp	Overveen	Vogelenzang	Bloemendaal aan Zee	Verspreid
(Doorgaans) nooit	39%	73%	95%	42%	41%
Minder dan 1x per maand	28%	19%	2%	31%	25%
1x per maand	19%	5%	2%	14%	17%
1x per 2 weken	7%	2%	0%	9%	9%
1x per week	4%	2%	1%	4%	4%
Vaker dan 1x per week	3%	0%	0%	1%	3%
Weet niet/n.v.t./geen antwoord	0%	0%	1%	1%	1%

Het aanbod wordt als volgt gewaardeerd:

	Bloemendaal- dorp	Overveen	Vogelenzang	Bloemendaal aan Zee	Verspreid
Aanbod	7,4	6,7	5,8	7,1	7,2
Kwaliteit	7,5	7,4	7,0	6,8	7,3
Aantal respondenten	225	104	18	213	208

Ongeveer 26% van de respondenten zegt een bepaald type horeca te missen. Van deze groep mist 38% restaurants in het middensegment. Verder mist 30% cafés en eenzelfde percentage mist lunchrooms c.q. koffiecorners.

4 Economische potentie

In dit hoofdstuk wordt een beeld gegeven van de economische mogelijkheden die de kernen van Bloemendaal hebben. De ervaringen van de ondernemers in het gebied worden als een belangrijke onderbouwing gezien voor het inzicht in het economisch functioneren van de kernen. Op basis van een draagvlakanalyse wordt een eerste inzicht gegeven in het functioneren van de commerciële voorzieningen. Een draagvlakanalyse is een model waarmee vraag en aanbod met elkaar worden geconfronteerd. De draagvlakanalyse wordt voorafgegaan door een paragraaf waarin de belangrijkste detailhandelsontwikkelingen in het kort worden omschreven. Na de draagvlakanalyse volgt de SWOT-analyse. De economische mogelijkheden worden in deze analyse in een breder verband geplaatst. De SWOT-analyse is de opmaat voor het volgende hoofdstuk waarin de visie uiteen wordt gezet.

4.1 Ontwikkelingen in de detailhandel en vrijetijdsvoorzieningen

Voorzieningenstructuur

De Nederlandse voorzieningenstructuur is relatief fijnmazig. Er zijn verschillende niveaus in te onderscheiden. Winkelcentra van grote steden hebben een regionale functie waarbij het begrip 'winkelen' van belang is. Het aanbod in de niet-dagelijkse sector is uitgebreid en specialistisch en trekt zodoende consumenten uit een wijde omgeving. Dorpen van 10.000 tot ongeveer 20.000 inwoners hebben een subregionale functie. Consumenten uit kleinere kernen kopen er de dagelijkse en (niet-specialistische) niet-dagelijkse goederen, zoals huishoudelijke artikelen, supermarktkopen en kleding. Kleine kernen tot 7.000 inwoners hebben voornamelijk een (boven)lokale functie. Hier kunnen de inwoners met name de dagelijkse artikelen kopen, soms aangevuld met enkele winkels voor bijvoorbeeld kleding en meubelen.

Afstand is bij het doen van boodschappen en inkopen een belangrijke factor. In principe is de consument georiënteerd op het dichtstbijzijnde winkelgebied. Door de toenemende mobiliteit wordt het voor de consument echter eenvoudiger om ook verder te kijken.

Andere factoren spelen dan een rol, zoals het aanbod (mogelijkheid combinatiebezoeken en (prijs)vergelijkend winkelen), bereikbaarheid en parkeren, inrichting van de openbare ruimte en de uitstraling en sfeer. De volgende trends zijn van belang bij het in beeld brengen van het gedrag van de consument:

- *Veranderend consumentengedrag*: Consumenten zijn in de loop der tijd steeds mobieler geworden, de arbeidsparticipatie is toegenomen en het 'boodschappen doen' wordt steeds meer gezien als een activiteit waar men weinig tijd en moeite aan wil besteden. Het 'runshoppen' is voor de frequent benodigde artikelen de norm geworden. De niet-dagelijkse aankopen, het 'winkelen' echter wordt in toenemende mate gezien als een 'dagje uit' en wordt gecombineerd met bijvoorbeeld horecabezoek en overige vormen van vermaak ('leisure').
- *Individualisering*: Door de toenemende individualisering kan er niet meer gesproken worden over 'de consument'. Er zijn steeds meer culturen en leefstijlen in Nederland. Dit heeft tot gevolg dat het als winkel/winkelgebied moeilijker is om aan te sluiten bij de wensen van die consument. Die wensen lopen immers sterk uiteen. Supermarkten spelen hier op in door hun assortiment sterk uit te breiden.
- *Schaalvergroting*: Hedendaagse winkelvoorzieningen bieden een ruim aanbod waarbij het mogelijk is om te vergelijken. Boodschappen moeten zoveel mogelijk op één plaats kunnen worden gedaan (one-stop-shopping). In de supermarktsector is deze ontwikkeling duidelijk zichtbaar. Supermarkten van 300 - 600 m² WVO kunnen de concurrentie met de grotere winkels steeds minder goed aan. Tegenwoordig wordt voor een goed functionerende full-service supermarkt uitgegaan van minimaal 1.200 m² WVO. Aan de andere kant zijn de bekende hard-discount-supermarkten (Aldi, Lidl) kleiner (700-900 m² WVO). Daarnaast doet zich de ontwikkeling voor van de grootschalige supermarkten zoals de AH XL formule met in sommige vestigingen van meer dan 3.000 m².

Tabel 4.1: Ontwikkeling totale winkelvloeroppervlakte van supermarkten in Nederland ¹⁰ (exclusief minisupers)			
	Aantal supermarkten	Gemiddelde WVO	Totale WVO
2000	6.529	594 m ² WVO	3,32 mln m ²
2002	5.308	644 m ² WVO	3,27 mln m ²
2004	4.826	714 m ² WVO	3,42 mln m ²
2006	4.788	740 m ² WVO	3,57 mln m ²
2009	4.309	844 m ² WVO	3,64 mln m ²

Tabel 3.2: Aantal supermarkten en minisupers per grootteklasse in Nederland ¹¹		
Winkelvloeroppervlak	2007	2008
2.400 m ² of meer	60	61
2.000 tot 2.400 m ²	48	56
1.600 tot 2.000 m ²	140	146
1.200 tot 1.600 m ²	481	487
1.000 tot 1.200 m ²	512	512
800 tot 1.000 m ²	784	798
600 tot 800 m ²	850	848
400 tot 600 m ²	642	623
200 tot 400 m ²	538	537
tot 200 m ²	1.682	1.663
Totaal	5.737	5.731

- *Specialisering*: In de detailhandel, maar ook in de horeca, is aan de ene kant een verregaande ontwikkeling te zien van machtsconcentratie, schaalvergroting, ketenvorming en internationalisering. Aan de andere kant is er tegelijkertijd een trend van verregaande specialisatie waarbij

¹⁰ Bronnen: IRI en ACNielsen, 2007 – analyse EFMI; Locatus Retail Verkenner.

¹¹ Bron: Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) en Locatus.

- een ambachtelijk en hoogwaardig product wordt aangeboden en er een sterk accent ligt op persoonlijk contact en persoonlijke service.
- *Filialisering*: De gemiddelde winkelgrootte stijgt en in de winkelstraten verschijnen steeds meer filiaalbedrijven. Hierdoor lijken winkelgebieden steeds meer op elkaar. Tegelijkertijd wordt het belang van het onderscheidend vermogen hierdoor belangrijker.
 - *Knooppunten*: De winkelvoorzieningen verschijnen de laatste jaren ook steeds vaker op verkeersknooppunten. Denk bijvoorbeeld aan de ontwikkeling van meubelboulevards aan invalswegen van grotere steden of aan de komst van winkels op NS-stations en universiteitslocaties. Ook het GDV-beleid¹² probeert aan te sluiten bij deze ontwikkelingen.
 - *Internet*: De consument weet ook steeds beter de weg te vinden naar verkoopadressen op het internet. De schroom om met creditcard te betalen weerhield veel consumenten nog van het gebruikmaken van dit verkoopkanaal, maar tegenwoordig zijn er meer betalingsmogelijkheden dan enkele jaren terug. Daarnaast zijn ook steeds meer mensen aangesloten op het internet. Voorbeelden zijn het boeken van reizen en aankoop van boeken en cd's.
 - *Specialisatie versus branchevervaging*: Er komen steeds meer gespecialiseerde winkels en winkelgebieden in Nederland. Een voorbeeld hiervan zijn de speciale merk winkels (brandstores), of de Factory Outlet Centers. Daar staat een andere ontwikkeling tegenover: de branchevervaging. Supermarkten en drogisterijen behalen een stijgend aandeel van hun omzet uit de verkoop van bijvoorbeeld huishoudelijke en cadeauartikelen; bouwmarkten verkopen fietsen en audioapparatuur; discountsupermarkten hebben een bepaald deel (100–125 m² WVO) van hun winkels ingeruimd voor weekaanbiedingen in de niet-dagelijkse sector, zodat dit een essentieel onderdeel van hun formule is geworden.
 - *Toenemende oriëntatie op supermarkt*: Het marktaandeel van supermarkten in het dagelijkse assortiment is toegenomen. Landelijk stijgt de oriëntatie van 75 naar 84%¹³. Men verwacht in de komende

¹² Grootschalige detailhandelsvestigingen.

¹³ Het Hoofdbedrijfschap Detailhandel heeft berekend dat in de supermarkten in Nederland een marktaandeel van 78% heeft gerealiseerd in 2006 voor wat betreft de voedingsmiddelen. Voor de genotmiddelen behaalden de supermarkten een marktaandeel van 65%.

jaren een stabilisering met een aandeel van ongeveer 83-85%. Uit onderzoek van het HBD over 2008 blijkt dat vooral de supermarkten in de plus zitten. In 2008 boekten zij 7,5% meer omzet, voornamelijk vanwege prijsstijgingen en een toename in de productaankopen. De food-speciaalzaken behaalden echter 2,4% minder omzet. In het eerste kwartaal van 2009 boekten de supermarkten 1,5% meer omzet dan een jaar eerder. Food-speciaalzaken behaalden bijna 8% minder omzet.

- *Afname aantal versspecialisten:* Er is een aanzienlijke afname in o.a. het aantal kruideniers. Van de 5860 kruideniers zijn er in de jaren 2002-2006 825 gestopt. Ook het aantal slaggers is teruggelopen van 2.620 in 2006 naar 2.420 in 2008. De (vers)specialisten hebben zich ondanks de prijzenoorlog redelijk staande kunnen houden. Hierbij blijken kwaliteit en service aan deze ondernemers een onderscheidende positie te kunnen geven. Dit natuurlijk onder de voorwaarde dat er sprake is van prima ondernemerschap.

- *Prijsbewuste consument:* De consument wordt steeds prijsbewuster doordat er meer informatie is over de keuzemogelijkheden. Dit kan zijn via advertenties, internet of gewoon door zelf bij verschillende winkels de prijs te vergelijken. Het gevolg hiervan is onder andere dat de supermarkten hun prijzen aanpassen. Hierdoor worden de winstmarges in de supermarktbranche lager en dient de omzet dus te stijgen om eenzelfde resultaat te boeken. De supermarktoorlog is in 2003 ingezet en in 2004 echt losgebarsten. De omzetten zijn in 2004 licht gedaald, en die tendens zette zich voort in het eerste deel van 2005. Dit kan gezien worden als een correctie op de prijsstijgingen in 2002/2003. In de periode 2006 tot 2008 hebben de meeste supermarktorganisaties hun omzet (ook in relatie tot de inflatie) weer weten te vergroten. De supermarktoorlog heeft echter het detailhandelslandschap danig verstoord (met als verliezers Laurus en in mindere mate Schuitema). Verder valt op dat Albert Heijn het aantal vestigingen nog flink uitbreidt, ook door de overname van een flink aantal filialen van C1000. Wat de verkoop van Super De Boer aan de Jumbo-organisatie voor het supermarktlandschap betekent moet nog blijken. Hoe dit alles uiteindelijk op de kleine(re) kernen uitwerkt is nog niet duidelijk maar hangt zeker af van de soort formules en de aandacht die men (gemeente en ondernemers) heeft voor de detailhandelsstructuur.

- *Toename van budget-detailhandel:* Niet alleen groeit het aantal discountsupermarkten (Aldi, Lidl), ook budgetketens in de huishoudelijke artikelen (Action) timmeren aan de weg. De doelgroep is steeds minder duidelijk. Ook prijsbewuste consumenten uit de hogere inkomens ('bargainers') kopen steeds vaker bij budget-detailhandel. Tegengesteld aan deze trend zien we ook een toename van winkels in het hoge segment. Hooggespecialiseerde formules proberen hierop in te spelen. Grote ketens als Albert Heijn doen hier ook aan mee door bijvoorbeeld het assortiment uit te breiden met luxe voedingsmiddelen onder de noemer 'Excellent'.
- *Winkeltrouw:* Een ander aspect van de houding van de consument is de afname van winkeltrouw. De consument is steeds minder vast en vasthoudend in de keuze van de winkel. Mensen bezoeken meer formules¹⁴. Men wisselt op basis van prijs, aanbiedingen, assortiment, sfeer in de winkelomgeving, etc.
- *Huishoudensamenstelling:* De toenemende vergrijzing, evenals de gezinnen die in de loop der jaren kleiner zijn geworden, zorgen voor behoefte aan andere producten en assortimentssamenstellingen.
- *Centrum versus periferie:* De 'oude' winkelgebieden in de dorpen en de steden krijgen steeds meer concurrentie van perifeer gelegen winkelcentra, die (per auto) gemakkelijk te bereiken zijn. In dit kader past ook de ontwikkeling van de 'factory outlets'.
- *Vergrijzing:* Door de sterke vergrijzing vormen de senioren voor de horeca een doelgroep met een belangrijk toekomstperspectief. De senioren wonen in toenemende mate zelfstandig, zijn actiever en beschikken over meer geld en vrije tijd. Het is wel van belang dat ondernemingen rekening houden met de eigen wensen en verwachtingen van senioren. Het gaat hierbij onder andere om bereikbaarheid, fysieke toegankelijkheid, comfort, veiligheid, snelheid van bediening en persoonlijke aandacht.

¹⁴ EFMI, effecten van de prijsoorlog (2004)

- *Intensivering vrijetijdsbesteding*: Door de stijging van het aantal eenpersoonshuishoudens, maar ook door het groeiend aantal tweeverdieners zal de traditionele huisvrouw uit het maatschappelijk beeld verdwijnen. Het vrijetijdsgedrag wordt steeds intensiever: in korte tijd wil men zoveel mogelijk doen en zoveel mogelijk activiteiten combineren. Er is dan ook een groeiende behoefte aan totaalconcepten waarin deze elementen zijn terug te vinden en men zelf zo weinig mogelijk zaken hoeft te regelen.
- *'Nieuwe consument'*: De consument is steeds moeilijker in te delen in herkenbare doelgroepen voor wat betreft sociale klasse, inkomen of regionale verschillen. De nieuwe consument zoekt op basis van leeftijd, etnische afkomst en culturele achtergronden zijn eigen 'groep' om daarmee ook deel van zijn eigen identiteit te laten zien en bevestigen.
- *Combinatiebezoek*: Het vrijetijdsaanbod in Nederland blijft uitdijen. De gangbare opvatting is dat vermaak, horeca en winkels elkaar wederzijds versterken. Uit consumentonderzoeken is gebleken dat hier wel een nuancering moet worden gegeven. Zo is de combinatie vrijetijdsvoorziening en winkels onder het publiek niet populair. Vrijetijdsactiviteiten kenmerken zich door plezier en ontspanning. Bij winkelen hoeft dit niet het geval te zijn. Veel winkelbezoeken zijn immers functioneel en doelgericht. Wel is vaak behoefte aan ondersteunende horeca.

Conjunctuur

De afgelopen drie jaar heeft de omzet in de detailhandel een stijgende lijn laten zien. In de detailhandel is in 2008 nog een omzetgroei gerealiseerd van bijna 2,5%. Deze groei kwam voornamelijk tot stand door de bijdrage van de supermarkten, de speciaalzaken behaalden een omzetzakking van 2,3%. De vooruitzichten voor 2010 zijn nog minder positief¹⁵. In de periode van januari tot augustus van 2009 heeft de detailhandel een omzetzakking van bijna 4% laten zien. In de food-sector zijn het vooral de speciaalzaken die te maken hebben met een daling (-5%), de supermarkten zagen nog een omzetgroei van 2%. Consumenten kochten ruim 5% minder producten. De prijzen waren

¹⁵ Medio 2009 blijkt het consumentenvertrouwen sterk te dalen. Hoogstwaarschijnlijk zal dit gevolgen gaan krijgen voor het uitgavenpatroon en daarmee de detailhandelsbestedingen.

gemiddeld bijna 2% hoger. Vooral de winkels in non-food zaten in de min met 7% minder omzet.

Na drie jaar een forse omzetstijging door te maken, heeft de horeca in 2008 een daling van de omzetgroei laten zien. Een daling van -0,1% in de hele sector werd vooral veroorzaakt door de restaurant- en drankensector. De omzetzdaling was niet alleen het gevolg van een daling van het omzetvolume, en de verhoging van de prijzen, maar werd ook veroorzaakt door de inwerkingtreding van het rookverbod. In het tweede kwartaal van 2009 heeft de horeca 5,9% minder omgezet dan in dezelfde periode van het jaar daarvoor. Vooral hotels dragen nu ook bij aan een daling van de omzet, evenals restaurants en de cafés. De fastservicesector ziet een lichte omzetstijging (0,1%).

4.2 Reacties uit het veld: interviews met ondernemers

Interviews Bloemendaal-dorp, Overveen, Vogelenzang en Bloemendaal aan Zee

In 2007 zijn interviews gehouden met ondernemers uit diverse branches in de voormalige gemeente Bloemendaal.

Er is gesproken met:

De heer Rutte, Rutte Levensmiddelen & Delicatessen, Bloemendaal

De heer R. Harder, Makelaardij Stoel, Bloemendaal

De heer C. Tomassen, Albert Heijn, Bloemendaal

Mevrouw Chr. Rijnhout, Zus & Zo, Bloemendaal

Mevrouw K. Schipper, Bizbizzy Kinder- en Jeugdmode, Bloemendaal

De heer Van der Laan, Boekhandel Bloemendaal, Bloemendaal

De heer R. Mul, Richards Optiek, Bloemendaal

De heer Vogel, Restaurant Chapeau!, Bloemendaal

De heer A. Tielen, Café 't Hemeltje, Bloemendaal

Mevrouw M.A.C. Emmerich, Albert Heijn, Overveen

De heer Bakker, Drogisterij Bakker, Overveen

De heer T. Klos, Slagerij Ton Klos, Overveen

Mevrouw M.J. Arp, Bubbles & Bottles, Overveen

De heer Deken, Hotel Roozendaal, Overveen

De heer F. Koelewij, Bloemsierkunst Koelewij, Overveen

De heer B. André de la Porte, Woodstock 69, Bloemendaal aan Zee
De heer Van den Berg, Slagerij Van den Berg, Vogelenzang
De heer P. Hulbosch, Spar Hulbosch, Vogelenzang
Mevrouw R. de Kuyper, Het Seinhuis/Het Schouwspel, Vogelenzang
De heer Kol, Pannenkoekrestaurant De Oase, Vogelenzang

In 2010 is nog gesproken met:

Mevrouw F. Kossen, Van Leeuwen Vleesch, Overveen

De panden

Ongeveer de helft van de geïnterviewden is eigenaar van het bedrijfspand. Het merendeel van de geïnterviewden heeft genoeg ruimte ter beschikking, maar er zijn ook enkele ondernemers die graag zouden willen uitbreiden. Er is vaak woonruimte boven het pand, maar die wordt maar in een enkel geval als zodanig gebruikt door de ondernemer.

Functioneren van het bedrijf

De meeste bedrijven functioneren goed. Er zijn bedrijven die het vooral van de directe omgeving moeten hebben (met name de detailhandel in dagelijkse goederen). Er is ook een groot aantal ondernemingen met een specifiek concept of product, dat publiek uit de wijde omtrek trekt. Een enkele onderneming richt zich specifiek op de hogere inkomens en/of ouderen.

Omzetten

Uit de interviews blijkt dat het niveau van het ondernemerschap in Bloemendaal gemiddeld tot hoog is. Over het algemeen zijn de ondernemers in staat om in elk geval de omzet vast te houden, maar in veel gevallen worden aanpassingen gedaan aan de veranderende markt zodat omzetten kunnen stijgen.

De winkels in dagelijkse goederen doen het goed. Hoewel de supermarkten allemaal te klein zijn, weet men toch goede omzetten te behalen. Ook de speciaalzaken doen het goed, al is er ook hier verschil in ambitie. Voor de winkels in niet-dagelijkse goederen loopt de omzetontwikkeling wat meer uiteen, al doen vooral de ondernemingen met een concept of specialisatie het goed.

Plannen en ambities

In Bloemendaal zijn diverse jongere ondernemers die de zaak van hun ouders hebben overgenomen. Het valt op dat juist deze ondernemers duidelijke plannen hebben. Het gevaar dreigt dat deze enthousiaste ondernemers hun gezonde onderneming zullen verplaatsen of verkopen wanneer ze hun plannen niet kunnen verwezenlijken.

De 'oudere garde' is, zoals bijna overal, wat minder ambitieus. Zij kiezen voor consolidatie.

Waardering van de winkelgebieden

De winkelgebieden worden verschillend gewaardeerd. Er zijn echter ook omstandigheden die voor alle gebieden gelijk zijn. Zo heeft men nagenoeg nergens last van criminaliteit.

In *Bloemendaal-dorp* is het parkeren een heet hangijzer, bijna zonder uitzondering wordt hierover geklaagd. Ook de uitstraling van het gebied en van de panden wordt vaak als verbeterpunt genoemd. Hier wordt ook gewezen op de 'verrommeling' die door de diverse uitstallingen wordt veroorzaakt en zaken als de staat en de uitstraling van het straatmeubilair. De winkeliersvereniging wordt over het algemeen gewaardeerd, al ergeren sommigen zich toch aan het behoudende karakter ervan. Men zou liever wat meer eigentijdse evenementen zien. Aan de andere kant worden de jaarmarkt en Bloemendaal Jazz gewaardeerd. Dit laatste overigens voornamelijk door de Bloemendaalse horecaondernemers.

Zaken die men mist zijn: horeca die overdag is geopend (waaronder een ijssalon), terrassen, maar ook een winkel in wit- en bruingoed en geluidsdragers worden genoemd.

In *Bloemendaal aan Zee* worden de parkeerproblemen genoemd. Men hoopt dat deze worden opgelost met de herstructurering van de Zeeweg, maar helemaal overtuigd is men daar niet van. Verder vindt men het jammer dat de gemeentelijke politiek niet vierkant achter 'de Bloemendaalse strandcultuur' staat. Graag zou men bijvoorbeeld zien dat er vanuit de gemeente soepeler werd omgegaan met de sluitingstijden.

In *Overveen* wordt door de ondernemers de herinrichting en de blauwe zone over het algemeen goed gewaardeerd – al had men het ten tijde van de interviews in 2007 nog altijd over de ongemakken die het openbreken van de straat in het verleden heeft veroorzaakt. Men heeft wel het gevoel dat het

'maar niet wil lukken' met de straat, en het stuk tussen spoorweg en Zijlweg (de zuidkant) is in feite al helemaal opgegeven. Er is weinig animo van winkeliers om er – buiten de eigen onderneming – echt iets van te maken. Toch overwegen ondernemers aan de zuidkant van de spoorbaan hun zaak te verplaatsen naar het 'echte' winkelgebied wanneer de klantenstroom daar goed opgang komt.

Men ziet de komst van een aantal versspecialisten als oplossing, maar realiseert zich tegelijkertijd dat het lastig is om zulke ondernemingen naar Overveen te halen – vooral als je de hoge huren in ogenschouw neemt. Verder worden kansen gezien voor winkels die zich (ook) richten op de grote aantallen studenten die zich dagelijks in de omgeving bevinden (snackbar, gameshop, geluidsdragers).

In *Vogelenzang* is het volume aan winkels zó klein, dat de mogelijkheden tot samenwerking niet zo groot zijn. De ondernemers zijn dan ook voornamelijk op hun eigen onderneming gericht. Men is niet zo tevreden over winkels die vanwege hun aard weinig klanten trekken. Deze winkels zorgen niet voor een bepaalde 'loop'. Ook in *Vogelenzang* zijn ondernemers met plannen en visie, en ook hier worden deze niet altijd even enthousiast door de gemeente gesteund.

Contact met de gemeente

Niet alle ondernemers hebben contact met de gemeente Bloemendaal, maar degenen die dat wel hebben spreken bijna zonder uitzondering over een moeizame communicatie. Men weet niet goed bij wie men terecht kan, men vindt regels onduidelijk, het duurt erg lang voor men antwoord krijgt op schriftelijke of telefonische vragen etc. Als het eenmaal duidelijk is bij wie men zijn moet, dan gaat het vaak sneller.

Deze situatie (in 2007) was mede aanleiding voor het instellen van het Ondernemersloket waaraan bekendheid is gegeven met onder meer een brochure en de website www.bloemendaal.nl/ondernemen/ondernemersloket. Er wordt waar mogelijk gekozen voor interactieve beleidsvorming waarbij de nadruk wordt gelegd op samenwerking tussen gemeente en ondernemers. Inmiddels zijn de ondernemers erg enthousiast over het contact met de gemeente.

Overveen 2010

In 2010 is gesproken met mevrouw Fanny Kossen van de Overveense Winkeliers Vereniging. Aanleiding hiervoor was vooral het feit dat de situatie in Overveen sterk verbeterd is ten opzichte van 2007.

De vereniging is kort geleden van start gegaan. Het feit dat de winkeliers zich hebben verenigd is op zich al een indicatie van de revitalisering van het winkelgebied. Ongeveer 90% van de ondernemers is lid.

Het contact met de gemeente is enorm verbeterd ten opzichte van 2007. Met name het enthousiasme van de wethouder wordt genoemd, maar ook de gemeentelijke interesse in en bijdrage aan de opening van het winkelgebied in april 2010.

Het winkelbestand is op dit moment op orde, er zijn de laatste tijd relatief veel nieuwe goede winkels bijgekomen. Als verbeterpunt wordt de drukke kruising in het winkelgebied genoemd. Ook wordt de drukke doorgaande weg als lastig ervaren. Men zou de winkelstraat het liefst het grootste gedeelte van de dag afsluiten voor vrachtverkeer.



Leegstand in Overveen in 2007 (links), met de komst van ETOS (rechts) heeft het winkelbestand er anno 2010 een trekker in dagelijkse goederen bij.

Ondernemersinterviews Bennebroek

Ook voor het DPO in Bennebroek zijn ondernemers geïnterviewd. Dit is gebeurd tijdens een ondernemersspreekuur, waar ongeveer tien ondernemers aanwezig waren.

Wat betreft de sterke en zwakke punten van het huidige centrum en de gewenste ontwikkelingsrichting zijn de ondernemers het op de meeste punten met elkaar eens.

Voorzieningenaanbod

Het aanbod in Bennebroek is volgens de ondernemers de afgelopen jaren verschaald. In Bennebroek is bijvoorbeeld geen slagerij meer. Volgens de

ondernemers hoeft het niet de ambitie van Bennebroek te zijn om mogelijkheden voor recreatief winkelen te bieden en op dit gebied de concurrentie aan te gaan met nabijgelegen plaatsen als Hillegom en Heemstede. Wel dient volgens de ondernemers het streven te zijn om een zo compleet mogelijk (semi-)dagelijks aanbod te bezitten. In Bennebroek moet het ook in de toekomst mogelijk zijn de dagelijkse boodschappen te doen.

Herkomst klanten

De meeste klanten komen uit Bennebroek zelf. Dit geldt voornamelijk voor de ondernemers in de dagelijkse goederen. Specialistische winkels in niet-dagelijkse goederen (zoals de harpenwinkel) halen slechts een zeer beperkt deel van hun omzet van binnen Bennebroek.

Bereikbaarheid

De bereikbaarheid van de winkels wordt over het algemeen als goed beoordeeld. Wel wordt er op gewezen dat de Rijksstraatweg en Bennebroekerlaan behoorlijk druk zijn en dat er vaak hard gereden wordt. Ondanks de drukte is er weinig sprake van opstoppingen en andere congestieverschijnselen.

Parkeren

Het parkeren wordt als vrij goed beoordeeld, er doen zich nauwelijks parkeerproblemen voor. Bij de meeste winkels is het (beperkt) mogelijk voor de deur te parkeren. Voor de winkels aan de Zwarteweg geldt dat naast de (beperkte) parkeerplaatsen in de blauwe zone ruime mogelijkheden zijn op het iets verderop gelegen parkeerterrein aan de Hyacinthenlaan. Door sommige ondernemers wordt erop gewezen dat de handhaving van de blauwe zone wel wat strikter kan.

Verblijfsklimaat en uitstraling winkelgebied

De vestiging van Albert Heijn aan de Schoollaan is met circa 600 m² vwo (te) klein voor een moderne full-service supermarkt. Albert Heijn wil daarom graag verhuizen naar een nieuwe locatie. Idealiter zou een nieuwe, grotere Albert Heijn moeten worden verplaatst naar een locatie waar de synergie met bestaande winkels het grootst is. De locatie van het voormalige gemeentehuis lijkt hiervoor het meest geschikt. Als die locatie niet mogelijk is, dan is een solitaire vestiging van Albert Heijn een goede optie.

Bij de meeste ondernemers is niet veel animo om naar een dergelijke locatie

te verhuizen. Hoewel de meerderheid de voordelen erkent van een compact winkelgebied waar de consument door 'one-stop-shopping' al zijn dagelijkse boodschappen kan doen, is verplaatsing geen optie. Dit komt met name door het feit dat veel ondernemers, net als in Bloemendaal-dorp, Overveen en Vogelenzang, zelf eigenaar zijn van hun winkelpand. Hierdoor verwacht men er financieel erg op achteruit te gaan wanneer men in een nieuw winkelcentrum een pand moet gaan huren. Een enkeling ziet de ontwikkeling van een nieuw winkelcentrum als een mogelijkheid de onderneming uit te kunnen breiden.

4.3 Draagvlakanalyse

Voor het winkelaanbod kan de marktruimte bepaald worden. Door de bestedingen te relateren aan de omzet (of vloerproductiviteit) die de winkels moeten behalen om rendabel te kunnen functioneren, kan deze marktruimte worden berekend.

De berekende marktruimte wordt vergeleken met het aanwezige aanbod. Zo wordt nagegaan of er functionele uitbreidingsruimte mogelijk is in de vorm van extra vierkante meters winkelruimte – of dat er juist een overschot aan vierkante meters winkelruimte is. Overigens moet met dergelijke cijfermatige analyses niet te krampachtig worden omgegaan. Ze bepalen tot op zekere hoogte de koers en geven de marges aan. Individuele situaties bepalen de nuances.

Daarnaast bepalen veronderstellingen en ambities de toekomst. Het is altijd mogelijk om naar boven en naar beneden bij te stellen. Veel hangt af van de mate waarin individuele ondernemers en het collectief in staat zijn om de ambities ook waar te maken.

Voor horeca is een dergelijke berekening niet te maken. Zaken als omzet per vierkante meter zijn in die sector te weinig eenduidig. Wel kan er een schatting worden gemaakt van de marktruimte in de horeca.

Bestedingsgedrag consumenten

De bestedingen worden bepaald op basis van:

- het aantal inwoners van het verzorgingsgebied en de prognose voor de toekomst;
- de lokale situatie, zoals de aanbodstructuur van de gemeente Bloemendaal in relatie tot de omgeving;

- de koopkrachtbinding en de koopkrachttoevloeiing;
- het gemiddeld bestedingsniveau per hoofd van de bevolking.

De gemeente Bloemendaal telde op 1 januari 2010 22.023 inwoners¹⁶. Er is, buiten cijfers van het Ruimtelijk Planbureau¹⁷ geen echte bevolkingsprognose beschikbaar. In deze draagvlakberekening wordt derhalve geen rekening gehouden met een autonome verandering van het inwonertal. Wel is er een aantal concrete woningbouwplannen (terreinen Marinehospitaal en Provinciaal Ziekenhuis, totaal 390 woningen). Met de huidige gemiddelde woningbezetting betekent dat een toename van ongeveer 6%.

Tabel 4.1. Bevolking gemeente Bloemendaal, 2010 en 2015		
Kern	2010	2015
<i>Bennebroek</i>	5.185	5.185
<i>Bloemendaal-dorp</i>	6.089	6.992
<i>Overveen</i>	4.125	4.306
<i>Aerdenhout</i>	4.386	4.386
<i>Vogelenzang</i>	2.243	2.243
Totaal	22.028	23.112

Bron: Gemeente Bloemendaal, bewerking Seinpost Adviesbureau BV

Weliswaar zullen er wellicht nog andere woningbouwplannen worden ontwikkeld, maar of deze plannen doorgaan en zo ja, hoeveel woningen er zullen worden gebouwd is nog te onduidelijk om er rekening mee te kunnen houden in de berekening.

¹⁶ CBS 2010

¹⁷ In het rapport Krimp en Ruimte van het Ruimtelijk Planbureau (2006) wordt voor het inwonertal van de gemeente Bloemendaal een krimp van ongeveer 10% verwacht in de periode tot 2025. Tegelijkertijd geeft men in hetzelfde rapport aan dat deze prognoses zijn gebaseerd op de huidige woningbouwplannen en daardoor nog aanzienlijk kunnen worden bijgesteld.

Dagelijkse artikelen

Bloemendaal-dorp behaalt in de sector dagelijkse-artikelen een koopkrachtbinding van 75%. Dit is een tamelijk hoge binding. Voor plaatsen met een inwonersaantal van 5.000-10.000 wordt een binding aangehouden van 57 à 81%.

Voor de koopkrachttoevloeiing wordt gerekend met het gemiddelde voor plaatsen van vergelijkbare grootte. Gezien de informatie uit de ondernemersinterviews wordt die voor Bloemendaal-dorp ingeschat op ongeveer 15%. Wanneer de supermarkten in Bloemendaal kunnen worden opgewaardeerd is een hogere toevloeiing mogelijk.

Voor Overveen is de koopkrachtbinding die in de consumentenenquête is gemeten ook hoog: 75% van de Overveners doet boodschappen in Overveen zelf. Voor vergelijkbare plaatsen is dat tussen de 53-71%, maar met een nog completer aanbod zou de binding zelfs nog wel iets kunnen stijgen. De toevloeiing, die vooral vanuit het Ramplaankwartier komt, wordt gesteld op 16%.

In Vogelenzang is de koopkrachtbinding zoals verwacht beduidend lager: 28%. Ter vergelijking: de gemiddelde koopkrachtbinding ligt in vergelijkbare plaatsen rond de 35%. De toevloeiing wordt hier gesteld op 12%.

Niet-dagelijkse artikelen

Voor niet-dagelijkse artikelen is het minder zinvol om een berekening te maken voor Overveen en voor Vogelenzang. De gemeten binding is bijzonder laag (minder dan 1%), wat overeenkomt met het aanbod van dergelijke goederen in die kernen. Daarom wordt de berekening voor niet-dagelijkse goederen beperkt tot Bloemendaal-dorp.

De koopkrachtbinding in Bloemendaal-dorp is ongeveer 18%. Dit is bijzonder laag, in vergelijkbare plaatsen ligt deze tussen de 19-29%.

De toevloeiing zou rond de 26% moeten liggen, maar ligt waarschijnlijk op dit moment niet hoger dan tussen de 10-20%. Het moet de ambitie zijn om deze in de toekomst uit te bouwen tot 20-30%.

Marktruimte

In paragraaf 2.1 werd al een overzicht gegeven van het aantal detailhandelsvestigingen in vergelijking met die in Laren, Blaricum en Bergen.

Hieronder volgt eenzelfde overzicht, maar dan van het aantal vierkante meters.

Tabel 4.2. Aantal m² per 1000 inwoners per branchegroep					
	Bloemendaal	Blaricum	Laren	Bergen Nh	Nederland
<i>Inwoners</i>	22.001 ¹⁸	9.035	10.955	12.615	20-30.000
<i>Leegstand</i>	52	47	60	41	155
<i>Levensmiddelen</i>	236	218	323	295	307
<i>Pers. Verzorging</i>	46	58	62	70	53
<i>Warenhuis</i>			27		41
<i>Kleding & Mode</i>	75	11	572	272	214
<i>Schoenen & Lederw.</i>	24		65	24	63
<i>Juwelier & Optiek</i>	21	4	34	12	19
<i>Huish.- & Luxe Ar</i>	40	13	73	33	44
<i>Antiek & Kunst</i>	16	31	16	26	14
<i>Sport & Spel</i>	72		40	46	84
<i>Hobby</i>	15	18		24	19
<i>Media</i>	31	12	57	21	29
<i>Plant & Dier</i>	293	127	46	59	234
<i>Bruin & Witgoed</i>		6	13	11	47
<i>Auto & Fiets</i>	16	21	22	26	41
<i>Doe-Het-Zelf</i>	39	10	61	100	221
<i>Wonen</i>	64	16	334	118	502
<i>Detailhandel Overig</i>	42	34	25	26	62
Totaal	951	625	1.829	1.024	2.141

Bron: Locatus Online Benchmark Verkenner, september 2009

Vergeleken met de gemiddelde gemeente van 20.000-30.000 inwoners heeft Bloemendaal erg weinig vierkante meters detailhandel. Wel moet worden opgemerkt dat deze vergelijking niet zo goed op gaat vanwege de bijzondere ligging en structuur van de gemeente Bloemendaal.

¹⁸ Het databestand van Locatus bevat geen woonplaatsen zonder detailhandel. Dit betekent dat Aerdenhout niet is opgenomen. Om het aantal m² per inwoner te bepalen, wordt bij Locatus dus gerekend met een inwonertal van 17.545.

Een betere vergelijking is te maken met Bergen NH; ook deze gemeente bestaat uit diverse kernen en ook hier is er sprake van een aangrenzende stad van een (veel) hoger verzorgingsniveau (in dit geval Alkmaar). Zowel bij Bergen als bij het gemiddelde blijft Bloemendaal achter bij de dagelijkse goederen (levensmiddelen en persoonlijke verzorging). Dat geldt ook voor de sector kleding en mode.

Het grote overschot bij Plant en Dier wordt veroorzaakt door de grootschalige vestiging van Bos Tuin en Dier in Vogelenzang. De leegstand in Bloemendaal is niet hoog.

Bij de berekening voor dagelijkse artikelen zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

Tabel 4.3. Uitgangspunten draagvlakanalyse dagelijkse goederen				
	Bennebroek	Bloemendaal- dorp	Overveen	Vogelenzang
<i>Huidig aantal inwoners</i>	5.185	6.089	4.125	2.243
<i>Toekomstig aantal inwoners</i>	5.185	6.992	4.306	2.243
<i>Koopkrachtbinding</i>		75%	75%	28%
<i>Toekomstige koopkrachtbinding</i>		75-81%	62-75%	35%
<i>Toevloeiing</i>		15%	16%	12%
<i>Toekomstige toevloeiing</i>		15-20%	16-19%	12%

In Bloemendaal-dorp is er met name wat uitbreidingsruimte in de supermarktbranche. Wanneer het lukt om de koopkrachtbinding en de toevloeiing maximaal te benutten, zou er ruimte zijn voor in totaal ongeveer 1.600 m² supermarkt, bijvoorbeeld naast een full-service supermarkt van (de gebruikelijke) 1.200 m², een minisupermarkt van 400 m².

Tabel 4.4. Berekening marktruimte dagelijkse artikelen in Bloemendaal-dorp				
	2010		2015	
	Minimaal	Maximaal	Minimaal	Maximaal
<i>Aantal inwoners</i>	6.089		6.992	
Supermarkten				
<i>Besteding per hoofd</i>	€ 1.806,33		€ 1.806,33	
<i>Lokaal gebonden bestedingen (x 1mio)</i>	€ 8,2	€ 8,2	€ 9,4	€ 10,2
<i>Bestedingen door toevloeiing (x 1mio)</i>	€ 1,4	€ 1,4	€ 1,7	€ 2,5
<i>Bestedingen totaal (x 1 mio)</i>	€ 9,6	€ 9,6	€ 11,1	€ 12,7
<i>Aanwezig in WVO</i>	890		890	
<i>Uitbreidingsruimte in WVO</i>	350	350	536	746
Speciaalzaken				
<i>Besteding per hoofd</i>	€ 932,44		€ 932,44	
<i>Lokaal gebonden bestedingen (x 1mio)</i>	€ 3,2	€ 3,2	€ 3,7	€ 4,0
<i>Bestedingen door toevloeiing (x 1mio)</i>	€ 0,6	€ 0,6	€ 0,6	€ 1,0
<i>Bestedingen totaal (x 1mio)</i>	€ 3,8	€ 3,8	€ 4,3	€ 5,0
<i>Aanwezig in WVO</i>	916		916	
<i>Uitbreidingsruimte in WVO</i>	Geen	Geen	Geen	102

Voor Overveen is rekening gehouden met de bijzondere omstandigheid van de supermarkt. Deze behaalt momenteel een omzet per m² die uitzonderlijk hoog is – in feite té hoog. Om deze omzet vast te houden is het noodzakelijk dat de winkel aan de vraag van de consument tegemoetkomt en uitbreidt. Hierdoor zal de omzet per m² wat terug lopen; dit is in de berekening ingecalculerd.

Er is in de berekening dus (beperkt) ruimte voor een uitbreiding van de supermarkt. In deze berekening is er geen ruimte voor extra speciaalzaken. Opvallend is, dat in de berekening van 2007 ook al geen ruimte voor extra speciaalzaken was, maar dat er toch twee nieuwe winkels zijn bijgekomen (een bakker en een drogist). Of deze situatie voor alle ondernemingen economisch rendabel blijft zal de toekomst uitwijzen. Het is mogelijk dat ondernemingen hun eigen distributieve ruimte creëren doordat men zich onderscheidt en zo de binding en/of de toevloeiing weet te verhogen.

Tabel 4.5. Berekening marktruimte dagelijkse artikelen in Overveen				
	2010		2015	
	Minimaal	Maximaal	Minimaal	Maximaal
Aantal inwoners	4.125		4.306	
Supermarkten				
Besteding per hoofd	€ 1.931,77		€ 1.931,77	
Lokaal gebonden bestedingen (x 1mio)	€ 6,0	€ 6,0	€ 6,2	€ 6,6
Bestedingen door toevloeiing (x 1mio)	€ 1,1	€ 1,1	€ 1,2	€ 1,7
Bestedingen totaal (x 1mio)	€ 7,1	€ 7,1	€ 7,4	€ 8,3
Aanwezig in WVO	757		757	
Uitbreidingsruimte in WVO	154	154	192	306
Speciaalzaken				
Besteding per hoofd	€ 765,93		€ 765,93	
Lokaal gebonden bestedingen (x 1mio)	€ 1,8	€ 1,8	€ 1,9	€ 2,0
Bestedingen door toevloeiing (x 1mio)	€ 0,3	€ 0,3	€ 0,4	€ 0,5
Bestedingen totaal (x 1mio)	€ 2,1	€ 2,1	€ 2,3	€ 2,5
Aanwezig in WVO	741		741	
Uitbreidingsruimte in WVO	Geen	Geen	Geen	Geen

Bron: Seinpost Adviesbureau BV (2007)

In Vogelenzang is er op dit moment nog één winkel in dagelijkse goederen over. De slagerij die er in 2007 nog was heeft inmiddels zijn deuren gesloten. In de berekening van destijds was er geen ruimte voor de supermarkt om uit te breiden, maar zou er wel nog een beperkt aantal m² aan speciaalzaken kunnen worden toegevoegd. Inmiddels is de supermarkt toch uitgebreid. Volgens het draagvlakmodel moet de gemiddelde vloerproductiviteit zijn gedaald. Dit is door de ondernemer ook bevestigd. Voor een dergelijke winkel is de uitdaging om door middel van een aantrekkelijker assortiment en vooral de persoonlijke service te proberen om de binding te vergroten.

Tabel 4.6. Berekening marktruimte dagelijkse artikelen in Vogelenzang				
	2010		2015	
	Minimaal	Maximaal	Minimaal	Maximaal
Aantal inwoners	2.243		2.243	
Supermarkten				
Besteding per hoofd	€ 2.082,29		€ 2.082,29	
Lokaal gebonden bestedingen (x 1mio)	€ 1,3	€ 1,3	€ 1,3	€ 1,7
Bestedingen door toevloeiing (x 1mio)	€ 0,2	€ 0,2	€ 0,2	€ 0,2
Bestedingen totaal (x 1mio)	€ 1,5	€ 1,5	€ 1,5	€ 1,9
Aanwezig in WVO	332		332	
Uitbreidingsruimte in WVO	Geen	Geen	Geen	Geen
Speciaalzaken				
Besteding per hoofd	€ 566,13		€ 566,13	
Lokaal gebonden bestedingen (x 1mio)	€ 0,3	€ 0,3	€ 0,3	€ 0,3
Bestedingen door toevloeiing (x 1mio)	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0	€ 0,0
Bestedingen totaal (x 1mio)	€ 0,3	€ 0,3	€ 0,3	€ 0,3
Aanwezig in WVO	0		0	
Uitbreidingsruimte in WVO	71	71	71	89

In Bennebroek is er, zoals in het DPO uit 2008 al werd geconstateerd, in enige mate onderbewinkeling in de supermarktsector. Goudappel Coffeng berekende dat er ruimte was voor ongeveer 400 m² wvo aan supermarkt. Met de huidige gegevens komen wij tot ongeveer dezelfde conclusie. Bij een schaalvergroting en verdere clustering kunnen binding en toevloeiing nog wat stijgen, waardoor er additionele ruimte ontstaat.

Tabel 4.7. Berekening marktruimte dagelijkse artikelen in Bennebroek				
	2010		2015	
	Minimaal	Maximaal	Minimaal	Maximaal
<i>Aantal inwoners</i>	5.185		5.185	
Supermarkten				
<i>Besteding per hoofd</i>	€ 1.987,55		€ 1.987,55	
<i>Lokaal gebonden bestedingen (x 1mio)</i>	€ 7,7	€ 7,7	€ 8,2	€ 8,2
<i>Bestedingen door toevloeiing (x 1mio)</i>	€ 1,9	€ 1,9	€ 2,7	€ 2,7
<i>Bestedingen totaal (x 1mio)</i>	€ 9,6	€ 9,6	€ 10,9	€ 10,9
<i>Aanwezig in WVO</i>	820		820	
<i>Uitbreidingsruimte in WVO</i>	419	419	419	590
Speciaalzaken				
<i>Besteding per hoofd</i>	€ 488,51		€ 488,51	
<i>Lokaal gebonden bestedingen (x 1mio)</i>	€ 1,6	€ 1,6	€ 1,6	€ 1,7
<i>Bestedingen door toevloeiing (x 1mio)</i>	€ 0,4	€ 0,4	€ 0,4	€ 0,6
<i>Bestedingen totaal (x 1mio)</i>	€ 2,0	€ 2,0	€ 2,0	€ 2,3
<i>Aanwezig in WVO</i>	455		455	
<i>Uitbreidingsruimte in WVO</i>	Geen	Geen	Geen	58

Bij de berekening van de niet-dagelijkse artikelen worden alleen de gegevens van Bloemendaal-dorp gebruikt.

In de huidige situatie zijn er voor de detailhandel in de niet-dagelijkse artikelen geen uitbreidingsmogelijkheden in Bloemendaal-dorp. Ook hier hoeft dat niet te betekenen dat er geen ruimte zou zijn voor een onderscheidende specialist¹⁹.

¹⁹ Hierbij kan nog worden aangemerkt dat ook de gemeente Bloemendaal als geheel kan worden bekeken. Wanneer een dergelijke berekening wordt gemaakt voor de gemeente Bloemendaal als geheel, waarbij als streefcijfers (ambitie) de gemiddelde cijfers voor een gemeente van vergelijkbare grootte worden gebruikt, dan is er in het gunstigste geval een extra distributieve ruimte van 500 m² WVO voor niet-dagelijkse goederen.

Tabel 4.8. Berekening marktruimte niet-dagelijkse artikelen in Bloemendaal-dorp				
	2007		2015	
<i>Aantal inwoners</i>	6.205		6.955	
	Minimaal	Maximaal	Minimaal	Maximaal
<i>Besteding per hoofd</i>	€ 2.846,70		€ 2.846,70	
<i>Lokaal gebonden bestedingen (x 1mio)</i>	€ 2,8	€ 3,5	€ 4,9	€ 5,9
<i>Bestedingen door toevloeiing (x 1mio)</i>	€ 0,3	€ 0,9	€ 1,2	€ 2,5
<i>Bestedingen totaal (x 1mio)</i>	€ 3,1	€ 4,4	€ 6,2	€ 8,5
<i>Aanwezig in WVO</i>	3.332		3.332	
<i>Uitbreidingsruimte in WVO</i>	Geen	Geen	Geen	Geen

4.4 SWOT (sterkte – zwakte analyse)

Uit de verzamelde en doorgerekende gegevens en het beeld dat voor de gemeente Bloemendaal verschijnt, zijn per kern zogenoemde SWOT-analyses samengesteld. In deze analyses worden de sterke en zwakke aspecten weergegeven die uit het onderzoek en beschikbare bronnen zijn af te leiden.

Door volgens het WSWOT-systeem verschillende aspecten in beeld te brengen kunnen de risico's en realiseerbaarheid van te ontwikkelen activiteiten worden ingeschat. Bovendien is het vooraf mogelijk om maatregelen te bedenken die de risico's kunnen beperken of beheersbaar maken.

In de SWOT-analyses worden de volgende aspecten behandeld:

- functionaliteit van Bloemendaal, Overveen, Vogelenzang, Bloemendaal aan Zee en Bennebroek;
- ruimtelijke aspecten van de kernen;
- verkeer en parkeren;
- overige aspecten.

SWOT-analyse Bloemendaal-dorp

Sterkten	Zwakten
<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • aanwezigheid sterke speciaalzaken, met name in de dagelijkse en de modische sector. • relatief veel panden in eigendom bij ondernemers • diversiteit horeca • Locatie Albert Heijn binnen winkelgebied <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • deel centrum compact • dorps karakter <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • In principe overal parkeerplaatsen 'voor de deur' <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Goede organisatie ondernemers • Bedrijfscontactfunctionaris wordt als zeer prettig ervaren • Jaarlijkse evenementen (jaarmarkt, Bloemendaal Jazz, Sinterklaas) • Goed imago (kwaliteit, rustig, veilig) 	<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Slechts één (tamelijk kleinschalige) supermarkt en een 'minisuper'. • weinig (dag)horeca met terrasfunctie <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Openbare ruimte/straatmeubilair voor verbetering vatbaar • geen winkelcircuit • onduidelijke centrumstructuur • uitstraling winkelpanden kan beter <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • inrichting parkeerplaatsen inefficiënt waardoor het aantal beperkt is • gebruik parkeerplaatsen • parkeerplaatsen tbv horeca • openbaar vervoer wordt matig beoordeeld
Kansen	Bedreigingen
<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • concrete planvorming bij bepaalde ondernemers • Projectontwikkelingen zijn ruimtelijk gezien mogelijk <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • mogelijkheden om detailhandel te versterken door verbetering openbare ruimte <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • onderzoek naar gebouwd parkeren • instellen parkeerroute • betere afspraken/controle langparkeren • naast kortetermijnoplossingen ook zoeken naar langetermijnoplossing <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • eigen karakter behouden en versterken • Gemeentelijk beleid wordt ontwikkeld 	<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • toename concurrentie winkelgebieden buiten gemeente Bloemendaal • sterk versnipperd bezit commercieel vastgoed bemoeilijkt invulling • bestemmingsplan beperkt wensen ondernemers • behoud van ondernemers met grotere ambities dan huidig beleid toestaat is moeilijk <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • moeilijke inpassing trekkers • Locatie SEAT-garage te excentrisch voor verplaatsing Albert Heijn <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • structurele oplossing parkeerprobleem is nog niet gevonden <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ondernemers, gemeente en pandeigenaren hebben nog geen gezamenlijke strategie/visie

SWOT-analyse Overveen

Sterkten	Zwakten
<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aanwezigheid vestiging Albert Heijn • Dagelijkse sector steeds beter vertegenwoordigd <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Straat recentelijk geherprofileerd • Winkelstrip is compact <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Parkeergelegenheid voldoende • Blauwe zone <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Nabijheid station en Hogeschool InHolland • Samenwerking ondernemers en gemeente krijgt steeds meer vorm 	<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • vestiging bedrijven die minder goed aansluiten bij de winkelfunctie • nauwelijks (dag)horeca die aansluit bij de winkels <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Winkelstrip ten zuiden van spoorlijn maakt geen deel uit van winkelgebied <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Minder aanloop door minder doorgaand verkeer • Vrachtverkeer wordt als hinderlijk ervaren <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Winkelhuren niet in verhouding met te behalen omzet • verschillende openingstijden • ondernemers geen eenheid
Kansen	Bedreigingen
<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • keuze voor thema (dagelijkse goederen) • concrete planvorming bij bepaalde ondernemers <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Genoeg ruimte in winkelmeters om wijkwinkelcentrum succesvol te laten zijn <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Meer bekendheid geven aan gratis parkeren <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • vergroten organisatiegraad ondernemers • nieuwe appartementen op Marinehospitaal terrein • wellicht mogelijkheden voor leerwerkbedrijven in samenwerking met de Small Business School • Aanvullende functies mogelijk in aanloopgebied (apotheek, kinderopvang, fysiotherapeut, huisarts etc.) 	<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • toename concurrentie door uitbreiding van andere winkelgebieden van buiten de gemeente • sterk versnipperd bezit commercieel vastgoed bemoeilijkt invulling • bestemmingsplan beperkt wensen zittende ondernemers • ondernemers met grotere ambities zullen mogelijk vertrekken • Panden krijgen andere invulling die niet bijdraagt aan sterkte winkelstrip <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Leegstand • Op peil houden kritische massa

SWOT-analyse Vogelenzang

Sterkten	Zwakten
<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Buurtsuper voorziet in behoefte (bijvoorbeeld als postagentschap) <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Panden zijn goed geschikt voor detailhandel • Openbare ruimte voldoende van kwaliteit <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Parkeergelegenheid voldoende <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Vlakbij doorgaande weg 	<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • vestiging bedrijven die minder goed aansluiten bij de winkelfunctie <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Weinig uitbreidingsmogelijkheden • Uitstraling winkelpanden kan beter <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • verschillende openingstijden • ondernemers geen eenheid
Kansen	Bedreigingen
<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • concrete planvorming bij bepaalde ondernemers • Ondernemers hebben doelgroep duidelijk in beeld <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Vergroten organisatiegraad ondernemers 	<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Panden krijgen andere invulling die niet bijdraagt aan sterkte winkelstrip <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Nieuwbouw kan aantal parkeerplaatsen verminderen <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Particuliere eigenaren zijn minder geneigd te investeren in de panden wanneer ze zelf geen gebruiker zijn

SWOT-Analyse Bloemendaal aan Zee

Sterkten	Zwakten
<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Geen overlast <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Goede ligging van het strand <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Er is voldoende parkeergelegenheid voor gemiddelde drukte en diversiteit. <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Strand is 'hot' • Bloemendaal aan Zee heeft een geheel eigen imago (hip, trendy, stylish, relaxed, lounge-sfeer) en een eigen doelgroep. Dit leidt tot grote (regionale en nationale) naamsbekendheid (zoals bij Beachbop) • Kapitaalkrachtige ondernemers • Strandnota (te actualiseren in 2010) geeft kaders, geeft duidelijkheid aan ondernemers. 	<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grote diversiteit aan type stranden (eveneens sterkte) <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Huidige indeling parkeerterrein zorgt voor gevaarlijke situatie voor voetgangers <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bereikbaarheid met de auto of openbaar vervoer van het strand laat te wensen over <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Toezicht op evenementen verdient aandacht • Samenwerking ondernemers minimaal (strandpaviljoenhouders hebben onderling wel contact over evenementen)
Kansen	Bedreigingen
<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Toevoegen van hotelfunctie • Opknappen openbare ruimte • Betere voorzieningen afvalstortplaats • Betere laad- en los mogelijkheden <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Algehele upgradering Bloemendaalse boulevard in aansluiting op de boulevard in Zandvoort <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkeersinfrastructuur aanpassen aan behoefte (herinrichting kop van Zeeweg) <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Verder uitbouwen kwaliteitsimago • Betere zomers, warmer klimaat leveren meer stranddagen op • Betere afstemming uitzonderingen openingstijden tijdens warme dagen (boven de 20°C) • Verbetering uitstraling en mogelijkheden in de wintertijd • Betere afstemming (regionale samenwerking) met omliggende gemeenten over beheer van het strand • Bloemendaal aan Zee is onderscheidend in niveau, dit moet behouden blijven. • Pachtcontracten bieden mogelijkheid tot parkmanagement-achtige constructies 	<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • De ontwikkeling van de identiteit van het Bloemendaalse strand is min of meer een autonoom proces. Het is lastig om dit met behulp van gemeentelijk beleid te faciliteren, reguleren of stimuleren. <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkeersdrukke, opstoppingen <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Natuur- en weersomstandigheden • Kwaliteit en grootte van het strand • Veel wisselingen in ondernemersbestand • Politiek niet eenduidig over wensbeeld Bloemendaal aan Zee • Succesvolle evenementen kunnen ten onder gaan aan eigen succes

SWOT-Analyse Bennebroek

Sterkten	Zwakten
<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokaalgebonden ondernemers en mede hierdoor sterke service • Panden vaak in bezit ondernemers • Nabijheid van Linnaeushof met een (boven)regionale functie <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • De meeste panden zijn goed geschikt voor detailhandel • Goede uitstraling winkels Zwarteweg <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Parkeren is gratis en kan vrijwel overal voor de deur <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Doorgaande weg 	<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Beperkt aanbod aan winkels en horeca • Geen functionele relatie Linnaeushof-overige commerciële voorzieningen <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Geen uitnodigende winkelroute of verblijfsklimaat • Winkels ruimtelijk ver uiteen <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Druk verkeer op Rijksstraatweg en Bennebroekerlaan <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ondernemers weinig georganiseerd
Kansen	Bedreigingen
<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Completering aanbod • Schaalvergroting winkels <p><u>Ruimtelijk</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Realiseren sterkere clustering aanbod <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Verhogen organisatiegraad ondernemers 	<p><u>Functioneel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Versterking centra in de omgeving • Verdere vershraling winkelaanbod Bennebroek <p><u>Verkeer/parkeren</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Barrière van Rijksstraatweg verzwakt samenhang gemeentehuislocatie-Zwarteweg <p><u>Overig</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Verplaatsing Albert Heijn zet Spar verder onder druk

5 Visie

In dit hoofdstuk wordt eerst ingegaan op algemene uitgangspunten die aan deze visie ten grondslag liggen. Vervolgens wordt per kern een uitgewerkte visie gegeven, met mogelijke actiepunten. Er is voor gekozen om de visies uit 2007 zo veel mogelijk intact te houden. De huidige situatie wordt vervolgens belicht met behulp van een overzicht van de actuele status van de actiepunten per kern.

Deze visies vormen samen een geheel dat de gemeente Bloemendaal kan gebruiken als beleidskader voor ruimtelijke ontwikkelingen.

5.1 Uitgangspunten

Bij het maken van een (algemene) visie voor de commerciële voorzieningen in de gemeente Bloemendaal voor de periode tot 2015 is het goed om de visie op te splitsen, zowel functioneel als ruimtelijk. Immers, functioneel dient er te worden gekeken naar uiteenlopende commerciële voorzieningen. Wat goed is voor de detailhandel hoeft niet per definitie ook goed te zijn voor bijvoorbeeld horeca. Ook ruimtelijk hebben we te maken met diverse kernen, die niet alleen fysiek tamelijk ver van elkaar af liggen, maar ook onderling flink verschillen. De fusie met de gemeente Bennebroek heeft de fysieke afstand tussen de kernen nog verder vergroot.

Dan is er nog de vraag wat de gemeente wil en kan doen met de commerciële voorzieningen. Overheid en commerciële voorzieningen hebben in het algemeen geen nauwe betrekkingen. Toch speelt de (gemeentelijke) overheid wel degelijk een rol in het functioneren van de commerciële sector. Vanuit de verschillende invalshoeken (economisch, fysiek, sociaal, criminogeen) kan zowel regulerend als voorwaardenscheppend beleid worden gevoerd. Dit gebeurt vooral fysiek (bijvoorbeeld door de bereikbaarheid of de openbare ruimte te verbeteren) en sociaal (bijvoorbeeld door werkgelegenheid of het contact tussen ondernemers onderling te stimuleren), maar ook op economisch en criminogeen gebied liggen er kansen (zoals: inspelen op veranderende vraag naar bedrijfsruimte, realiseren van een veilig winkelgebied). Voor ondernemers is het van belang om plannen met een zekere snelheid te kunnen realiseren. Het instellen van één aanspreekpunt

voor ondernemers ('Ondernemersloket') is een belangrijke stap geweest op weg naar een betere dienstverlening aan ondernemers.

Ook door middel van een woningbouwprogramma heeft de gemeente invloed op (het draagvlak van) de commerciële voorzieningen.

Vooraf in kleinere kernen kan het toevoegen van een woonwijk er bijvoorbeeld voor zorgen dat het huidige niveau van commerciële voorzieningen niet in stand kan worden gehouden.

Het succes van commerciële voorzieningen wordt vooral bepaald door het initiatief van de ondernemers. Zij kennen de markt, zien hun mogelijkheden en durven risico te nemen. In het algemeen zou de houding van een gemeente ten opzichte van dergelijke ondernemersinitiatieven stimulerend moeten zijn, gebaseerd op het principe van de ontwikkelingsplanologie: niet uitgaan van onmogelijkheden, maar positief staan tegenover initiatieven vanuit de markt, en deze mogelijk maken en faciliteren.

De visie wordt ook beïnvloed door haalbaarheid. Je mag en moet bepaalde ambities hebben, maar je dient ook rekening te houden met de realiteit. Die realiteit wordt op de eerste plaats bepaald door de ruimtelijk-economische context. Bloemendaal ligt ingeklemd tussen de kust en Haarlem, een stad van een aanzienlijk hoger voorzieningenniveau. Dit betekent vooral dat de grenzen van de mogelijkheden in de niet-dagelijkse sector worden beperkt.

Bij het opstellen van de visie is ook gelet op de reacties die zijn gegeven door alle betrokkenen. Hoe kijken bewoners tegen de verschillende kernen aan en welke tekortkomingen zien zij? Maken zij wel of niet gebruik van de commerciële voorzieningen en waarom doen zij dat? Maar vooral ook de geluiden van de ondernemers en de gemeente zijn relevant. Het zijn de ondernemers die de beslissingen nemen om hun bedrijf aan te passen, uit te breiden, of te verplaatsen (en in een aantal gevallen omdat zij ook eigenaar zijn van het commercieel vastgoed). Het investeringsgedrag bepaalt in belangrijke mate hoe vitaal de kernen zijn en kunnen worden. De gemeente stelt een aantal essentiële randvoorwaarden en legt de contouren vast. Hierbij dient zij afwegingen te maken ten aanzien van (ook) andere aspecten in en om de vijf kernen. Deze rapportage beperkt zich tot het economische aspect.

Samengevat gelden de volgende uitgangspunten voor de visie op de voorzieningen in elk van de kernen:

- Uitgaan van de economische realiteit (niet van de waan van de dag);
- streven naar (bedrijfs)economisch gezonde commerciële voorzieningen, naar aard en schaal passend bij het te leveren verzorgingsniveau;
- streven naar ruimtelijke concentratie (voor zover realistisch en haalbaar);
- de gemeente gebruikt mogelijkheden om te sturen, bijvoorbeeld via de woningbouwprogrammering en scheidt optimale randvoorwaarden op het vlak van bereikbaarheid, parkeren, kwaliteit openbare ruimte, vergunningverlening, beleid op reclame en uitstallingen, e.d.;
- de ondernemers zijn bereid samen te werken (uitwerken in organisatiegraad, belangenbehartiging, gezamenlijke promotie);
- pandeigenaren zijn bereid gezamenlijk te streven naar een goede invulling van hun commercieel vastgoed.

Actiepunten algemeen

- Instellen 'Ondernemersloket'.
- Ontwikkelen beleid op reclame en uitstallingen.
- Initiatieven van marktpartijen beter stimuleren en faciliteren door gemeente ('ja, mits' in plaats van 'nee, tenzij').

Update 2010

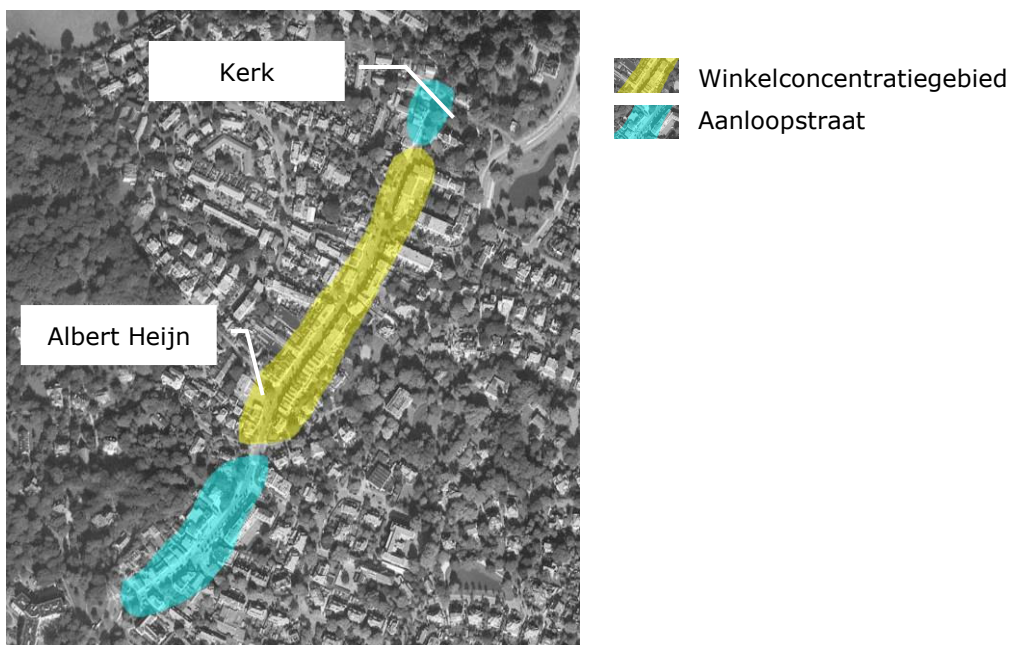
- In 2008 is een Ondernemersloket ingesteld en een bedrijfscontactfunctionaris aangesteld. De ondernemers laten blijken hierover zeer tevreden te zijn.
- Een daadwerkelijk beleid op reclame en uitstallingen is nog niet ontwikkeld. Regels met betrekking tot uitstallingen zijn opgenomen in de APV 2010.
- Veel initiatieven van marktpartijen worden actief door de gemeente ondersteund.
- Diverse zaken (zonneschermen, terrassen, reclame) zijn niet meer vergunningplichtig. Hiervoor is wel een meldingsplicht.
- Regelmatig zijn er aanvragen voor een exploitatievergunning door horecaondernemers. Op dit moment worden deze in feite alleen getoetst aan het bestemmingsplan. Geadviseerd wordt om een specifiek horecabeleid op te stellen, waarin beleidsrichtingen worden vastgelegd en dat duidelijke kaders schept voor vergunningverlening.

5.2 Bloemendaal-dorp

Bloemendaal-dorp is binnen de gemeente voor wat betreft het aantal inwoners, de grootste kern. Dit is ook terug te zien in het voorzieningenniveau: 43% van de Bloemendaalse winkels (34% van het totaal aantal Bloemendaalse winkelmeters) bevindt zich in deze kern.

Bloemendaal-dorp heeft als woonplaats een bijzonder imago. Seinpost stelt zich als eindbeeld in 2015 voor dat Bloemendaal-dorp ook als winkelgebied in de regio een eigen plaats heeft weten te verkrijgen. De termen die bij dit imago horen zijn: "kwaliteit, klasse uitstraling en verrassend". Bezoekers van het winkelgebied zijn naast (hoofdzakelijk) de Bloemendalers zelf, ook de mensen uit de regio en toeristen die eens een middag wat 'andere' winkels willen bezoeken, en verder bezoekers uit de wijde omtrek die voor één van de specifieke winkels komen en dan ontdekken wat het winkelgebied allemaal nog meer te bieden heeft.

Ruimtelijk gezien wordt het winkelconcentratiegebied gevormd door de Bloemendaalseweg tussen Potgieterweg/Hartenlustlaan en het Kerkplein. Er wordt aanbevolen om het winkelconcentratiegebied als zodanig te definiëren en beleidsmatig te ondersteunen. Het gebied is ongeveer 300 meter lang; over het algemeen is dat de afstand die consumenten maximaal bereid zijn te lopen. Het stuk Bloemendaalseweg vanaf de Mollaan kan, evenals het Kerkplein, worden beschouwd als 'aanloopstraat'.



Er wordt aanbevolen het winkelconcentratiegebied niet verder te verlengen. Het is dan ook niet wenselijk om de locatie van de voormalige garage aan de Dr. Dirk Bakkerlaan te ontwikkelen tot een functie binnen het winkelconcentratiegebied (zoals een supermarkt en/of een parkeergarage ten behoeve van bezoekers aan de winkelstraat). Hierdoor wordt de afstand tot de overige winkels te groot. Geadviseerd wordt om hier een functie te ontwikkelen die niet aan het winkelgebied gerelateerd is. Dat kan wel een winkelfunctie zijn, bijvoorbeeld voor doelgerichte aankopen (speciaalzaak), maar ook een horecafunctie, of een maatschappelijke voorziening. Het versterken van het winkelconcentratiegebied kan op diverse manieren. Door herontwikkeling van (snipper)locaties (Albert Heijn, maar ook in de De Genestetweg achter het pand van Rutte en rond panden in het bouwblok tussen de De Genestetweg en Zomerzorglaan) kunnen bestaande trekkers worden versterkt.

Deze herontwikkelingen dienen wel op een stedenbouwkundig en architectonisch zorgvuldige wijze te gebeuren zodat het straatbeeld niet wordt aangetast. Voor een uitbreiding van het aantal winkelmeters is slechts een beperkte marktruimte, en dan nog met name bij de supermarkten, zo blijkt uit de draagvlakanalyse. De invloed van de nieuwbouw op het terrein van het Provinciaal Ziekenhuis op het draagvlak is hiervoor te beperkt. Deze uitbreiding van het aantal supermarktmeters is wel essentieel om deze

voorzieningen in de toekomst te behouden. De markt vraagt immers om grotere supermarkten dan de huidige in Bloemendaal-dorp. Een groter assortiment elders zal meer koopkracht laten wegvloeien naar de omliggende gemeenten; dit zal een negatieve invloed hebben op het winkelklimaat in Bloemendaal-dorp.



Het voormalig postkantoor: een karakteristiek gebouw met fraaie details. Inmiddels weer in gebruik als detailhandelsvestiging

Het is belangrijk dat de *uitstraling* van de (winkel)panden wordt verbeterd en meer aansluiting krijgt bij de invulling ervan. Dit is in eerste instantie de verantwoordelijkheid van pandeigenaren en de ondernemers. Wel hebben deze daarvoor de steun nodig van de gemeente. Maatregelen als het stroomlijnen van de (bouw)vergunningverlening kunnen hiertoe bijdragen. Maar, er kan ook worden gedacht aan een financiële prikkel door middel van een subsidieregeling en het vastleggen van criteria voor vergunningverlening, bijvoorbeeld in een beeldkwaliteitsplan.

Het aanzien van de *openbare ruimte*, sfeer, gezelligheid, het gemoedelijke karakter, de relatief veilige omgeving en de grote sociale controle zijn belangrijke aspecten in de concurrentiestrijd met de omliggende (stads)centra. Er wordt aanbevolen te investeren in een kwalitatief betere openbare ruimte: straatmeubilair, verlichting, bestrating, bloembakken etc.

Hierdoor zal de openbare ruimte meer aansluiting krijgen bij het kwaliteitsimago van Bloemendaal. Het gebied zal profiteren van een dergelijke aantrekkelijke, veilige uitstraling. Ook het autoluw of autovrij maken van het gebied kan hiertoe bijdragen, mits er goede parkeervoorzieningen in de directe nabijheid zijn. Verder kan het uitstallingen- en reclamebeleid aan de uitstraling van het winkelgebied bijdragen.

De bereikbaarheid en de ontsluiting is op dit moment niet optimaal. Onderzocht moet worden in hoeverre overdekt (bebouwd) parkeren mogelijk is, het liefst binnen het winkelconcentratiegebied of in de directe nabijheid. Daarnaast verdient het de aanbeveling op korte termijn maatregelen te nemen om het parkeren te verbeteren, bijvoorbeeld door middel van het realiseren van een parkeervoorziening bij het Kerkplein.

Functioneel dient het winkelgebied zijn karakter te bewaren en waar mogelijk te versterken. Dat kan bijvoorbeeld door de huidige winkels in het winkelconcentratiegebied ook uitsluitend als zodanig te bestemmen. Voorkomen dient te worden dat winkels bijvoorbeeld worden getransformeerd naar functies die zich niet specifiek richten op winkelend publiek (kantoren, bepaalde vormen van dienstverlening). Dit geldt niet voor winkelpanden elders in Bloemendaal-dorp, bijvoorbeeld aan de Korte Kleverlaan. Deze panden behoren niet tot het winkelconcentratiegebied en hoeven dus niet noodzakelijkerwijs hun winkelfunctie te behouden. Dit kan aan de markt worden overgelaten.

Uit het onderzoek is gebleken dat er in het winkelconcentratiegebied een duidelijk tekort is aan daghoreca. Er wordt daarom geadviseerd om ondersteunende horeca²⁰ toe te staan in voorkomende gevallen. Wel dient er op te worden toegezien dat deze horeca haar ondersteunende karakter niet verliest.

Verder is er marktruimte voor reguliere daghoreca, met name voor lunchrooms. Wij adviseren dit in het winkelconcentratiegebied en/of het aanloopgebied toe te staan. In de bestemmingsplannen wordt dergelijke horeca aangeduid als categorie I (lichte horeca), subcategorie 1a (Aan de detailhandelsfunctie verwante horeca).

²⁰ Zie bijlage 1.

Het verdient aanbeveling deze binnen het bestemmingsplan te maximeren en om deze kleinschalig te houden (een maximale grootte van 150 m² toestaan). Hoe snel dergelijke vestigingen daadwerkelijk worden ingevuld kan aan de markt worden overgelaten.

Actiepunten Bloemendaal-dorp

- Definieer Bloemendaalseweg tussen Potgieterweg/Hartenlustlaan en Kerkplein als winkelconcentratiegebied (WCG) en bestem dit ook als zodanig (uitsluitend detailhandel en (beperkt) horeca en dienstverlening met baliefunctie).
- Ga ontwikkeling van aan WCG gerelateerde functie aan de Dr. Dirk Bakkerlaan tegen (dus geen supermarkt op deze locatie).
- Ondersteun herontwikkeling van genoemde snipperlocaties met behoud/versterking van beeldkwaliteit (waaronder eventuele uitbreidingen van Albert Heijn en Rutte).
- Onderzoek de mogelijkheden voor het instellen van een subsidieregeling voor het verbeteren van commercieel vastgoed.
- Ontwikkel een beeldkwaliteitsplan en investeer in openbare ruimte WCG.
- Onderzoek bebouwd parkeren (lange termijn) maar maak ook (tijdelijke) korte-termijn-oplossing mogelijk (parkeren Kerkplein).
- Sta daghoreca en ondersteunende horeca onder voorwaarden toe en maximeer het aantal.

Update 2010

- Initiatieven van ondernemers worden getoetst aan detailhandelsbeleid.
- Albert Heijn is vooralsnog niet met een bouwaanvraag gekomen. Mocht dat wel gebeuren dan zal ook de bedrijfscontactfunctionaris bij het proces worden betrokken. De bouwaanvraag voor de uitbreiding van de firma Rutte is inmiddels goedgekeurd.
- Subsidieinstrument wordt vooralsnog niet ingezet. Wel zal de gemeente waar mogelijk initiatieven van ondernemers faciliteren en ondersteunen, bijvoorbeeld op het gebied van energiebesparende maatregelen.
- Er is inmiddels een eerste inventarisatie geweest van de mogelijkheden tot verbetering van de openbare ruimte (quick scan). Op dit moment is nog niet bekend of een beeldkwaliteitsplan hier onderdeel van zal uitmaken.
- Parkeren op locatie Kerkplein blijkt niet uitvoerbaar. Ook een parkeergarage lijkt op dit moment niet haalbaar.
- In het nieuwe bestemmingsplan (2012) worden mogelijkheden voor dag- en ondersteunende horeca meegenomen.



Een goed voorbeeld van een meedenkende gemeente. Om een terras mogelijk te maken voor Grand Café Vreeburg en restaurant Terra is bij wijze van proef in het terrasseizoen de rijbaan versmald. Hiervoor is ook een verkeerstechnische wijziging doorgevoerd.

5.3 Overveen

De winkels in Overveen vormen een minder coherent geheel dan die in Bloemendaal-dorp. In bepaalde opzichten is de winkelstrip het spiegelbeeld van Bloemendaal-dorp: het winkelbestand laat te wensen over, maar de uitstraling van de openbare ruimte en het parkeerbeleid zijn goed verzorgd. Het winkelgebied zoals het ooit was, zich uitstrekkend van de Julianalaan tot aan de Zijlweg, kan niet meer als zodanig functioneren. De economische dynamiek heeft er voor gezorgd dat het winkelgebied nu ligt tussen de Julianalaan en de spoorwegovergang. Uit zowel de interviews met de ondernemers als uit de consumentenenquête blijkt dat dit een levensvatbaar winkelgebied is. Er wordt dan ook geadviseerd om hier beleidsmatig ondersteuning aan te verlenen. Wel moet dan aan een aantal voorwaarden worden voldaan.

De ervaring leert dat panden lang leeg kunnen staan. Hier kunnen verschillende oorzaken aan ten grondslag liggen (te hoge huurprijzen, gebrek aan vraag vanuit de markt, keuze van de eigenaar om niet te verhuren). Voor het winkelconcentratiegebied wordt geadviseerd om in het *bestemmingsplan* vast te houden aan de winkelfunctie. Het winkelaanbod is dusdanig zwak/broos dat een verdere afkalving ervan kan leiden tot teloorgang van het gehele winkelbestand.



Er is tevens ruimte voor een beperkte uitbreiding van daghoreca (lichte horeca, subcategorie 1a) maar net als in Bloemendaal-dorp wordt aanbevolen om deze binnen het bestemmingsplan te maximeren.

De ondernemers zelf hebben aangegeven om Overveen te *thematiseren* als boodschappencentrum, dus voor dagelijkse goederen. Dit wordt ondersteund door de resultaten van de huishoudensenquête. In het algemeen is het echter lastig om een branchering door te voeren wanneer de beschikking over het commercieel vastgoed elders ligt. Wel kan de gemeente door middel van het bestemmingsplan invloed uitoefenen. Ook kan een min of meer structureel overleg met de pandeigenaren soms helpen om de gewenste branches in het gebied gevestigd te krijgen. Essentieel is het behoud van de positie van de belangrijkste trekker in Overveen: Albert Heijn.



Albert Heijn in Overveen – een winkelvoorziening met een duidelijke trekkersrol.

Ook de *houding en rol van de ondernemers* zelf is van eminent belang. Immers, om een basispakket dagelijkse winkels te behouden, is een gezamenlijke trekkracht van deze winkels noodzakelijk. Deze trekkracht kan worden vergroot indien de ondernemers gezamenlijk optrekken ten aanzien van openingstijden en promotie en waar mogelijk door fysieke concentratie. Het is dan ook de moeite waard om het opzetten van een ondernemersorganisatie te stimuleren vanuit de gemeente. Daarbij moet duidelijk worden gemaakt wat de doelen van een dergelijke organisatie zijn. Mocht dit niet lukken, dan is een ondernemersforum of –commissie, of een periodieke bijeenkomst (ondernemersborrel) een andere manier om de dialoog tussen ondernemers en gemeente op gang te houden. Ondernemers in kernen als Overveen moeten zich ervan bewust zijn dat zij figuurlijk gesproken tegen de stroom in zwemmen, zowel wat betreft het consumentengedrag (afnemende binding, wens tot one-stop-shopping, toegenomen mobiliteit) als wat betreft aanbodontwikkelingen (schaalvergroting). Door met name in te zetten op kwaliteit en extra service kunnen de ondernemers zich onderscheiden en de klantenbinding vergroten. Denk aan een (gezamenlijke) bezorgservice, gratis vermaken van kleding,

mogelijkheid om uitgebreider assortiment te bestellen, etc. Dit is een effectievere strategie dan voornamelijk te concurreren op prijs.



Ambulante handel in Overveen. Op verschillende wekdagen staat hier telkens een andere kraam.

Voor wat betreft de overige commerciële voorzieningen in Overveen wordt aanbevolen om de bestemming zo breed mogelijk te houden. Dit geldt voor de Bloemendaalseweg tussen spoorwegovergang en Zijlweg, enkele solitaire winkels en verder voornamelijk kantoren en werkplaatsen/garages. Zo kan alle ruimte worden geboden aan initiatieven vanuit de markt. Hierbij wordt een uitzondering gemaakt voor (bepaalde vormen van) horeca en mogelijke overlastgevende functies, het verdient de aanbeveling deze in het bestemmingsplan expliciet uit te sluiten.

Anno 2010 kan worden geconcludeerd dat men in Overveen grote stappen heeft gemaakt. Zoals in 2007 geconstateerd heeft het centrum zich kunnen ontwikkelen als boodschappencentrum. De slagerij heeft een nieuwe eigenaar maar is er in kwaliteit zeker niet op achteruit gegaan. Verder is er een extra bakker bijgekomen en een drogist. Daarnaast voorziet de standplaats voor ambulante handel op het parkeerterrein van Albert Heijn in een behoefte. De vestiging van Albert Heijn heeft inmiddels toestemming om op beperkte schaal uit te breiden.

Actiepunten Overveen

- Definieer Bloemendaalseweg tussen Julianalaan en spoorbaan als winkelconcentratiegebied (WCG) en bestem dit ook als zodanig (uitsluitend detailhandel en (beperkt) horeca, eventueel aangevuld met dienstverlening met baliefunctie).
- Benader pandeigenaren om in te zetten op detailhandel in dagelijkse goederen. Realiseer vlotte samenwerking bij gebleken commitment.
- Initieer oprichten/hernieuwen ondernemersvereniging. Wanneer ook deze poging strandt, institutionaliseer dan contact tussen ondernemers en gemeente op een andere manier (ondernemersforum, ondernemersborrel).
- Stimuleer optimalisatie van de vestiging van Albert Heijn (uitbreiding winkelvloeroppervlak, parkeren, laden/lossen etc.).
- Sta daghoreca en ondersteunende horeca onder voorwaarden toe in WCG en maximeer het aantal vestigingen (niet groter dan 150 m²).
- Laat invulling (en evt. functietransformatie) van panden buiten het WCG over aan de markt.

Update 2010

- Winkelconcentratiegebied ziet er veel beter uit dan in 2007. Leegstand is beduidend minder. Er hebben zich diverse nieuwe ondernemingen in de dagelijkse sector gevestigd.
- Faciliteren van ambulante handel op de parkeerplaats van Albert Heijn door de gemeente voorziet in behoefte.
- Initiatieven van ondernemers worden getoetst aan detailhandelsbeleid.
- Dialoog tussen gemeente en ondernemers blijft goed op gang. De nieuwe ondernemersvereniging draait volledig en heeft een hoge organisatiegraad. Aanbevolen wordt de vereniging met raad en daad te blijven ondersteunen en ze waar mogelijk te faciliteren in de activiteiten die worden ontplooid (denk aan een braderie, de intocht van Sinterklaas maar ook aan praktische en wellicht ook financiële ondersteuning bij het realiseren van feestverlichting).
- In het nieuwe bestemmingsplan (2010) worden mogelijkheden voor dag- en ondersteunende horeca meegenomen. Verder zal de bestemming tussen spoor en Zijlweg zo breed mogelijk worden gehouden.
- De uitstraling van het WCG is recent aanzienlijk verbeterd en zijn er maatregelen genomen m.b.t. de verkeersveiligheid. Zo is de 30 km-zone duidelijk gemarkeerd en is er een voetgangersoversteekplaats aangelegd. Ook zijn de parkeervakken duidelijker aangegeven en zijn er extra fietsenrekken geplaatst.

5.4 Vogelenzang

Het aanbod van commerciële functies in Vogelenzang is zeer beperkt. Aangezien er geen marktruimte is voor uitbreiding kan het ambitieniveau ten aanzien van de detailhandel lager zijn dan in de andere kernen. Toch is het zaak om in het kader van leefbaarheid de bestaande winkelvoorzieningen voor het dorp te behouden, met name om het verzorgingsniveau van de winkelvoorzieningen in dagelijkse goederen op peil te houden.

Dit vergt een inspanning van ondernemers en gemeente: ondernemers moeten creatief zijn in het behouden van hun klanten, de gemeente moet zich positief en coöperatief opstellen ten aanzien van initiatieven. Dat kan bijvoorbeeld wanneer zich de mogelijkheid zou voordoen voor uitbreiding van de supermarkt met aangrenzende winkelpanden.

De op de stationslocatie gevestigde commerciële voorzieningen fungeren solitair en 'self-supporting'. Dat moet ook wel gezien de ruimtelijke kenmerken van de locatie en de mogelijkheden die daardoor worden geboden. Ditzelfde geldt voor de locatie van het tuincentrum aan de Vogelenzangseweg. Het is wenselijk om op deze plaats ook in de toekomst niet meer dan één perifere detailhandelsvestiging te behouden en wel expliciet in niet-dagelijkse goederen (zoals het huidige tuincentrum, een grootschalige winkel in buitensport, of een bouwmarkt). Beide locaties zijn reeds voorzien van de noodzakelijke ondersteunende horeca. De gemeente kan aan het ondernemersklimaat voor deze ondernemingen bijdragen door bijvoorbeeld positief om te gaan met ondersteunende evenementen die de ondernemers organiseren.

Actiepunten Vogelenzang

- Maak behoud detailhandel in dagelijkse goederen binnen de dorpskern tot beleidsdoel.
- Ga flexibel om met initiatieven om deze vorm van detailhandel te versterken (bouwaanvragen, bestemmingsplan).
- Houd bestemming tuincentrum beperkt tot grootschalige detailhandelsvestiging. Formaliseer feitelijke situatie stationslocatie door bestemming te wijzigen in detailhandel/horeca.
- Sta welwillend tegenover ondernemersinitiatieven voor acties die de solitair gelegen detailhandelsvoorzieningen ondersteunen.

Update 2010

- Er is contact tussen ondernemers en bedrijfscontactfunctionaris.
- Het feit dat de SPAR-vestiging is uitgebreid met het naastgelegen pand geeft aan dat dergelijke initiatieven kunnen worden gerealiseerd en door de gemeente worden gefaciliteerd.
- Met de ondernemers van de Spar is afgesproken om na te gaan in hoeverre de directe omgeving van de winkel kan worden geherprofileerd.
- Voor wat betreft het tuincentrum is er geen actie nodig. Nieuw bestemmingsplan Landelijk Gebied staat voor 2014 op de rol.

5.5 Bloemendaal aan Zee

De visie voor Bloemendaal aan Zee kan niet op dezelfde manier cijfermatig worden onderbouwd als de andere Bloemendaalse kernen.

Het verschil in aanbod van commerciële functies is daarvoor te groot; in Bloemendaal aan Zee zijn deze allemaal vrijetijd-gerelateerd.

De strandpaviljoens zijn er de afgelopen jaren in geslaagd om een eigen 'Bloemendaalse' strandcultuur te ontwikkelen, die aantrekkelijk is voor bezoekers van dichtbij en veraf. De overige horeca profiteert daar ook van, zij het alleen in het zomerseizoen.



De gemeente Bloemendaal heeft een gewenste ontwikkelingsrichting vastgesteld, deze is in de strandnota van 2006 uitgewerkt. In deze nota wordt onderkend dat er verschillende wensen zijn voor het gebruik van het strand en er wordt ruimte geboden voor verschillende vormen van strandrecreatie. Ook worden er in de Strandnota enkele aanzetten tot beleid gegeven. In deze visie wordt daarbij aansluiting gezocht.

Op het functionele vlak wordt geadviseerd om de specifieke situatie van de strandpaviljoenhouders te onderkennen. Zo kan voor deze ondernemers een andere procedure worden ingesteld voor het aanvragen van verruimde openingstijden, zodat zij sneller op de actuele weerssituatie kunnen inspelen. Ook het toevoegen van hotelaccommodatie zal positieve invloed hebben op het ondernemersklimaat in Bloemendaal aan Zee. Het huidige bestemmingsplan biedt hier al ruimte voor.

Het verdient aanbeveling de contacten met de ondernemers binnen de belangenvereniging Bloemendaal aan Zee te intensiveren.

Hierdoor kunnen de gezamenlijke belangen beter worden behartigd en heeft de gemeente één aanspreekpunt om haar beleid te communiceren.

Net als in Bloemendaal-dorp speelt de gemeente verder een rol in het verbeteren van de uitstraling van de openbare ruimte (de boulevard) en de parkeergelegenheid.

Actiepunten Bloemendaal aan Zee

- Faciliteer en behoud de 'Bloemendaalse' strandcultuur. Dit vergt ook overleg en afstemming met buurgemeente Zandvoort.
- Stimuleer samenwerking van *alle* ondernemers in Bloemendaal aan Zee. Overweeg bijvoorbeeld het invoeren van een kleine opslag in pachtcontracten als bijdrage in een dergelijke organisatie en tegelijkertijd als financiële prikkel.
- Sta verdere ruimtelijke ontwikkeling (bijv. hotel) toe, maar zonder de identiteit van Bloemendaal aan Zee aan te tasten.

Update 2010

- Sinds 2008 is er een horeca-exploitatievergunningbeleid geïmplementeerd. Hiermee is er een helder beleid op basis waarvan klachten en knelpunten kunnen worden behandeld en opgelost.
- De gemeente is van mening dat in de twee overleggen die jaarlijks plaatsvinden de contacten goed en voldoende zijn. Er is een strandtoezichthouder aangesteld die als aanspreekpunt fungeert.
- Strandappartementen Poort van Bloemendaal zijn inmiddels gebouwd.
- Goede afstemming met Zandvoort i.h.k.v. veiligheid met name bij een toestroom van grote bezoekersaantallen (feesten en evenementen).
- De reddingsbrigade vervult een belangrijke rol m.b.t. de veiligheid in zee, op het strand en tijdens feesten en evenementen.

5.6 Bennebroek

Belangrijkste knelpunten in de detailhandelsstructuur van Bennebroek zijn de kleinschaligheid van de winkels - vooral van de supermarkten - en de geringe compactheid van het winkelgebied. Deze aspecten zijn van belang bij het bepalen van een ontwikkelingsrichting, samen met de positie van de supermarkten en de beide winkelclusters aan de Zwarteweg en Schoollaan. In het DPO van Goudappel Coffeng worden diverse scenario's geschetst (consolideren; realiseren nieuw compact winkelcentrum op nieuwe locatie; schaalvergroting en verplaatsing cluster Albert Heijn; schaalvergroting cluster Albert Heijn op huidige locatie; vertrek Albert Heijn). Er wordt een duidelijke voorkeur uitgesproken voor het scenario Verplaatsing cluster Albert Heijn.

In dit scenario wordt rekening gehouden met de wens van Albert Heijn tot schaalvergroting en met de geringe verplaatsingsbehoefte van de meeste andere ondernemers. Naast het Albert Heijn-cluster is er ruimte voor een eventuele andere winkel die naar deze locatie wil verplaatsen.



Vestiging van Albert Heijn in de Schoollaan. De winkelgrootte is beperkt, de straat is aan de krappe kant voor het laden en lossen.

Omdat dit cluster niet voorzien is in een compleet dagelijks aanbod, heeft het de voorkeur dit cluster zo dicht mogelijk bij de bestaande winkels te realiseren, in dit geval bij de concentratie speciaalzaken aan de Zwarteweg. De locatie van het huidige gemeentehuis en bibliotheek lijkt hiervoor geschikt. Deze locatie ligt dicht bij de Zwarteweg. Wel vormt de drukke Rijksstraatweg een barrière tussen het nieuwe cluster en de Zwarteweg. Toch is de ruimtelijk-functionele relatie tussen een te realiseren Albert Heijn-cluster op de gemeentehuislocatie en de Zwarteweg beter dan de relatie tussen het huidige cluster aan de Schoollaan en de Zwarteweg. Het is op dit moment nog niet duidelijk in hoeverre de gemeentehuislocatie beschikbaar komt voor de geschetste ontwikkeling.

Naast de gemeentehuislocatie zijn er andere alternatieven. Het verdient aanbeveling alle mogelijke alternatieve locaties tegen elkaar af te wegen alvorens een definitieve keuze wordt gemaakt. Bij een dergelijke afweging moeten diverse aspecten in ogenschouw worden genomen. Denk hierbij in elk geval aan: geld, tijd, stedenbouwkundige inpassing en verhouding tot de andere winkelvoorzieningen, beleidskader (planologie, verkeer etc.).



Gemeentehuislocatie aan de Bennebroekerlaan.

Indien het niet mogelijk blijkt te zijn om het Albert Heijn-cluster te verplaatsen naar een locatie nabij de Zwarteweg, maar wel naar bijvoorbeeld de locatie 'Geestgronden' of 'Geitenwei', zal de ruimtelijk-functionele relatie met de winkels aan de Zwarteweg minder sterk zijn. Met een verplaatsing van het Albert Heijn-cluster naar de Geestgronden of Geitenwei wordt voor een belangrijk deel wel ingespeeld op de wens tot schaalvergroting maar blijft sprake van twee min of meer gescheiden clusters.

Met een schaalvergroting van de vestiging van Albert Heijn en een verplaatsing van het Albert Heijn-cluster aan de Schoollaan naar een geschikte locatie, zal minder koopkracht wegvloeien naar centra in omliggende gemeenten (Hillegom, Heemstede, Haarlem) en de uitwisseling met het cluster speciaalzaken aan de Zwarteweg sterker worden. Functioneel gezien betekent schaalvergroting van de Albert Heijn-vestiging niet alleen een consument-vriendelijker winkel, maar waarschijnlijk ook een uitbreiding van het versassortiment. Dit hoeft geen negatieve invloed te hebben op de speciaalzaken in Bennebroek. Qua assortiment en service zullen deze zich nog steeds onderscheiden van de supermarkt. De ervaring leert dat de nabijheid van een full-service-supermarkt vaak eerder een positief dan een negatief effect heeft op speciaalzaken. Naar alle waarschijnlijkheid zal de (kleinschalige) Spar-supermarkt wel een deel van de omzet naar Albert Heijn zien afvloeien.

Actiepunten Bennebroek

- Faciliteer Albert Heijn bij het realiseren van een supermarkt met een 'moderne maat'. Maak voor de locatie hiervan een gedegen afweging. Als alternatieven kunnen worden onderzocht
 - Gemeentehuislocatie
 - Anemonenplein
 - Geitenwei
 - Geestgronden

Bijlage 1: Definitie horecacategorieën

In deze nota komen twee soorten horeca regelmatig terug: daghoreca en ondersteunende horeca.

Onder *daghoreca* wordt verstaan: horecazaken waarvan de openingstijden zijn afgestemd op de openingstijden van de winkels. In de staat van horecainrichtingen zoals deze in de bestemmingsplannen voorkomen wordt deze categorie aangeduid als *1a. Aan de detailhandelsfunctie verwante horeca*.

Ondersteunende horeca is horeca binnen een detailhandelsvestiging, geëxploiteerd door de betreffende onderneming zelf, gericht op de eigen klanten. Voorbeelden zijn: een koffiehoekje bij een meubelzaak of in een boekwinkel. De omzet die door het horecagedeelte wordt behaald is aanzienlijk lager dan de omzet uit de detailhandel zelf, en de openingstijden komen overeen met die van de detailhandelsvestiging.

Er kan voor worden gekozen dat voor ondersteunende horeca geen exploitatievergunning wordt geëist mits aan een aantal voorwaarden wordt voldaan. Deze voorwaarden moeten garanderen dat de ondersteunende horeca met de (bestaande) reguliere horeca gaat concurreren. Gedacht kan worden aan maatregelen als het instellen van een maximaal vloeroppervlak (bijvoorbeeld een vaste maximale grootte van 15 m² of niet meer dan 10% van het WVO), en maximaal aantal zitplaatsen. Daarnaast kan als voorwaarde worden gesteld dat de ondersteunende horeca vanaf de openbare weg niet zichtbaar mag zijn en dat hiervoor aan de buitenzijde van de detailhandelsvestiging geen reclame mag worden gemaakt.

De horecacategorieën worden in de bestemmingsplannen als volgt gedefinieerd:

Categorie I "lichte horeca"

Bedrijven die in beginsel alleen overdag en 's avonds behoeven te zijn geopend (vooral verstrekking van etenswaren en maaltijden) en daardoor slechts beperkte hinder voor omwonenden veroorzaken. Binnen deze categorie worden de volgende subcategorieën onderscheiden:

1a. Aan de detailhandelsfunctie verwante horeca

- broodjeszaak;
- cafetaria;
- croissanterie;
- koffiebar;
- lunchroom;
- ijssalon;
- tearoom;
- traiteur;

1b. Overige lichte horeca

- bistro;
- automatiek;
- snackbar;
- restaurant (zonder bezorg- en/of afhaalservice);
- hotel.

1c. Restaurant

- restaurant met bezorg- en/of afhaalservice tot 250 m² bvo.

1d. Aan andere functies verwante horeca

- kantine
- bedrijfsrestaurant

Categorie 2 "middelzware horeca"

2a. Bedrijven die normaal gesproken ook delen van de nacht geopend zijn en/of daardoor aanzienlijke hinder voor omwonenden kunnen veroorzaken:

- bar;
- bierhuis;
- biljartcentrum;
- café;
- proeflokaal;
- shoarma/grillroom;
- zalenverhuur (zonder regulier gebruik ten behoeve van feesten en muziek-/dansevenementen).

2b. Bedrijven met een relatief grote verkeersaantrekkende werking

- bedrijven genoemd onder 1a, 1b en 1c met een bedrijfsoppervlak van meer dan 250 m² bvo;

Categorie 3 "zware horeca"

Bedrijven die voor een goed functioneren ook 's nachts geopend zijn en die tevens een groot aantal bezoekers aantrekken en/of grote hinder voor de omgeving met zich mee kunnen brengen:

- dancing/discotheek;
- nachtclub;
- partycentrum (regulier gebruik ten behoeve van feesten en muziek-/dansevenementen).

Bijlage 2: Vragen consumentenenquête

Postcodecijfers:.....

Vragen naar degene die meestal de boodschappen doet in het huishouden.

1a. Waar koopt u MEESTAL uw (belangrijkste) dagelijkse boodschappen?
(levensmiddelen, drogisterij, sigaretten, etc.) **Eén antwoord mogelijk**

1. Bloemendaal-dorp
2. Overveen
3. Vogelenzang
4. Bennebroek
5. Heemstede
6. Haarlem-centrum
7. Haarlem Zijlweg
8. Haarlem Kleverparkweg
9. Haarlem Schalkwijk
10. Haarlem Cronjé
11. Hoofddorp
12. Zandvoort
13. Elders, namelijk

1b. Wat zijn de voornaamste redenen voor u om boodschappen daar meestal te doen? (max. 2 redenen)

1. Kwaliteit winkels
2. De hoeveelheid winkels
3. De sfeer
4. De service en bediening
5. De goede bereikbaarheid
6. Goede parkeergelegenheid
7. Het is dichtbij
8. Uit gewoonte
9. Goede kwaliteit artikelen
10. Lage prijs
11. In verband met mijn werk
12. Anders

- 1c. Waar doet u OOK WEL uw dagelijkse boodschappen (2e aankoopkanaal) **Zelfde lijst als 1a**
- 1d. **Indien bij 1a en 1c geen gemeente Bloemendaal (Bloemendaal-dorp, Overveen of Vogelenzang) wordt genoemd.**
Waarom doet u de boodschappen niet of nauwelijks in de gemeente Bloemendaal (maximaal 2 redenen)?
1. Kwaliteit winkels is onvoldoende (supermarkten te klein)
 2. Te weinig winkels/keuze
 3. Weinig sfeer
 4. Slechte service
 5. Slechte bereikbaarheid
 6. Slechte/te weinig parkeergelegenheid
 7. Te duur
 8. Uit gewoonte
 9. Anders
2. Ik noem een aantal andere artikelgroepen op. Kunt u aangeven waar u deze meestal koopt, en waar u deze ook wel koopt.
- 2a. Mode, schoeisel en textiel MEESTAL
14. Bloemendaal-dorp
 15. Overveen
 16. Vogelenzang
 17. Bennebroek
 18. Heemstede
 19. Haarlem-centrum
 20. Haarlem Zijlweg
 21. Haarlem Kleverparkweg
 22. Haarlem Schalkwijk
 23. Haarlem Cronjé
 24. Hoofddorp
 25. Zandvoort
 26. Elders, namelijk

2b. Mode, schoeisel en textiel OOK WEL

zie vraag 2a

2c. **DEZE VRAAG ALLEEN INDIEN VRAAG 2 a of b Bloemendaal (Bloemendaal-dorp, Overveen of Vogelenzang) als (belangrijkste) aankoopplaats is genoemd**

Wat is de voornaamste reden voor u om kleding en schoeisel in de gemeente Bloemendaal te kopen? (max. 2 redenen)

1. Kwaliteit winkels goed
2. Goede keuzemogelijkheden
3. Veel winkels bij elkaar
4. Goede service en bediening
5. Gezellige sfeer
5. Goede bereikbaarheid (auto/fiets/te voet)
6. Goede parkeergelegenheid
7. Het is dichtbij
8. Gewoonte om winkelen altijd hier te doen
9. Om ondernemers in het dorp/de kern te steunen
10. Anders, namelijk

2d. **DEZE VRAAG ALLEEN INDIEN VRAAG 2 a en b geen Bloemendaal**

Wat is de voornaamste reden voor u om kleding en schoeisel niet in de gemeente Bloemendaal te kopen ? (max. 2 redenen)

1. Kwaliteit winkels slecht
2. Te weinig winkels
3. Te weinig sfeer
4. Slechte service
5. Slechte bereikbaarheid
6. Slechte/te weinig parkeergelegenheid
7. Kwaliteit aanbod elders beter
8. Gewoonte om winkelen altijd elders te doen
9. pas verhuisd
10. Anders, namelijk

3a. Woninginrichting en doe-het-zelf MEESTAL

Zie 2a

3b. Woninginrichting en doe-het-zelf OOK WEL

Zie 2a

- 4a. Bruingoed en witgoed MEESTAL
Zie 2a
- 4b. Bruingoed en witgoed OOK WEL
Zie 2a
- 5a. Huishoudelijke artikelen MEESTAL
Zie 2a
- 5b. Huishoudelijke artikelen OOK WEL
Zie 2a
- 6a. Overige artikelen MEESTAL
Zie 2a
- 6b. Overige artikelen OOK WEL
Zie 2a
- 7a. Bent u het afgelopen jaar meer of minder in de gemeente Bloemendaal (Bloemendaal-dorp, Overveen of Vogelenzang) geweest om boodschappen te doen of te winkelen?
1. ja, meer
 2. nee, minder
 3. hetzelfde
 4. geen mening
- 7b. **Indien ja.** Wat is daarvan de belangrijkste reden?
1. lage prijzen
 2. goede keuze-mogelijkheden
 3. goede kwaliteit artikelen
 4. meer sfeer in het dorp/kern
 5. makkelijk parkeren
 6. goed bereikbaar (per fiets, auto en te voet)
 7. in verband met mijn werk
 8. ik woon hier pas
 9. gewijzigde gezinsomstandigheden
 10. anders

7c. **Indien nee.** Wat is daarvan de belangrijkste reden?

1. hoge prijzen
2. te weinig keuze
3. minder kwaliteit artikelen
4. minder service en bediening
5. geen gezellige sfeer
6. te weinig winkels
7. te ver weg, te gespreid
8. niet goed bereikbaar (fiets, auto, te voet)
9. in verband met mijn werk
10. ik woon hier pas
11. gewijzigde gezinsomstandigheden
12. anders

8a. In welke kern winkelt u veel?

1. Bloemendaal-Dorp;
2. Overveen;
3. Vogelenzang;
4. Geen van allen

8b. **Indien 1, 2, of 3.** Hoe beoordeelt u in deze kern op de volgende aspecten?

(rapportcijfer 1- 10) 0 = geen mening

Winkelaanbod	
Kwaliteit winkels	
Sfeer	
Inrichting	
Bereikbaarheid auto	
Parkeren	
Bereikbaarheid fiets	
Stallingsmogelijkheden fiets	
Bereikbaarheid openbaar vervoer	
Veiligheid	
Netheid en hygiëne	

9. Kunt u aangeven of, en zo ja, hoe vaak per jaar u gebruikt maakt van de horecavoorzieningen in de verschillende plaatsen binnen de gemeente Bloemendaal? Welk rapportcijfer geeft u voor het aanbod van de horeca, en voor de kwaliteit ervan?

Kern	Aantal keren per jaar	Cijfer aanbod	Cijfer kwaliteit
Bloemendaal-dorp			
Overveen			
Vogelenzang			
Bloemendaal aan Zee			
Verspreid door de gemeente			

10a. Is er een type horeca dat u mist of meer zou willen zien in Bloemendaal?

1. Ja
2. Nee
3. Geen mening

10b. Indien ja: welk type horeca mist u?

1. cafés
2. fast-food
3. restaurants middensegment
4. restaurants bovensegment
5. lunchroom/koffiecorner
6. broodjeszaak

Dan volgen nu enkele afsluitende vragen:

11 Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden ?

12 Wat is uw leeftijd?

13 Netto maandinkomen huishouden:

- a. 1000 of minder
- b. 1001-1500
- c. 1501-2000

- d. 2001-2500
- e. 2501-3000
- f. 3001-4000
- g. 4001-5000
- h. 5000 of meer
- i. Weet niet
- j. Geen antwoord

Hartelijk dank voor uw deelname aan dit onderzoek!

Bijlage 3: Cijfers consumentenenquête

Dagelijkse boodschappen inwoners Bloemendaal-dorp				
	Primair	%	Secundair	%
<i>Bloemendaal-dorp</i>	99	64,3%	32	20,8%
<i>Santpoort/Santpoort-Zuid</i>	26	16,9%	23	14,9%
<i>Haarlem-Noord¹</i>	10	6,5%	29	18,8%
<i>Haarlem overig</i>	7	4,5%		
<i>Zandvoort</i>	5	3,2%	10	6,5%
<i>Heemstede</i>	1	0,6%	5	3,2%
<i>Haarlem-centrum</i>	1	0,6%	14	9,1%
<i>Overveen</i>	1	0,6%	13	8,4%
<i>Hoofddorp</i>	1	0,6%		0,0%
<i>Haarlem-West²</i>			1	0,6%
<i>Haarlem Schalkwijk</i>			1	0,6%
<i>Elders</i>	3	1,9%	5	3,2%
<i>Weet niet</i>			6	3,9%
<i>Niet van toepassing</i>			15	9,7%
Totaal	154	100,0%	154	100,0%

¹ Onder meer Cronjé, Kleverparkweg, Soendaplein, Verspronckweg

² Onder meer Zijlweg, Stephensonstraat

Dagelijkse boodschappen inwoners Overveen				
	Primair	%	Secundair	%
Overveen	69	64,5%	23	21,5%
Haarlem overig	10	9,3%		
Bloemendaal-dorp	8	7,5%	27	25,2%
Haarlem-Noord ¹	7	6,5%	17	15,9%
Haarlem-centrum	4	3,7%	11	10,3%
Haarlem-West ²	4	3,7%	4	3,7%
Heemstede	2	1,9%		
Santpoort/Santpoort-Zuid	2	1,9%		
Haarlem algemeen			2	1,9%
Zandvoort			1	0,9%
Haarlem Schalkwijk			1	0,9%
Elders	1	0,9%	3	2,8%
Weet niet			2	1,9%
NVT			16	15,0%
Totaal	107	100,0%	107	100,0%

¹ Onder meer Cronjé, Kleverparkweg, Soendaplein, Verspronckweg

² Onder meer Zijlweg, Stephensonstraat

Aerdenhout				
	Primair	%	Secundair	%
Heemstede	54	61,4%	25	28,4%
Haarlem overig	15	17,0%	6	6,8%
Overveen	5	5,7%	2	2,3%
Bloemendaal-dorp	4	4,5%	5	5,7%
Haarlem-centrum	4	4,5%	13	14,8%
Zandvoort	4	4,5%	4	4,5%
Haarlem-Noord ¹	1	1,1%	1	1,1%
Haarlem-West ²	1	1,1%	3	3,4%
Haarlem Schalkwijk			2	2,3%
Elders			1	1,1%
Weet niet			2	2,3%
NVT			24	27,3%
	88	100,0%	88	100,0%

Vogelenzang				
	Primair	%	Secundair	%
<i>Hillegom</i>	28	54,9%	4	7,8%
<i>Heemstede</i>	8	15,7%	9	17,6%
<i>Vogelenzang</i>	7	13,7%	15	29,4%
<i>Bennebroek</i>	4	7,8%	8	15,7%
<i>Bloemendaal-dorp</i>	1	2,0%		
<i>Haarlem Schalkwijk</i>	1	2,0%	1	2,0%
<i>Haarlem-West²</i>			3	5,9%
<i>Zandvoort</i>			2	3,9%
<i>Elders</i>	2	3,9%	2	3,9%
<i>Weet niet</i>			2	3,9%
<i>NVT</i>			5	9,8%
Totaal	51	100,0%	51	100,0%

Top-3 van belangrijkste aankoopplaatsen voor mode, schoeisel en textiel, voor de kernen Bloemendaal, Overveen, Aerdenhout en Vogelenzang				
	Primair	%	Secundair	%
<i>Bloemendaal</i>	Haarlem-centrum	51,9%	Haarlem-centrum	20,8%
	Bloemendaal-dorp	18,8%	Amsterdam	20,8%
	Amsterdam	5,2%	Bloemendaal-dorp	10,4%
<i>Overveen</i>	Haarlem-centrum	68,2%	Amsterdam	22,4%
	Bloemendaal-dorp	7,5%	Haarlem-centrum	20,8%
	Amsterdam	5,6%	Bloemendaal-dorp	10,4%
<i>Aerdenhout</i>	Haarlem-centrum	46,6%	Heemstede	25,0%
	Heemstede	33,0%	Haarlem-centrum	17,0%
	Amsterdam	10,2%	Amsterdam	17,0%
<i>Vogelenzang</i>	Haarlem-centrum	49,0%	Haarlem-Schalkwijk	19,6%
	Heemstede	19,6%	Hillegom	19,6%
	Hillegom	11,8%	Heemstede	17,6%

Top-3 van belangrijkste aankoopplaatsen voor woninginrichting en doe-het-zelf, voor de kernen Bloemendaal, Overveen, Aerdenhout en Vogelenzang				
	Primair	%	Secundair	%
<i>Bloemendaal</i>	Haarlem-centrum	31,2%	Haarlem-centrum	13,0%
	Bloemendaal-dorp	9,1%	Bloemendaal-dorp	7,1%
	Heemstede	6,5%	Heemstede, Beverwijk	5,2%
<i>Overveen</i>	Haarlem-centrum	39,3%	Amsterdam	11,2%
	Bloemendaal-dorp	8,4%	Haarlem-centrum	9,3%
	Heemstede	8,4%	Heemstede, Beverwijk, Cruquius	3,7%
<i>Aerdenhout</i>	Haarlem-centrum	31,8%	Velserbroek	8,0%
	Heemstede	11,4%	Haarlem-centrum	6,8%
	Haarlem-noord	6,8%	Bloemendaal-dorp, Haarlem-Noord	4,5%
<i>Vogelenzang</i>	Haarlem-centrum	35,3%	Haarlem-centrum	9,8%
	Heemstede	7,8%	Amsterdam	9,8%
	Hillegom	7,8%	Bloemendaal-dorp	5,9%

Top-3 van belangrijkste aankoopplaatsen voor bruin- en witgoed, voor de kernen Bloemendaal, Overveen, Aerdenhout en Vogelenzang				
	Primair	%	Secundair	%
<i>Bloemendaal</i>	Haarlem-centrum	50,0%	Haarlem-centrum	11,7%
	Haarlem-Noord	11,0%	Haarlem Schalkwijk	5,8%
	Haarlem Schalkwijk, Hillegom, Heemstede	4,5%	Heemstede	4,5%
<i>Overveen</i>	Haarlem-centrum	47,7%	Haarlem-centrum	9,3%
	Haarlem-Noord	10,3%	Haarlem-Noord	7,5%
	Haarlem Schalkwijk	7,5%	Haarlem Schalkwijk	6,5%
<i>Aerdenhout</i>	Haarlem-Noord	12,5%	Haarlem-centrum	13,6%
	Haarlem Schalkwijk	9,1%	Haarlem Schalkwijk	4,5%
	Hillegom	6,8%	Amsterdam	4,5%
<i>Vogelenzang</i>	Haarlem-centrum	39,2%	Haarlem-centrum	11,3%
	Haarlem-Noord, Haarlem Schalkwijk, Internet/postorder	9,8%	Haarlem-Schalkwijk	7,8%
	Beverwijk	5,9%	Beverwijk, Internet/postorder	3,9%

Top-3 van belangrijkste aankoopplaatsen voor huishoudelijke artikelen, voor de kernen Bloemendaal, Overveen, Aerdenhout en Vogelenzang				
	Primair	%	Secundair	%
<i>Bloemendaal</i>	Bloemendaal-dorp	40,3%	Haarlem-centrum	26,0%
	Haarlem-centrum	17,5%	Heemstede	10,4%
	Heemstede	14,9%	Bloemendaal-dorp	8,4%
<i>Overveen</i>	Bloemendaal-dorp	46,7%	Haarlem-centrum	29,9%
	Haarlem-centrum	13,1%	Bloemendaal-dorp	6,5%
	Heemstede	13,1%	Heemstede	5,6%
<i>Aerdenhout</i>	Bloemendaal-dorp	39,8%	Haarlem-centrum	29,5%
	Haarlem-centrum	18,2%	Bloemendaal-dorp	10,2%
	Heemstede	12,5%	Overveen	6,8%
<i>Vogelenzang</i>	Bloemendaal-dorp	33,3%	Haarlem-centrum	13,7%
	Haarlem-centrum	23,5%	Bloemendaal-dorp	9,8%
	Heemstede	13,7%	Zandvoort	5,9%

Top-3 van belangrijkste aankoopplaatsen voor overige artikelen, voor de kernen Bloemendaal, Overveen, Aerdenhout en Vogelenzang				
	Primair	%	Secundair	%
<i>Bloemendaal</i>	Haarlem-centrum	43,5%	Haarlem-centrum	16,9%
	Bloemendaal-dorp	20,8%	Bloemendaal-dorp	13,0%
	Heemstede	11,0%	Amsterdam	9,7%
<i>Overveen</i>	Haarlem-centrum	34,6%	Haarlem-centrum	20,6%
	Bloemendaal-dorp	24,3%	Bloemendaal-dorp	12,1%
	Heemstede	9,3%	Amsterdam	7,5%
<i>Aerdenhout</i>	Haarlem-centrum	36,4%	Haarlem-centrum	19,3%
	Bloemendaal-dorp	23,9%	Bloemendaal-dorp	17,0%
	Heemstede	12,5%	Amsterdam	9,1%
<i>Vogelenzang</i>	Haarlem-centrum	27,5%	Haarlem-centrum	31,4%
	Bloemendaal-dorp	27,5%	Bloemendaal-dorp	11,8%
	Heemstede	13,7%	Amsterdam	7,8%