



gemeente BERGEN



MEMO van het college aan de raad

Datum : 13 november 2014
Zaaknummer :
Documentnummer : BENW142048
Aan : Gemeenteraad
Van : College
Onderwerp : supermarktontwikkeling Egmond aan Zee
Portefeuillehouder(s) : Rob Zeeman
Inlichtingen bij : Simon van Dam

Aanleiding

- De memo wordt opgesteld als antwoord op een toezegging in de ARC van 23 oktober 2014 door Rob Zeeman en op initiatief van het college als onderdeel van de actieve informatieplicht
-

Kernboodschap

In de ARC van 23 oktober 2014 is toegezegd om de fracties informatie te verschaffen over afwegingen en overwegingen, met de besluitvorming in de afgelopen periode ten aanzien van de supermarktontwikkeling in Egmond aan Zee.

In dit memo wordt uw raad geïnformeerd over de besluiten en visies van de afgelopen periode en wordt u tevens geïnformeerd over het vervolgproces.

Aanleiding supermarktontwikkeling

Volgens de in 2007 vastgestelde detailhandelsvisie is een full-size supermarkt op de locatie van het voormalige VVV kantoor noodzakelijk voor behoud en versterking van detailhandel in Egmond aan Zee. Op deze locatie zorgt een grotere supermarkt (ongeveer 1200 m² winkeloppervlak) ook voor een bezoek langs de andere winkels in de Voorstraat en omgeving. De huidige supermarkt aan de Voorstraat 90 (Jumbo) is te klein (650 m² winkeloppervlak) om de trekkersrol te kunnen vervullen. Daarnaast biedt nieuwbouw op deze locatie een kans voor een betere woon- en leefomgeving.

Planproces tot nu toe

Principeverzoek woningbouw

Op 11 september 2012 heeft projectontwikkelaar Bart de Jong (hierna: initiatiefnemer) een principeverzoek ingediend voor het realiseren van 9 woningen op de locatie van het voormalige postkantoor. Vanwege het detailhandelsbeleid is de keuze gemaakt om de haalbaarheid van een eigentijdse supermarkt verder te onderzoeken en om deze reden is het woningbouwinitiatief op 12 februari 2013 afgewezen.

Principeverzoek supermarkt en woningen

Op 30 oktober 2013 heeft initiatiefnemer een principeverzoek ingediend voor een supermarkt met daarboven woningen op de locatie van het voormalige VVV kantoor, voormalige postkantoor en het zogenoemde voormalige Genet-terrein. Medewerking is enkel mogelijk door het bestemmingsplan te herzien.

De supermarktontwikkeling in dit gebied is complex en vraagt om een goede voorbereiding. Daarvoor is adviesbureau DTNP gevraagd om de detailhandelsvisie van 2007 te actualiseren in een distributief planologisch onderzoek (**bijlage 1**). Daarnaast heeft DTNP de stedenbouwkundige inpassing van de supermarkt onderzocht (**bijlage 2**).

Naar aanleiding van deze onderzoeken heeft ons college op 10 juni 2014 het voornemen uitgesproken om te willen meewerken aan een full-service supermarkt onder een aantal voorwaarden. Dit zijn: parkeren ten behoeve van de supermarkt ondergronds, voldoende openbare (fiets)parkeerplaatsen, waarborging verkeersveiligheid, ingang supermarkt aan de Voorstraat, bevoorrading aan de achterkant, zicht op kerk en waarborging belangen van de bewoners aan het Agnesplein.

Initiatiefnemer heeft aan de hand van deze criteria het plan in een voorlopig ontwerp uitgewerkt.

Inloopsessies

Op 29 oktober 2014 zijn inloopsessies georganiseerd voor omwonenden. Doel van de inloopsessies was om bewoners de mogelijkheid te geven om mee te denken met het plan van initiatiefnemer. Aanwezigen werd de mogelijkheid geboden om opmerkingen te plaatsen en suggesties in te dienen. Van de inloopsessies is een verslag gemaakt (**bijlage 3**).

Vervolgproces en planning

Tot 20 november kunnen omwonenden en belanghebbenden via een reactieformulier op de gemeentelijke website reageren op het plan. In onderstaande globale planning worden de vervolgstappen benoemd.

- Verwerken reacties en uitwerken plan
- uitgewerkt plan communiceren via klankbordgroep of tweede inloopsessie (eerste kwartaal 2015)
- Behandeling ruimtelijk kader in raadscommissie (tweede kwartaal 2015)
- Besluitvorming ruimtelijk kader in gemeenteraad (tweede kwartaal 2015)
- Formeel verzoek om bestemmingsplan herziening en planologische procedure (derde kwartaal 2015)

Op korte termijn wordt het vervolgproces concreter (projectmatig) uitgewerkt en zal uw raad hierover worden geïnformeerd.

Voorgaande visies

Naast de detailhandelsvisie 2007 zijn de volgende besluiten genomen:

Structuurvisie Egmond aan Zee

In 2000 is de Structuurvisie Egmond aan Zee vastgesteld. Binnen deze visie is in het kader van versterking van de centrumfunctie onderzoek gedaan naar een goede locatie voor een supermarkt. In eerste instanties zijn er twee locaties in aanmerking gekomen voor vestiging van een supermarkt: de locatie van de voormalige bowling en voornoemde ontwikkellocatie.

Ontwerp ons Derp

In 2009 is het project 'Ontwerp ons Derp' gestart. Dit project had mede als doel het actualiseren van de structuurvisie voor Egmond aan Zee. Het project bestond uit verschillende grote ontwikkelingen in Egmond (onder meer bowling, werf,

Watertorenterrein). Er zijn ook studies verricht naar invulling van de locatie VVV en omgeving. Deze studies zien op zowel woningbouw alsmede invulling van een supermarkt. Op 11 oktober 2011 is besloten om de actualisatie van de structuurvisie los te laten. Daarvoor in de plaats is een aantal concrete projecten benoemd, die in onderlinge samenhang ontwikkeld wordt. Hierover is uw raad geïnformeerd.

Bestemmingsplan Kernen Egmond

Op 27 juni 2013 is het nu geldende bestemmingsplan Kernen Egmond vastgesteld. Volgens de bestemming is een supermarkt niet toegestaan. Dit bestemmingsplan is conserverend van aard en had als doel de voorgaande bestemmingsplannen te actualiseren. Het bestemmingsplan staat dus los van de supermarktontwikkeling. Om de supermarkt mogelijk te maken, zal een nieuw bestemmingsplan moeten worden vastgesteld.

Nb.

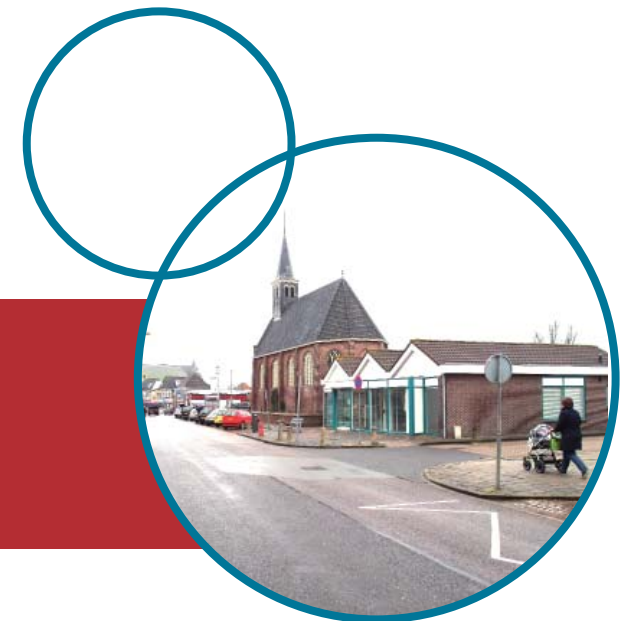
In 2006 is een initiatief ingediend om op het perceel Sportlaan 2 een supermarkt te ontwikkelen. Hierover heeft destijds geen formele besluitvorming plaatsgevonden. Tijdens de inloopsessies is dit initiatief overlegd. Deze locatie zal dan ook worden meegenomen in het vervolgproces. Overigens lijkt deze locatie op voorhand niet geschikt. Om een trekkersrol te vervullen, moet er namelijk een goede relatie zijn tussen de supermarkt en de overige winkels (goede zichtrelatie, korte loopafstand). De locatie Sportlaan 2 ligt te ver van het centrum waardoor een supermarkt hier geen trekkersrol kan vervullen.

Bijlagen

1. Economisch onderzoek DTNP
2. Onderzoek stedenbouwkundige inpassing DTNP
3. Verslag inloopsessies



Beoordeling supermarktinitiatieven Egmond





Opdrachtgever: Gemeente Bergen
Contactpersoon: De heer S. van Dam

Projectteam DTNP: De heer R. Eijkelkamp
De heer J. Vlek

Projectnummer: 1362.1113

Datum: 24 maart 2014

Droogh Trommelen en Partners (DTNP)

Graafseweg 109 6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83 F 024 - 378 06 53

E info@dtnp.nl W www.dtnp.nl

Beoordeling supermarktinitiatieven Egmond



Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
2	Uitgangspositie Egmond	2
2.1	Vraagzijde	2
2.2	Aanbodzijde	2
2.3	Supermarktinitiatieven	3
2.4	Detailhandelsstructuurvisie	4
3	Winkeltrends	6
3.1	Schaalvergroting gaat door	6
3.2	Wijzigende bestedingen	7
3.3	Wijzigende behoefte aan winkels	8
3.4	Egmond en de trends	9
4	Beoordeling initiatieven	10
4.1	Indicatie distributieve ruimte	10
4.2	Kwalitatieve afwegingen	10
4.3	Afweging overige detailhandel	12
5	Beantwoording vragen	13
Bijlage 1	Distributieve mogelijkheden supermarkten Egmond	15

1 Inleiding

Aanleiding en doel

Zowel in Egmond aan Zee als in Egmond aan den Hoef speelt een supermarktinitiatief:

- Er wordt gewerkt aan een ontwikkelingsplan voor een supermarkt van circa 1.300 m² brutovloeroppervlak (bvo) aan de oostzijde van het centrum van Egmond aan Zee. Bij voorkeur gaat het om verplaatsing van de bestaande supermarkt in het centrum (C1000/Jumbo) die behoefte heeft aan uitbreiding.
- De supermarkt in Egmond aan den Hoef wil ± 400 m² bvo uitbreiden in een deel van de ruimte van de huidige bibliotheek. De resterende ruimte zou mogelijk eveneens een detailhandelsinvulling kunnen krijgen.

Gemeente Bergen heeft DTNP gevraagd de initiatieven te beoordelen. Hierbij wordt rekening gehouden met de uitgangspunten van het gemeentelijk beleid, de actuele situatie in Egmond aan Zee, Egmond aan den Hoef en omgeving, en de trends en ontwikkelingen in de detailhandel. Op basis hiervan kan de gemeente Bergen besluiten nemen over beide initiatieven en deze besluiten motiveren op basis van planologisch-juridisch relevante overwegingen.

Vraagstelling

In deze beoordeling worden de volgende vragen beantwoord:

1. Hoe kan het supermarktinitiatief in Egmond aan Zee worden beoordeeld, rekening houdend met beleid (detailhandelsstructuurvisie) en de actuele situatie en ontwikkelingen?
2. Wat betekent verplaatsing van de supermarkt in Egmond aan Zee voor de bestemming op de vrijkomende locatie? Welke functie is hier gewenst?
3. Hoe kan het supermarktinitiatief in Egmond aan den Hoef worden beoordeeld, rekening houdend met beleid (detailhandelsstructuurvisie) en de actuele situatie en ontwikkelingen?
4. Hoe kan overige vergroting van de hoeveelheid detailhandel in de huidige bibliotheek in Egmond aan den Hoef worden beoordeeld?
5. Hoe kan de combinatie van beide initiatieven worden beoordeeld, welke effecten hebben beide initiatieven op elkaar? Is rekening houdend met beleid (detailhandelsstructuurvisie) en de actuele situatie en ontwikkelingen een keuze voor een van beide gewenst?

Gemeente Bergen heeft DTNP ook gevraagd de stedenbouwkundige opzet van het supermarktinitiatief in Egmond aan Zee te beoordelen. Deze vraag is in een apart rapport door DTNP beantwoord*.

Leeswijzer

Hoofdstuk 2 gaat in op de huidige en toekomstige vraag- en aanbodzijde in Egmond en omgeving. Beide supermarktinitiatieven en uitgangspunten van het vigerende detailhandelsbeleid worden toegelicht. In hoofdstuk 3 worden kort de relevante trends in de winkelmarkt benoemd die van invloed zijn op de kansen voor het winkelaanbod in Egmond aan Zee en Egmond aan den Hoef.

De distributieve ruimte voor supermarkten in Egmond wordt indicatief berekend (hoofdstuk 4). De supermarktinitiatieven worden kwantitatief en kwalitatief beoordeeld aan de distributieve ruimte en het detailhandelsbeleid. Ook overige detailhandelsmogelijkheden die bij de initiatieven ontstaan (Voorstraat 90 en deel bibliotheek) worden beoordeeld. In hoofdstuk 5 worden de vragen samenvattend beantwoord.

* DTNP (2014), Stedenbouwkundige inpassing supermarkt Egmond aan Zee

2 Uitgangspositie Egmond

2.1 Vraagzijde

Ligging en kenmerken

Egmond ligt aan de Noord-Hollandse kust en bestaat uit drie kernen: Egmond aan Zee, Egmond aan de Hoef en Egmond-Binnen (kaart 1). De Egmondse kernen liggen in de gemeente Bergen, ten westen van Alkmaar.

De omliggende kernen zijn alle groter dan de Egmondse kernen, met ook een groter winkelaanbod. Supermarkten en overig winkelaanbod in Egmond heeft hierdoor vooral een lokale verzorgingsfunctie (eigen kernen). Door de ligging in de duinen heeft Egmond daarnaast een zeer sterke toeristische functie.

Huidig en toekomstig inwonertal

Egmond telt momenteel circa 11.200 inwoners en blijft tot 2020 stabiel (tabel 1). Op langere termijn (na 2020) zal het inwonertal in Egmond aan den Hoef naar verwachting groeien en in overig Egmond licht dalen.

Tabel 1 Huidig en toekomstig inwonertal*

	2014	2020
Egmond aan Zee	4.720	4.900
Egmond aan den Hoef	3.810	3.900
Egmond-Binnen	2.650	2.500
TOTAAL	11.180	11.300

Toerisme

Egmond is een zeer populair toeristisch gebied, zowel voor verblijfs- als dagtoeristen. Met name de verblijfstoeristen op de huisjesparken, campings en (groeps-) accommodaties zorgen voor veel extra bestedingen in de Egmondse supermarkten en overige winkels.

De omvang van het verblijfstoerisme wordt voor 2014 door de gemeente ingeschat op circa 1.260.000 toeristische overnachtingen in de gemeente Bergen, gebaseerd op de ontwikkeling in de afgelopen jaren. Bijna de helft van deze overnachtingen zijn in Egmond**.

* Huidig inwonertal: website gemeente Bergen
Prognose: I&O (2013), Demografische ontwikkeling gemeente Bergen

** Inschatting op basis van verdeling over de gemeentedelen in 2005

2.2 Aanbodzijde

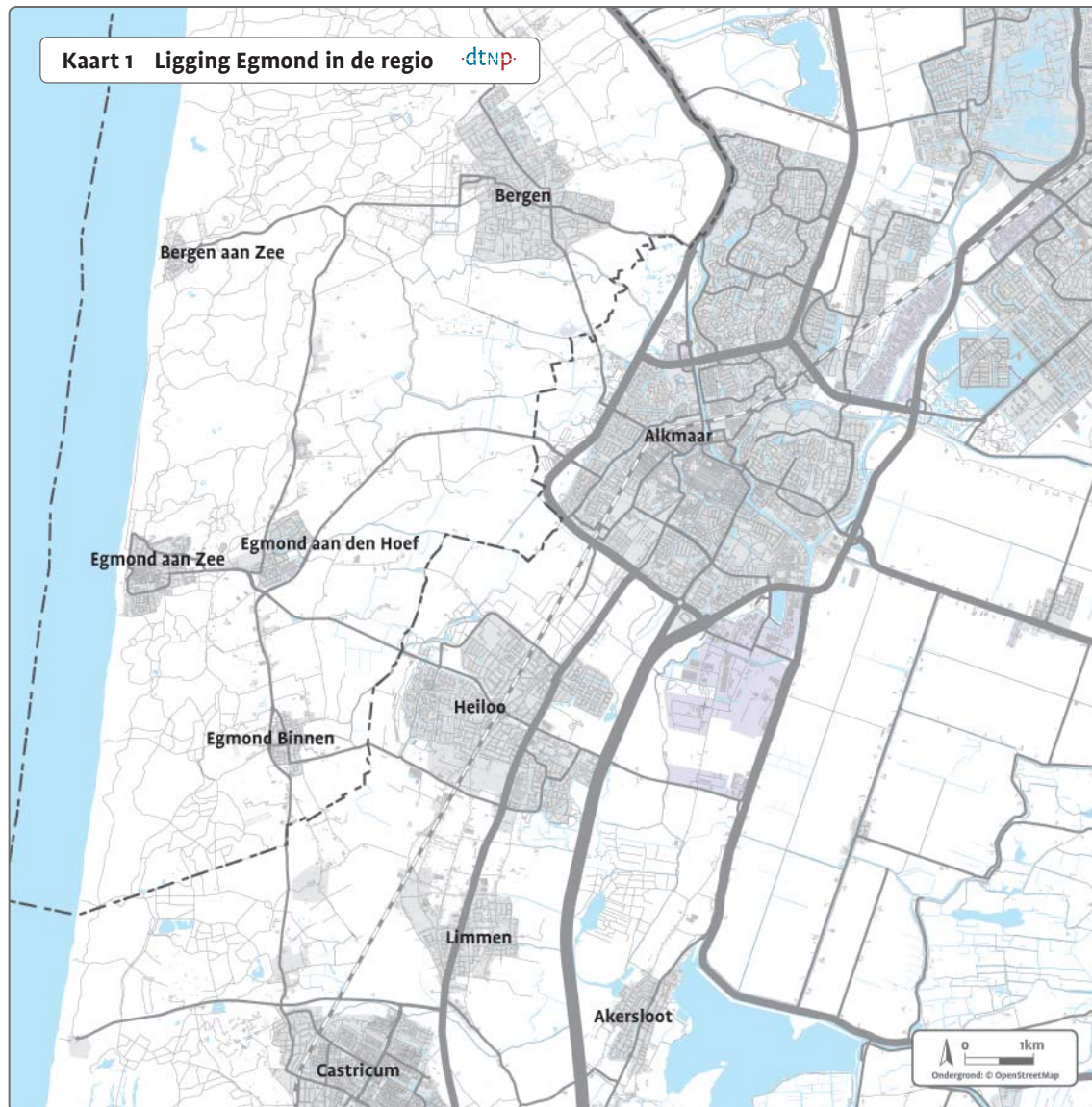
Egmond aan Zee: grootste centrum, kleine super

In het centrum van Egmond aan Zee zijn ruim 50 winkels met een totale omvang van circa 6.200 m² winkelvloeroppervlak (wvo). Er zijn ruim 20 modewinkels en nog eens bijna 20 winkels in andere niet-dagelijkse branches. Het centrum beschikt over een groot horeca-aanbod (± 30 bedrijven). Uit het relatief grote recreatieve winkel- en horeca-aanbod blijkt de toeristische functie.

Het dagelijkse aanbod is, mede door de beperkte omvang van de C1000 supermarkt (± 680 m² wvo), relatief beperkt. Ook in het frequent benodigde niet-dagelijkse aanbod (o.a. huishoudelijke artikelen) is het aanbod beperkt. Ook de leegstand is beperkt.

Egmond aan den Hoef: boodschappencentrum

Het planmatige winkelcentrum van Egmond aan den Hoef ligt aan de rand van de kern op slechts een kilometer van Egmond aan Zee (kaart 2). Het is een efficiënt opgezet boodschappencentrum met 5 winkels: een supermarkt (± 880 m² wvo), bakker, slager, visboer en een bloemenwinkel.



Egmond-Binnen: grootste supermarkt

De supermarkt in het centrum van Egmond-Binnen heeft met circa 1.050 m² wvo een moderne maat. Het overige winkelaanbod in het centrum is beperkt (6 winkels, samen ± 700 m² wvo). Met circa 2.600 inwoners is het draagvlak voor deze supermarkt en het overige winkelaanbod beperkt. Door het afnemende lokale draagvlak functioneert deze supermarkt naar verwachting op termijn matig.

2.3 Supermarktinitiatieven

Ontwikkeling supermarkt Egmond aan Zee

De beoogde nieuwe supermarktllocatie in Egmond aan Zee ligt aan de oostelijke entree van het centrum en krijgt een omvang van circa 1.300 m² bvo. Dit komt neer op circa 1.100 m² winkelvloeroppervlak (wvo)*.

De huidige C1000-supermarkt in het centrum van Egmond aan Zee is te klein om het complete assortiment en de service te bieden die consumenten tegenwoordig van een fullservicesupermarkt verwachten (zie ook de trends in hoofdstuk 3). Door de uitbreidingsbehoefte ligt het voor de hand Jumbo (eigenaar

* Wvo is circa 80% van het bvo. Wvo is exclusief m² voor magazijn en kantoor-, en personeelsruimte.

C1000) als eerste de mogelijkheid te bieden de nieuwe supermarkt-unit in te vullen en de huidige supermarkt op te heffen.

Bij opheffing van de huidige supermarkt komt het huidige pand (Voorstraat 90) aan het begin van de winkelstraat leeg te staan. Op dit pand ligt een algemene centrumbestemming, die daarmee de functie detailhandel op de begane grond toestaat.

Vergroting supermarkt Egmond aan den Hoef

Doordat binnenkort de bibliotheek uit het planmatige centrum van Egmond aan den Hoef verdwijnt, heeft de naastgelegen supermarkt (Albert Heijn) de mogelijkheid extra ruimte bij haar winkel te betrekken. Daartoe ligt er nu een initiatief voor vergroting met 400 m² bvo, waardoor de supermarkt een omvang krijgt van circa 1.200 m² wvo.

Met het verdwijnen van de bibliotheek blijft er na vergroting van de supermarkt nog circa 400 m² over. Op het complex ligt de bestemming 'gemengd', waardoor op de gehele begane grond detailhandel en wonen zijn toegestaan.

Supermarktontwikkelingen in de omgeving

De afgelopen jaren is het supermarktaanbod in de omliggende kernen uitgebreid (o.a. Castricum en Heiloo). De uitbreiding van de supermarkten Albert Heijn (± 1.040 m² wvo) en Lidl (± 640 m² wvo) in winkelcentrum Hoekstuk in Heiloo hebben door de nabijheid en door de combinatie van een fullservice- en een discountformule naar verwachting enige aantrekkingskracht op inwoners uit Egmond-Binnen en Egmond aan den Hoef (kaart 2).

Voor Bergen wordt gewerkt aan verbetering en uitbreiding van het centrum: Mooi Bergen 2.0. Of in het centrumplan (in studiefase) extra programma voor supermarktaanbod gewenst is, is nog onbekend.

2.4 Detailhandelsstructuurvisie

Vigerend detailhandelsbeleid gemeente Bergen

De Detailhandelsstructuurvisie Bergen is opgesteld in 2006 en in 2007 vastgesteld als beleid. Bergen-centrum is het hoofdcentrum van de gemeente. Overige centra hebben primair een functie voor toeristen en inwoners van de eigen kern.



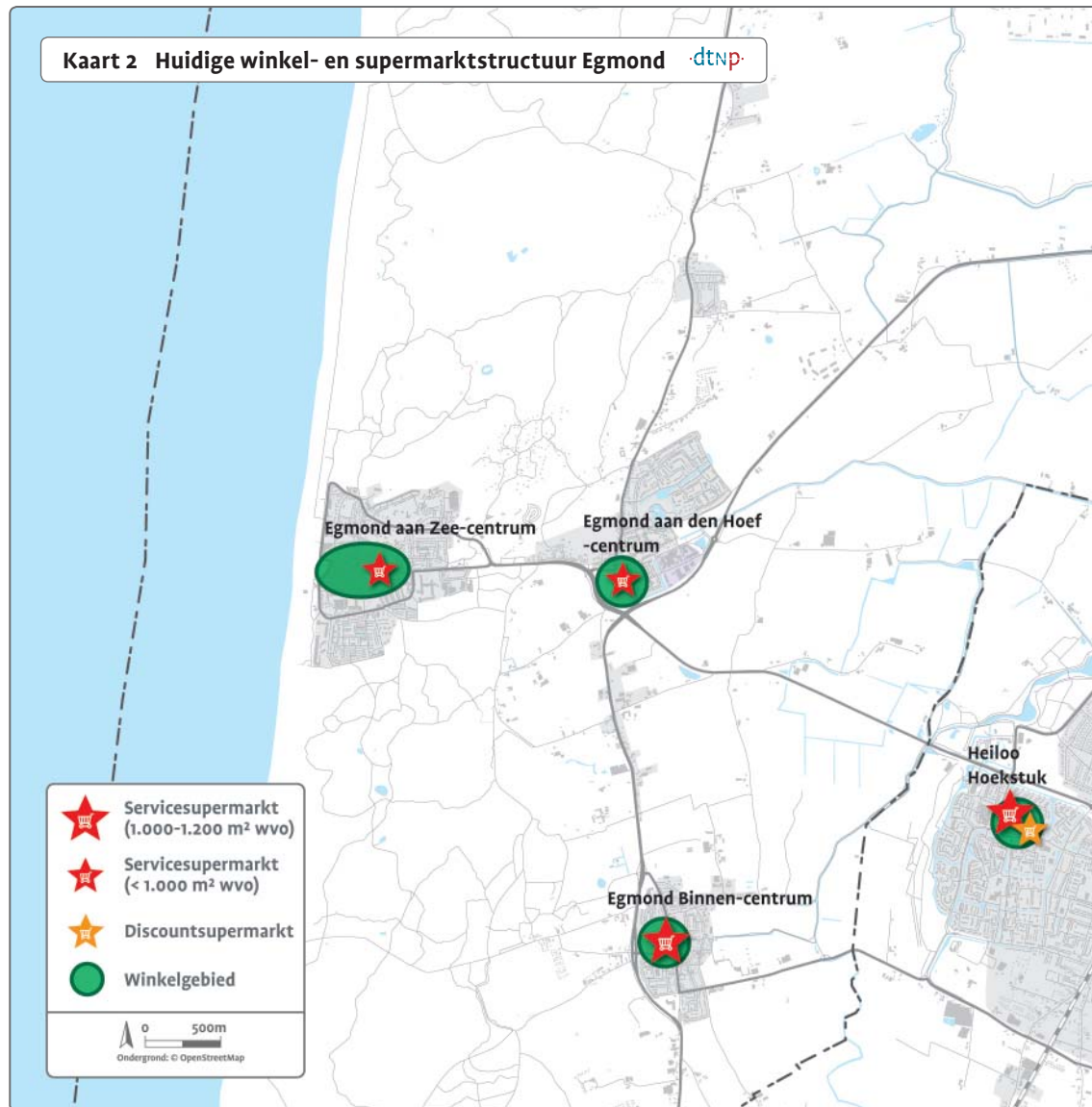
Huidige supermarkt Egmond aan Zee te klein



Supermarkt Egmond aan den Hoef wil vergroten



Egmond-Binnen heeft grootste Egmondse supermarkt



In de visie heeft het centrum van Egmond aan Zee wel een andere positie in de structuur dan in Egmond aan den Hoef en Egmond-Binnen. In de visie wordt voor Egmond aan Zee behoud van een divers aanbod in het dorpscentrum nagestreefd. In Egmond aan den Hoef en Egmond-Binnen blijft het bijpassende aanbod beperkt tot een supermarkt en enig aanvullend aanbod (supermarkt+). Voor een uitgebreider aanbod zijn inwoners van deze kernen aangewezen op Egmond aan Zee en overige omliggende centra.

Voor Egmond aan Zee is versterking van dagelijks aanbod gewenst door ontwikkeling van een moderne servicesupermarkt aan de oostelijke entree van het centrum, gelijk aan de locatie van het huidige initiatief. Verplaatsing van de huidige kleine servicesupermarkt heeft hierbij de voorkeur.

Voor Egmond aan den Hoef geldt dat uitbreidingsplannen worden toegestaan, mits passend bij de lokale verzorgingsfunctie.

3 Winkeltrends

De landelijke winkelmarkt is momenteel aan forse veranderingen onderhevig. Een aantal trends versterkt elkaar. Er vindt een wijziging plaats van een groei- naar een verdringingsmarkt. Nieuwe initiatieven leiden veelal tot leegstand op andere locaties. Achterliggende oorzaken worden hieronder kort geschetst.

3.1 Schaalvergroting gaat door

Enorme toename winkelaanbod

Het totale winkeloppervlak in Nederland is tussen 2003 en 2013 circa 16% gegroeid tot circa 28 miljoen m² winkeloppervlak (wvo). Daarbovenop staat circa 3,2 miljoen m² wvo leeg (ruim 10% van het totale beschikbare winkeloppervlak). Deze enorme toename van aanbod is het gevolg van schaalvergroting van winkels (kostenreductie, ruim assortiment) en realisatie van veel nieuwe winkelprojecten (vooral op perifere locaties, buiten centra).

Schaalvergroting: kleine centra verdwijnen

Door het groeiende aanbod zijn de keuze-mogelijkheden voor (de steeds mobielere)

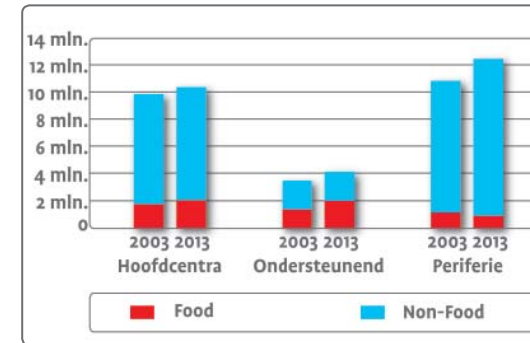
consumenten aanzienlijk toegenomen. Voor kleine winkelclusters is het steeds moeilijker om aan de toenemende eisen van de consument (compleet aanbod en keuze) te voldoen. Hierdoor vindt geleidelijk ook schaalvergroting plaats in de winkelstructuur. Het gevolg is dat het aanbod in kleinere winkelcentra verschaalt of zelfs uit de winkelstructuur verdwijnt.

Schaalvergroting: omvang per winkel neemt toe

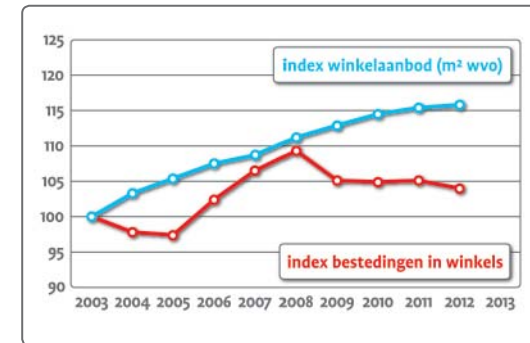
Nieuwe winkelruimte is gemiddeld groot, kleine winkels verdwijnen vaker (consument waardeert groter assortiment). De gemiddelde winkel groeide in 10 jaar tijd van circa 215 m² wvo naar circa 277 m² wvo eind 2013. Deze trend zet naar verwachting door.

Schaalvergroting: meer m², minder winkels

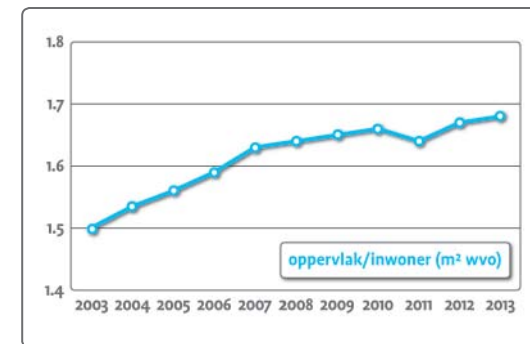
Doordat het winkeloppervlak sneller groeide dan de bevolking kreeg elke inwoner er in de afgelopen 10 jaar bijna 15% winkelmeters bij. Het aantal verkooppunten (vkp) per consument nam echter af, oftewel minder winkels per inwoner. Toenemende filialisering is ook een schaalvergrotingstrend.



Winkelvloeroppervlak in Nederland is toegenomen



Balans tussen vraag en aanbod is verstoord



Flinke toename winkeloppervlak per inwoner

3.2 Wijzigende bestedingen

Bestedingen nemen af

De groei van de bestedingen blijft achter bij de groei van het aanbod. Consumenten besteden minder als gevolg van de economische recessie. Ook demografische ontwikkelingen, zoals krimp en vergrijzing van de bevolking, hebben effecten op de bestedingen. Ouderen zijn meer gericht op de voorzieningen in de buurt, maar geven aan luxe-artikelen minder uit dan personen in de opbouwfase van hun leven (o.a. meubels, mode en elektronica). In de voedingsmiddelensector neemt de omzet echter nog steeds toe (basisbehoefte).

Verschuiving bestedingen naar internet

Bestedingen nemen niet alleen af, er vindt ook een verschuiving plaats naar webwinkels. De rol van internet was tot voor kort nog bescheiden en groeide in de afgelopen 10 jaar van 1% naar 6% marktaandeel. In bepaalde branches is het marktaandeel veel hoger (24% in vrije tijd, 17% in elektronica)*.

Naar verwachting komt internet als volwaardig aankoopkanaal de komende jaren verder op gang; techniek en logistiek ontwikkelen zich, generaties consumenten groeien op met internet. Het marktaandeel van internet in non-fooddetailhandelsbestedingen bedraagt inmiddels circa 10% en zal dit decennium toenemen. Internet biedt bestaande winkels kansen op meer omzet (multichannel). In belangrijke mate zal dit vooral leiden tot een verschuiving van omzet en per saldo een afname van het winkeloppervlak.

Nog enige groei in levensmiddelenbranche

De grote druk op de bestedingen is vooral merkbaar in de niet-dagelijkse sector. In de levensmiddelenbranche is nog wel sprake van enige omzetgroei. Ook hier is echter in toenemende mate sprake van een verzadigde markt als gevolg van voortdurende expansie en schaalvergroting van het aanbod. De toename van omzet wordt vooral gerealiseerd door de grote supermarktketens. Ook is een toename van dagelijkse aankopen via internet te verwachten.

Veranderend boodschappengedrag consumenten

Bij het doen van boodschappen hebben consumenten in toenemende mate behoefte aan gemak en efficiëntie. Consumenten besteden steeds minder tijd aan boodschappen doen. Inkopen moeten snel en gemakkelijk gedaan kunnen worden, liefst op één locatie waar alle boodschappen in één keer gedaan kunnen worden.

Schaalvergroting van supermarkten

Om aan deze wensen te kunnen voldoen (ruim assortiment, gemak, comfort) hebben supermarkten een steeds groter winkeloppervlak nodig. Supermarkten worden dan ook gemiddeld steeds groter. Het aantal kleinschalige supermarkten (< 800 m² vvo) is de afgelopen jaren fors afgenomen. Vooral supermarkten met minder dan 400 m² vvo verdwijnen snel. Het aantal supermarkten met een omvang tussen de 1.200 en 1.600 m² vvo is daarentegen de afgelopen jaren behoorlijk gegroeid**. Met grotere supermarkten worden de verzorgingsgebieden van supermarkten ook steeds groter en blijven per saldo minder supermarkten over. Een eigentijdse servicesupermarkt heeft tegenwoordig een

* I&O (2011), Koopstromenonderzoek Randstad

** HBD (2013), Feiten & cijfers supermarkten

minimale omvang nodig van 1.000 á 1.200 m² wvo voor een gezonde exploitatie.

Discounters kunnen met iets minder uit de voeten (800 á 1.000 m² wvo).

3.3 Afname behoefte aan winkels

Leegstand door afnemende behoefte

De gevolgen van de ontwikkelingen zijn groot in de winkelmarkt. De groei van internet, en demografische ontwikkelingen (krimp, vergrijzing) leiden tot een afnemende behoefte aan fysieke winkels. Formules met een groot oppervlak en/of veel vestigingen verdringen kleinschalige spelers. Naar verwachting zal het winkelaanbod hierdoor de komende jaren afnemen, met een toename van structurele leegstand tot gevolg.

De nieuwe winkelmarkt: gevolgen selectief

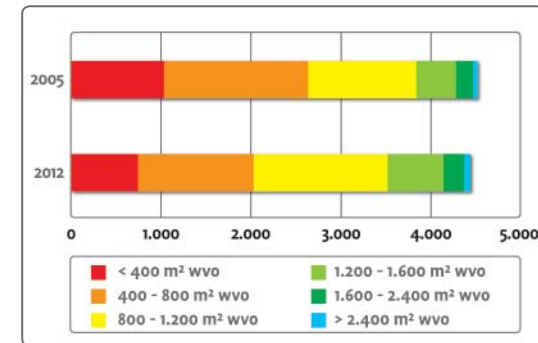
De ontwikkelingen in de winkelmarkt hebben verschillende gevolgen per type winkelgedrag en type winkelgebied. Per saldo zullen winkels op goede locaties winkels op zwakke locaties verdringen. Dit betekent bedreigingen (toename van structurele leegstand) voor het ene winkelgebied, en kansen voor het andere. Grote hoofdcentra (binnensteden) hebben een

sterke uitgangspositie door het grote aanbod en kunnen zich met sfeer en beleving onderscheiden van internet. Ook boodschappen-centra blijven kansrijk, mits het aanbod compleet is en keuze biedt in de nabijheid van de consument (gemak). Winkellocaties die hier niet aan voldoen, doordat het aanbod te beperkt is of doordat ze buiten reguliere winkelgebieden liggen, zijn kwetsbaar.

Belang supermarkt voor wijk- en dorpscentra

Voor versspecialzaken vormen de supermarkten behoorlijke concurrentie. In 2002 werd 73% van de uitgaven aan voedingsmiddelen gedaan in supermarkten. In 2012 is dit gegroeid tot 79% (HBD, 2013). Anderzijds kunnen specialzaken ook niet zonder de nabijheid van een supermarkt. Supermarkten zijn grote publiekstrekkers (al gauw 10.000 bezoekers per week) waar andere winkels van kunnen profiteren. Uit onderzoek blijkt dat 75% van de supermarkt-bezoekers ook een of meer andere winkels bezoekt, mits er een goede ruimtelijke relatie is tussen de winkels en de supermarkt (goede zichtrelatie, korte loopafstand)*.

* DTNP (2010), Combinatiebezoek supermarkten en dagelijkse specialzaken



Ontwikkeling aantal supermarkten naar omvang



Specialzaak kan profiteren van nabijheid supermarkt



Internettaandeel in de food nog steeds klein: < 1%

Consumenten en dagelijkse boodschappen: keuze en kritische massa

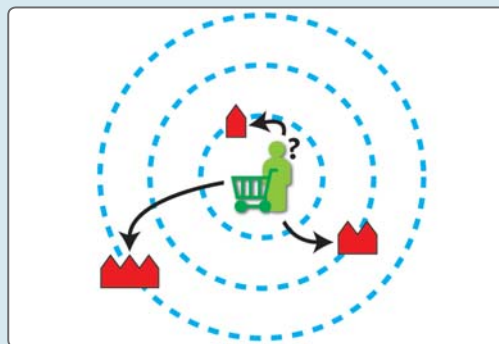
Waar consumenten hun dagelijkse boodschappen doen is een continue afweging tussen de bereidheid een afstand af te leggen en het aanwezige aanbod (keuze) op de aankooplocatie. Consumenten vragen om een steeds ruimere keuze in het assortiment. Zij zijn daarvoor vaker bereid en in staat om een grotere afstand af te leggen.

Supermarkten kunnen alleen een ruimer assortiment met speciale(re) (vers-) producten aanbieden als er voldoende bezoekers zijn om de producten aan te verkopen. Alleen supermarkten met een groter verzorgingsgebied kunnen daardoor een ruim assortiment bieden.

Voor een boodschappencentrum als geheel geldt hetzelfde. Een compleet boodschappencentrum (twee of meer supermarkten, diverse (vers)speciaalzaken en drogisten) heeft een groter verzorgingsgebied nodig dan een klein buurtwinkelcentrum met maar één supermarkt en enkele andere winkels.

De consument kiest steeds vaker voor het complete boodschappencentrum (veel keuze) in plaats van de kleine buurtsupermarkt of het buurtwinkelcentrum (weinig keuze). Buurtwinkelcentra zijn steeds minder interessant voor consumenten en daardoor ook voor winkeliers. Deze locaties verliezen het van de grotere wijk- of dorpscentra.

De rol van internet is tot op heden klein in de dagelijkse sector. Een belangrijke reden daarvoor is dat de distributie van versproducten moeilijk is en daardoor erg kostbaar. Daarnaast willen consumenten graag hun eigen versproducten uitzoeken.



Continue afweging tussen afstand en keuze

3.4 Egmond en de trends

Supermarkten zijn op termijn te klein

De uitbreidingsbehoefte van met name de servicesupermarkt in Egmond aan Zee ($\pm 680 \text{ m}^2$ vvo) is vanuit de trends in het koopgedrag van consumenten (compleet boodschappenassortiment) goed te verklaren. Ook de supermarkt in Egmond aan den Hoef ($\pm 880 \text{ m}^2$ vvo) is voor hedendaagse begrippen aan de kleine kant.

Supermarkt cruciaal in Egmondse centra

De boodschappenfunctie is in overwegend lokaal-functionerende winkelcentra de afgelopen jaren nog belangrijker geworden. De aanwezigheid van een supermarkt met een moderne omvang is hierdoor cruciaal als boodschappenbasis en belangrijkste publiekstrekker. Het centrum van Egmond aan Zee heeft, als hoofdkern van Egmond en de toeristische functie, een breder aanbod dan enkel boodschappenwinkels. Ook hier zorgt de supermarkt de hele week (ook in het laagseizoen) voor bezoekers (kansen combinatiebezoek andere winkels) en is de aanwezigheid van tenminste één moderne supermarkt cruciaal. De oriëntatie op winkels met niet-dagelijks aanbod neemt immers af (leegstandsrisico).

4 Beoordeling initiatieven

4.1 Indicatie distributieve ruimte

Actuele indicatie distributieve ruimte

Om de wenselijkheid van de supermarktinitiatieven te beoordelen is inzicht in de kwantitatieve haalbaarheid en kwalitatieve effecten gewenst. Daartoe is op basis van de meest actuele cijfers en prognoses de distributieve ruimte voor supermarkten in Egmond indicatief berekend (zie tabel 2). Voor een uitgebreidere toelichting op de berekening, zie bijlage 1.

Koopkrachtbinding met moderne supermarkten

Uitgaande van realisatie van beide initiatieven ontstaat een situatie met in elke Egmondse kern een servicesupermarkt met een moderne omvang. Een gezamenlijk koopkrachtbinding van circa 75% acht DTNP reëel haalbaar. Afvloeiing zal naar verwachting plaats blijven vinden naar omliggende kernen met een ruimer aanbod in aanvullende supermarktformules, met name Bergen en Heiloo.

Toevloeiing vooral door toerisme

Gezien de (versterkte) supermarktstructuur in de kernen rondom Egmond kan gesteld worden

dat de concurrentiepositie van Egmond in het meest positieve geval gelijk is gebleven ten opzichte van 2007. Ook na uitbreiding van beide supermarktinitiatieven zal toevloeiing van bestedingen door inwoners uit omliggende kernen beperkt zijn.

Toevloeiing van omzet in de supermarkten bestaat in belangrijke mate uit toeristische omzet. Afgelopen jaren is het verblijfstoerisme in en om Egmond gegroeid. Naar verwachting bedraagt de totale toevloeiing circa 30%.

Uitbreidingsplannen groter dan -ruimte

Vraag en aanbod is in de huidige situatie op de schaal van Egmond in evenwicht. Enige uitbreiding van het supermarkt-aanbod in Egmond is vanuit kwantitatief oogpunt mogelijk. Bij realisatie van beide initiatieven ontstaat enige overmaat aan supermarkt-meters, ook bij verplaatsing/opheffing huidige supermarkt in Egmond aan Zee (tabel 2). Als gevolg hiervan ligt het functioneren van de supermarkten naar verwachting onder het landelijk gemiddeld niveau ($\pm 15\%$ lager). Door het beperkte draagvlak in Egmond-Binnen (± 2.500 inwoners in 2020) zal de supermarkt in deze kern naar verwachting ondergemiddeld (blijven) functioneren.

Tabel 2 Uitkomst indicatieve berekening haalbaar supermarktaanbod Egmond*

Inwonertal 2020	11.300
Koopkrachtbinding	75%
Koopkrachttoevloeiing	30%
Haalbaar aanbod (m ² wvo)	2.800
Aanwezig aanbod (m ² wvo)	2.600
Aanbod na uitbreidingen (m ² wvo)	3.350

* uitgaande van verplaatsing bestaande supermarkt Egmond aan Zee

4.2 Kwalitatieve afwegingen

Grotere supermarkt Egmond aan Zee cruciaal

Het supermarktinitiatief met een goede parkeer-voorziening aan de rand van het centrum van Egmond aan Zee is beleidsmatig een zeer wenselijke ontwikkeling. Een grotere supermarkt (> 1.000 m² wvo) in Egmond aan Zee heeft een cruciale rol als publiekstrekker voor het overige winkelaanbod in het centrum (draagt duurzaam bij aan het op gang brengen van passantenstromen, ook buiten het hoogseizoen). Minder centrum-bezoekers zal leiden tot verschraling van het aanbod (minder winkels en minder diversiteit in aanbod). De huidige supermarkt is te klein om deze trekkersrol op een goede manier te kunnen blijven vervullen, zeker wanneer de goed bereikbare supermarkt in Egmond aan den Hoef vergroot wordt.



Beleidsmatige prioriteit bij supermarkt Egmond aan Zee



Ontwikkelingslocatie grotere supermarkt complex



Egmond a/d Hoef: maximaal supermarkt+-centrum

Bij voorkeur is de supermarkt in Egmond aan Zee de grootste van Egmond. Belangrijke andere randvoorwaarde voor de trekkersrol is de functioneel-ruimtelijke (zicht-)relatie tussen de nieuwe supermarkt en de overige winkels. In die situatie worden de potentiële kansen op synergie met andere winkels optimaal benut. Inpassing en ontwikkeling van een grote supermarkt op deze centrumlocatie is complex maar zeer gewenst. De meerwaarde van een moderne supermarkt in Egmond aan Zee is groter dan in Egmond aan den Hoef.

Doordat de uitbreidingsruimte beperkt is, heeft het de voorkeur te streven naar verplaatsing van de bestaande centrumsupermarkt. Vanwege het belang van de supermarktontwikkeling voor het centrum als geheel is invulling door een andere supermarkt een mogelijkheid op het moment dat de huidige supermarktformule niet zal verplaatsen.

Egmond a/d Hoef na uitbreiding maximum bereikt

Enige schaalvergroting van de huidige supermarkt in Egmond aan den Hoef, tot een moderne maat, sluit aan bij lokale verzorgingspositie, conform de detailhandelsstructuurvisie (lokaal supermarkt+-aanbod). Na realisatie van het supermarktinitiatief is in Egmond aan den

Hoef de maximaal gewenste omvang van het winkelaanbod bereikt. Deze ontwikkeling is eenvoudig te realiseren (interne verplaatsing van de achterwand).

Verdere winkeluitbreiding zet het functioneren van het dagelijkse winkelaanbod in Egmond aan Zee mogelijk onder druk, doordat het efficiënt opgezette en goed bereikbare centrum van Egmond aan den Hoef een te compleet en concurrerend alternatief op het centrum van Egmond aan Zee wordt. Afnemende bezoekersaantallen, ook vanuit Egmond aan Zee zelf, betekenen een afname van omzetspotentieel voor niet-dagelijks winkelaanbod in het centrum van Egmond aan Zee. Verdere uitbreiding bovenop het huidige supermarktinitiatief is ongewenst om de gewenste positie van het centrum van Egmond aan Zee niet te ondermijnen.

Zekerheid dat er komende jaren geen supermarktinitiatieven buiten het centrum van Egmond aan Zee zullen plaatsvinden (verdere uitbreiding of nieuwvestiging) is bovendien gewenst om de haalbaarheid van de centrumversterkende supermarktontwikkeling te vergroten (beperking risicoprofiel). Aan toekomstige uitbreidingsinitiatieven van supermarkten zal geen beleidsmatige medewerking worden verleend, conform

het toetsingskader van het vigerend detailhandelsbeleid. De maximale omvang van de supermarkten in Egmond aan den Hoef en Egmond-Binnen, passend bij de verzorgingsfunctie, is immers bereikt.

4.3 Afweging overige detailhandel

Kans versterking trekkerbeeld Egmond aan Zee

Indien de nieuwe supermarktuunit ingevuld wordt met de verplaatsing van de huidige supermarkt, betekent dit een leegkomend pand aan de Voorstraat 90. Dit pand heeft een strategische ligging aan het begin van de winkelstraat tussen de nieuwe supermarkt en het diverse winkel- en horeca-aanbod richting het strand.

In de detailhandelsstructuurvisie wordt versterking van de boodschappenfunctie wenselijk geacht. Naast uitbreiding van de supermarkt kan dit ook gezocht worden in de toevoeging van een formule in het frequent benodigde niet-dagelijkse aanbod in de branche huishoudelijk of klein warenhuis. In het hoofdcentrum van Egmond (± 11.200 inwoners) met een sterke toeristische aantrekkingskracht is vestiging van een Hema, Action of Blokker/ Marskramer mogelijk kansrijk. Ook de pandkwaliteiten sluiten in belangrijke mate aan bij de

eisen van deze formules. Een dergelijke publiekstrekker in deze branche ontbreekt in het centrum.

De huidige centrumbestemming (detailhandel) kan voor de begane grond worden gehandhaafd.

Geen extra winkelruimte Egmond aan den Hoef

Met het verdwijnen van de bibliotheek blijft er na vergroting van de supermarkt nog circa 400 m² over. Invulling van deze ruimte met één of enkele winkels is beleidsmatig ongewenst. Door het toevoegen van winkels kan een sterker en completer boodschappen-aanbod ontstaan dan in de visie beoogd (lokaal supermarkt+). Ongewenst gevolg hiervan is dat de oriëntatie op het centrum van Egmond aan Zee zal afnemen, waardoor voortbestaan van een diverse aanbod onder druk kan komen te staan. Verdere uitbreiding impliceert een wijziging in de onderlinge posities van Egmond aan Zee en Egmond aan den Hoef binnen de totale winkelstructuur van gemeente Bergen.

Aandachtspunt hierbij is dat op dit moment invulling van de resterende bibliotheekruimte met detailhandel wordt toegestaan in het bestemmingsplan (bestemming 'gemengd': functies detailhandel en wonen).



Voorstraat 90: geschikte locatie en pand voor winkel



Kans versterking in vorm van boodschappenformule



Rest bibliotheek geen detailhandel gewenst

5 Beantwoording vragen

Vraag 1:

Hoe kan het supermarktininitiatief in Egmond aan Zee worden beoordeeld, rekening houdend met beleid (detailhandelsstructuurvisie) en de actuele situatie en ontwikkelingen?

Antwoord:

De ontwikkeling van een supermarkt van moderne omvang aan de oostzijde van het centrum van Egmond aan Zee is anno 2014 nog steeds een zeer wenselijke ontwikkeling. De trekkersrol van supermarkten in kleinere winkelcentra is de afgelopen jaren alleen nog maar belangrijker geworden. De huidige supermarkt is te klein om deze trekkersrol te kunnen blijven vervullen. De ontwikkeling van een sterke supermarkt, bij voorkeur de grootste van Egmond, is cruciaal voor behoud van een divers overig winkelaanbod in het hoofdcentrum van Egmond. Een goede parkeersituatie (bronzpunt) en zichtrelatie met de andere winkels zijn hierbij harde randvoorwaarden. Omdat de uitbreidingsruimte voor supermarkten in Egmond beperkt is, gaat

het bij voorkeur om verplaatsing van de bestaande supermarkt in het centrum (C1000/Jumbo), die behoefte heeft aan uitbreiding. Vanwege het belang van de supermarktontwikkeling voor het centrum als geheel is invulling door een andere supermarkt ook een mogelijkheid op het moment dat de huidige supermarktformule niet zal verplaatsen.

Vraag 2:

Wat betekent verplaatsing van de supermarkt in Egmond aan Zee voor de bestemming op de vrijkomende locatie? Welke functie is hier gewenst?

Antwoord:

Bij verplaatsing/opheffing van de huidige supermarkt aan de Voorstraat 90 is herinvulling met een winkel gewenst. Vestiging van een Hema, Action of Blokker/Marskramer is mogelijk een kansrijke aanbodversterking. Een dergelijke publiekstrekker in de branche huishoudelijk/klein warenhuis ontbreekt in het centrum. De pandkwaliteiten en de locatie (tussen supermarkt en overig aanbod) sluiten in belangrijke mate aan bij vestigingseisen. De huidige centrumbestemming (detailhandel) kan voor de begane grond worden gehandhaafd.

Vraag 3:

Hoe kan het supermarktininitiatief in Egmond aan den Hoef worden beoordeeld, rekening houdend met beleid (detailhandelsstructuurvisie) en de actuele situatie en ontwikkelingen?

Antwoord:

Enige schaalvergroting van de huidige supermarkt in Egmond aan den Hoef kan worden toegestaan om tot een volwaardige en toekomstbestendige maat voor een servicesupermarkt te komen. Ook vanuit de beleidsmatig gewenste functie en positie van het centrum als lokaal centrum (supermarkt+) is enige uitbreiding te verantwoorden.

Rekening houdend met de volgende argumenten moet deze uitbreiding van de supermarkt naar circa 1.200 m² wvo tevens als de maximaal gewenste omvang worden beschouwd:

- het draagvlak in de drie Egmondse kernen is (te) beperkt (tabel 2);
- de supermarkt aan de oostelijke centrumtree in Egmond aan Zee is minimaal even groot als, liefst groter dan, die in Egmond aan den Hoef;
- de supermarkt in Egmond aan den Hoef heeft in het detailhandelsbeleid slechts een lokale verzorgingsfunctie;

- een supermarkt van circa 1.200 m² wvo kan als voldoende ruim en eigentijds worden gekenschetst.

Verdere uitbreiding impliceert een wijziging in de onderlinge posities van Egmond aan Zee en Egmond aan den Hoef binnen de totale winkelstructuur van gemeente Bergen.

Vraag 4:

Hoe kan overige vergroting van de hoeveelheid detailhandel in de huidige bibliotheek in Egmond aan den Hoef worden beoordeeld?

Antwoord:

Voor de overige 400 m² vrijkomende bibliotheekruimte in Egmond aan den Hoef is invulling met detailhandel beleidsmatig ongewenst. Door extra winkels komt de gewenste positie van het centrum van Egmond aan Zee als hoofdcentrum van Egmond mogelijk onder druk te staan, doordat bezoekersaantallen afnemen en omzetpotenties voor het (nu nog) diverse winkel-aanbod in dat centrum afneemt. Aandachtspunt hierbij is dat op dit moment invulling van de resterende bibliotheekruimte met detailhandel wordt toegestaan in het bestemmingsplan.

Vraag 5:

Hoe kan de combinatie van beide initiatieven worden beoordeeld, welke effecten hebben beide initiatieven op elkaar? Is rekening houdend met beleid (detailhandelsstructuurvisie) en de actuele situatie en ontwikkelingen een keuze voor een van beide gewenst?

Antwoord:

De supermarktinitiatieven zijn, rekening houdend met beleid en ontwikkelingen, beide gewenst. Beide supermarkten krijgen een onderling vergelijkbare en moderne omvang.

Vergroting van de supermarkt in Egmond aan Zee is door ruimtelijke mogelijkheden in het centrum complex, maar beleidsmatig cruciaal. Om deze reden is de uitbreiding van de supermarkt in Egmond aan den Hoef tot 1.200 m² wvo (1.500 m² bvo) tevens de maximale maat voor deze supermarkt. Voor de overige vrijkomende bibliotheekruimte in het winkelcentrum wordt invulling met supermarktmeters en/of overige winkels derhalve ten zeerste afgeraden. Verdere uitbreiding bovenop het huidige supermarktinitiatief is bovendien niet passend bij de gewenste lokale verzorgingspositie van dit

centrum en ondermijnt de gewenste positie van het centrum van Egmond aan Zee.

In Egmond aan Zee kan daarentegen juist een iets grotere supermarkt dan nu beoogd (1.300 m² bvo) toegestaan worden, indien dit inpasbaar is in het centrum, met voldoende parkeren en behoud van een goede (zicht-) relatie met het overige winkelaanbod. Dit om de gewenste functie en positie van het centrum te kunnen vasthouden in een gewijzigde winkelmarkt waar het functioneren van niet-dagelijks winkelaanbod onder druk staat.

Voorkomen dient te worden dat de gewenste functie en positie van Egmond aan Zee als hoofdcentrum van Egmond onder druk gezet wordt door onzekerheid over toekomstige winkelontwikkelingen buiten het hoofdcentrum van Egmond. Onzekerheid heeft een negatief effect op het risicoprofiel en daarmee de haalbaarheid van de supermarktontwikkeling in het centrum van Egmond aan Zee. De gemeente kan deze onzekerheid wegnemen door aan het toetsingskader van het vigerende ruimtelijke detailhandelsbeleid vast te blijven houden. Ongewenste supermarktinitiatieven zullen beleidsmatig niet toegestaan worden.

Bijlage 1 **Distributieve mogelijkheden supermarktaanbod Egmond**

Distributieplanologisch onderzoek (dpo)

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

Variabelen

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

Verzorgingsgebied

Egmond bestaat uit drie kernen: Egmond aan Zee, Egmond aan den Hoef en Egmond-Binnen. Momenteel telt Egmond circa 11.200 inwoners. Dit

aantal blijft komende jaren stabiel. De huidige prognose gaat uit van circa 11.300 inwoners in 2020*.

Gemiddelde omzet per inwoner

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

In Nederland is de totale omzet van winkels in 2012 circa € 82,8 mld (exclusief BTW). Dit betekent een gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking per jaar van circa € 4.950. Hiervan wordt € 1.890 omgezet in supermarkten**.

Wanneer het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner in het verzorgingsgebied afwijkt van het Nederlands gemiddelde is het gewenst de gemiddelde omzetcijfers per hoofd aan te passen. Voor winkels met dagelijks aanbod, waaronder supermarkten, is het gebruikelijk het omzetcijfer per hoofd aan te passen met een correctie van ¼ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde. Omdat het gemiddeld besteedbaar inkomen in Egmond 4% boven het landelijk gemiddelde ligt***, gaan we uit van iets hogere omzetcijfers per inwoner. Voor supermarkten gaan wij uit van € 1.910 (€ 1.890 + (¼ x 4% x € 1.890)).

* Huidig inwonertal: website gemeente Bergen, inwonertal per 01-01-2014

Prognose: I&O (2013), Demografische ontwikkeling gemeente Bergen

** HBD (2013), Omzetkengetallen 2011/2012 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, bewerking DTNP

*** CBS (2012), StatLine databank

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

Niet alle bestedingen van inwoners van Egmond komen terecht in het eigen winkelapparaat. Het aandeel van de totale bestedingen van inwoners van Egmond dat terecht komt in de eigen supermarkten noemen we de koopkrachtbinding. Op basis van geactualiseerde aannames, zoals bij de Detailhandelsstructuurvisie Bergen (2007) gehanteerd (haalbare binding toen geschat op 70%), en op basis van recente koopstromenonderzoeken* wordt de haalbare koopkrachtbinding aan de Egmondse supermarkten bij de uitvoering van beide initiatieven (grotere supermarkten) ingeschat op circa 75%. Circa een kwart van de supermarktbestedingen wordt naar verwachting in omliggende kernen met een ruimer aanbod gedaan (o.a. Bergen en Heiloo).

Behalve bestedingen van inwoners van Egmond (primair verzorgingsgebied) ontvangen de supermarkten ook bestedingen van personen van buiten het primair verzorgingsgebied. Dit aandeel binnen de totale omzet noemen we de koopkrachttoevloeiing. Toevloeiing bestaat in Egmond hoofdzakelijk uit omzet uit verblijfstoerisme. Het aantal (geregistreerde) toeristische overnachtingen ligt in 2014 naar verwachting op circa 1.260.000 en is gebaseerd op de ontwikkeling in de afgelopen jaren. Bijna de helft van deze overnachtingen komt terecht in Egmond**. Daarnaast zorgen de vele miljoenen dagtoeristen voor extra omzet in de supermarkten. Het omzetaandeel uit koopkrachttoevloeiing wordt ingeschat op maximaal circa 30%.

* Gemeente Alkmaar (2010), Kooporiëntatiemonitor Noord-Kennemerland, trends 1996-2009, Omnibusonderzoek 1996-2009

I&O (2011), Koopstromenonderzoek 2011 (KSO), factsheet gemeente Bergen

** inschatting op basis van verdeling over de gemeentedelen in 2005

Gemiddelde omzet per m²

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m² (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in supermarkten circa € 8.140,- (excl. BTW) (HBD, 2013, bewerking DTNP). Voor Egmond hanteren wij deze gemiddelde omzet per m² als omzetnorm om goed te kunnen functioneren. Naar verwachting kunnen de supermarktformules in deze situatie (één aanbieder per dorp), ook met een iets lagere omzet per m² op voldoende niveau functioneren.

Indicatie distributieve mogelijkheden

Op basis van bovenstaande cijfers wordt een indicatieve berekening gemaakt van de distributieve mogelijkheden voor supermarkten in Egmond.

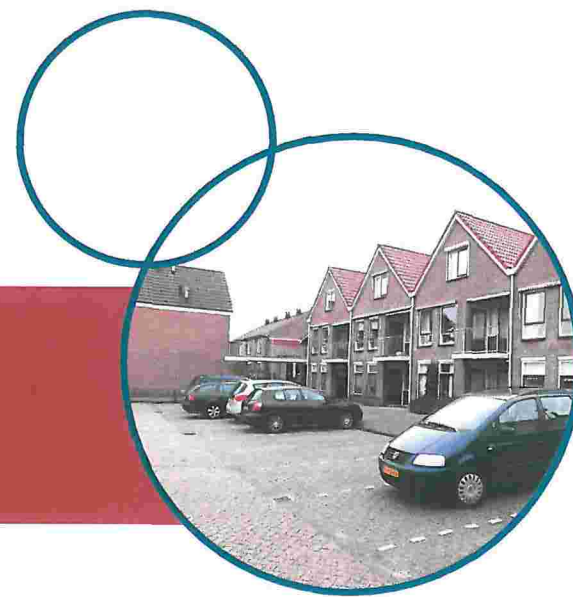
Indicatie distributieve mogelijkheden supermarkten in Egmond in 2020

Inwoners primair verzorgingsgebied (kern)	11.300
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 1.910
Koopkrachtbinding	75%
Koopkrachttoevloeiing	30%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 23,1 mln
Omzet/m ² (excl. BTW)	€ 8.140
Potentieel winkelaanbod m ² wvo	2.800
Aanwezig winkelaanbod m ² wvo	2.600

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



**Stedenbouwkundige inpassing
supermarkt Egmond aan Zee**





Opdrachtgever: Gemeente Bergen
Contactpersoon: De heer S. van Dam

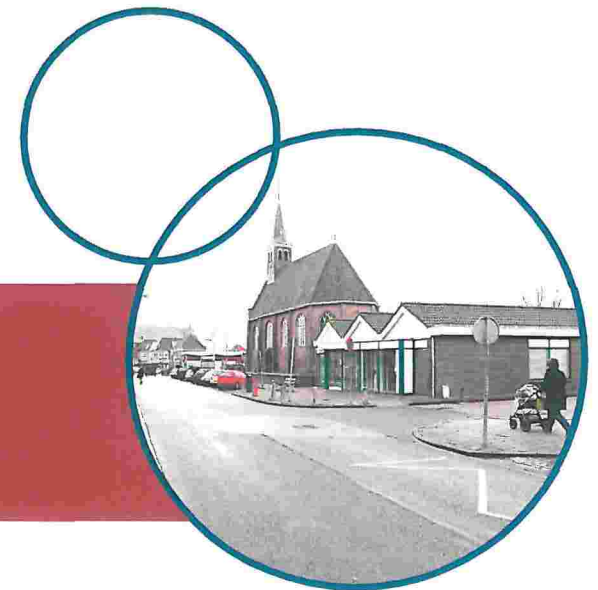
Projectteam DTNP: De heer J. Vlek
De heer R. Eijkelkamp

Projectnummer: 1362.1113
Datum: 24 maart 2014

Droogh Trommelen en Partners (DTNP)

Graafseweg 109 6512 BS Nijmegen
T 024 - 379 20 83 F 024 - 378 06 53
E info@dtnp.nl W www.dtnp.nl

**Stedenbouwkundige inpassing
supermarkt Egmond aan Zee**



Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
2	Beoordeling huidig plan	2
2.1	Trekkersrol supermarkten	2
2.2	Knelpunten	4
3	Alternatieve mogelijkheden	6
3.1	Uitgangspunten	6
3.2	Variant I	6
3.3	Variant II	10
3.4	Conclusies	13

1 Inleiding

Aanleiding

In 2007 is de detailhandelsstructuurvisie voor de gemeente Bergen door de gemeenteraad vastgesteld. In de visie wordt voor het centrum van Egmond aan Zee ingezet op de ontwikkeling van een eigentijdse supermarkt aan het begin van de Voorstraat (locatie VVV-kantoor), als publiekstrekker en duidelijke begrenzing van het centrumgebied.

Er is een plan in ontwikkeling voor de inpassing van een supermarkt van circa 1.300 m² bruto vloeroppervlak (bvo) op de beoogde locatie. Bij voorkeur gaat het om verplaatsing van de bestaande supermarkt in het centrum (C1000/Jumbo) die behoefte heeft aan uitbreiding.

Doel- en vraagstelling

De gemeente Bergen wil het initiatief houden voor een optimale stedenbouwkundige inpassing van een supermarkt aan het begin van de Voorstraat in Egmond aan Zee en heeft DTNP gevraagd hier een beknopte massastudie naar te verrichten. Op basis

hiervan kan de gemeente Bergen in het vervolgtraject een besluit nemen over het initiatief. De volgende onderzoeksvraag is geformuleerd:

- Op welke wijze kan een supermarkt op de beoogde locatie in Egmond aan Zee stedenbouwkundig optimaal worden ingepast, rekening houdend met functioneel-ruimtelijke randvoorwaarden (lay-out van de winkel, bevoorrading, parkeren) en de omgeving (andere winkels, wonen etc.)?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden, wordt het bestaande ontwikkelingsplan beoordeeld en wordt aangegeven of, en zo ja op welke onderdelen, het plan verbeterd kan worden.

Naast deze stedenbouwkundige opgave heeft de gemeente Bergen DTNP ook gevraagd om het initiatief distributief en beleidsmatig te beoordelen. Hier wordt in een aparte rapportage op ingegaan*.

* DTNP (2014), Beoordeling supermarktinitiatieven Egmond

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt het bestaande ontwikkelingsscenario, zoals dat door de ontwikkelaar is ingediend, beoordeeld op functionele en ruimtelijke aspecten. In hoofdstuk 3 wordt een tweetal alternatieve varianten aangedragen voor inpassing van de supermarkt op de beoogde ontwikkelingslocatie en wordt afgesloten met conclusies.

2 Beoordeling huidig plan

2.1 Trekkersrol supermarkten

Voordat de situatie aan de Voorstraat aan de orde komt, wordt eerst ingegaan op de rol van supermarkten voor winkelgebieden.

Structuurbepalend

Supermarkten zijn structuurbepalend voor de (dagelijkse) winkelstructuur. Zij fungeren als 'kurk' waar veel winkelcentra op drijven. Het zijn de dragers van de winkelstructuur en ze kunnen een grote bijdrage leveren aan versterking van de algehele winkelstructuur. Een supermarkt trekt al gauw zo'n 10.000 bezoekers per week. Uit onderzoek blijkt dat een groot deel van alle supermarktbezoekers ook nog andere nabijgelegen winkels bezoekt, mits de onderlinge relatie goed is (blz. 3). De aansluiting tussen een supermarkt en andere winkels is erg belangrijk voor het stimuleren van combinatiebezoek en faciliteren van synergie. De (zicht)relatie en loopafstand tussen de supermarktingang en de overige winkels in Egmond aan Zee zijn belangrijke aandachtspunten in de planvorming.

Randvoorwaarden

Om de trekkersrol te kunnen vervullen dient de supermarkt zelf ook aan enkele voorwaarden te voldoen. Het gaat om voldoende oppervlak voor een ruim assortiment, voldoende parkeren en een goede bereikbaarheid. Consumenten zijn steeds kritischer en de concurrentie wordt steeds groter. Alleen als aan deze voorwaarden wordt voldaan kan de supermarkt voldoende consumenten naar het centrum van Egmond aan Zee trekken. Bij voorkeur is bij de supermarkt een overcapaciteit aan parkeren beschikbaar, zodat deze publiekstrekker optimaal als bronpunt kan fungeren voor het hele centrum.

Zorgvuldige inpassing

Omdat supermarkten een grote omvang hebben is een goede inpassing een lastige opgave, zeker in centrumgebieden met een hoge bebouwingsdichtheid. Supermarkten hebben veel 'blinde' gevels en geven potentiële overlast (bevoorrading, verkeer). Om te voorkomen dat er stedenbouwkundig een onwenselijke situatie ontstaat is hier in de planvorming veel aandacht voor nodig, zeker daar het hier om een zichtbepalende locatie in Egmond aan Zee gaat.



Supermarkt trekt wekelijks circa 10.000 bezoekers



Voldoende ruimte voor ruim assortiment cruciaal



Aandacht voor zorgvuldige inpassing

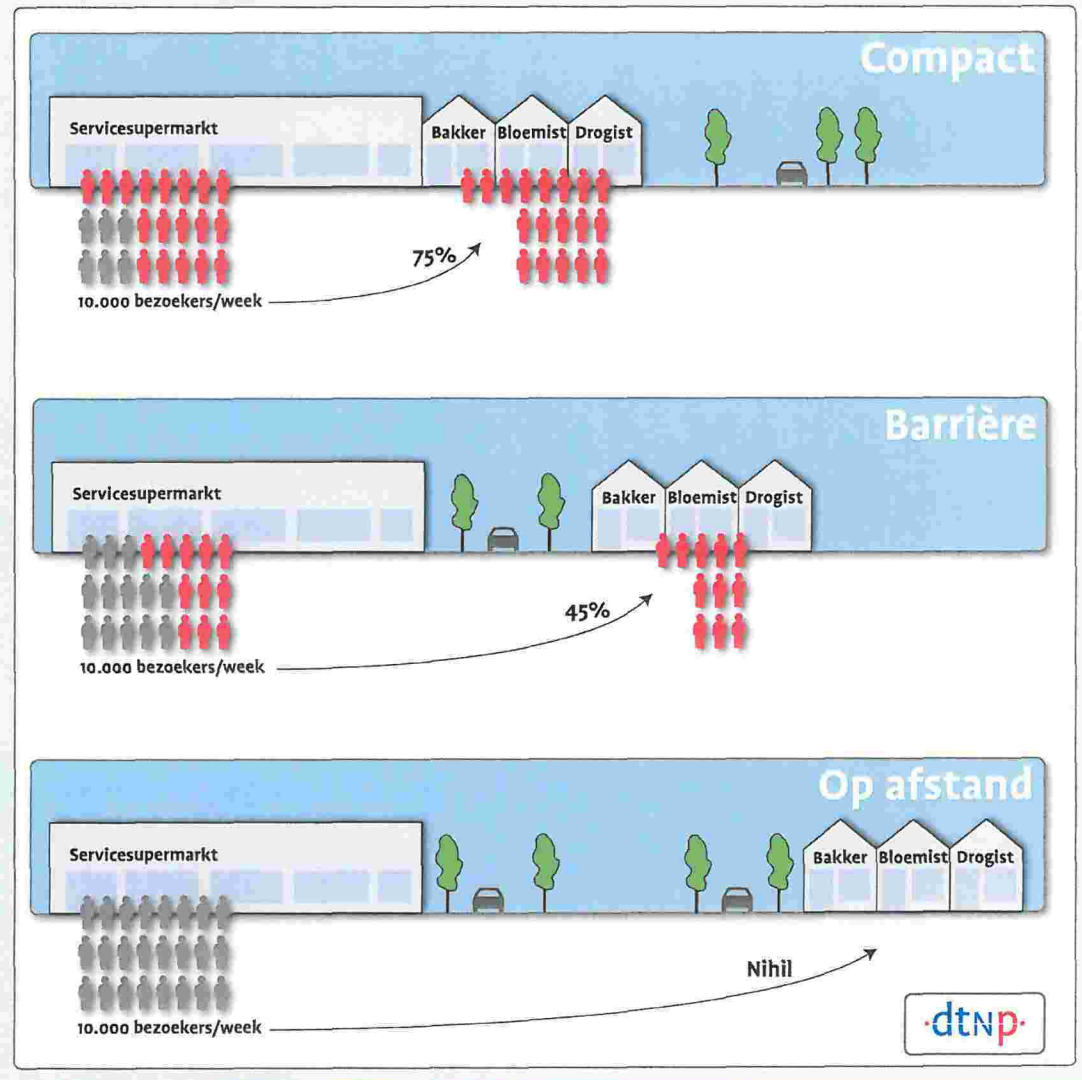
Combinatiebezoek supermarkten en speciaalzaken

Het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken is groot. Uit grootschalig onderzoek* onder 4.750 supermarktbezoekers in 30 dorps- en wijkcentra in Nederland blijkt dat gemiddeld 65% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnenloopt tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.

In centra waar de supermarkt op zeer korte afstand (tot 50 meter) van het overige winkelaanbod ligt (met de entree in het zicht) is het combinatiebezoek aanzienlijk hoger (75%) dan in situaties waar de ruimtelijke relatie minder goed is. Het combinatiebezoek neemt dan heel snel af.

Uit het onderzoek blijkt tevens dat de omvang van de supermarkt geen invloed heeft op het aandeel (%) supermarktklanten dat het bezoek combineert met andere winkels.

* DTNP (2010), Combinatiebezoek supermarkten en dagelijkse speciaalzaken



2.2 Knelpunten

Om combinatiebezoek en synergie zo goed mogelijk te faciliteren is een potentiële locatie aan de rand van het centrum aangewezen voor inpassing van een supermarkt. Hiervoor is een plan in ontwikkeling dat bestaat uit een supermarkt, appartementen en parkeren. De supermarkt krijgt een moderne maat (1.300 m² bvo) en er lijkt voor de supermarkt zelf voldoende parkeren gerealiseerd te kunnen worden. Wel heeft het plan een aantal ruimtelijke en functionele knelpunten (kaart 1).

Gesloten wanden aan openbare ruimte

Bij voorkeur grenzen de gesloten wanden van een supermarkt zoveel mogelijk aan gesloten wanden van andere bebouwing. De wanden van de supermarkt in het plan grenzen echter hoofdzakelijk aan openbare ruimte. Dit leidt tot een gesloten uitstraling en heeft negatieve effecten op de ruimtelijke beleving van het hele gebied, dat entree van het centrum is.

Matige (zicht)relatie parkeren en ingangen

Ondanks dat voldoende parkeren gerealiseerd kan worden, is een deel van het parkeren niet geschikt. Er is geen zichtrelatie tussen grote

delen van de parkeercapaciteit en de ingangen van de supermarkt. Dit leidt ertoe dat het parkeren gevoelsmatig op relatief grote afstand ligt van de supermarkt.

Relatie met het centrumgebied beperkt

De belangrijkste supermarktingang (aan het parkeerterrein) heeft geen relatie met overige winkels. Hierdoor is de kans op combinatiebezoek beperkt en kan het centrum beperkt profiteren van de publiektrekkende werking.

Bevoorrading in het zicht

Bevoorrading is in het plan gesitueerd in de Voorstraat. Hierdoor ligt het bevoorradingshof op de meest prominente plek in het zicht en op de looproute tussen de supermarktingang en het centrum. Dit kan leiden tot geluidsoverlast en een rommelige aanblik (rolcontainers e.d.) en komt het bevorderen van combinatiebezoek met het centrum niet ten goede.

Korte afstand tussen ingang en rijweg

De afstand tussen de zuidelijke ingang van de supermarkt en de weg waar auto's rijden is beperkt (circa 5 meter). Met name tijdens drukke piekmomenten kan dit gaan leiden tot gedrang en onveilige situaties.

Weinig ruimte voor fietsenstalling

Bij de zuidelijke supermarktingang is weinig ruimte voor fietsenstallingen. Uit onderzoek blijkt dat circa 30% tot 40% van supermarktbezoekers met de fiets komt. Om chaotische situaties te voorkomen is het verstandig hier wel voldoende ruimte voor te reserveren.

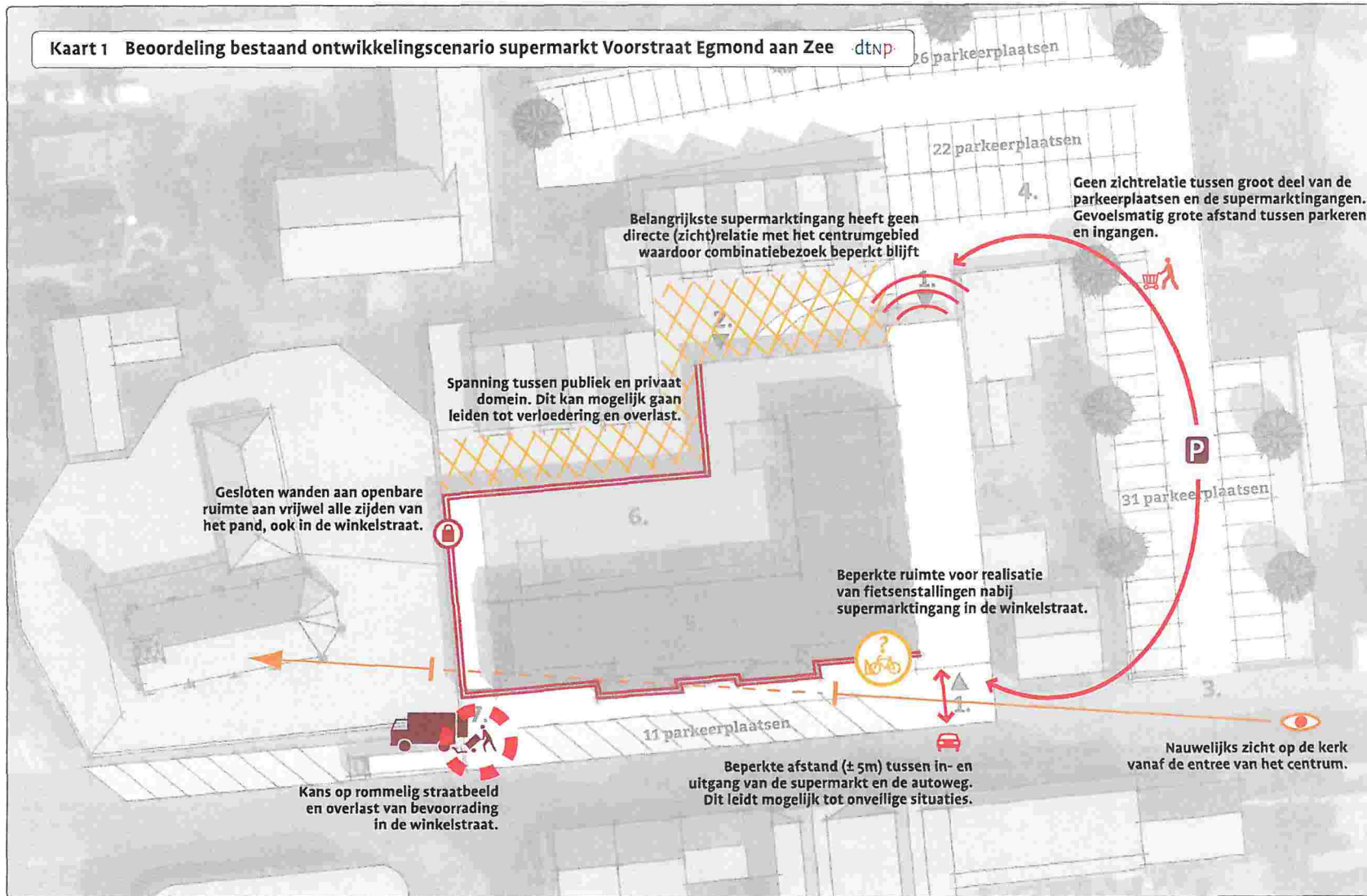
Beperkt zicht op de kerk

Doordat het gebouw erg dicht op de weg is gesitueerd en twee bouwlagen plus kap heeft, is de kerk als herkenningspunt vanaf de entree van het centrum (oostelijk deel Voorstraat) nauwelijks zichtbaar.

Spanning publiek en privaat domein

Tussen de supermarkt en de noordelijk gelegen woningen is in het plan een openbare groenstrook ingetekend. Hier is onder andere de ingang van de appartementen gelegen. Naar verwachting ontstaat hier spanning tussen het publieke en private domein. Het terrein is openbaar, maar heeft wel een erg besloten karakter. Daarnaast grenst het terrein direct aan de achterzijde van de woningen, maar zijn de bewoners geen 'eigenaar'. De kans bestaat dat het verloedert met zwerfvuil en er mogelijk overlast ontstaat.

Kaart 1 Beoordeling bestaand ontwikkelingsscenario supermarkt Voorstraat Egmond aan Zee dtNP



3 Alternatieve mogelijkheden

3.1 Uitgangspunten

Geconcludeerd kan worden dat het huidige plan in functionele en stedenbouwkundige zin gaat leiden tot een ongewenste situatie. Ten eerste kan de supermarkt als trekker slechts een beperkte bijdrage leveren aan het functioneren van het centrum. Hiervoor liggen de hoofdingang en het parkeren te ver weg en niet in het zicht van overige winkels, en is de looproute niet uitnodigend. Daarnaast leidt het plan tot een onaantrekkelijke stedenbouwkundige inpassing en een ongewenste uitstraling op deze zichtbepalende locatie in de entree van het centrum van Egmond aan Zee.

Naar verwachting zijn de knelpunten niet op te lossen door het plan alleen op onderdelen aan te passen. Om te komen tot een duurzame ontwikkeling zullen ook de uitgangspunten van het plan gewijzigd moeten worden. In dit hoofdstuk worden varianten voorgesteld die ons inziens wel kunnen leiden tot een ontwikkeling met een positieve bijdrage voor het centrum.

3.2 Variant I

In de eerste variant wordt uitgegaan van verplaatsing van de supermarktingang naar de westzijde van het plangebied. De supermarkt wordt als het ware omgeklapt. De ingang komt in de nabijheid en in het zicht van de overige winkels in het centrum te liggen en de bevoorrading wordt aan de achterzijde van het gebouw (mogelijk inpandig) gesitueerd zodat overlast wordt beperkt (kaart 2).

Consequentie is dat er een alternatieve oplossing nodig is voor het parkeren. Het geplande terrein ten oosten van de supermarkt ligt op te grote afstand. Een mogelijkheid is om een parkeergarage te realiseren. De supermarkt is dan vanuit de parkeergarage via een tapis roulant bereikbaar (kaart 3). Door de parkeergarage iets groter te maken dan de contour van het gebouw kan de parkeercapaciteit worden geoptimaliseerd en ook gebruikt worden door bewoners. Dit vergroot de verkoopbaarheid van de appartementen (kaart 4).

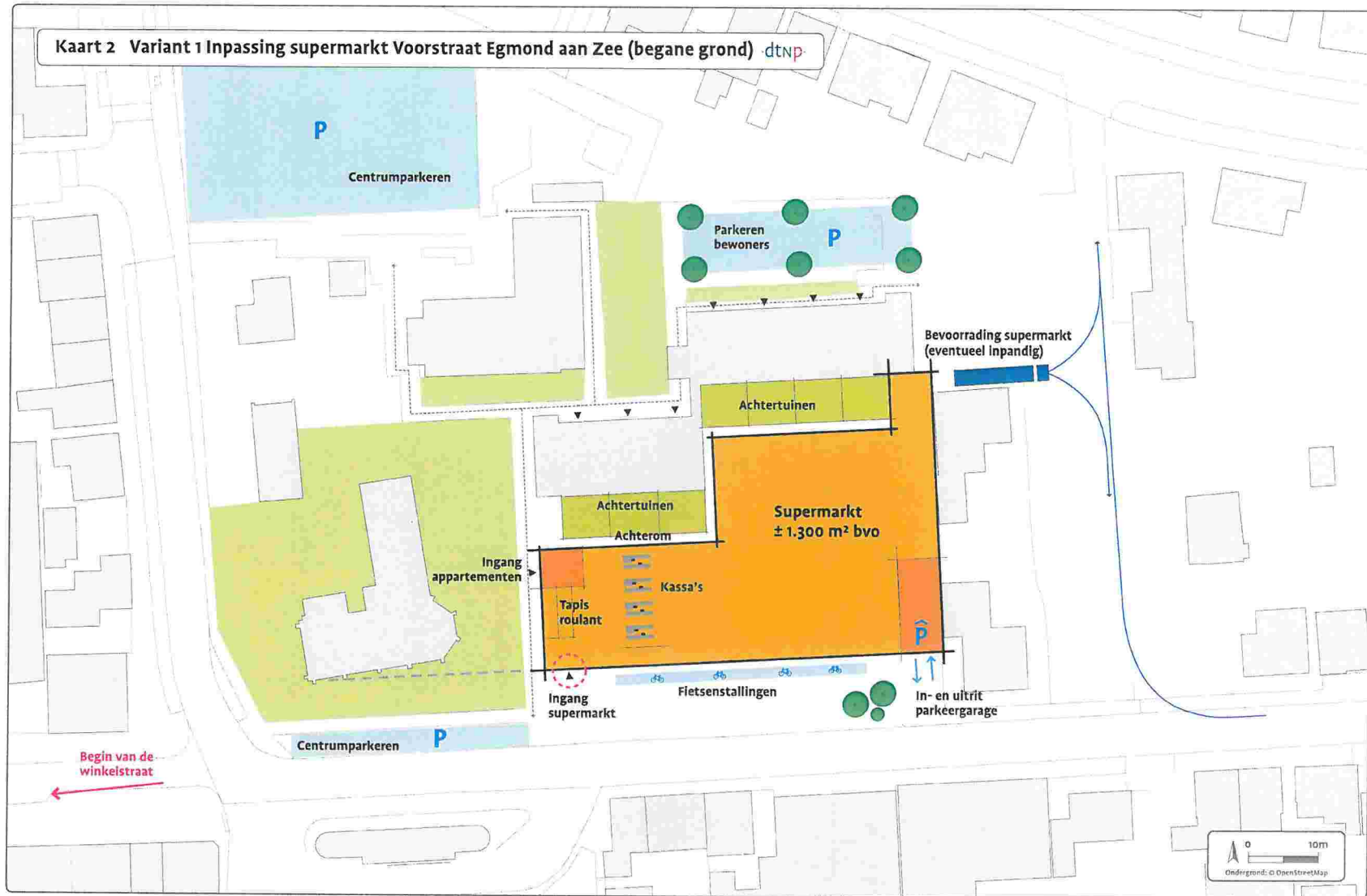
Gebleken is dat in vergelijkbare centrumgebieden een gebouwde parkeervoorziening

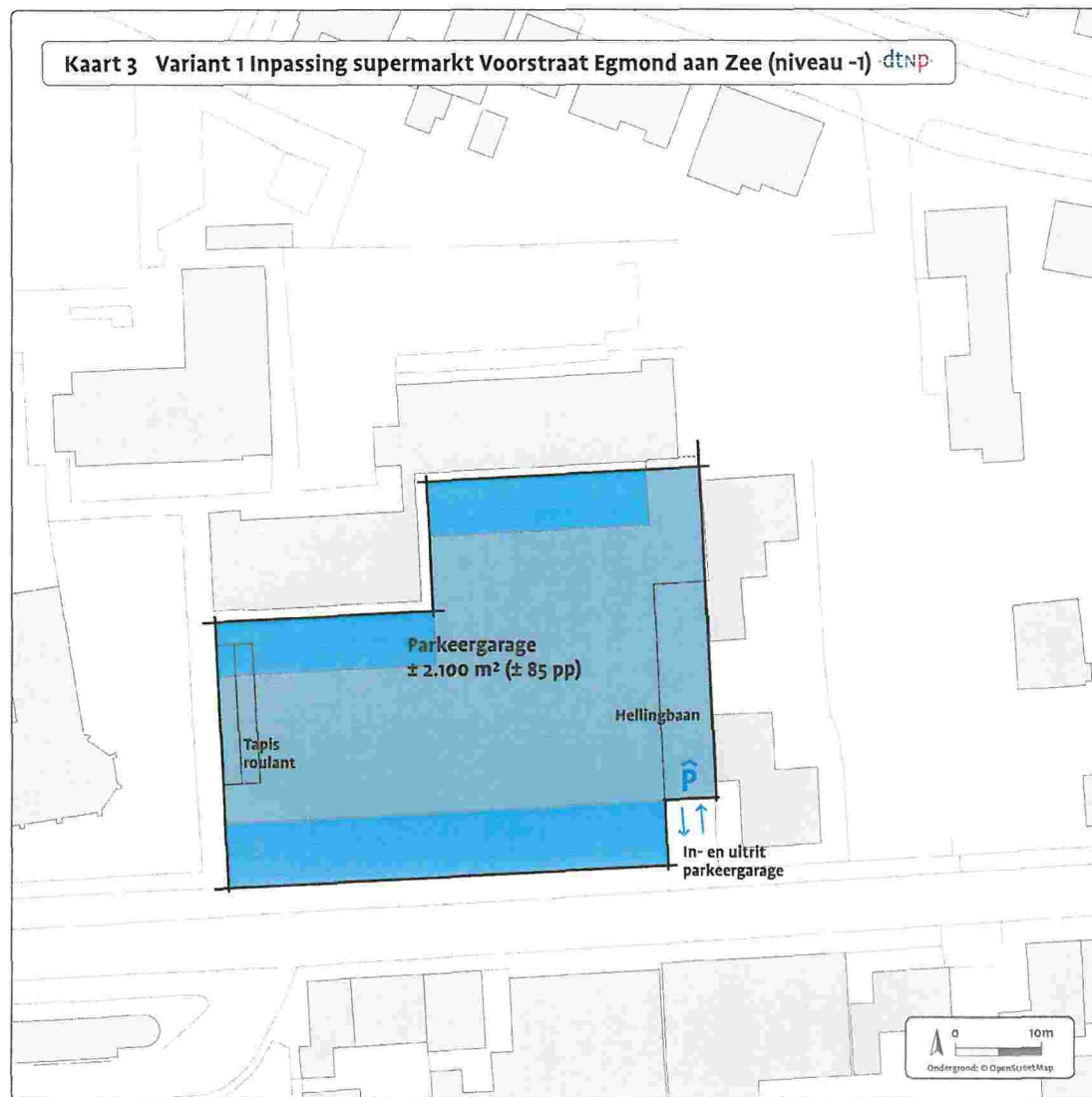
voor een supermarkt een goede oplossing en financieel haalbaar kan zijn (o.a. in de centra van Bergen, Bemmelen, Voorschoten). Ook de bestaande supermarkt in het centrum van Egmond aan Zee heeft een gebouwde parkeervoorziening.

Tweede belangrijke uitgangspunt is verschuiving van het gebouw in noordelijke richting. Hierdoor komt de kerk meer in het zicht te liggen en ontstaat aan de straatzijde (Voorstraat) meer ruimte voor voetgangers en fietsenstallingen. De rooilijn van de kerk wordt doorgetrokken, zodat een ruimtelijke eenheid ontstaat als entree van het centrum.

Consequentie is dat het gebouw dichterbij de noordelijk gelegen woningen komt te liggen waardoor het uitzicht vanuit de woningen wordt beperkt. Om te zorgen dat de bewoners er per saldo in ieder geval niet op achteruit gaan, kunnen privé achtertuinen gecreëerd worden die ook via een achterom te bereiken zijn. In deze variant wordt de oriëntatie van deze woningen logischer. De voorkant van de woning is aan de noordzijde met parkeren voor de deur. Aan de achterzijde grenzen de woningen aan een achtertuin (kaart 2).

Kaart 2 Variant 1 Inpassing supermarkt Voorstraat Egmond aan Zee (begane grond) .dtnp





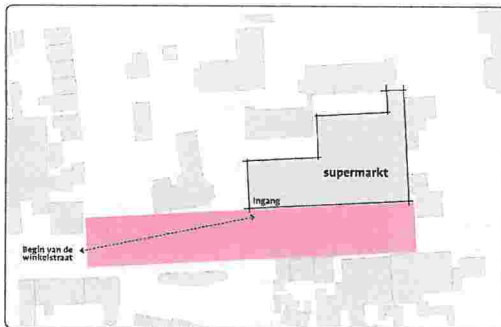
Referentie: entree parkeergarage



Referentie: tapis roulant naar parkeergarage



Referentie: ruime en overzichtelijke parkeergarage



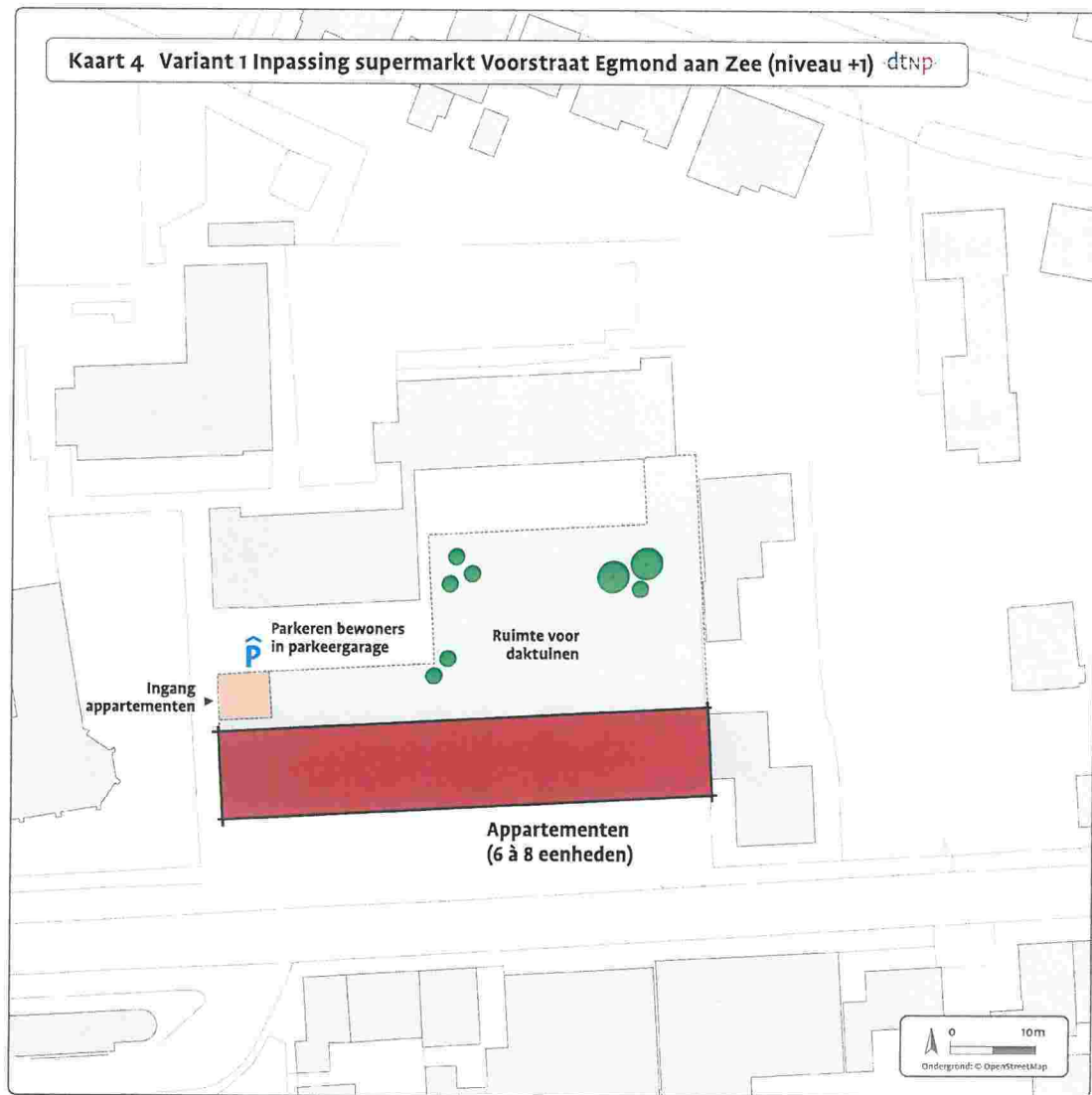
Ruimtelijke eenheid in de entree van het centrum



Referentie: daktuin op de supermarkt



Referentie: aantal en maat appartementen is flexibel



3.3 Variant II

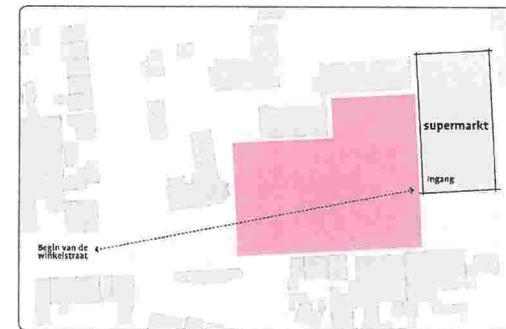
Een belangrijke oorzaak van de knelpunten in het bestaande plan is dat het perceel tussen de geplande supermarkt en het beoogde parkeerterrein op dit moment niet verworven is. Hierdoor wordt als het ware 'om dit perceel heen gepland', waardoor een onwenselijke situatie ontstaat. Tweede variant om te komen tot een duurzame supermarktontwikkeling op de beoogde locatie is te streven naar verwerving van het aangrenzende perceel. In dat geval ontstaat een plangebied waarmee een situatie gecreëerd kan worden die een bijdrage levert aan het overige winkelaanbod in het centrum en als belangrijk bronpunt kan dienen voor de entree van het centrum.

In deze variant kan de supermarkt op het vrijkomende perceel gesitueerd worden. Hierdoor ontstaat een kans om een nieuw centrumplein te creëren dat kan dienen als parkeerlocatie voor zowel de supermarkt als het centrum. De kerk komt centraal aan het nieuwe plein te liggen. De supermarkt-ingang ligt weliswaar op wat grotere afstand van het centrum als in de eerste variant, maar de zichtrelatie is uitstekend. Doordat bezoekers

aan de voorzijde van de supermarkt parkeren is de verleiding groter om ook nog even het centrum in te gaan (kaart 5).

In deze variant ontstaat een nieuw plein dat, zeker in combinatie met de supermarkt, een publieksaantrekkende werking kan hebben voor het centrum als geheel (bronpunt). Belangrijke doelstelling is dat supermarktbezoekers (circa 10.000 per week) ook nog even het centrum ingaan zodat ondernemers profiteren van de publieksaantrekkende werking. Wel moet voorkomen worden dat het parkeerterrein gebruikt wordt door strandbezoekers, waardoor er voor supermarktbezoekers geen plek meer is. Mogelijk biedt een blauwe zone hier een oplossing voor. Rekening houdend met het functioneren van het centrum als geheel is afsluiting van het parkeerterrein met een slagboom ongewenst.

Het bevoorraden van de supermarkt gebeurt aan de achterzijde van het pand, waardoor de overlast beperkt blijft. Dit zou eventueel ook nog in pandig opgelost kunnen worden. Daarvoor is voldoende ruimte beschikbaar. Aan het plein en boven de supermarkt kunnen appartementen gerealiseerd worden (kaart 6).



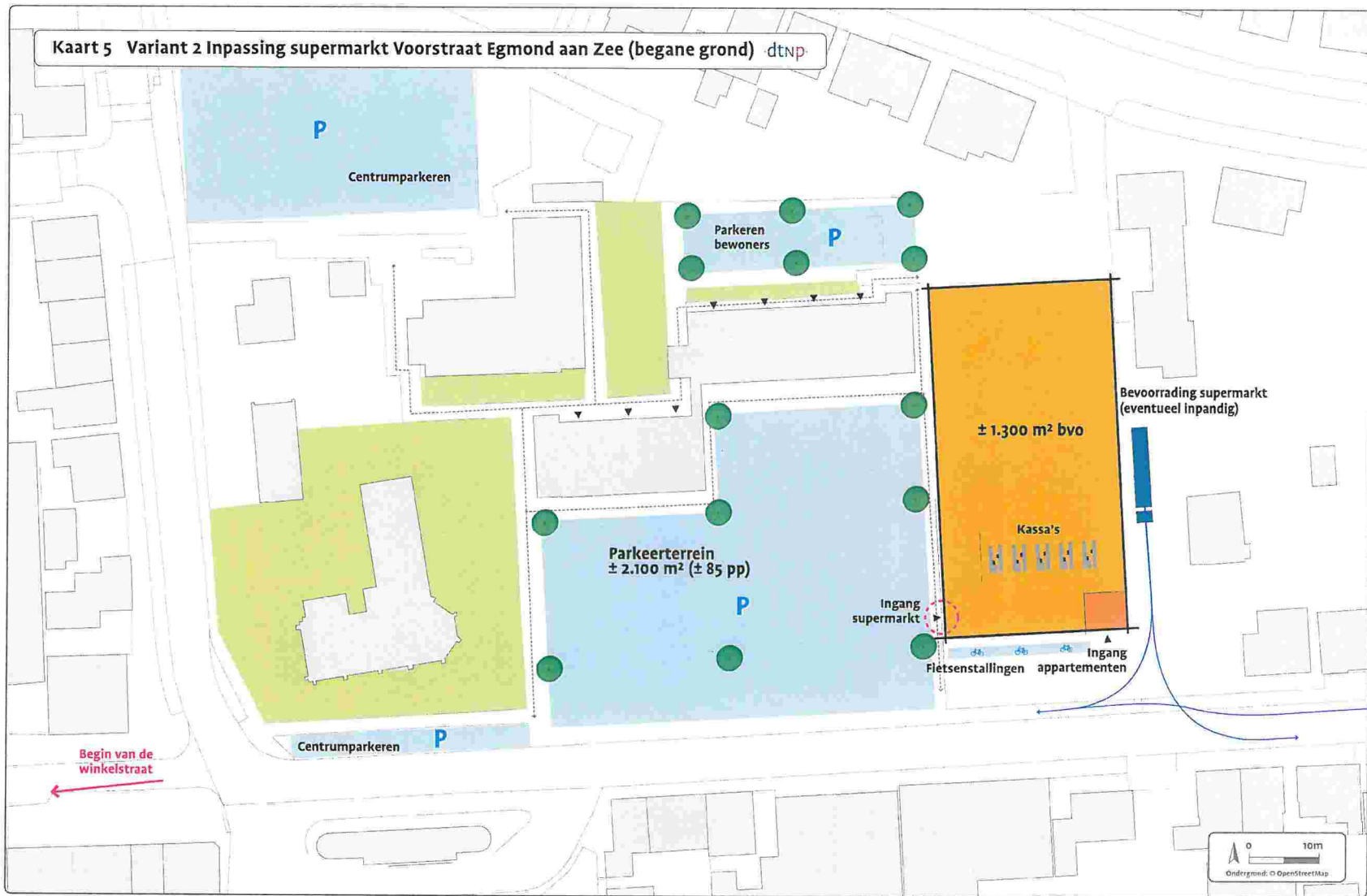
Plein met zichtrelatie tussen supermarkt en centrum

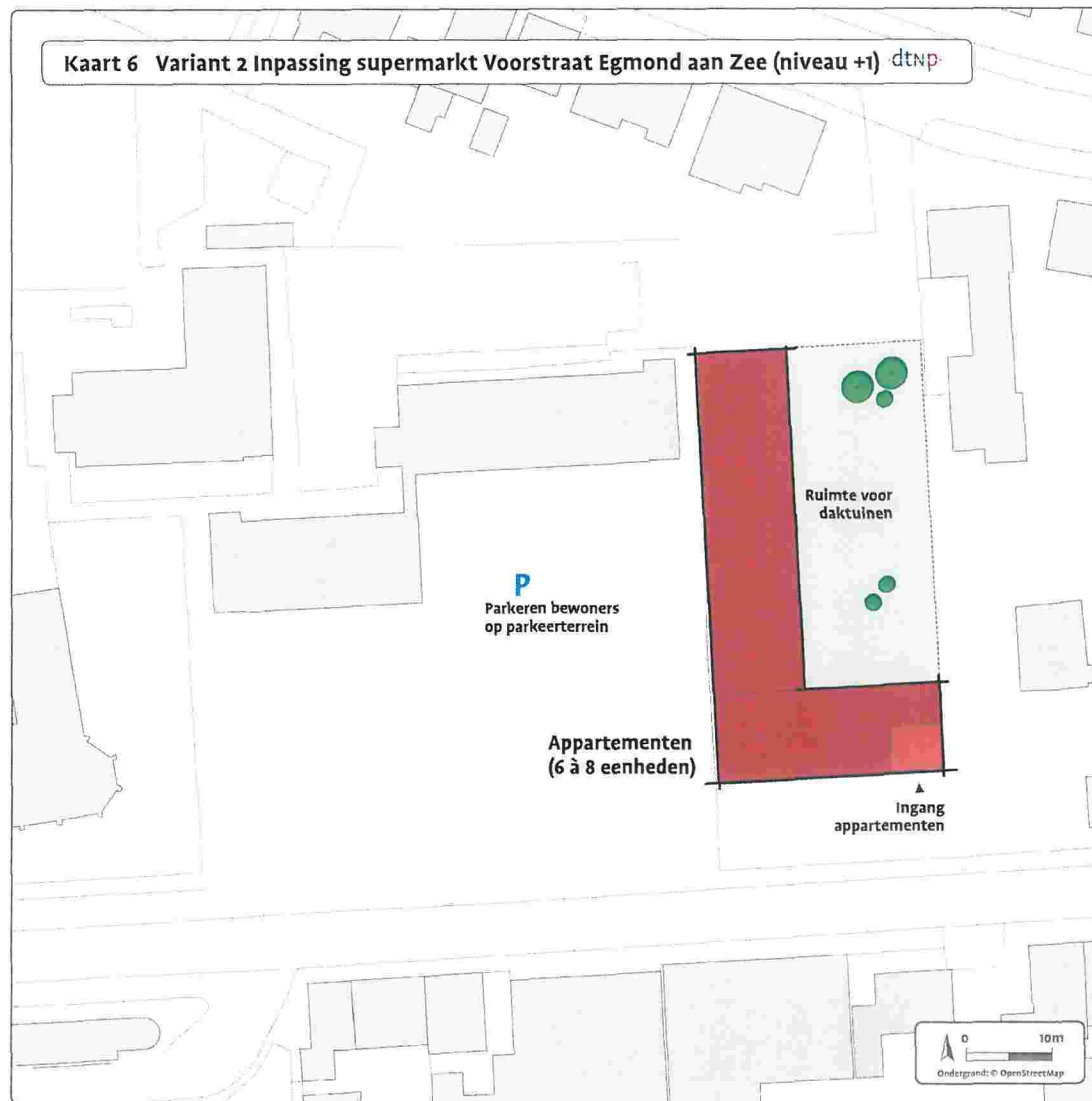


Referentie: parkeerplein



Kerk als blikvanger op het nieuwe plein





Referentie: beeldkwaliteit



Referentie: daktuin op de supermarkt



Referentie: aantal en maat appartementen is flexibel

3.4 Conclusies

Een eigentijdse supermarkt aan het begin van de Voorstraat (locatie VVV-kantoor) is gewenst, als publiekstrekker en als duidelijke begrenzing van het centrum van Egmond aan Zee. De functioneel-ruimtelijke opzet van het huidige plan levert echter veel (nieuwe) knelpunten op. De beoogde rol die deze publiekstrekker kan hebben voor het overige centrum wordt daardoor niet voldoende benut. Er ontstaat opnieuw een matige situatie, die weliswaar voor de supermarkt zelf een verbetering kan betekenen, maar voor het centrum als geheel nieuwe knelpunten creëert. Het plan sluit daarmee onvoldoende aan op het ambitie-niveau zoals verwoord in de gemeentelijke detailhandelsstructuurvisie.

Geconcludeerd kan worden dat het huidige plan onvoldoende basis biedt voor een centrumversterkende ontwikkeling van een supermarkt op de beoogde locatie die kan gaan dienen als entree van het centrum van Egmond aan Zee. Zowel functioneel (parkeren, fietsenstallingen, bevoorrading) als ruimtelijk (blinde wanden, openbare ruimte, zichtrelaties) zitten er veel haken en ogen aan

het plan. Alleen als in de basis andere uitgangspunten worden gehanteerd ontstaan in onze optiek kansen voor een centrum-versterkende ontwikkeling.

In de eerste variant wordt uitgegaan van een gebouwde parkeervoorziening waardoor de mogelijkheid ontstaat om de supermarkt veel beter aan het centrumgebied te koppelen. In de tweede variant wordt een aangrenzend perceel bij het plan betrokken waardoor een nieuw centrumplein kan ontstaan, dat kan dienen als bronpunt en entree voor het centrum.

In beide varianten is een extra investering nodig. In onze optiek is dit echter ook noodzakelijk om op deze belangrijke locatie voor het centrum en Egmond aan Zee tot een duurzame ontwikkeling te komen (ruimtelijke kwaliteit voor langere termijn). Een parkeergarage lijkt financieel ook haalbaar te zijn. In vergelijkbare situaties elders in het land is gebleken dat een supermarkt-ontwikkeling in een dorpscentrum gepaard kan gaan met een gebouwde parkeeroplossing.

Om de bereidwilligheid tot investeringen te stimuleren en de haalbaarheid ervan te vergroten is het van groot belang om als overheid het financiële risico voor private partijen zoveel mogelijk te beperken. Dit kan enerzijds door bij de gebiedsontwikkeling een actieve en positieve grondhouding aan te nemen en anderzijds door geen medewerking te verlenen aan supermarktontwikkelingen die de positie van de Egmond aan Zee als hoofdcentrum voor de Egmonden zouden kunnen ondermijnen. De detailhandels-structuurvisie biedt hiervoor het beleidskader. In dit licht verwijzen wij tevens naar het rapport over de beleidsmatige en distributieve beoordeling van supermarktinitiatieven Egmond*.

Als een private partij de zekerheid heeft dat de gemeente haar detailhandelsbeleid consistent voortzet en het centrum dé locatie is voor nieuwe (substantiële) detailhandels-ontwikkelingen worden de kansen op het doen van benodigde investeringen aanzienlijk vergroot.

* DTNP (2014), Beoordeling supermarktinitiatieven Egmond

VERSLAG INLOOPSESSIES 29 oktober 2014

Op de plek van het voormalige VVV kantoor en postkantoor aan de Voorstraat in Egmond aan Zee heeft initiatiefnemer Bart de Jong een plan ingediend voor een supermarkt met daarboven woningen. Voordat er besluiten worden genomen over de schetsen, wilde de gemeente graag weten wat inwoners van Egmond aan Zee ervan vinden. Daarom werden op woensdag 29 oktober twee inloopbijeenkomsten georganiseerd in het voormalige VVV kantoor.

Grotere supermarkt, meer publiek?

Tijdens deze bijeenkomsten werden het plan en het proces toegelicht. Uiteraard was er ook de mogelijkheid om vragen te stellen en mee te denken. Zo had een aantal bewoners vraagtekens over de noodzaak van een grotere supermarkt in Egmond aan Zee. Volgens de detailhandelsvisie zorgt een grotere supermarkt voor publiek dat ook een bezoek brengt langs de andere winkels in de Voorstraat en omgeving. Gebeurt dat in de praktijk in Egmond aan Zee?

Sociale woningbouw

Andere inwoners vonden dat de locatie geschikter is voor sociale woningbouw. De locatie aan de Sportlaan 2 of de locatie van de voormalige bowling zijn volgens hen betere locaties voor een moderne supermarkt. Ook werd er gevraagd of het gaat om een tweede supermarkt of om een verplaatsing van de huidige Jumbo.

Het gebouw

Ten aanzien van het gebouw werd opgemerkt dat het te massaal en te hoog is en daarmee niet past in de omgeving. Bewoners van het Agnesplein merkten bovendien op dat het plan nadelig is voor hun uitzicht. Gevreesd wordt voor een blinde muur zonder zicht op de Voorstraat.

Verkeersafwikkeling

De verkeersafwikkeling en bevoorrading vormt voor sommigen ook een bron van zorg. Op dit moment is er in de Voorstraat volgens hen al een hoge verkeersdruk. Door de komst van een supermarkt is de verkeersveiligheid en het laden en lossen van de vrachtwagen een belangrijk punt van aandacht.

Goede ontwikkeling

Overigens stonden de inloopbijeenkomsten niet alleen maar in het teken van kritiek. Er waren ook veel positieve reacties van bewoners en ondernemers die een supermarkt op deze locatie een goede ontwikkeling vinden voor de detailhandel in het dorp.

Waarom een supermarkt?

Het college van Bergen vindt een eigentijdse supermarkt belangrijk als trekker voor het winkelaanbod in Egmond aan Zee. Een supermarkt zorgt elke dag van de week voor aanloop van winkelend publiek. Dat zorgt ook voor een bezoek langs de andere winkels in de Voorstraat en omgeving. Daarnaast biedt nieuwbouw op deze locatie (voormalige tankstation, voormalig postkantoor en VVV, het gebied rondom de kerk en het Agnesplein) een kans voor een betere woon en leefomgeving. Om de plannen mogelijk te maken, moet de ontwikkelaar nog een verzoek indienen om het bestemmingsplan aan te passen.