

Detailhandelsbeleid Medemblik

Een vitale gemeente met bereikbare voorzieningen voor iedereen

31 maart 2026

Inhoudsopgave

1. Samenvatting	3
2. Inleiding	7
3. Hoe staat Medemblik ervoor?	10
3.1 Landelijke trends en impact daarvan op Medemblik	10
3.2 Medemblikse kwaliteiten	14
3.3 Medemblikse uitdagingen	15
4. Hoofdstructuur en strategie	18
4.1 Hoofdstructuur	18
4.2 Waar zetten we op in?	30
4.3 Strategie per winkelgebied	34
5. Actielijnen	35
6. Ruimtelijk kader	37
Bijlage 1 Definitie niet-bedrijfseigen producten	42
Bijlage 2 Samenvatting analyse detailhandel gemeente Medemblik	43
Bijlage 3 Uitgangspunten DPO	47
Bijlage 4 Begrippenlijst	49

1. Samenvatting

Detailhandelsvisie in één oogopslag

Medemblik kiest voor een heldere koers:

- Een historisch, onderscheidend centrum in Medemblik met ruimte voor lokaal ondernemerschap, recreatie, horeca en toerisme.
- Sterke, compacte winkelgebieden in Andijk, Wervershoof, Wognum en Zwaagdijk, gericht op voorzieningen voor inwoners uit de kern en omliggende dorpen.
- Supermarkten als dragers van de kernen: goed gespreid, zodat iedereen dichtbij boodschappen kan doen.
- Ruimte voor vernieuwing en lokaal ondernemerschap; boerderijwinkels en nieuwe concepten en functies krijgen een plek, mits ze de hoofdstructuur versterken.
- Geen uitbreiding van winkelmeters buiten de hoofdstructuur; nieuwe initiatieven moeten bijdragen aan vitale centra, niet aan versnippering.
- Voorkomen dat functies die veel publiek trekken (zoals sport, zorg en dienstverlening) op bedrijventerreinen komen; deze liever plaatsen in winkelgebieden of andere geschikte locaties om winkelcentra te versterken.

Daarmee bereiken we de volgende doelen:

- Voorzieningen dichtbij voor iedereen: ook voor ouderen en mensen zonder auto, zodat zelfstandigheid en leefbaarheid behouden blijven.
- Een vitaal en toekomstbestendig winkellandschap: minder leegstand, meer levendigheid en de juiste functies in de winkelkernen.
- Duidelijkheid en perspectief voor ondernemers: heldere spelregels, ruimte voor innovatie en een gelijk speelveld.
- Aantrekkelijke centra voor bewoners én bezoekers: met een mix van winkels, horeca, groen en beleving.
- Behoud van lokale identiteit: Medemblik als historische trekker, dorpen met eigen karakter en betrokken ondernemers.

Doel van de detailhandelsvisie: bereikbare voorzieningen en leefbare kernen

De gemeente Medemblik staat op een kruispunt. Onze dorpen en stad zijn geliefd om hun karakter, hun voorzieningen en hun saamhorigheid. De wereld om ons heen verandert echter snel: online winkelen groeit, de bevolkingsontwikkeling stagneert, de bevolking vergrijsst, ondernemers worden ouder en de concurrentie tussen winkelgebieden neemt toe. Juist nu is het moment om samen te kiezen voor een koers die onze kernen vitaal houdt en de bereikbaarheid van voorzieningen borgt – voor iedereen, nu en straks.

Het hart van deze visie is helder: we willen dat iedere inwoner, jong en oud, in nabijheid van de woning kan rekenen op een compleet en bereikbaar aanbod van dagelijkse voorzieningen. Niet alleen omdat boodschappen doen een basisbehoefte is, maar ook omdat winkels plekken zijn waar mensen elkaar ontmoeten, waar het levendig is, waar dorpen en stad hun gezicht tonen. In een gemeente waar vergrijzing steeds meer een rol speelt en waar mobiliteit niet voor iedereen vanzelfsprekend is, is nabijheid van voorzieningen cruciaal voor zelfstandigheid, leefbaarheid en sociale samenhang.

We staan echter voor een grote uitdaging: er is een overaanbod aan winkelmeters in Medemblik. Dat klinkt wellicht als luxe, maar het betekent dat winkels het moeilijk hebben, leegstand toeneemt en het aanbod verschaalt. Als we niets doen, dreigen voorzieningen te verdwijnen en verliezen dorpen hun levendigheid. Daarom draait deze visie om het vinden van balans: hoe houden we voorzieningen bereikbaar, zonder het aanbod te versnipperen? Hoe zorgen we dat winkels en ondernemers toekomst hebben, juist in een tijd van verandering? Onze aanpak is gebaseerd op vier strategische pijlers, die samen het fundament vormen voor een toekomstbestendige winkelstructuur:

1. Een sterke en geconcentreerde hoofdstructuur

We kiezen bewust voor krachtige winkelgebieden in Medemblik, Andijk, Wervershoof, Wognum en Zwaagdijk¹. Hier bundelen we het aanbod en versterken we de kwaliteit. Nieuwe initiatieven moeten bijdragen aan deze hoofdstructuur, zodat we leegstand tegengaan en de centra aantrekkelijk houden. Zo blijft het aanbod bereikbaar én vitaal.

2. Supermarkten als dragers van onze kernen

Supermarkten zijn het kloppend hart van onze dorpen. Ze trekken bezoekers, houden andere winkels overeind en zijn ontmoetingsplekken voor buurtbewoners. We zetten in op een evenwichtige spreiding van supermarkten, zodat iedere kern binnen de hoofdwinkelstructuur een sterk dagelijks aanbod heeft. Uitbreiding is alleen mogelijk als het de hoofdstructuur versterkt en niet elders tot verschraling leidt.

3. Lokaal ondernemerschap koesteren en vernieuwen

Lokale ondernemers geven kleur aan onze winkelgebieden. Zij zorgen voor diversiteit, binding en vernieuwing. We ondersteunen starters en innovatieve concepten, zoals boerderijwinkels en hybride formules, omdat ze voorzien in een behoefte en ondernemers de kans geven zich te ontwikkelen. Tegelijkertijd bewaken we het gelijke speelveld: nieuwe initiatieven moeten de bestaande structuur aanvullen, niet ondermijnen.

4. Investeren in kwaliteit en beleving

Een aantrekkelijk winkelgebied is meer dan een rij winkels. Het is een plek waar je graag komt, waar je blijft hangen, waar ontmoeting en beleving centraal staan. We investeren in de openbare ruimte, vergroening, uitstraling en het combineren van functies zoals horeca en maatschappelijke voorzieningen. Zo maken we onze centra toekomstbestendig en uitnodigend.

Naast het overaanbod aan winkelmeters zijn er andere uitdagingen die vragen om een scherpe koers. De vergrijzing onder ondernemers zet de continuïteit van voorzieningen onder druk. Publieksaantrekkende functies zitten nu vaak op bedrijventerreinen, terwijl ze juist in de centra meerwaarde bieden. Bovendien verdient het toeristisch-recreatieve profiel van Medemblik verdere uitbouw, zodat we extra koopstromen aantrekken en onze economie versterken. Deze visie is dus geen pleidooi voor méér winkels, maar voor de juiste winkels op de juiste plek en maximale inzet op het behouden van dagelijkse voorzieningen in de kernen. We kiezen voor concentratie, kwaliteit en samenwerking. Zo houden we onze dorpen en stad vitaal, bereikbaar en aantrekkelijk – voor inwoners, ondernemers én bezoekers.

Juridische borging & uitvoering

De visie is een bouwsteen voor het Omgevingsplan. We leggen zonerings- en definitievoorwaarden vast. We koppelen dit aan heldere communicatie en handhaving en voeren uit via een actielijst.

¹ De uitbreiding van Winkelhart Zwaagdijk zal momenteel niet plaatsvinden. Op deze manier vinden er geen ontwikkelingen plaats die de andere kernwinkelgebieden binnen de hoofdstructuur aantasten.

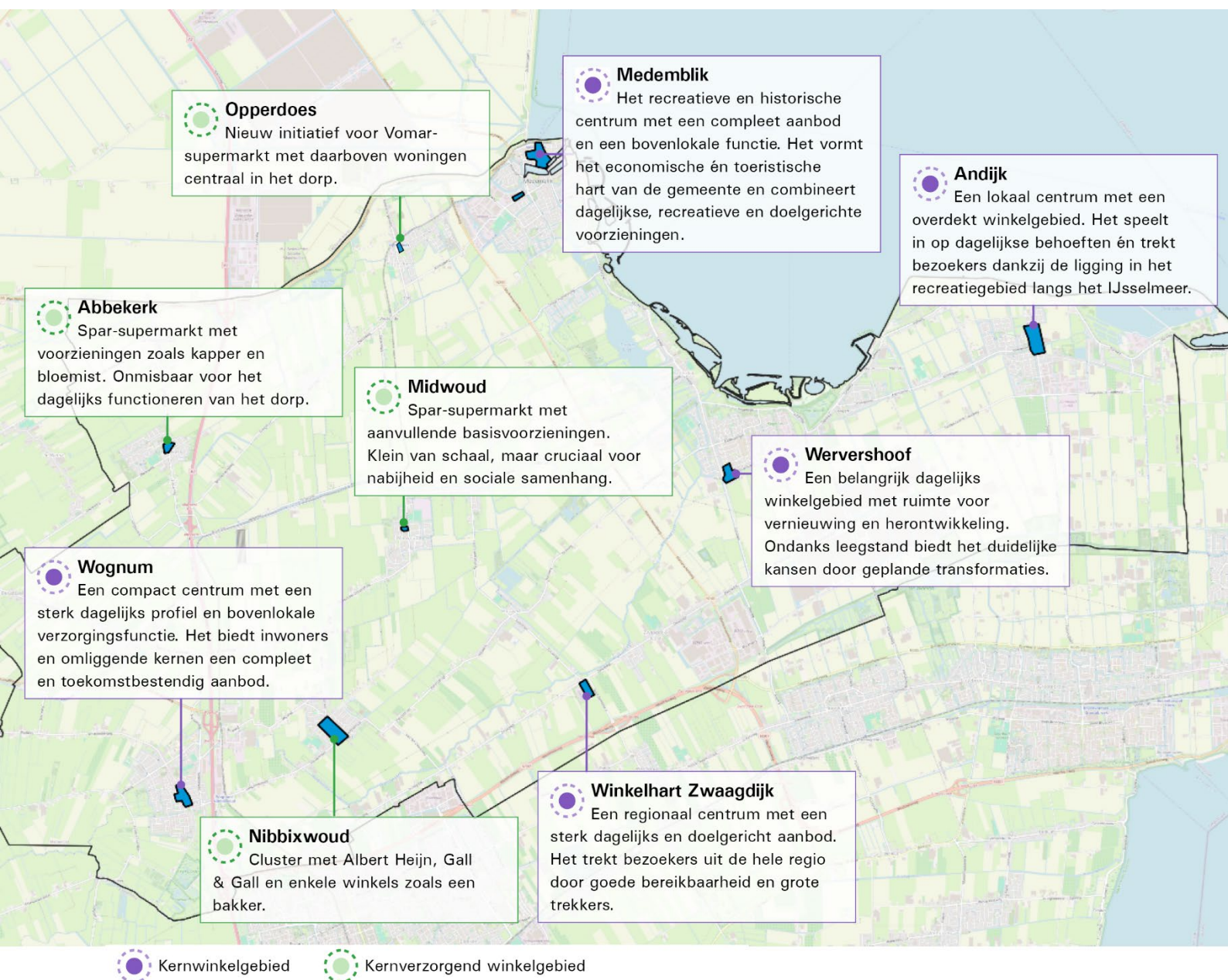
Hoofdwinkelstructuur van de gemeente Medemblik

De hoofdwinkelstructuur is het fundament voor de ruimtelijke en economische koers van de detailhandel in Medemblik. Deze structuur geeft aan waar voorzieningen samenkomen, waar versterking mogelijk is en welke gebieden juist vragen om behoud of zorgvuldig beheer.

De hoofdstructuur bestaat uit drie onderdelen:

- vijf kernwinkelgebieden
- drie kernverzorgende winkelgebieden (met de supermarkt als belangrijkste voorziening)
- verspreide winkels

Figuur 1: Hoofdwinkelstructuur gemeente Medemblik



1. Vijf kernwinkelgebieden

Deze gebieden vormen het hart van de detailhandelsstructuur van Medemblik. De gemeente bundelt hier de belangrijkste voorzieningen voor dagelijkse, recreatieve en doelgerichte aankopen. In alle vijf gebieden vind je minimaal een supermarkt, een drogisterij en een basisaanbod aan speciaalzaken. Elk gebied heeft een eigen profiel en een duidelijke rol binnen de

gemeente. Deze kernwinkelgebieden zijn de belangrijkste plekken voor nieuwe detailhandelsontwikkelingen. Hier investeert de gemeente in behoud en versterking van winkels, clustering van voorzieningen en verbetering van openbare ruimte en kwaliteit.

2. Drie tot vier kernverzorgende winkelgebieden

De kernen Abbekerk, Midwoud en Nibbixwoud bieden buurtsupers en basisvoorzieningen die onmisbaar zijn voor de leefbaarheid van kleinere kernen. Ze vervullen een buurtverzorgende rol, gericht op nabijheid en dagelijkse bereikbaarheid. Deze drie kernen maken formeel deel uit van de hoofdwinkelstructuur. Er is een initiatief voor een nieuwe supermarkt in Opperdoes. Indien deze vergund wordt, wordt ook Opperdoes een kernverzorgend winkelgebied. Deze winkelgebieden garanderen dagelijkse supermarktvoorzieningen in het buitengebied en zorgen voor een evenwichtige spreiding van supermarkten in de gemeente. We richten ons hier hoofdzakelijk op het behoud van de supermarkt. Aanvullende winkels blijven bestaan zolang ze goed functioneren en aansluiten bij de lokale vraag. Bij het stoppen van activiteiten kan verplaatsing naar een van de vijf kernwinkelgebieden als oplossing dienen. We beoordelen dit per situatie.

3. Overige verspreide winkels

Verspreid door de gemeente Medemblik liggen solitaire winkels en kleine clusters van minder dan vijf winkels. Deze locaties bevinden zich meestal buiten de kernwinkelgebieden en vervullen uiteenlopende functies. Ze dragen bij aan de bereikbaarheid van voorzieningen, maar zijn kwetsbaar door het ontbreken van trekkracht en clustering. Voorbeelden zijn kleine speciaalzaken of dienstverleners in woonwijken, solitair gelegen supermarkten of winkels in het buitengebied of winkels op bedrijventerreinen of langs ontsluitingswegen.

Beleidsinzet:

- Verspreide winkels blijven bestaan zolang ze functioneren en aansluiten bij de lokale behoefte.
- Bij beëindiging van activiteiten ligt de focus op het opheffen van de functie en verplaatsing van de functie naar een kernwinkelgebied.
- Binnen de ruimtelijke kaders (H4, H5 en H6) gelden duidelijke regels om ongewenste groei en versnippering te voorkomen.

Status van de hoofdstructuur

De hoofdwinkelstructuur is het sturende kader voor de komende jaren. Alle supermarkten en dagelijkse voorzieningen binnen deze structuur behouden hun plek, ook bij negatieve marktruimte. Nieuwe ontwikkelingen moeten aantoonbaar bijdragen aan versterking van deze structuur. Buiten de vijf kernwinkelgebieden geldt terughoudend beleid: extra winkelmeters zijn alleen toegestaan onder strikte voorwaarden.

Deze structuur zorgt voor:

- goed bereikbare dagelijkse voorzieningen voor alle inwoners;
- vitale en toekomstbestendige winkelgebieden;
- bescherming tegen versnippering en leegstand;
- ruimte voor lokaal ondernemerschap binnen duidelijke kaders;
- behoud van leefbaarheid in kleinere kernen.

2. Inleiding

Aanleiding voor nieuw detailhandelsbeleid

De detailhandel in Medemblik verandert snel door ontwikkelingen zoals online winkelen, verschuivende bestedingspatronen en vergrijzing onder zowel consumenten als ondernemers. Hierdoor hebben de gevestigde winkels het moeilijk, vooral in kleinere kernen en dorpen waar veel zelfstandige ondernemers actief zijn. Tegelijkertijd zijn vitale winkelgebieden essentieel voor de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van onze kernen. Ze bieden immers niet alleen plekken om boodschappen te doen of diensten te bezoeken, maar ook ontmoetingsplekken die reuring en sociale interactie op straat stimuleren. Daarnaast ontstaan er nieuwe kansen in de winkelmarkt. Zo komen er nieuwe detailhandelsvormen op en ontstaan concepten waarbij functies worden gemengd, zoals bijvoorbeeld de bakker in Wervershoof die ook koffie verkoopt. Aangezien het huidige detailhandelsbeleid uit 2018 stamt en liep tot 2023, is nieuw beleid noodzakelijk om in te kunnen spelen op deze veranderende markt. We willen met dit detailhandelsbeleid een duidelijke koers en toepasbaar kader vaststellen. Specifiek maken we keuzes over waar we clusteren en versterken, waar we functies scheiden of niet toestaan en waar we transformatie faciliteren. We willen zorgen voor bereikbare voorzieningen voor onze bevolking en ouderen in het bijzonder. Deze visie biedt houvast aan ondernemers, vastgoedeigenaren en inwoners en borgt de toekomstbestendigheid van de Medemblikse detailhandel.

Diverse ontwikkelingen vragen om een duidelijke koers

In de gemeente Medemblik spelen uiteenlopende ontwikkelingen die direct of indirect invloed hebben op de detailhandelsstructuur.

Ontwikkelingen binnen de detailhandel

De detailhandel is in beweging. We zien met name de ontwikkelingen bij Winkelhart Zwaagdijk, de groei van boerderijwinkels en de vergrijzing van detaillisten. Deze ontwikkelingen veranderen het aanbod en daarmee de dynamiek binnen de bestaande structuur.

Ontwikkelingen buiten de detailhandel

Er liggen forse woningbouwopgaven binnen de eigen gemeente en omliggende gemeenten die leiden tot gebiedsontwikkelingen, zoals uitbreiding of herinrichting van woonwijken, clustering van voorzieningen en aanpassingen in infrastructuur en bedrijventerreinen. Het is hierbij wel van belang te beseffen dat deze woningbouw niet gepaard gaat met bevolkingsgroei, maar meer gericht is op het accommoderen van de huishoudensverdunding.

Gevolgen en noodzaak tot koers

Samen leiden deze binnen- en buitensectorale ontwikkelingen tot vragen over de toekomstbestendigheid van het voorzieningenniveau, in het bijzonder de bereikbaarheid van dagelijkse boodschappen. De gemeente wil daarom heldere en toekomstgerichte kaders stellen, met oog voor de belangen van inwoners en ondernemers. Een lokale visie op detailhandel biedt daarbij richting, door nieuwe winkelinitiatieven zorgvuldig af te stemmen op bevolkingsontwikkeling, het versterken en concentreren van voorzieningen in bestaande centra en het bepalen van een koers voor perifere locaties en solitaire vestigingen. Zo wordt gewerkt aan een vitaal en toekomstbestendig voorzieningennetwerk voor alle kernen.

Samenhang tussen het provinciale, regionale en lokale detailhandelsbeleid

De detailhandelsvisie van de gemeente Medemblik moet aansluiten bij de kaders van de provincie Noord-Holland en passen binnen [de regionale detailhandelsvisie West-Friesland](#). Deze kaders zijn helder: detailhandel wordt geconcentreerd en versterkt in bestaande stads- en dorpskernen, nieuwe winkelconcentraties buiten de centra zijn niet toegestaan en bij bestaande winkelgebieden ligt de nadruk op herstructurering en kwaliteitsverbetering in plaats van uitbreiding.

Binnen deze beleidskaders heeft de gemeente ruimte om een eigen lokale detailhandelsvisie te ontwikkelen. Deze visie vertaalt de provinciale en regionale uitgangspunten naar de lokale situatie en houdt daarbij rekening met de specifieke kenmerken, behoeften en ontwikkelingen binnen Medemblik. Denk hierbij aan de spreiding van voorzieningen over de kernen, de invloed van demografische trends en de kansen om het voorzieningenniveau toekomstbestendig te maken.

Tot slot geldt dat de gemeentelijke detailhandelsvisie, na vaststelling door de gemeenteraad, door de provincie Noord-Holland moet worden beoordeeld en goedgekeurd. Daarmee wordt geborgd dat het lokale beleid consistent blijft met het regionale en provinciale detailhandelsbeleid.

Totstandkoming beleid

Beleid maken begint met luisteren naar mensen die er dagelijks mee te maken hebben. Voor het opstellen van dit detailhandelsbeleid hebben we daarom actief opgehaald wat speelt bij ondernemers, inwoners en raadsleden. We hebben gevraagd om concrete doelen die ervoor zorgen dat het detailhandelsaanbod aansluit op de behoeften van inwoners. Daarnaast besteden we aandacht aan het behoud van ondernemers, zodat het aanbod op peil blijft. Ondernemers kregen daarom een centrale rol in de participatie.

Schouw van de winkelgebieden

Tijdens de schouw van de winkelgebieden in Andijk, Medemblik, Wervershoof, Wognum en Zwaagdijk is het detailhandelslandschap van de gemeente Medemblik van dichtbij verkend. Door fysiek door de kernen te lopen, was het mogelijk om een scherp beeld van de ruimtelijke kwaliteit, de samenhang tussen functies en de beleving van de winkelgebieden te krijgen. Er is ook gesproken met ondernemers om waardevolle inzichten over kansen, knelpunten en lokale dynamiek te verzamelen. Deze observaties en gesprekken koppelen het feitelijke detailhandelsaanbod aan de dagelijkse praktijk en de identiteit van de verschillende kernen. De schouw voegt daarmee een cruciaal praktijkperspectief toe aan het detailhandelsbeleid: niet alleen gebaseerd op cijfers en analyses, maar stevig geworteld in lokale context, ervaringen en ambities. Zo ontstaat een realistisch, gedragen en toekomstbestendig beleid dat recht doet aan het eigen karakter van de winkelgebieden binnen de gemeente.

Inwoners en bezoekers

Om inzicht te krijgen in de mening van inwoners en bezoekers over de Medemblikse detailhandel en winkelgebieden, is gekozen voor directe participatie. Er zijn mensen uit verschillende kernen van de gemeente op straat benaderd om een open gesprek te voeren over de detailhandel en winkelgebieden in de gemeente. Zo kwamen behoeften, drijfveren en meningen over de lokale detailhandel naar voren. Tijdens korte interviews konden deelnemers hun mening geven en vragen beantwoorden over het winkelaanbod in Medemblik. De reacties uit deze gesprekken vormen een belangrijke basis voor het detailhandelsbeleid van de gemeente.

Ondernemers

Ondernemers uit verschillende kernen hebben op drie momenten meegedacht in een externe klankbordgroep over het detailhandelsbeleid van de gemeente Medemblik. Zij kennen hun branche goed en beschikken over actuele informatie. De klankbordgroep gaf feedback op

belangrijke thema's. Zo werd duidelijk wat er speelt: wat werkt, wat ontbreekt en wat beter kan. Ondernemers kregen meerdere kansen tijdens externe brede sessies om mee te praten over de toekomst van de Medemblikse detailhandel.

Interne consultatie bij diverse beleidsvelden

Naast externe participatiemomenten vond ook interne consultatie plaats met verschillende beleidsvelden binnen de gemeente. Samen bekeken we het detailhandelsaanbod in de gemeente en in de afzonderlijke kernen. Er is onderzocht hoe dit aanbod zich verhoudt tot beleid op ruimtelijke ontwikkeling, economie, mobiliteit, wonen en leefbaarheid. Deze interne afstemming bracht raakvlakken, wederzijdse afhankelijkheden en lopende trajecten en rapporten binnen de organisatie in beeld. Door het detailhandelsbeleid expliciet te koppelen aan andere beleidsvelden ontstaat een integraal en samenhangend beleidskader. Dit sluit aan bij bestaande ambities en ontwikkelingen binnen de gemeente. Het resultaat: een beleid dat uitvoerbaar en consistent is. Keuzes in de detailhandel dragen zo bij aan bredere gemeentelijke doelen, zoals vitale kernen, een aantrekkelijke openbare ruimte en een toekomstbestendige lokale economie.

Sessie met de gemeenteraad

Tijdens de consultatiesessie met de gemeenteraad zijn verschillende perspectieven en belangen over het detailhandelsaanbod besproken. De raad bracht zowel lokale signalen uit de samenleving als bredere bestuurlijke overwegingen in. Deze input was waardevol voor het opstellen van het detailhandelsbeleid. In de gesprekken is nadrukkelijk gekeken naar de samenhang tussen detailhandel en andere beleidsvelden, zoals ruimtelijke ontwikkeling, leefbaarheid, economie en mobiliteit. Door deze meningen en belangen in samenhang te bekijken, is gewerkt aan een integraal beleidsstuk. Dit stuk geeft richting aan de ontwikkeling van detailhandel en sluit aan bij andere beleidsdoelen en maatschappelijke opgaven. De consultatie zorgt voor een zorgvuldig afgewogen en breed gedragen beleid. Het biedt ruimte voor lokale diversiteit en bestuurlijke keuzes die passen bij de ambities van de gemeente.

Leeswijzer

Het document kent een heldere opbouw. Eerst zetten we de context en analyse uiteen: hoe staat de detailhandel er nu voor in Medemblik; wat zijn kwaliteiten en uitdagingen? Daarna volgt de visie: welke ontwikkelingen zijn gewenst, en wat willen we waar toestaan? Deze zijn vervolgens uitgewerkt voor de verschillende winkelgebieden in de gemeente. Daarna volgen de actielijst en de beleidsregels. Zo ontstaat een logisch geheel dat laat zien waar we staan, waar we naartoe willen en hoe we dat gaan doen.

De structuur is als volgt:

Hoofdstuk 1 - Samenvatting

Hoofdstuk 2 – Inleiding en aanleiding van de visie

Hoofdstuk 3 – Hoe staat Medemblik ervoor? Een analyse van landelijke trends en de impact daarvan op de gemeente Medemblik. Verder geven we een analyse van de huidige situatie: wat zijn de kwaliteiten en uitdagingen?

Hoofdstuk 4 – Hoofdstructuur en strategie. De visie op de detailhandelsstructuur, waar zetten we op in? We geven de strategie op hoofdlijnen en de strategie per kernwinkelgebied afzonderlijk.

Hoofdstuk 5 – Actielijnen. Welke acties gaan we opzetten en ondernemen om de visie te bereiken.

Hoofdstuk 6 – Ruimtelijk kader. We stellen de beleidsregels voor de detailhandel en binnen welk ruimtelijk kader deze gelden.

Bijlagen – Achtergrondinformatie en definities. Samenvatting van een separaat opgesteld analysedocument², definities, de hoofwinkelstructuur en een begrippenlijst.

² Separaat van deze detailhandelsvisie is een analysedocument opgesteld. Dat vormt een belangrijke bouwsteen. Hiervan is er een samenvatting opgenomen in de bijlage.

3. Hoe staat Medemblik ervoor?

In dit hoofdstuk bespreken we eerst landelijke trends die invloed hebben op de detailhandel en winkelgebieden in Medemblik. We leggen uit wat deze trends betekenen voor Medemblik. Daarbij maken we onderscheid tussen trends die spelen in veranderende binnensteden (zoals de stad Medemblik, zie tabel 1) en trends die vooral relevant zijn voor kleinere dorpskernen (zie tabel 2). Vervolgens gaan we in op de kwaliteiten en uitdagingen van de Medemblikse detailhandel en winkelgebieden. Deze analyse is gebaseerd op het onderliggende rapport.

3.1 Landelijke trends en impact daarvan op Medemblik

Voor een gedegen analyse van de stand van zaken in de detailhandel onderscheiden we drie hoofdbranches, elk met hun eigen kenmerken en consumentendoelgroepen:

Dagelijkse voorzieningen – Dit betreft winkels die voorzien in de dagelijkse of wekelijkse behoeften van consumenten, zoals supermarkten, bakkers, slaggers, groentewinkels en drogisterijen. Deze winkels zijn essentieel voor de leefbaarheid van kernen en trekken veelal terugkerende klanten uit de buurt.

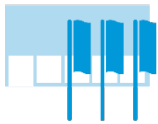
Recreatieve voorzieningen – Dit zijn winkels die vooral bezocht worden voor vrijetijdsbesteding, mode en persoonlijke interesse, zoals kleding- en schoenenwinkels, juweliers, sport- en spelwinkels en hobby- en cadeauwinkels. Klanten komen hier niet dagelijks, maar vooral voor inspiratie, ontspanning en een prettige ervaring.

Doelgerichte voorzieningen – Deze groep omvat winkels waar consumenten gericht voor specifieke producten komen, zoals bruingoed- en witgoedzaken, woonwinkels, tuincentra, bouwmarkten en elektronicazaken. Het bezoek is vaak gepland, gericht op een concrete behoefte en kan ook een groter verzorgingsgebied hebben dan dagelijkse voorzieningen.

Tabel 1: Trends over veranderende binnensteden

Trend	Wat betekent deze trend?	Wat betekent dit voor de gemeente Medemblik?
Veranderend consumentengedrag en impact op centrumgebieden 	In de afgelopen jaren zagen we een toename in online webshops. Ondanks dat hierin een afvlakking heeft plaatsgevonden, is het cruciaal om met service en positieve ervaringen de consument te verleiden om hieraan tegenwicht te bieden (breed assortiment, lage prijzen en gemak). Dit uit zich in aantrekkelijke winkelomgevingen, een mix aan activiteiten (bijvoorbeeld een combinatie van horeca met een speelgoedwinkel), omnichannelmogelijkheden (zoals koopzuilen) en	Voor het centrum van Medemblik – het enige recreatieve winkelgebied van de gemeente, met 21 winkels – ligt de opgave in het verder uitbouwen van het onderscheidend vermogen. Denk aan de historische binnenstad met iconen als het kasteel Radboud en de haven, de ligging aan het IJsselmeer, de nautische sfeer en de combinatie van recreatie, horeca en detailhandel, maar ook het toeristisch-recreatief profiel met watersport en streekproducten. Tevens is Medemblik een van de weinige recreatieve centra in regio West-Friesland, naast Hoorn en

	<p>persoonlijke aandacht (zoals cadeauverpakkingen op maat) of afwerking van sieraden in de winkel.</p> <p>Enkhuizen. We zien dat Hoorn meer consumenten bindt dan Medemblik en Enkhuizen. Om het onderscheidend vermogen in Medemblik verder te versterken, zetten we in op gastvrijheid, persoonlijke service en een voorzieningenmix die zowel inwoners als toeristen aanspreekt. Afstemming met de centrumcoördinator is daarom essentieel.</p>
<p>Online bestellingen dagelijkse boodschappen</p> 	<p>Het marktaandeel van online boodschappen bedraagt ca. 7% en stijgt nog steeds met 0,5-1% per jaar. Deels gaat dit naar spelers die geen fysieke supermarkten hebben, zoals Picnic. Deels worden bestellingen uitgeleverd vanuit separate magazijnen van de supermarktketens en deels worden bestellingen uitgeleverd door lokale supermarkten.</p> <p>Bestellingen van supermarktketens lopen deels via de lokale supermarkt, zeker in een gemeente als Medemblik, waardoor dit volume niet verloren gaat voor de lokale supermarkt. Een verdere groei van het aandeel online is voor Medemblik extra gevoelig, omdat Medemblik al een negatieve marktruimte heeft voor dagelijkse boodschappen. Gezien deze ontwikkeling dient Medemblik terughoudend te zijn met het toevoegen van extra winkelaanbod.</p>
<p>Dip en herstel toerisme</p> 	<p>Steeds meer Nederlanders en buitenlandse toeristen ontdekken (de gemeente) Medemblik als toeristische en bestemming. Door de pandemie waren de aantallen flink teruggelopen, maar inmiddels zit de stad weer op het niveau van voordat de pandemie uitbrak. We zien voornamelijk een toename in toerisme uit de (eigen) regio.</p> <p>De regio West-Friesland en de gemeente Medemblik hebben een landelijk gebied met een mooie en sfeervolle uitstraling. Zo heeft de cultuurhistorische binnenstad van Medemblik een voorzieningenaanbod dat aantrekkelijk is voor toeristen met horeca, musea en toeristisch detailhandelsaanbod zoals een souvenirwinkel met typisch Medemblikse producten. Het behouden van een divers recreatief aanbod draagt bij aan de toeristische aantrekkingskracht van Medemblik. Zo kan Medemblik naast bezoekers uit de regio ook meer recreanten en toeristen van verder weg aantrekken die langer verblijven.</p>
<p>Recreatief winkelaanbod onder druk</p> 	<p>De opkomst van online winkelen heeft gezorgd voor een afnemende en veranderende behoefte aan fysieke winkels. Dit raakt met name retailgebieden met een hoog aandeel winkelbranches die onlinegevoelig zijn. Binnensteden en stadsdeelcentra zijn daardoor relatief kwetsbaar. Landelijk nam het aantal recreatieve winkelmeters sinds 2017 af met 11% (bron: Locatus, 2025).</p> <p>In het centrum van Medemblik is het aantal recreatieve winkelmeters lichtelijk afgenomen: sinds 2018 heeft een afname van 3% plaatsgevonden. Landelijk was de krimp groter, wat betekent dat Medemblik zich positief onderscheidt. We zien dit ook terug in de koopstromen: de kern Medemblik trekt bovengemiddeld veel recreatieve bestedingen vanuit elders aan (11% boven benchmark). Door nog verder in te zetten op het behoud van het aantal recreatieve winkelmeters kan het centrum van Medemblik zich blijven profileren als recreatief winkelgebied in de gemeente. Het is daarbij belangrijk om kwalitatieve toevoegingen te doen van nieuwe, passende winkels die het recreatieve karakter versterken. Het Stadsplan Medemblik maakt hiervoor al een goede aanzet.</p>
<p>PDV/GDV locaties presteren goed</p>	<p>Uit het Koopstromenonderzoek (2021), blijkt dat PDV-locaties goed presteren. Dit komt bijvoorbeeld door de goede bereikbaarheid en het gemak. De doe-het-zelf- en woninginrichtingbranche hebben een bovengemiddelde omzet in de retailmarkt. Er ontstaat een ruimere branchering op PDV-</p> <p>De ruimere branchering op PDV/GDV-locaties vormt een risico voor de lokaal verzorgende winkelgebieden. Deze locaties zijn aantrekkelijk door lagere huurprijzen, goede bereikbaarheid en ruime parkeervoorzieningen. In de regio West-Friesland – waar de auto bovengemiddeld belangrijk is door de relatief lage verstedelijkingsgraad, de beperkte bereikbaarheid met het openbaar vervoer en spreiding van kernen – zijn</p>



locaties; steeds meer formules willen zich hier vestigen (sport, speelgoed).

dergelijke locaties extra populair. Een belangrijk voorbeeld is Winkelhart Zwaagdijk, een winkelgebied met kenmerken van een PDV-cluster dat momenteel goed draait en regionaal veel bezoekers trekt. Tegelijkertijd schuilt hierin een risico: de aantrekkingskracht van Winkelhart Zwaagdijk kan leiden tot verschraling van het aanbod in de lokaal verzorgende winkelgebieden.

Vergrijzing onder winkeliers en gebrek aan opvolging



Op dit moment is er sprake van een grote groep vergrijzende winkeliers. Deze winkeliers lopen tegen de pensioenleeftijd (of hebben deze reeds bereikt) en hebben moeite met het vinden van opvolging. Hierdoor zijn zij genoodzaakt de winkel te sluiten. Het aantal zelfstandige en onderscheidende ondernemers in diverse winkelgebieden neemt hierdoor af.

Ook in Medemblik geldt dat er een grote groep vergrijzende winkeliers aanwezig is. Vooral de kleinere kernen ervaren door het winkeliersbestand en geringe detailhandelsaanbod effecten hiervan. Het wegvallen van één of enkele detaillisten heeft hier een grotere impact dan in grotere winkelgebieden. Dit vormt een belangrijke zorg voor de toekomstbestendigheid en continuïteit van de winkels en daarmee voor de bereikbaarheid van dagelijkse voorzieningen in de kernen.

Maak plaats voor groen



Een versteende omgeving houdt warmte vast. Na een hete dag blijft het in binnensteden 's nachts soms wel tien graden warmer. Groenvoorzieningen dragen bij aan een hogere kwaliteit van leven en gezondheid. Meer groen gaat hittestress tegen. Daarnaast helpt groen om regenwater sneller te infiltreren en verbetert het de biodiversiteit. Tot slot: beleving van groen blijkt een belangrijke voorwaarde voor het gevoel van welbevinden.

In de centra van Medemblik is relatief veel verharding aanwezig en is groen beperkt. Dit heeft gevolgen voor de verblijfskwaliteit, met name tijdens warme dagen wanneer schaduw ontbreekt. Groenvoorzieningen, zoals bomen, gevelgroen en daktuinen, dragen niet alleen bij aan verkoeling en een prettige uitstraling, maar versterken ook het karakter van de verschillende delen van het centrum. Het vergroten van de aanwezigheid van groen wordt daarom gezien als een kans om de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van de centra te verbeteren.

Tabel 2: Trends over kleinere dorpskernen

Trend	Wat betekent deze trend?	Wat betekent dit voor de gemeente Medemblik?
<p>Kwetsbaarheid kleinere winkelcentra</p> 	<p>Consumenten kiezen vaker voor grotere binnensteden (volwaardig aanbod, historisch, mix aan voorzieningen) of lokale dorpscentra en wijkcentra voor dagelijkse aankopen. Een deel van de consumenten laat een grote groep kleinere winkelcentra links liggen. Winkelketens en lokale ondernemers reageren hierop door vestigingen te sluiten. Het gevolg is hoge leegstand.</p>	<p>De centra van Wognum en Wervershoof zien de druk op de bestaande steeds meer toenemen. Het huidige winkelareaal sluit onvoldoende aan bij de vraag; delen van het aanbod verliezen hun relevantie, terwijl leegstand toeneemt. De opgave ligt er daarom in om het winkelareaal te verkleinen of anderszins in te vullen en tegelijkertijd het functieprofiel te verbreden. Dat betekent een mix realiseren van voorzieningen en functies – zoals detailhandel, ontmoetingsplekken, werken en wonen – en aandacht besteden aan aspecten die het centrumbezoek tot een aantrekkelijke ervaring maken.</p>
<p>Supermarkten zetten in op schaalvergroting</p>	<p>Supermarkten zetten tegenwoordig in op ruim opgezette supermarkten om te kunnen voldoen aan de wensen van de consument. Denk aan verbreding en een ruime presentatie van het</p>	<p>Supermarktketens blijven actief kijken naar optimalisaties van hun portefeuille en daarmee mogelijkheden voor schaalvergroting. Dit speelt zich ook af in de gemeente Medemblik, waar de huidige</p>

en
modernisering



assortiment, technologische ontwikkelingen (zoals zelfscankassa's), brede gangpaden en meer verse, lokale, duurzame, vegetarische en biologische producten. Hierdoor nemen kleine supermarkten in aantallen af en grote juist toe. Schaalvergroting leidt echter niet een-op-een tot meer omzet. De gemiddelde omzet per m² winkelvloeroppervlak is juist afgenomen. Als gevolg van de dalende omzet per m² zijn meer supermarktmeters nodig om de omzet op peil te houden.

omvang van supermarkten gemiddeld 1.130 m² winkelvloeroppervlak bedraagt (volwaardige supermarkten in vijf kernen Medemblik, Andijk, Wervershoof, Wognum en Zwaagdijk). Met modern en marktconform dagelijks aanbod wordt de lokale oriëntatie van consumenten versterkt. In sommige gevallen is extra winkelvloeroppervlak nodig. Dat hangt af van het type supermarkt – fullservice, discount of buurtsuper – en van de lokale marktpotentie binnen het verzorgingsgebied. Hiermee wordt afvloeiing naar supermarkten buiten de gemeentegrenzen voorkomen. Gezien de centrale rol van supermarkten in de Medemblikse (gemeente) winkelgebieden is het van belang dat deze een marktconforme omvang hebben om een compleet aanbod te bieden.

Supermarkten
steeds vaker
drager van
(kleinere) centra



De bestedingen in supermarkten groeien al meerdere jaren op rij. Supermarkketens willen profiteren van deze groei en onderscheiden zich meer dan ooit in de markt. Veel supermarkten hebben plannen voor modernisering, uitbreiding of verplaatsing. In de supermarktbranche is zowel sprake van schaalvergroting (AH XL, Jumbo Foodmarkt) als van schaalverkleining (AH to go, Jumbo City, Spar City). Supermarkten stemmen concepten bewuster af op de wensen van de consument: (a) kleine to go-winkels voor snelheid op drukke passantenroutes, (b) middelgrote supermarkten die dichtbij de woning te vinden zijn en door middel van een breed assortiment inspelen op gemak en (c) XXL-supermarkten voor optimale beleving en foodconcepten. Door de concurrentie en populariteit van supermarkten neemt het aantal traditionele buurtwinkels af. In sommige gebieden vergroot dit de afstand van winkels voor bewoners en neemt als gevolg hiervan ook de leefbaarheid af. Door een krimpende recreatieve winkelfunctie worden supermarkten steeds vaker een drager van voorzieningenclusters. De groei bij supermarkten heeft ook een keerzijde. Speciaalzaken zoals de bakker, slager en groentezaak verliezen het steeds vaker van de supermarkt. Juist deze speciaalzaken dragen bij aan de diversiteit en een uniek profiel van voorzieningenclusters.

Het belang van een sterk dagelijks winkelaanbod in kleine centra was al evident. Als gevolg van de autonome trends, versterkt door corona, neemt het belang van een sterk dagelijks aanbod in middelgrote centra eveneens toe. Het behoud en versterken van het supermarktaanbod (trekkracht) is daarbij het meest relevant. Voornamelijk fullservice-supermarkten vervullen deze functie op dit moment. De discounters (zoals Lidl en Aldi) vormen hierop een goede aanvulling. Gelet op het grote aantal investeringsplannen van supermarkten is het van belang supermarktinitiatieven zoveel mogelijk te laten landen binnen de bestaande winkelstructuur en de centra met toekomstperspectief. In Medemblik zijn deze supermarkten steeds vaker drager van vooral de kleinere kernen. Mensen komen hier niet alleen om te voorzien in hun dagelijkse behoeften, maar supermarkten fungeren ook als sociale ontmoetingsplaatsen. Denk bijvoorbeeld aan de Spar in Abbekerk of Midwoud. Het is daarom belangrijk om in te zetten op een goede supermarktstructuur in de gemeente om deze voorzieningen nabij kleinere kernen in stand te houden.

Dalende trend
aantal
marktkramen

Het aantal actieve ondernemers op de Nederlandse markten neemt af. Vooral non-food-kramen hebben het zwaar. Dit type marktkraam staat onder druk door de toegenomen concurrentie van discountwinkels zoals de Action. Ook is het een zwaar beroep; steeds

In het winkelgebied van de kern Medemblik staan er op meerdere dagen marktkramen (voornamelijk food-aanbod). De lokale aantrekkingskracht is groot en inwoners willen lokale (markt)ondernemers steunen. Daarnaast zijn er door de gemeente verspreid verschillende standplaatsen te vinden bij de kernwinkelgebieden. Consumenten waarderen het



minder jongeren kiezen ervoor om aan de slag te gaan als marktondernemer.

aanvullende aanbod naast de bestaande detailhandel. Het is van belang dat de marktkramen en ondernemers in de winkelgebieden elkaar aanvullen en geen onnodige concurrentie vormen.

3.2 Medemblikse kwaliteiten

Winkels en supermarkten in Medemblik versterken de leefbaarheid in de kernen

Winkels vervullen een belangrijke rol in de kernen. Door de spreiding van winkelgebieden binnen de gemeente vinden bewoners uit grotere kernen voorzieningen dichtbij huis. De kleinere lokaal verzorgende gebieden richten zich voornamelijk op dagelijkse behoeften. Zelfstandige ondernemers in de kleinere kernen hebben vaak een trouwe klantenkring en zorgen zo voor verbinding in de buurt. Bewoners kopen graag lokaal en voelen zich betrokken bij hun ondernemers, terwijl ondernemers op hun beurt sterk verbonden zijn met hun omgeving. Samen ondernemen staat centraal. Het voorzieningenaanbod is de afgelopen jaren echter teruggelopen. Daardoor is de kwetsbaarheid van de overgebleven winkels toegenomen, en daarmee ook het belang dat deze winkels behouden blijven. Winkelgebieden spelen een grote rol in het bereikbaar houden van voorzieningen, wat essentieel is voor ontmoeting tussen bewoners en het sociale karakter van de kernen. Deze winkelgebieden zijn dus niet alleen plekken om boodschappen te doen, maar ook belangrijke sociale ontmoetingsplaatsen. Het is daarom onze prioriteit om de bestaande winkelkernen in stand te houden. De huidige hoofdstructuur van de detailhandel in Medemblik draagt bij aan deze leefbaarheid. Door deze structuur te behouden, blijven voorzieningen bereikbaar en blijft de leefbaarheid in de kernen gewaarborgd.

Innovatief ondernemerschap in Medemblik speelt in op verbinding en bereikbaarheid

In Medemblik krijgt innovatief ondernemerschap volop waardering en steun, vooral als het bijdraagt aan de lokale identiteit, leefbaarheid en bereikbaarheid. Medemblikse ondernemers zoeken naar diverse manieren om hun producten te kunnen verkopen en de bereikbaarheid van voorzieningen voor hun klanten te borgen. Dat zien we terug bij bijvoorbeeld boerderijwinkels, standplaatsen, marktkramen en winkels die meerdere functies combineren. Boerderijwinkels en marktkramen brengen lokale producten dichtbij huis én creëren ontmoetingsplekken. Ze versterken de korte voedselketen en de band tussen producent en consument. Daarnaast zetten ondernemers in op blurring.³

Wat blijkt er uit de participatie?

Brede steun voor functiemenging, mits duidelijke kaders

Ondernemers, inwoners, ambtenaren en raadsleden steunen functiemenging in de hoofdwinkelstructuur. Voorwaarde is dat dit de kernfunctie van winkels versterkt en geen oneerlijke concurrentie veroorzaakt. Ondernemers gunnen elkaar ruimte en waarderen slim, innovatief ondernemerschap dat winkelgebieden aantrekkelijker maakt. Denk aan blurring of een aanvullend assortiment. Wel moet duidelijk blijven wat de hoofdfunctie is. Voorkom dat winkels elkaars omzet afsnoepen of in elkaars vaarwater komen. Dit speelt vooral bij standplaatsen, boerderijwinkels en aanvullende verkoop. Ondernemers accepteren extra activiteiten en inkomsten, zolang het assortiment beperkt en aansluitend blijft. Voorbeeld: de slager in Wognum

³ Er is sprake van blurring indien een ondernemer naast zijn bestaande activiteit (de hoofdactiviteit) een ondergeschikte activiteit toevoegt aan de bedrijfsvoering. Bijvoorbeeld een boekenzaak die horeca toevoegt.

die naast vlees ook broodjes verkoopt. Zulke initiatieven spelen in op de behoefte aan nabijheid, sociale verbinding en economische veerkracht in de gemeente.

Ruimtelijke kaders zorgen voor een onderscheidend Medemblik binnen heldere kaders

Vanuit de participatie wordt benadrukt dat functiemenging kwaliteit toevoegt aan de hoofdstructuur en bijdraagt aan vitale kernen. Tegelijk wordt er gevraagd om duidelijke en transparante kaders om het speelveld eerlijk te houden. Denk aan regels voor omvang, assortiment en nevenfuncties. Zo krijgen innovatieve concepten ruimte zonder dat voorzieningen uithollen of bestaande ondernemers worden verdrongen.

Toeristisch Medemblik trekt bezoekers

Bezoekers uit de regio komen af op de historische sfeer, gastvrijheid, goede service en het gevarieerde winkelaanbod. De combinatie van een landelijke omgeving, de ligging aan het IJsselmeer en goede voorzieningen maakt Medemblik aantrekkelijk om te bezoeken en voor recreatie. De stad Medemblik heeft een recreatief winkelgebied in een sfeervolle historische binnenstad. Hier zijn zowel winkels voor dagelijkse boodschappen als voor recreatief winkelen gevestigd. De binnenstad functioneert goed. Met het Stadsplan werkt de gemeente aan het versterken van de positie van de binnenstad en het toerisme in de regio. Hiermee speelt Medemblik in op het groeiende (binnenlandse) toerisme.

3.3 Medemblikse uitdagingen

Te veel winkelmeters verminderen levensvatbaarheid van winkels in verzorgingskernen

De gemeente Medemblik kampt met een overschot aan winkelruimte. De bevolking groeit nauwelijks, vergrijsd en veel inwoners doen hun aankopen buiten de eigen kern. Hierdoor is er steeds minder marktruimte voor winkels en is een negatief saldo van 3.100 m² winkelvloeroppervlak voor dagelijkse en 1.800 m² winkelvloeroppervlak voor doelgerichte detailhandel ontstaan (zie nadere toelichting pagina 21). Dit overschot zet ondernemers onder druk, vergroot de kans op leegstand en leidt tot verschraling van het aanbod. Tegelijkertijd zijn er nieuwe detailhandelsinitiatieven in de kernen en het buitengebied. Hoewel die de lokale betrokkenheid laten zien, vergroten extra winkels het risico dat de bestaande structuur verder verzwakt. Consumenten kunnen hun geld immers maar één keer uitgeven.

Om de leefbaarheid in de kernen te behouden, zijn gerichte keuzes noodzakelijk. Het is van belang initiatieven te ondersteunen die de hoofdstructuur versterken en te waken voor ontwikkelingen die voorzieningen juist versnipperen. Daarbij moet vooral worden gezorgd dat basisvoorzieningen dichtbij en goed bereikbaar blijven, ook voor de ouder wordende bevolking.

Wat blijkt er uit de participatie?

Behoud van voorzieningen in kernen is cruciaal

Uit alle participatiegesprekken blijkt één duidelijke boodschap: het in stand houden van (detailhandels)voorzieningen in de kernen is essentieel voor leefbaarheid en bereikbaarheid van dagelijkse voorzieningen.

Belang voor inwoners en ondernemers

Ondernemers benadrukken dat supermarkten en basiswinkels dichtbij huis onmisbaar zijn voor ouderen, mensen zonder auto en andere groepen die afhankelijk zijn van nabijgelegen voorzieningen. Interne klankbordleden wijzen daarnaast op de sociale functie van supermarkten, vooral in kleine kernen. Door vergrijzing en beperkte bevolkingsgroei neemt het lokale draagvlak

af, waardoor voorzieningen dicht bij huis steeds belangrijker worden. Deze winkels of voorzieningen dragen rechtstreeks bij aan het dagelijks functioneren en de leefbaarheid van bewoners in de gemeente.

Risico's bij ontwikkelingen buiten de kern: gezamenlijk signaal

Diverse ondernemers waarschuwen dat nieuwe ontwikkelingen buiten de kernen leiden tot verschraving, leegstand en verlies van reuring in dorpscentra. Daardoor verliezen kernlocaties hun rol als voorzieningshart. Alle geconsulteerde groepen geven hetzelfde signaal: behoud en versterking van dagelijkse voorzieningen in de kernen is noodzakelijk voor bereikbaarheid en sociale samenhang in een vergrijzende, deels minder mobiele samenleving.

Medemblik positioneren als recreatieve en toeristische bestemming voor het aantrekken van extra koopstromen

Medemblik heeft sterke troeven als recreatieve en toeristische bestemming: de historische binnenstad, de ligging aan het water en de aanwezige cultuur- en natuurwaarden. Deze kwaliteiten zorgen al voor een zekere aantrekkingskracht, maar worden nog niet volledig benut. De uitdaging ligt erin dit potentieel verder te ontwikkelen en gericht uit te bouwen, zodat Medemblik zich sterker kan positioneren als toeristische trekker in de regio. Dat vraagt om een samenhangende aanpak, met investeringen in gastvrijheid, beleving en voorzieningen en een betere koppeling tussen detailhandel, horeca, cultuur en recreatie. Het Stadsplan Medemblik biedt hiervoor concrete handvatten. De opgave is om deze goede uitgangspositie te verzilveren en te vertalen naar extra koopstromen die de lokale economie en detailhandel versterken.

Versterken van de winkelgebieden: juiste functie op de juiste plek...

Publieksaantrekkende functies zoals sport- en dansscholen, showrooms, maatschappelijke voorzieningen en winkels met consumentenproducten zijn nu vaak gevestigd op bedrijventerreinen. Daarmee nemen ze kostbare ruimte in beslag die eigenlijk nodig is voor bedrijven die hier vanwege hun aard (met name milieuhinder) thuishoren. Tegelijkertijd zouden deze functies juist in de winkelgebieden veel meerwaarde hebben: ze versterken het voorzieningenaanbod, vergroten de aantrekkelijkheid van de centra en vullen leegstand op. Door deze functies meer in de centra te concentreren, neemt bovendien de diversiteit van het aanbod toe. Bezoekers komen dan om uiteenlopende redenen naar het centrum: de ene keer voor boodschappen of een aankoop, de andere keer om te sporten of voor een maatschappelijke functie zoals een tandarts- of fysiotherapiebezoek. Dat vergroot de ontmoetingskans en de kans dat mensen vaker en langer in de centra verblijven, wat de lokale economie verder versterkt.

... en kostbare bedrijventerreinenruimte vrijspelen/behouden

Tegelijkertijd zorgen deze functies op bedrijventerreinen voor knelpunten. De ruimte daar is schaars en hard nodig voor bedrijven die vanwege hun milieuhinder alleen op deze locaties kunnen functioneren. Publieksaantrekkende functies verdringen die bedrijvigheid en leiden bovendien tot extra verkeersdruk en veiligheidsrisico's, omdat de terreinen hier vaak niet op zijn ingericht. Daarmee ontstaat een suboptimale ruimtelijke ordening.

De uitdaging is om hier actiever op te sturen. Dat betekent publieksaantrekkende functies zoveel mogelijk richting centrumgebieden te geleiden en de schaarse ruimte op bedrijventerreinen te behouden voor bedrijven die daar echt thuishoren. Dit vraagt om een scherpere planologische begrenzing – bijvoorbeeld via het omgevingsplan en middels milieucategorieën – en om het stimuleren van verplaatsing naar centra. Dit is uitgewerkt in hoofdstuk 5 (Actielijnen) en hoofdstuk 6 (Ruimtelijk kader). Door functies te verplaatsen naar de centra en bedrijventerreinen te reserveren voor bedrijven die daar thuishoren, versterken we de vitaliteit en diversiteit van de centra én maken we kostbare ruimte op bedrijventerreinen vrij.

Wat blijkt er uit de participatie?

Boerderijwinkels: een kans voor lokaal én vitaal

Boerderijwinkels versterken het lokale aanbod en brengen de korte keten dichterbij. Ze bieden inwoners verse producten van dichtbij, dragen bij aan educatie en geven agrarische bedrijven extra inkomsten. Ondernemers zien hierin een kans om hun bedrijf toekomstbestendig te maken. Het onderscheidende karakter wordt breed gewaardeerd in de gemeente. Velen willen daarom ook ruimte geven aan ondernemerschap om dit mogelijk te maken.

Kaders zorgen voor balans

Het wordt breed gedragen dat boerderijwinkels geen reguliere detailhandel mogen worden. Heldere regels over omvang en assortiment zijn cruciaal om concurrentie met bestaande winkels te voorkomen en de vitaliteit van winkelgebieden te beschermen. Er is steun om boerderijwinkels toe te staan, mits de omvang begrensd blijft. Zo blijven bestaande voorzieningen én boerderijwinkels naast elkaar bestaan. Dit beleid biedt ruimte voor innovatie én behoud van een eerlijk speelveld.

Vergrijzing van ondernemers en behoud van voorzieningen

Veel winkeliers en zelfstandigen naderen de pensioengerechtigde leeftijd, terwijl opvolging of nieuwe instroom onzeker is. Dit zet de continuïteit van voorzieningen onder druk. In kernen zoals Wervershoof zorgt onzekerheid over ontwikkelingsplannen ervoor dat ondernemers minder investeren en zich niet langdurig binden. In kleinere kernen is bovendien geen kernwinkelgebied meer gedefinieerd, waardoor stoppende ondernemers hun panden kunnen transformeren naar andere functies en voorzieningen verdwijnen, met negatieve gevolgen voor de leefbaarheid. De uitdaging is om, om te gaan met deze vergrijzing en transformatie en ondernemers perspectief te bieden. Zonder duidelijkheid en vertrouwen dreigt een negatieve spiraal: voorzieningen verdwijnen, leegstand neemt toe en de leefbaarheid van de kernen verslechtert. Daarom zorgen we voor een helder en transparant gemeentelijk beleid. Het versterken van het ondernemersklimaat⁴ en het aantrekkelijk maken voor nieuwe ondernemers is daarbij een cruciale uitdaging.

⁴ Het versterken van het ondernemersklimaat in Medemblik is een belangrijk doel en vormt een kernonderdeel van het economisch beleid van de gemeente.

4. Hoofdstructuur en strategie

In dit hoofdstuk wordt de detailhandelsstructuur van de gemeente Medemblik uiteengezet en toegelicht. In paragraaf 4.1 bespreken we de hoofdstructuur: welke voorzieningen aanwezig zijn, hoe deze over de kernen zijn verspreid en welke rol de verschillende winkelgebieden vervullen (zie bijlage voor een kaart van de hoofdwinkelstructuur in de gemeente). Daarnaast wordt ingegaan op het overaanbod aan detailhandelsmeters en de impact hiervan op het functioneren van de winkelgebieden, met speciale aandacht voor supermarkten vanwege hun cruciale positie in kleinere kernen.

Paragraaf 4.2 beschrijft de visie op detailhandel: het overkoepelende doel van de gemeente en de vier strategische pijlers waarop wij inzetten om een vitale en toekomstbestendige detailhandelsstructuur te waarborgen. In paragraaf 4.3 volgt de strategie per winkelgebied, waarin concreet wordt aangegeven welke ontwikkeling en sturing nodig zijn om de hoofdstructuur en de leefbaarheid van de kernen te behouden.

4.1 Hoofdstructuur

Vijf kernwinkelgebieden verspreid over Medemblik vormen het primaat voor de detailhandel

De gemeente Medemblik kent vijf kernwinkelgebieden die verdeeld over de gemeente voorzien in de behoefte van de inwoners van de gemeente. Het gaat om de volgende winkelgebieden:

Medemblik, Andijk, Wervershoof, Wognum en Zwaagdijk. We gaan hierna in op de detailhandelsstructuur (voor een uitgebreider profiel en beschrijving van de winkelgebieden zie tabel 4 op pagina 17).

Medemblik vervult een centrale rol als winkelgebied voor de hele gemeente én de regio. Alle vormen van detailhandel zijn hier aanwezig. De stad is goed bereikbaar en biedt voldoende ruime parkeergelegenheid. Het historisch centrum en culturele aanbod trekken bezoekers aan. Het voorzieningenaanbod sluit aan op uiteenlopende consumentenbehoeften. Daardoor heeft Medemblik een groot verzorgingsgebied: stads- én regioverzorgend.

Winkelhart Zwaagdijk is de afgelopen jaren uitgegroeid tot een groot winkelgebied met een streekverzorgend profiel dankzij de gunstige ligging, goede bereikbaarheid en ruime parkeergelegenheid. Door de aanwezigheid van trekkers zoals een Action en Wibra, welke ontbreken in de lokaal verzorgende winkelgebieden, heeft het gebied een sterke regionale functie.

Andijk, Wervershoof en Wognum vormen lokaal verzorgende winkelgebieden. Ze liggen verspreid in de gemeente en bedienen vooral de dagelijkse behoeften van inwoners uit de kernen en omliggende kernen en buurtschappen. Deze winkelgebieden hebben daardoor een belangrijke functie in hun verzorgingsgebied. Deze opzet zorgt voor een verspreide winkelstructuur (zie figuur 1).

Naast de vijf kernwinkelgebieden ligt er ook verspreide detailhandel in andere delen van de gemeente. Deze locaties zijn minder geclusterd, maar dragen wel bij aan het totale winkelaanbod. Zo zijn er supermarkten gevestigd in Nibbixwoud, Midwoud en Abbekerk. Daarnaast is er een

initiatief voor een nieuwe supermarkt in Opperdoes. Door het landelijke karakter en de lage bevolkingsdichtheid zijn de vijf kernwinkelgebieden en drie solitaire supermarktlocaties (in de toekomst eventueel vier na realisatie van een nieuwe supermarkt in Opperdoes) van groot belang, ook voor inwoners buiten deze kernen.

Alle kernwinkelgebieden voorzien in de basisbehoeften

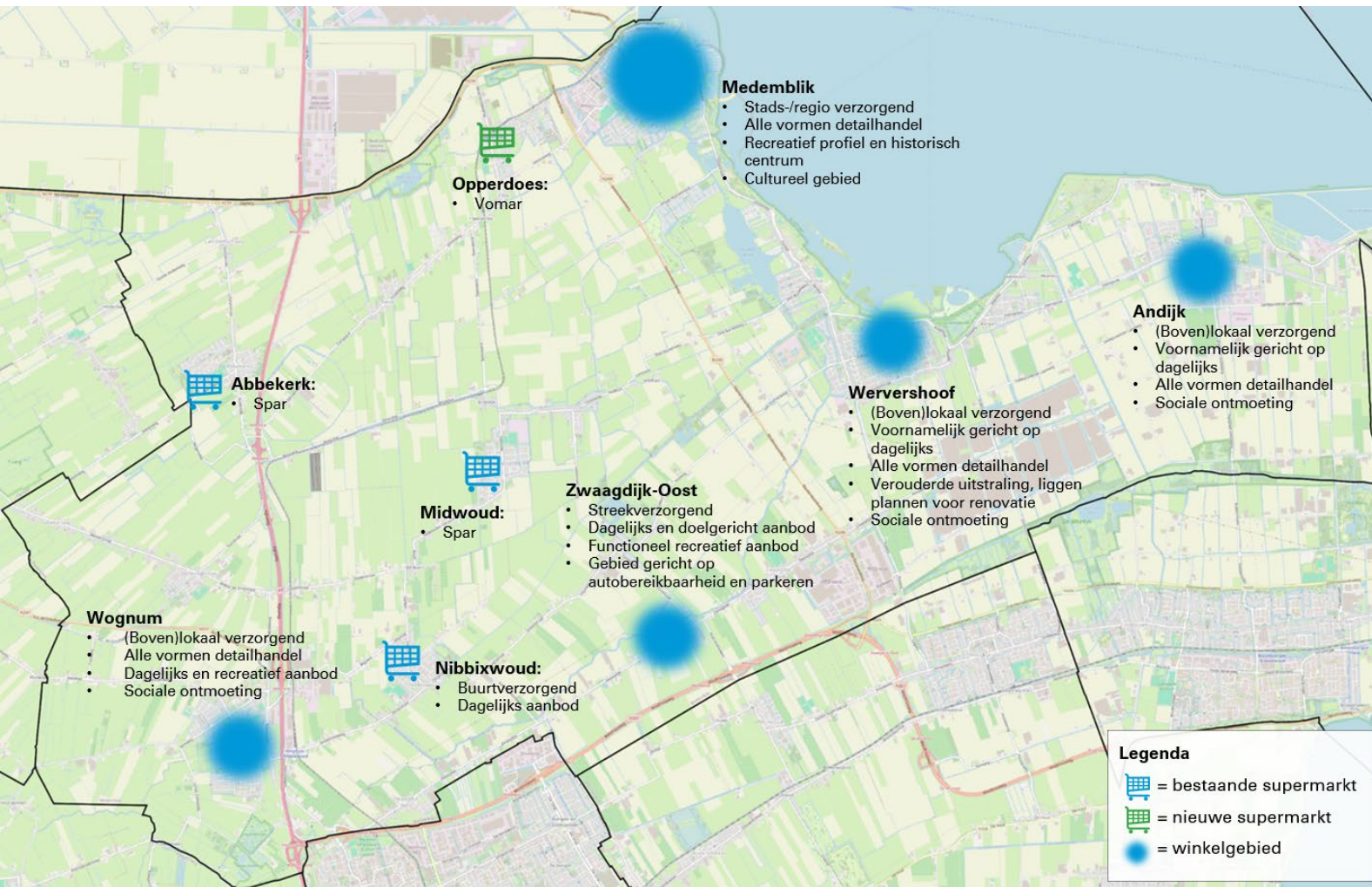
Alle vijf kernwinkelgebieden in de gemeente Medemblik beschikken over belangrijke dagelijkse voorzieningen. Dit omvat minimaal een supermarkt, een drogist en enkele aanvullende speciaalzaken (zie tabel 3 voor een overzicht van het aanbod per winkelgebied). Dit pakket vormt de essentiële basis voor een goed functionerend winkelgebied en garandeert dat de dagelijkse behoeften van inwoners in deze kernen en omliggende kernen/buurtschappen worden vervuld. Daarnaast is er in de meeste winkelgebieden een beperkt aanvullend aanbod van recreatieve winkels en doelgerichte detailhandel, wat bijdraagt aan de aantrekkelijkheid en diversiteit van de centra. Zo hebben alle kernwinkelgebieden een solide fundament waarop de leefbaarheid en economische vitaliteit verder kunnen worden versterkt.

Tabel 3: Aanwezigheid detailhandel in de winkelgebieden

Winkelgebied	Dagelijkse detailhandel	Recreatieve detailhandel	Doelgerichte detailhandel
Medemblik	Supermarkt Drogist Speciaalzaken	Kledingzaken Schoenen Juwelier	Woonwinkels Dierenzaak Plant en dier Elektronica
Andijk	Supermarkt Drogist Speciaalzaken	Boekenzaak	Elektronica Plant en dier
Wervershoof	Supermarkt Drogist Speciaalzaken	Warenhuis Optiek Kledingzaken	Woonwinkel Fietsen Elektronica
Wognum	Supermarkt Drogist Speciaalzaken	Kledingzaken Juwelier Boekenzaak	Doe het zelf Plant en dier
Zwaagdijk	Supermarkt Drogist Speciaalzaken	Kledingzaak Schoenen	Meubelzaak Dierenzaak

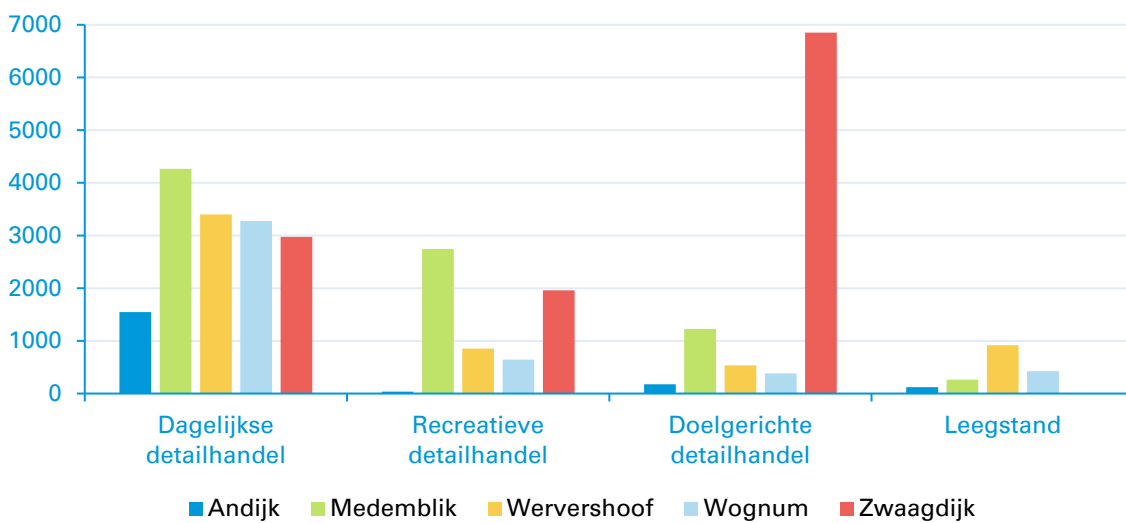
Bron: Locatus (2025). bewerking: Stec Groep (2025).

Figuur 4: Huidige detailhandelsstructuur gemeente Medemblik



Bron: Locatus (2025). Bewerking: Stec Groep (2025).

Figuur 5: Winkels en leegstand in gemeente Medemblik per winkelgebied (in m² wvo)



Bron: Locatus (2025). Bewerking: Stec Groep (2025).

Overschot aan detailhandelsmeters zet de bestaande voorzieningen onder druk

Uit distributieplanologisch onderzoek (DPO) blijkt dat er in Medemblik sprake is van een overaanbod aan detailhandel. Dit zien we overigens terug in de gehele regio. In de onderstaande tabel zijn de onderzoeksresultaten uitgesplitst naar de verschillende typen detailhandel. De recreatieve detailhandel is over het algemeen in balans. In de doelgerichte detailhandel is sprake van een beperkt overschot van circa 6%. Het grootste knelpunt doet zich echter voor binnen de dagelijkse detailhandel (supermarkten en winkels voor alledaagse boodschappen). Daar is sprake van een fors overaanbod van 16% winkelvloeroppervlak. Dit overschot heeft tot gevolg dat de dagelijkse detailhandel minder goed functioneert: de gemiddelde omzet per vierkante meter ligt daardoor lager dan gemiddeld in Nederland. De impact van dit overaanbod en de daarmee samenhangende kwetsbaarheid verschilt per winkelgebied. Waar we eerder constateerden dat de winkelgebieden een solide basis aan voorzieningen hebben, neemt de druk op dit aanbod toe.

Tabel 4: Marktruimte per detailhandelstype voor de gemeente Medemblik (in m² winkelvloeroppervlak (wvo))⁵

Branche	Huidig aanbod	Haalbaar aanbod 2035	Marktruimte
Dagelijks	19.150 m ²	16.050 m ²	-3.100 m ²
Recreatief	6.950 m ²	6.950 m ²	0 m ²
Doelgericht	30.800 m ²	29.000 m ²	-1.800 m ²

Bron: Koopstromenonderzoek (2021); CBS (2024); Primos (2024); Panteia (2024); Locatus (2025); Stec Groep (2025).
*Voor een compleet overzicht van de gehanteerde parameters en bronnen, zie bijlage 3.

In deze calculatie is geen rekening gehouden met een nieuw initiatief voor een supermarkt in Opperdoes. Indien dit initiatief vergund wordt, neemt de negatieve marktruimte voor dagelijks met 1.200 m² toe naar -4.300 m². We hanteren als stelregel dat een negatieve marktruimte tot 10% zonder negatieve gevolgen mogelijk is. In dat perspectief is een overaanbod van bijna 27% fors, waardoor op termijn negatieve effecten te verwachten zijn. Er is een DPO nodig om de lokale effecten te onderzoeken. Het is dan ook raadzaam voor dit initiatief een DPO uit te voeren, voordat deze vergund wordt.

Marktruimte

Marktruimte is een economisch-ruimtelijk begrip dat aangeeft hoeveel winkelvloeroppervlak (meestal in m² wvo) in een bepaald gebied duurzaam kan functioneren. Het is daarmee een maat voor de economische ruimte voor uitbreiding, optimalisatie of nieuwvestiging van winkels. Marktruimte wordt bepaald aan de hand van distributieplanologisch onderzoek (DPO) en is gebaseerd op:

- het aantal inwoners en het bestedingsniveau;
- de koopkrachtbinding (hoeveel inwoners hun aankopen lokaal doen);
- de koopkrachttoevoeiing (bestedingen van bezoekers van buiten);
- de vloerproductiviteit (de gemiddelde omzet per m² winkelvloer).

Zie bijlage 3 voor een nadere toelichting van de uitgangspunten.

Er is positieve marktruimte wanneer het haalbaar aanbod groter is dan het bestaande aanbod. Dit betekent: bestaande winkels presteren bovengemiddeld qua vloerproductiviteit, er is ruimte

⁵ Inmiddels zijn de resultaten van het Koopstromenonderzoek 2026 bekend. Er is slechts sprake van marginale verschillen. Om deze reden is de DPO-calculatie niet geactualiseerd en blijven de cijfers uit 2021 relevant.

voor uitbreiding van winkelvloeroppervlakte. Er is negatieve marktruimte wanneer het haalbaar aanbod kleiner is dan het bestaande aanbod. Dit betekent dat de vloerproductiviteit onder de norm ligt en er feitelijk een overaanbod is in verhouding tot de vraag.

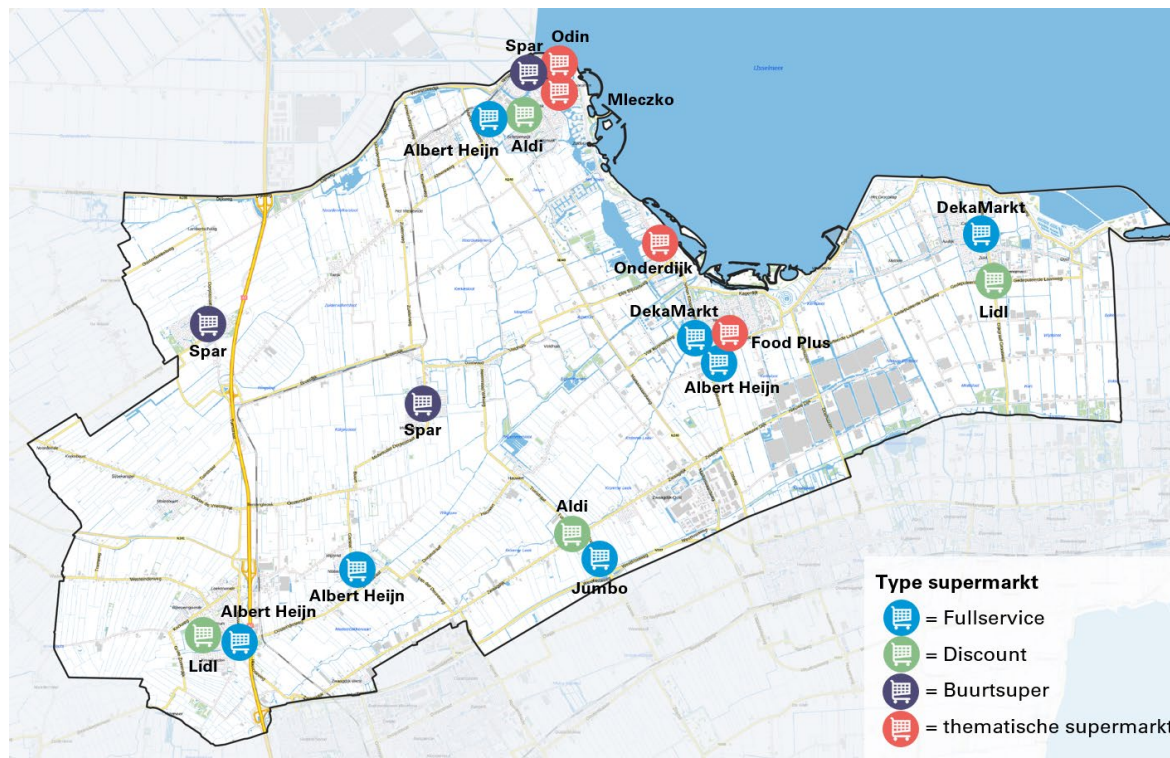
In dit geval berekenen we de marktruimte op gemeenteniveau. Negatieve marktruimte zegt dus niets over prestaties van individuele winkels. Negatieve marktruimte wil niet zeggen dat bedrijven niet kunnen bestaan, maar dat ondernemingen ondergemiddeld presteren en lagere omzetten generen dan de landelijke vloerproductiviteitsnormen zoals gehanteerd in DPO's. Bij negatieve marktruimte ligt de gemiddelde omzet per m² onder deze norm. Daardoor neemt de concurrentie toe, nemen de marges af en wordt het lastiger om stijgende kosten door te berekenen. Sterke formules, goede locaties en onderscheidende concepten kunnen nog steeds goed functioneren. Zwakkere locaties, verouderde panden en generieke concepten komen sterk onder druk te staan en het is niet uit te sluiten dat ondernemingen na verloop van tijd moeten sluiten.

Supermarkten houden kleine kernen vitaal: juiste spreiding is cruciaal

Supermarkten vormen vaak de dragers van kleinere kernen en bepalen grotendeels het verzorgingsgebied van een winkelgebied. In deze kernen zijn voorzieningen vaak gebundeld rond de supermarkt, waardoor bewoners hun boodschappen kunnen combineren met andere dagelijkse aankopen. Dit maakt het bezoek efficiënt, aantrekkelijk en stimuleert langere verblijfsduur, hogere bestedingen, levendigheid en sociale ontmoetingen.

Wanneer deze clustering wegvalt, bijvoorbeeld door stoppende of verhuizende ondernemers, neemt de aantrekkelijkheid van het winkelgebied af. Combinatiebezoeken nemen af, het winkelaanbod versplintert en voorzieningen verdwijnen, waardoor de leefbaarheid van de kern onder druk komt. Behoud van supermarkten in de kernen is daarom cruciaal. Een goed functionerende supermarkt ondersteunt andere voorzieningen en versterkt de vitaliteit van de dorpskern. Een juiste spreiding van supermarkten over de kernen is essentieel om voorzieningen bereikbaar te houden en de leefbaarheid te behouden. Voor een overzicht van de spreiding van supermarkten binnen de gemeente, zie figuur 3.

Figuur 6: Spreiding supermarktaanbod gemeente Medemblik



Bron: Locatus (2025). Bewerking: Stec Groep (2025).

Huidige spreiding supermarkten: grotere kernen met een compleet aanbod en verspreide buurtsupers

Binnen de huidige spreiding worden alle grotere kernen zoals Medemblik, Wervershoof, Andijk en Wognum bediend met minimaal twee supermarkten, veelal in de combinatie van een fullservice en discountsupermarkt. Deze combinatie versterkt de positie van de winkelgebieden, gezien het complementaire aanbod en aantrekkingskracht. Deze supermarkten zijn voornamelijk lokaal verzorgend met een beperkte bovenlokale aantrekkingskracht. Daarnaast is er in Winkelhart Zwaagdijk een vijfde locatie waar een cluster supermarkten een bredere regio bedient. Daarnaast zijn er nog verspreide buurtsupermarkten in dorpen als Abbekerk, Nibbixwoud en Midwoud. In 2027 komt er mogelijk een nieuwe supermarkt in Opperdoes bij.

Welke factoren beïnvloeden het verzorgingsgebied van een supermarkt?

De afstand die consumenten af willen leggen om van een supermarkt gebruik te maken verschilt per type supermarkt. Vijf factoren spelen hierbij een rol:

1. **Formule:** consumenten zijn over het algemeen bereid verder te reizen voor een discountsupermarkt dan een full-service supermarkt. Ook het concept (stads-/gemakssupermarkt versus wekelijkse boodschappen) speelt een rol.
2. **Omvang supermarkt:** naarmate de supermarkt groter is en een breder én specifiek assortiment biedt, zijn consumenten bereid om verder te reizen.
3. **Concurrerend aanbod in de omgeving:** bij een hoge mate van concurrerend aanbod in de omgeving met een vergelijkbaar concept neemt de gemiddelde reisafstand af.
4. **Bereikbaarheid en parkeren:** consumenten zijn bereid verder te reizen bij goede bereikbaarheid en optimaal parkeren.
5. **Positie supermarkt bij consument:** Vrijwel geen enkele consument doet alle boodschappen bij één supermarktformule. Zij maken, persoonsafhankelijk, onderscheid in primaire, secundaire en tertiaire

supermarkten. De meeste bestedingen vinden plaats in de primaire supermarkt (68%), daarop volgt de secundaire (23%) en tertiaire (9%), bijvoorbeeld vanwege aanbiedingen, specifieke producten, onderscheidend assortiment of service. Afhankelijk van de primaire, secundaire en tertiaire supermarkt is men bereid meer of minder ver te reizen.

Ambitie: bestaande voorzieningen behouden, ondanks negatieve marktruimte

In de onderstaande tabel wordt per winkelgebied het profiel, ontwikkelrichting en (indicatieve) functioneren beschreven, met specifieke aandacht voor de aanwezige supermarktmeters. Supermarkten vormen in vrijwel alle kernen de dragers van het winkelgebied en bepalen in belangrijke mate het verzorgingsgebied. Het behoud van deze voorzieningen is cruciaal om bereikbaarheid, vitaliteit en leefbaarheid van de kernen te waarborgen.

Onze ambitie is daarom om de bestaande supermarktvoorzieningen binnen de hoofdwinkelstructuur te behouden, ondanks de negatieve marktruimte.

- Binnen de vijf kernwinkelgebieden blijven de supermarkten behouden. We zetten in op behoud én versterking van deze voorzieningen.
- Onder de drie kernverzorgende winkelgebieden binnen de hoofdwinkelstructuur vallen de kernen Abbekerk, Nibbixwoud en Midwoud. Daar liggen drie supermarkten die een belangrijke rol spelen in het dagelijkse aanbod voor inwoners in hun eigen verzorgingsgebied.
- Daarnaast willen we verspreide winkels buiten de vijf kernwinkelgebieden en genoemde kernen behouden. Verdwijnt een van deze voorzieningen, dan is onze ambitie om deze te verplaatsen naar een van de vijf kernwinkelgebieden. Zo houden we deze winkelgebieden vitaal, aantrekkelijk en toekomstbestendig.

Dit vraagt enerzijds om het versterken van supermarkten met een kwetsbare positie, en anderzijds om het voorkomen van onnodige concurrentie. Het leidende principe hierbij is helder: *“extra meters op de ene plek mogen nooit leiden tot het aantasten van het functioneren van een supermarkt elders.”*

Tabel 5: Huidige profielen van de vijf kernwinkelgebieden

Winkelgebied	Profiel en ontwikkelrichting	Functioneren
<p>Medemblik</p>	<p>Het winkelgebied van Medemblik beschikt over een historisch, kleinschalig maar compleet stadscentrum. Het centrum voorziet in de dagelijkse behoeften van zowel inwoners als bezoekers uit de regio, met een nadruk op winkels voor dagelijkse en frequente aankopen, zoals supermarkten, drogisterijen en speciaalzaken. Daarnaast is er aanvullend recreatief aanbod, waardoor het winkelgebied zich ook leent voor funshopping en een dagje uit in combinatie met horeca en beleving. Medemblik kent dan ook als enige winkelgebied in de gemeente een (regionaal) recreatief profiel. Het centrum herbergt diverse dienstverleners, cafés en restaurants en is regelmatig het decor voor kleinschalige markten en evenementen – activiteiten die veel waardering krijgen van zowel bewoners als bezoekers. Bovendien huisvest de kern Medemblik ook nog enkele doelgerichte detailhandelaanbieders. Voor het winkelgebied van Medemblik is in december 2024 een stadsplan vastgesteld. Het plan richt zich op het creëren van een toekomstbestendige, levendige en aantrekkelijke binnenstad. De Nieuwstraat wordt vernieuwd met zichtbare historische elementen en een flexibele inrichting voor evenementen en winkels, gedeeld door fietsers en auto's. Er komt meer groen in het centrum en autoluwe zones. Economisch wordt ingezet op verblijfstoerisme, waarbij toeristische trekpleisters beter worden verbonden en karakteristieke gebouwen nieuwe functies krijgen. Er komen nieuwe richtlijnen voor gevels en winkelreclame, wat moet bijdragen aan de uitstraling in het gebied. Deze inzet versterkt het regionale recreatieve profiel.</p>	<p>Medemblik is de grootste kern van de gemeente en biedt het ruimste aanbod aan winkels en voorzieningen. Vanwege het historische en recreatieve profiel heeft Medemblik een sterke positie. Medemblik beschikt over verschillende supermarkten. In totaal beschikt Medemblik over 3.330 m² winkelvloeroppervlak (hierna wvo) aan supermarkten. Zo zijn er aan de Randweg een Albert Heijn (1.565 m² wvo) en een Aldi (765 m² wvo) gevestigd. In het centrum zijn er de Spar (535 m² wvo), Poolse supermarkt Mleczko (320 m² wvo) en biologische supermarkt Odin (320 m² wvo) gevestigd. In Medemblik komen discount en fullservice samen, wat het dagelijkse boodschappen-cluster aantrekkelijk maakt. Medemblik heeft daarmee een verzorgende functie voor de (stads)regio. De kern functioneert goed en het huidige winkelaanbod sluit goed aan bij de behoeften van inwoners en bezoekers.</p>
<p>Andijk</p>	<p>Het winkelcentrum in Andijk is een kleinschalig overdekt centrum. Je vindt er een bakker, slager, drogisterij en supermarkt. Buiten is er een snackbar met terras. Wat uitstraling betreft is het centrum wat verouderd. Toch liggen er plannen klaar voor vernieuwing. Dat laat zien dat er bereidheid is om te investeren. Het vervult een belangrijke (boven)lokale economische</p>	<p>Andijk is een kern aan de noordoostzijde van de gemeente. Het winkelgebied voorziet in de dagelijkse behoeften voor inwoners van de eigen kern en enkele omliggende buurtschappen. Zo is er een DekaMarkt (1.140 m² wvo) gevestigd en ten zuiden van het centrum ligt de</p>

en sociale functie. Mensen uit de regio kunnen hier vooral terecht voor hun dagelijkse behoeften en het is een sociale ontmoetingsplek. Dankzij de ligging in het recreatiegebied rond het IJsselmeer trekt Andijk ook bestedingen van bezoekers buiten de eigen kern. Ten opzichte van Wervershoof en Wognum heeft het winkelgebied een iets kleinere reikwijdte. Naast het winkelcentrum Andijk zit er een solitair gelegen Lidl in het zuiden van Andijk.

Lidl (1.225 m² wvo), die in 2022 nog is verbouwd. In totaal beschikt Andijk over **2.365 m² winkelvloeroppervlak aan supermarkten**. Het winkelgebied in Andijk functioneert naar behoren en het detailhandelsaanbod past momenteel bij de omvang van de kern.

Wervershoof

Het winkelcentrum van Wervershoof heeft een dagelijks profiel. Het vervult voornamelijk een (boven)lokale functie (bijvoorbeeld voor inwoners uit nabijgelegen dorpen) en het belangrijkste bezoekmotief is boodschappen doen. Het aanbod bestaat uit dagelijkse voorzieningen zoals supermarkten, een Hema, een drogist, bakker en er bevinden zich enkele horecagelegenheden. Recreatief aanbod is beperkt aanwezig in de vorm van één boetiek. Het winkelcentrum is wat versteend en heeft een verouderde uitstraling wat het minder aantrekkelijk maakt. De leegstand in Wervershoof is met ongeveer 18% erg hoog en ligt ver boven een gezond frictieniveau. Een reden voor deze hoge leegstand zijn de verwachte renovatieplannen. Ondernemers willen of kunnen niet vestigen in de beschikbare leegstaande panden vanwege de geplande renovatie. De plannen richten zich op een duurzaam en aantrekkelijk centrum met meer beleving. Gemeente Medemblik en Dalphi Real Estate onderzoeken samen de haalbaarheid van deze transformatie. Buiten het afgebakende winkelcentrum van Wervershoof is er ook ander detailhandelsaanbod in de kern. Zo is er een bouwmarkt (Hubo) en een woonwinkel (Pronto Wonen). Daarnaast is er verspreid in de kern recreatief aanbod van Rheino's en Boeddha Centre. Het totale detailhandelsaanbod in de kern is dus groter dan alleen het kernwinkelgebied.

Het winkelcentrum van Wervershoof is een belangrijk winkelgebied voor de kern. De uitvoering van de renovatieplannen laat lang op zich wachten, waardoor het winkelgebied momenteel niet goed functioneert. In de afgelopen tien jaar is het winkelvloeroppervlak voor recreatieve en doelgerichte detailhandel sterk afgenomen. Het dagelijks aanbod kende wel een stijging. Inmiddels zijn Albert Heijn (1.365 m² wvo), DekaMarkt (1.080 m² wvo) en Food Plus (280 m² wvo) als supermarkten in Wervershoof gevestigd. Samen beslaan deze supermarkten **2.725 m² winkelvloeroppervlak**. Ondanks de problemen biedt het winkelcentrum potentie. Wervershoof is na Medemblik de grootste kern van de gemeente. Een problematische factor voor Wervershoof is de concurrentie vanuit Winkelhart Zwaagdijk. Het complete aanbod en goede bereikbaarheid van Winkelhart Zwaagdijk maakt dat consumenten en aanbieders worden aangetrokken door Winkelhart Zwaagdijk. Dat verzwakt de detailhandel in Wervershoof.

Wognum

Wognum heeft een geconcentreerd centrum met een dagelijks aanbod. Het winkelgebied voorziet in dagelijkse behoefte zoals supermarkten, een drogist, bakker, slager en enkele horecagelegenheden. Daarnaast is er recreatief aanbod aanwezig en zijn er specialisten zoals een juwelier en

Het winkelcentrum richt zich voornamelijk op de dagelijkse voorzieningen, maar biedt daarnaast ook enkele recreatieve winkels en horecazaken. Hoewel het winkelcentrum versteend is, biedt het een mix van

opticien. Wognum heeft een gunstige ligging aan de A7 en trekt daardoor niet alleen inwoners uit de eigen kern, maar ook bezoekers uit andere delen van de gemeente. Het centrum van Wognum is een sterk bovenlokaal verzorgend dorpscentrum. Het is weliswaar klein en versteend, maar compleet.

fullservice en discount in het dagelijkse segment. De Albert Heijn (1.155 m² wvo) en Lidl (1.015 m² wvo) beslaan samen een totale **supermarktomvang van 2.170 m² wvo**. Er zijn concrete uitbreidingsplannen van de Lidl om uit te breiden met 400 m² wvo. Dat is opmerkelijk, gezien de negatieve marktruimte voor dagelijkse detailhandel op gemeenteniveau van 3.100 m² wvo. Kijkend specifiek naar de dagelijkse detailhandel in Wognum constateren we een beperkte uitbreidingsbehoefte/optimalisatieruimte. In Wognum is er lokaal nog ruimte voor uitbreiding of optimalisatie van de dagelijkse detailhandel, omdat het aanbod in verhouding tot het aantal inwoners hier goed in balans is. Hoewel er op gemeentelijk niveau sprake is van een fors overaanbod van dagelijkse winkels, is de marktsituatie in Wognum minder gespannen, waardoor uitbreiding van bijvoorbeeld de Lidl mogelijk en economisch verantwoord is – zeker gezien het beperkte discountaanbod in het westelijke deel van de gemeente. Het winkelcentrum functioneert goed en sluit aan bij de behoeften van inwoners en bezoekers.

Zwaagdijk

Winkelhart Zwaagdijk is een groot solitair gelegen winkelcentrum (in de relatief kleine kern Zwaagdijk-Oost) met dertien winkels, verspreid over 15.000 vierkante meter. Het winkelcentrum huisvest dagelijks, recreatief en doelgericht winkelaanbod. Er bevinden zich onder andere een Jumbo, Action en Kruidvat, maar ook een meubelzaak, dierenwinkel en een schoenenwinkel. Het winkelgebied is gelegen naast de N307 en is makkelijk met de auto bereikbaar vanaf omliggende (dorps)kernen. Er zijn net als in de andere winkelgebied gratis parkeerplaatsen beschikbaar. Het winkelgebied trekt veel mensen aan van buiten de eigen kern en heeft een streekverzorgend profiel. Winkelhart Zwaagdijk vervult, dankzij de goede autobereikbaarheid en strategische ligging, meer de rol van een perifere detailhandelslocatie dan van een traditioneel kern-/lokaal verzorgend

Het winkelgebied is opvallend groot in verhouding tot de omvang van de kern. Zeker wanneer we dit vergelijken met de andere winkelgebieden of kernen. Winkelhart Zwaagdijk behoort tot de best functionerende winkelgebieden van de regio West-Friesland. Er is een zeer gevarieerd aanbod van dagelijkse en doelgerichte aanbieders, wat de positie erg sterk maakt. Zwaagdijk beschikt over een Aldi (805 m² wvo) en een omvangrijke Jumbo (1.760 m² wvo). In totaal beschikt Winkelhart Zwaagdijk over **2.565 m² winkelvloeroppervlak aan supermarkten**. Het gebied functioneert goed door de aanwezigheid van fullservice en discount in het dagelijkse

winkelgebied. Door het gevarieerde detailhandelsaanbod is Zwaagdijk een veelzijdige bestemming voor zowel consumenten uit de eigen kern als omliggende (dorps)kernen. Er zijn plannen om Winkelhart Zwaagdijk nog verder uit te breiden. Deze plannen zouden effect hebben op de detailhandelsstructuur in de gehele gemeente en de vitaliteit van de overige winkelgebieden schaden.

segment. Het (supermarkt)aanbod in Zwaagdijk past niet bij de beperkte omvang van de kern. Winkelhart Zwaagdijk trekt bezoekers uit de omliggende kernen aan, waardoor de ruime omvang van het aanbod in stand gehouden kan worden. Dit leidt tot een risico voor de instandhouding van de detailhandelhoofdstructuur en de bereikbaarheid van voorzieningen in andere delen van de gemeente. De (supermarkt)functie van Winkelhart Zwaagdijk is hiermee niet kern/lokaal verzorgend.

Bron: Locatus (2025). bewerking: Stec Groep (2025).

Tabel 6: Huidige en/of mogelijke profielen van de vier kernverzorgende winkelgebieden(met focus op supermarkten)

Winkelgebied	Profiel	Functioneren
Abbekerk	De buurtsupermarkt Spar in Abbekerk voorziet inwoners in hun dagelijkse behoeften en biedt een plek om elkaar te ontmoeten. Naast de supermarkt zijn er nog enkele aanvullende diensten gevestigd, zoals een kapper, bloemist en een modezaak. De Spar vervult een lokaal verzorgende rol en draagt bij aan de leefbaarheid van het dorp.	De Spar in Abbekerk heeft een winkelvloeroppervlakte van 340 m² . De winkel moest eerder stoppen en maakte daarna een doorstart. Dat laat zien hoe lastig het is om winkels in kleine dorpen financieel gezond te houden. Met een beperkte omvang is het lastig om het totaalaanbod te bieden die de moderne consument zoekt. De Spar in Abbekerk heeft het moeilijk, maar blijft belangrijk voor de lokale inwoners.
Midwoud	De Spar in Midwoud, een buurtsupermarkt, voorziet inwoners in hun dagelijkse behoeften. Naast de Spar zitten er nog een slijterij en enkele kapsalons en snackbars. De Spar vervult, net zoals in Abbekerk, een lokaal verzorgende rol en draagt bij aan de leefbaarheid van het dorp.	De Spar in Midwoud heeft een kleine reikwijdte en voorziet in de dagelijkse behoefte van bewoners nabij. De Spar heeft een totale omvang van 485 m² . De geringe omvang maakt het lastig om klanten te binden.
Nibbixwoud	In Nibbixwoud zijn een Albert Heijn, buurtsupermarkt en Gall & Gall gevestigd. Verder zijn er nog een bakker, kapper en woningtextielwinkel gevestigd. Deze winkels liggen verspreid en vormen geen samenhangend	Nibbixwoud functioneert naar behoren. Het voorziet in de behoefte van de inwoners. De Albert Heijn vervult een rol als buurtverzorgende supermarkt met een totale omvang van 1.085 m² . Vanwege de ruimere omvang heeft de

	winkelgebied. Bewoners doen hier vooral hun dagelijkse boodschappen. Nibbixwoud heeft daardoor een buurtverzorgend profiel.	supermarkt in Nibbixwoud een sterkere en vitalere positie dan de buurtsupers in Abbekerk en Midwoud
Opperdoes	De kern Opperdoes heeft op dit moment geen supermarkt, maar er bestaat een initiatief van Vomar om een nieuwe supermarkt op de oude locatie van de Spar te vestigen. Voor deze ontwikkeling is een anterieure overeenkomst gesloten en heeft de gemeente in februari 2026 een aanvraag voor een omgevingsvergunning ontvangen.	Op basis van de plannen krijgt de Vomarvestiging een oppervlakte van ca. 1.200 m² winkelvloeroppervlak . De winkel is een fullservice supermarkt en bedient naar verwachting inwoners van Opperdoes en een aantal kleine kernen of buurtschappen in de buurt die geen supermarkt hebben en concurreert mogelijk met bestaande supermarkten in Medemblik en/of Abbekerk.

Bron: Locatus (2025). bewerking: Stec Groep (2025). Bron Opperdoes: gemeente Medemblik (2026)

Tabel 7: Huidige profielen van de verspreide winkels in de gemeente

Winkelgebied	Profiel	Functioneren
Verspreide bewinkeling⁶	Tot slot is er een groep winkels te vinden op verspreide locaties binnen de gemeente Medemblik. Deze voorzieningen bevinden zich buiten de bestaande winkelstructuur. Het gaat om solitaire detailhandelsvestigingen buiten de kernen Medemblik, Andijk, Wervershoof, Wognum en Zwaagdijk, bijvoorbeeld op bedrijventerreinen alsook enkele vestigingen binnen de kernen.	Solitaire dagelijkse – en recreatieve detailhandel buiten de kernwinkelgebieden – hebben het doorgaans lastig vanwege het ontbreken van voldoende trekkracht en combinatiebezoek. Voor de doelgerichte detailhandel geldt dat deze op verspreide locaties wel kan functioneren, dankzij het bezoekersmotief en de aantrekkingskracht van deze winkels

Bron: Locatus (2025). bewerking: Stec Groep (2025).

⁶ Verspreide bewinkeling verwijst naar winkels die zich buiten de centrale winkelgebieden bevinden. Deze winkels vallen niet binnen een aangeduid winkelgebied (clustering van minimaal vijf winkels) en zijn vaak verspreid over verschillende locaties.

4.2 Waar zetten we op in?

Vier pijlers onder hoofddoel evenwichtige spreiding detailhandel

We zetten hier onze strategieën voor de detailhandelsstructuur in Medemblik uiteen. Het hoofddoel van deze visie is: een evenwichtige spreiding van detailhandel⁷, zodat voorzieningen bereikbaar blijven en dorpen leefbaar. Om dit doel te bereiken zetten we in op vier pijlers:

1. Een sterke en geconcentreerde hoofdstructuur
2. Supermarkten als dragers van onze kernen, belang van evenwichtige spreiding
3. Lokaal ondernemerschap in stand houden in onze kernen
4. Kwaliteit van winkelgebieden waarborgen

Overkoepelend doel: een evenwichtige spreiding van detailhandel zodat voorzieningen bereikbaar blijven en dorpen leefbaar

Wij willen dat inwoners van de gemeente Medemblik in alle kernen, nu en in de toekomst, kunnen rekenen op nabijheid en bereikbaarheid van dagelijkse voorzieningen. Dat gaat verder dan alleen boodschappen doen. Supermarkten, drogisterijen, bakkerijen en andere basiswinkels vormen het hart van onze dorpen. Het zijn plekken waar mensen elkaar ontmoeten, waar jong en oud samenkomen en waar vanzelfsprekendheid en gemak hand in hand gaan. Het behouden van deze voorzieningen betekent het behouden van de levendigheid, aantrekkelijkheid en sociale samenhang van onze kernen.

In een gemeente die vergrijsd en er een groeiende groep mensen is voor wie mobiliteit steeds minder vanzelfsprekend is, neemt dit belang alleen maar toe. Niet iedereen kan eenvoudig naar een grotere kern reizen voor dagelijkse boodschappen, denk aan mensen zonder een auto tot hun beschikking. Een goede spreiding van voorzieningen over de kernen betekent dat ouderen zelfstandig kunnen blijven wonen, dat gezinnen hun leven efficiënt kunnen organiseren en dat dorpen leefbaar en aantrekkelijk blijven voor nieuwe generaties. Het gaat dus niet alleen om economie, maar ook om bredere maatschappelijke doelstellingen, leefbaarheid en sociale cohesie in onze dorpen.

Juist daarom kiezen wij voor een visie waarin de evenwichtige spreiding van supermarkten en andere basisvoorzieningen het fundament vormt. Dit is de sleutel om vitale dorpscentra te behouden. Een centrum zonder supermarkt of dagelijkse voorzieningen verliest zijn functie als ontmoetingsplek, waardoor de samenhang en levendigheid afneemt. Voorzieningen in de nabijheid zorgen er juist voor dat mensen vaker en langer in hun kern verblijven, waardoor ook lokale ondernemers, horeca en maatschappelijke functies profiteren.

Alle andere keuzes die we in deze visie maken – het versterken van de hoofdstructuur, het behouden van lokaal ondernemerschap en het investeren in de kwaliteit van winkelgebieden – staan ten dienste van dit doel. Alleen met sterke, bereikbare voorzieningen kunnen we immers de leefbaarheid van onze dorpen ook in de toekomst waarborgen.

⁷ Een evenwichtige spreiding van winkels zorgt voor een leefbare en goed functionerende omgeving. Door detailhandel zorgvuldig over het gebied te verdelen, blijven voorzieningen bereikbaar voor alle bewoners. Dit voorkomt concentratie op één plek en leegstand elders. Zo blijven centrumgebieden én dorps- en wijkkernen economisch vitaal. Overbelasting van centrale gebieden en eenzijdige ontwikkeling wordt tegengegaan, terwijl kleinere kernen hun functie behouden. Het resultaat is een gezonde balans tussen bereikbaarheid, dynamiek en leefbaarheid. Detailhandel draagt zo bij aan ruimtelijke kwaliteit en het dagelijks functioneren van het gebied.

Wat blijkt er uit de participatie?

Ondernemers en inwoners vinden het essentieel dat het detailhandelsbeleid aansluit op de praktijk in Medemblik. Zij benadrukken een sterke hoofdstructuur met supermarkten als kern, zodat dagelijkse voorzieningen voor iedereen bereikbaar blijven, vooral voor kwetsbare groepen. Ondernemers waarschuwen dat uitbreiding buiten dorpskernen leegstand en verlies van levendigheid veroorzaakt. Er is brede steun voor het behoud van lokaal ondernemerschap en voor kwaliteit in winkelgebieden. Dat vraagt om verduurzaming en investeringen in de openbare ruimte. Boerderijwinkels gelden als waardevolle aanvulling, mits duidelijke kaders voor omvang en assortiment concurrentie met reguliere winkels beperken. Ook is er draagvlak voor branchevervaging en slimme functieverplaatsing, zolang dit bijdraagt aan een aantrekkelijk en toekomstbestendig winkelaanbod en niet leidt tot extra druk op de concurrentie.



Pijler 1. Een sterke en geconcentreerde hoofdstructuur

We kiezen bewust voor een krachtige en compacte hoofdstructuur voor de detailhandel. Binnen deze structuur krijgt de detailhandel ruimte om zich verder te ontwikkelen. We versterken de bestaande winkelgebieden, zodat ze aantrekkelijk en economisch vitaal blijven. Nieuwe winkelinitiatieven moeten bijdragen aan deze hoofdstructuur.

In het licht van een duurzame en toekomstbestendige ruimtelijke ordening is het van cruciaal belang dat nieuwe detailhandelsinitiatieven primair landen binnen de hoofdwinkelstructuur van de vijf kernen. Het beschermen én versterken van deze hoofdstructuur vormt de ruggengraat van het gemeentelijke voorzieningenaanbod en draagt direct bij aan de leefbaarheid van de dorpen. Juist in een vergrijzende gemeente als Medemblik, waar de mobiliteit van inwoners afneemt en de behoefte aan nabijheid van voorzieningen toeneemt, is het essentieel dat winkels en basisvoorzieningen goed bereikbaar en geconcentreerd aanwezig blijven in de dorpscentra. Dit sluit ook nauw aan bij het woon- en zorgbeleid van de gemeente, waarin langer zelfstandig wonen en nabijheid van diensten centraal staan. De herinvulling van leegstaande winkelpanden met zowel commerciële als maatschappelijke functies – denk aan kleinschalige zorg, dienstverlening of ontmoeting – is hierin een belangrijke strategische opgave. We vullen het detailhandelsaanbod aan met andere commerciële of maatschappelijke voorzieningen. Elk initiatief beoordelen we afzonderlijk. Tegelijkertijd betekent dit dat uitbreidingen van detailhandel buiten de hoofdstructuur slechts mogelijk zijn onder strikte voorwaarden: alleen als deze aantoonbaar aanvullend zijn op het bestaande aanbod, géén afbreuk doen aan de vitaliteit van de hoofdstructuur én een duidelijke meerwaarde leveren voor specifieke doelgroepen of lokale behoeften. Deze lijn wordt stevig verankerd in het detailhandelsbeleid van de gemeente Medemblik. We kiezen bewust voor een geconcentreerde hoofdwinkelstructuur met beperkte ontwikkelingsruimte daarbuiten, omdat versnippering van het aanbod leidt tot leegstand, verschrapping van voorzieningen en een verzwakking van de dorpscentra als vitale ontmoetingsplekken.



Pijler 2: Supermarkten als dragers van onze kernen; belang van evenwichtige spreiding

Supermarkten trekken veel publiek en houden andere winkels in stand. Ze bieden bovendien een plek waar buurtbewoners elkaar ontmoeten. Dat maakt supermarkten belangrijk voor de leefbaarheid van dorpen. We kiezen er daarom bewust voor om supermarkten te concentreren binnen de bestaande (hoofdwinkel-)structuur, maar we zien ook dat de marktruimte in de gemeente Medemblik verzadigd is. Er zijn meer supermarktmeters dan nodig op basis van het aantal inwoners. Landelijk zien we dat een overschot niet direct leidt tot onderpresterende supermarkten. Onderscheidende profielen zorgen ervoor dat formules elkaar

aanvullen in plaats van direct concurreren. Zo blijft het aanbod op peil en blijft de aantrekkingskracht groot, zonder dat de regionale detailhandelsstructuur verstoord raakt. Extra meters toevoegen is echter ongewenst. Om die groei te voorkomen, stellen we aanvullende richtlijnen op voor nieuwe supermarktinitiatieven.

Supermarkten groeien snel. Ze bieden consumenten steeds meer gemak en keuze. Tegelijkertijd komt het economisch draagvlak van buurtwinkels en speciaalzaken onder druk te staan. Kleine ondernemers kunnen moeilijk opboksen tegen de schaalvoordelen van grote ketens. Grote supermarktformules breiden hun assortiment vaak uit met versproducten, biologische en luxere varianten, en non-food. Daardoor verliezen speciaalzaken hun functie en bestaansrecht. Wij zien lokaal ondernemerschap als het visitekaartje van onze centra. We streven naar een goede balans tussen dorpen en centra, zodat voorzieningen voor iedereen bereikbaar blijven. Nieuwe supermarktinitiatieven stemmen we daarom af op gemeentelijk niveau, het uitgangspunt is daarbij dat winkelgebieden lokaal verzorgend zijn. Winkelgebieden met een grotere aantrekkingskracht ondermijnen marktpotentie elders. Daarmee vormen ze een gevaar voor de evenwichtige spreiding die wij nastreven om voorzieningen bereikbaar te houden en de leefbaarheid te borgen. Uitbreiding heeft namelijk directe impact op bestaande supermarkten, buurtwinkels en koopstromen tussen kernen. Daarom is uitbreiding alleen wenselijk wanneer er in het directe verzorgingsgebied van de supermarkt voldoende lokale marktpotentie is om de uitbreiding te accommoderen. Een gelijk speelveld vraagt om zorgvuldige beoordeling van nieuwvestiging en uitbreiding. Om een evenwichtige spreiding van supermarktmeters te borgen werken we met een maximale omvang van 1.500 m² wvo. Zo voorkomen we extreem grote supermarkten die de marktpotentie van omliggende kernen ondermijnen. Elke uitbreiding of nieuwvestiging is daarnaast ook DPO-plichtig (inclusief effectenanalyse), in lijn met de landelijke en regionale regels.



Pijler 3: Lokaal en startend ondernemerschap in stand houden in onze kernen

Winkelgebieden bloeien door de kracht van lokale ondernemers. Landelijke ketens trekken een breed publiek, maar lokale winkels zorgen voor diversiteit en karakter.

Samen vormen ze een sterk geheel en bedienen ze verschillende doelgroepen. In Medemblik staat het lokale ondernemerschap onder druk. Daarom is een gezonde balans tussen landelijke ketens en lokale ondernemers nodig. Die balans begint bij het stimuleren van startende ondernemers.

Vooral startende ondernemers hebben het zwaar. Waar gevestigde ondernemers vaak hun pand al hebben afbetaald en dit zien als een vorm van pensioen, moeten starters doorgaans een lening afsluiten. De vaste lasten drukken zwaar op de exploitatie, waardoor het moeilijk is om de onderneming in de eerste jaren rendabel te maken. Dit maakt de drempel om een nieuwe zaak te beginnen hoog en zet de vernieuwing van het lokale ondernemerschap onder druk. Tegelijkertijd zien we ook nieuwe, laagdrempelige vormen van ondernemerschap ontstaan, zoals boerderijwinkels, zelfbedieningsstalletjes of hybride concepten die detailhandel combineren met horeca of beleving (voor de specifieke regels: zie H.6 ruimtelijk kader). Dit zijn positieve ontwikkelingen: ze geven kleur aan de gemeente, versterken het voorzieningenniveau en dragen bij aan de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van onze kernen en het buitengebied. Wel moeten we waken voor oneerlijke concurrentievoordelen. Ondernemers die buiten de reguliere winkelgebieden opereren, hebben vaak lagere kosten en minder strikte regelgeving, terwijl gevestigde winkels in de centra te maken hebben met hogere lasten en verplichtingen. Een gelijk speelveld⁸ is cruciaal, zodat deze nieuwe initiatieven de bestaande winkelstructuur aanvullen in plaats van ondermijnen. Detailhandel buiten deze structuur vinden we onwenselijk en bouwen we

⁸ Onder een gelijk speelveld wordt verstaan dat alle detailhandelsvestigingen binnen de gemeente – ongeacht ligging in een kernwinkelgebied of daarbuiten – moeten voldoen aan dezelfde geldende wet- en regelgeving, waaronder bestemmingsplannen, vergunningvereisten, milieuregels, handhaving en overige relevante beleidskaders. Uitzonderingen zijn uitsluitend mogelijk indien deze expliciet wettelijk zijn vastgelegd of beleidsmatig gemotiveerd.

af. We bepalen wat onder detailhandel valt en wat ondergeschikte detailhandel is. Deze definities leggen we vast in het ruimtelijk kader (zie Hoofdstuk 6), met duidelijke regels over assortiment en maximaal oppervlak. Handhaving pakken we integraal aan. We geven prioriteit aan belangrijke zaken en combineren controle met (actieve) voorlichting over de regels. De gemeente voert een actief, risicogericht handhavingsbeleid met als doel: een gelijk speelveld voor alle detailhandelsinitiatieven binnen en buiten de kernwinkelgebieden. Bij de uitvoering van het beleid beoordelen we per geval de gevolgen.

Om lokaal ondernemerschap toekomstbestendig te maken, zet de gemeente in op gerichte ondersteuning en facilitering in de vorm van een startersloket⁹. Dat betekent: het stimuleren van starters met praktische hulp bij financiering, locatiekeuze en vergunningen, het verminderen van wachttijden en regeldruk en het inrichten van een centraal ondernemersloket als vast aanspreekpunt. Waar mogelijk geven we lokale ondernemers bij gelijke voorwaarden de voorkeur bij aanbestedingen binnen de detailhandel. Op de langere termijn bieden we starters de kans om door te groeien tot gevestigde ondernemers. Tegelijkertijd stimuleren we vernieuwing en functiemenging om innovatieve bedrijfsmodellen mogelijk te maken. We zoeken naar slimme oplossingen om leegstand tegen te gaan en vastgoed beter te benutten. We richten ons op de kwaliteit van de openbare ruimte zodat deze aantrekkelijk blijft voor ondernemers en bezoekers. We geven ruimte aan hybride vormen van detailhandel, zoals combinaties met andere functies, waar dat past binnen het ruimtelijk kader. De gemeente speelt hierin een faciliterende en verbindende rol. We stimuleren samenwerking, verminderen beleidsbelemmeringen en betrekken ondernemers actief bij de ontwikkeling van de kernen. Door ondernemerschap te koppelen aan bredere opgaven zoals leefbaarheid, duurzaamheid en digitalisering, ontstaat een klimaat waarin ondernemers kunnen meegroeien met maatschappelijke ontwikkelingen. Zo bouwen we aan een divers en vitaal ondernemerschap dat de kernen van Medemblik levendig en aantrekkelijk houdt.



Pijler 4: Kwaliteit van winkelgebieden waarborgen

In de komende jaren staan in de gemeente Medemblik diverse gebiedsontwikkelingen op stapel, zoals woningbouwprojecten en de ontwikkelingsplannen van winkelcentrum Wervershoof. Deze plannen bieden momentum én investeringspotentie om winkelgebieden toekomstbestendig in te richten en te investeren in een prettig verblijfsklimaat.

Voor een duurzame structuur is het cruciaal dat de positie van deze winkelgebieden binnen de hoofdstructuur helder wordt bepaald en dat de aangewezen gebieden zich onderscheiden door hoge ruimtelijke kwaliteit. Een uitnodigende openbare ruimte maakt winkelen en verblijven aantrekkelijker, stimuleert ontmoeting en zorgt dat bezoekers langer blijven hangen. Dit vertaalt zich direct in beter economisch functioneren: meer bestedingen, meer vertrouwen bij ondernemers en een gezonder ondernemersklimaat. Goed onderhouden en aantrekkelijke winkelgebieden voorkomen leegstand, trekken nieuwe functies aan en vergroten de dynamiek en spreiding van bezoekers over de dag. Waar mogelijk versterken we de aantrekkelijkheid met horecavoorzieningen, zodat centra ook buiten de piekuren levendig blijven. Daarnaast richten we ons op de duurzaamheid van onze winkelgebieden. Zo kunnen energiezuinige gebouwen, vergroening of circulaire concepten de verduurzaming en leefbaarheid van onze winkelgebieden versterken. Onze strategie is dan ook helder: wij investeren gericht in de ruimtelijke en functionele kwaliteit van bestaande winkelgebieden. Alleen zo kunnen zij hun rol behouden als vitale en economisch sterke centra binnen de kernen van Medemblik.

⁹ Het Startersloket West-Friesland ondersteunt (startende) ondernemers met informatie, advies en praktische tools om een eigen bedrijf op te zetten. Via trainingen en netwerkdoorverwijzingen helpt het loket om ideeën haalbaar en kansrijk te maken. Zo versterkt het lokaal ondernemerschap en draagt het bij aan een vitaal, divers economisch klimaat in West-Friesland (bron: Startersloket West-Friesland).

Naast de overkoepelende pijlers die richting geven aan de detailhandelsvisie, spelen er ook specifieke ontwikkelingen en dynamieken in de afzonderlijke winkelgebieden. Elk winkelgebied kent zijn eigen profiel, kansen en uitdagingen. Om de visie handen en voeten te geven, werken we dit in het vervolg van dit hoofdstuk uit in een strategie per winkelgebied.

4.3 Strategie per winkelgebied

Winkelgebied	Strategie
Medemblik	Medemblik versterkt haar positie als recreatieve en toeristische kern. Daarnaast blijft er ruimte voor dagelijkse en doelgerichte detailhandel. We zetten in op een goede balans tussen horeca en winkels. Het historische centrum in de kern van Medemblik krijgt het primaat voor recreatieve detailhandel. Rondom dit centrum ontstaat een clustering van recreatieve functies. We behouden de Randweg als locatie voor dagelijkse detailhandel. Waar mogelijk verleiden we consument aantrekkende functies verspreid over de bedrijventerreinen naar het kernwinkelgebied. Voor doelgerichte/perifere detailhandel en activiteiten die écht genoodzaakt zijn om te vestigen op bedrijventerreinen blijven we ruimte bieden.
Zwaagdijk	We behouden alleen het huidige detailhandelsaanbod in Winkelhart Zwaagdijk en staan uitbreiding momenteel niet toe. Zo beschermen we de bestaande hoofdstructuur en voorkomen we dat de marktpotentie van andere winkelgebieden zoals Wervershoof en Wognum onder druk komt te staan. Winkelhart Zwaagdijk heeft al een ruim aanbod in detailhandel ten opzichte van de grote van de kern. Daarom kiezen we bewust voor behoud in plaats van groei.
Andijk	We behouden het huidige winkelaanbod in de kern. Het winkelgebied vervult een lokaal verzorgende functie en die rol willen we vasthouden. Daarom versterken we de positie van het winkelgebied met een kleinschalige transformatie van het centrum waar we inzetten op kwaliteitsverbetering van het winkelgebied en de openbare ruimte. De afstand tot andere winkelgebieden is groot genoeg om de voorzieningen hier te behouden. Daarom staan we kleinschalige kwalitatieve aanvullingen hier toe. We verwachten dat de renovatie de verblijfswaarde verhoogt en bijdraagt aan een beter functionerend winkelgebied.
Wervershoof	We behouden de focus op dagelijkse voorzieningen. Voor het winkelcentrum Wervershoof liggen herontwikkelingsplannen klaar. We reserveren detailhandelsruimte voor lokale ondernemers en stimuleren actief lokaal ondernemerschap. De renovatie verhoogt de ruimtelijke kwaliteit en maakt het gebied aantrekkelijker. Dit biedt mogelijkheden voor een prettiger en meer uitnodigende ontmoetingsfunctie. We bouwen aan een toekomst waarin dagelijkse voorzieningen en ontmoeting centraal staan. Kleinschalige, kwalitatieve aanvullingen krijgen daarom hier ruimte. Waar mogelijk verleiden we publieksaantrekkende functies op het bedrijventerrein Nijverheidsweg en maatschappelijke functies naar het gerenoveerde winkelgebied.
Wognum	We behouden het volledige dagelijkse aanbod in het winkelgebied. De kern blijft goed bereikbaar en vervult een dagelijkse én licht recreatieve functie. We zorgen voor een mix van discount- en fullservice supermarkten die past bij de omvang en het verzorgingsgebied van de kern. Daarom gaan we de uitbreiding van een supermarkt nader bekijken (op basis van distributieplanologisch onderzoek is er aangetoond dat hier mogelijk ruimte is voor uitbreiding). Daarnaast geven we het winkelgebied een impuls. We verbeteren de openbare ruimte en vergroten de aantrekkingskracht van het verouderde en versteende gebied.

5. Actielijnen

	Wat speelt er?	Wat gaan we doen?
<p>Concentratie in hoofdstructuur</p> 	<p>De detailhandel is het meest toekomstbestendig wanneer zij onderdeel vormt van een groter gebied met winkels en andere voorzieningen. We zetten daarom in op concentratie in de hoofdstructuur. Voor gebieden die buiten de hoofdstructuur vallen werken we aan geleidelijke afbouw van detailhandel. Binnen de hoofdstructuur maken we duidelijke keuzes in welke vormen van detailhandel we waar willen hebben.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • We vertalen de hoofdstructuur en bijbehorende planologische bepalingen in het Omgevingsplan. • We werken mee aan initiatieven om verspreide winkels te concentreren in de hoofdstructuur. • We werken met een uitsterfconstructie voor verspreide winkels. Bij het stoppen van een winkel of verplaatsing naar de hoofdstructuur verwijderen we de detailhandelsbestemming bij wijziging van het Omgevingsplan¹⁰. De Omgevingswet biedt deze mogelijkheden, daarom stellen wij voor het vestigingsgedrag en wijzigingen in het Omgevingsplan periodiek te monitoren en uit te voeren. • We gaan planologische mogelijkheden voor supermarkten nader inkaderen aan de hand van de uitgangspunten in het ruimtelijk kader in hoofdstuk 6 aan de hand van de hoofdwinkelstructuur. <p><i>We leggen de hoofdwinkelstructuur vast in het Omgevingsplan. We stimuleren dat verspreide winkels verplaatsen naar deze structuur. Waar mogelijk passen we een uitsterfconstructie toe. Daarnaast scherpen we de planologische regels voor supermarkten aan op basis van het ruimtelijk kader.</i></p>
<p>Basis op orde: schoon, heel en veilig</p> 	<p>Een schoon, heel en veilig winkelgebied is een basisvoorwaarde voor een aantrekkelijk centrum. Bezoekers voelen zich er welkom en verblijven er langer, wat direct bijdraagt aan hogere bestedingen en levendigheid. Voor ondernemers schept het vertrouwen om te investeren en zich langdurig te vestigen. Afval, leegstand, onveilige situaties of slecht onderhoud hebben daarentegen een afschrikwekkend effect: mensen mijden het gebied en de vitaliteit neemt af. Schoon, heel en veilig is daarmee niet alleen een kwestie van uitstraling, maar ook van economische kracht, sociale veiligheid en trots op de kern. Het vormt de randvoorwaarde waaronder andere verbeteringen in winkelgebieden kunnen slagen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • We handhaven schoon, heel en veilig in de winkelgebieden, waarbij we gericht knelpunten aanpakken en structureel inzet plegen om het beheer op orde te houden. We doen dit samen met lokale betrokkenen. Wel constateren we dat het kwaliteitsniveau van het onderhoud van de openbare ruimte regelmatig onder druk staat, waardoor de beschikbaarheid van budget bepalend is voor hoe schoon, heel en veilig de winkelgebieden kunnen zijn. • We gaan breder communiceren over de 25-metersregel uit het landelijke activiteitenbesluit, welke inhoudt dat ondernemers verplicht zijn om zwerfafval op te ruimen in een straal van 25 meter rondom hun bedrijf. • We voeren periodiek winkelgebiedenscans uit om te monitoren hoe winkelgebieden er op het vlak van schoon, heel en veilig voor staan. Dit geeft input voor de uitvoering. <p><i>Door deze maatregelen houden we zicht op wat er speelt. Dat zorgt voor betere kwaliteit. We voeren deze maatregelen uit om het winkelgebied goed in te richten.</i></p>

¹⁰ We houden er rekening mee dat een wijziging veel tijd kost, omdat het om een uitgebreide procedure gaat. We voeren dit waarschijnlijk uit via een zogenoemd veegplan. Daarbij verzamelen we alle noodzakelijke wijzigingen en verwerken die periodiek in het omgevingsplan. Ook houden we rekening met mogelijke nadeelcompensatie bij een wijziging van een locatie in het omgevingsplan. De eigenaar van het perceel kan namelijk beperkt worden in de gebruiksmogelijkheden door de wijziging, ook al is dit een rechtmatige overheidsmaatregel.

Inpassen maatschappelijke functies in winkelgebieden



We willen dat winkelgebieden nog meer inspelen op een maatschappelijke functie voor de wijk. Het inpassen van maatschappelijke functies (zoals gezondheid, welzijn) in winkelgebieden op één locatie leidt tot een win-winsituatie; voor de consumenten is het prettig dat alles op één plek zit en voor de ondernemers is het prettig dat er meer traffic is. We zien ook een belangrijke maatschappelijke opgave om winkelgebieden meer te laten fungeren als 'hart van de wijk' en plek voor kwetsbare doelgroepen.

- We willen ontmoetingsmogelijkheden aanbieden. We zien momenteel dat de combinaties tussen maatschappelijke voorzieningen en detailhandel in Medemblik worden onderbenut. In verschillende kernen liggen de maatschappelijke voorzieningen (net) buiten het bereik van het winkelgebied. Als er zich (markt)kansen voordoen, dan zetten we in op het verhuizen van maatschappelijke functies naar of direct bij een winkelgebied. Nieuwe initiatieven voor (clusters van) maatschappelijke functies concentreren we zoveel mogelijk in of direct bij het winkelgebied.
- We proberen looproutes en zichtlijnen tussen de maatschappelijke functies en de winkelgebieden te verbeteren, waardoor deze meer als een eenheid functioneren.

We gaan verkennen hoe de multifunctionele centra (hierna MFC's) breder ingezet kunnen worden, bijvoorbeeld als openbare plek om bijvoorbeeld koffie te drinken of een krant te lezen. Waar mogelijk wordt er een relatie gelegd tussen de MFC's en de nabijgelegen winkelgebieden.

Verplaatsen van lichte functies op bedrijventerreinen naar winkelgebieden



In Medemblik zijn op de bedrijventerreinen volop functies met een lichte milieucategorie aanwezig (zoals kleine ambachtelijke bedrijven, sportscholen, dienstverleners, kleine kantoren). Deze functies passen uitstekend in de winkelgebieden. De ruimte op bedrijventerreinen is schaars en de vraag naar geschikte locaties voor bedrijven is groot. Door winkelfuncties van bedrijventerreinen naar de binnenstad, stadsdelen en wijkcentra te verplaatsen, ontstaat er dubbel voordeel. Enerzijds komt er ruimte vrij op bedrijventerreinen voor bedrijven die er echt thuishoren en anderzijds worden winkelgebieden verlevendigd en wordt leegstand ingevuld.

- We gaan inzetten op het verminderen van specifieke milieucategorie 1- en 2-bedrijven (en ongewenste vormen van detailhandel, zie hoofdstuk 6) op bedrijventerreinen. Door deze bedrijven op bedrijventerreinen waar mogelijk uit te sluiten in het Omgevingsplan worden winkelgebieden aantrekkelijkere alternatieven.
- We gaan binnen toekomstige gebiedsontwikkelingen in of bij winkelgebieden voldoende ruimte reserveren voor lichte, mengbare functies die we op de bedrijventerreinen uitsluiten.

We kijken waar nadere inzet nodig is op betaalbaarheid voor functies waarvoor de huurprijzen in winkelgebieden te hoog zijn. Daarbij is wel de verwachting dat huurprijzen op bedrijventerreinen gaan stijgen vanwege krapte.

6. Ruimtelijk kader

Vertaling beleidsuitgangspunten naar het Omgevingsplan

Ruimtelijk detailhandelsbeleid zorgt voor investeringen en dynamiek waar het wenselijk is, en daarmee voor een gezonde en diverse detailhandelhoofdstructuur voor inwoners en bezoekers. Om hier daadwerkelijk op te kunnen sturen en waar nodig te handhaven, is het van belang dat dit detailhandelsbeleid wordt vertaald in het Omgevingsplan. De gemeente Medemblik pakt dit de komende jaren op. In het Omgevingsplan bepalen we waar wel en waar geen detailhandel is toegestaan. Waar mogelijk specificeren we het type detailhandel (zoals supermarkten) dat op een plek is toegestaan, zodat we beter kunnen sturen op het versterken van de hoofdstructuur detailhandel.

Aanvullende beleidsuitwerkingen op de hoofdstructuur

De hoofdstructuur (hoofdstuk vier) is leidend in hoe we sturen op vestiging en concentratie van detailhandel. Initiatieven voor detailhandel zijn hier, binnen de geldende bestemmingsplannen/omgevingsplannen, toegestaan. Voor specifieke vormen van detailhandel stellen we aanvullende beleidsuitwerkingen, namelijk:

- ondergeschikte detailhandel en branchevervaging;
- specifieke vorm van ondergeschikte detailhandel en branchevervaging: boerderijwinkels;
- nevenassortiment perifere detailhandelsvestigingen en supermarkten;
- solitaire detailhandelsvestigingen;
- supermarkten;
- ambulante handel.

Het uitgangspunt bij deze beleidsuitwerkingen is dat we bijzondere detailhandel toestaan als deze aanvullend is aan de hoofdstructuur en geen negatieve invloed heeft op de hoofdstructuur.

Ondergeschikte detailhandel en branchevervaging

Van oudsher vindt detailhandel plaats als ondergeschikte nevenactiviteit bij andere bedrijfsactiviteiten. De afgelopen jaren is deze branchevervaging sterker aanwezig tussen detailhandel en andere bedrijfsactiviteiten: vaak met horeca, maar ook steeds meer met bijvoorbeeld dienstverlening en ambachten. We noemen dat functiemenging/branchevervaging.

Binnen de hoofdstructuur

Het uitgangspunt is dat functiemenging binnen de hoofdstructuur gewenst is. Het biedt ondernemers mogelijkheden om te innoveren, beleving toe te voegen in de winkel, nieuwe verdienmodellen te creëren en in te spelen op veranderend consumentengedrag. Huidige bestemmingsplannen/omgevingsplannen staan dit vaak al toe en waar dit niet het geval is, faciliteren we dit. Daarbij geldt dat nevenfuncties of nevenassortimenten geloofwaardig en verwant dienen te zijn aan de hoofdactiviteit van de ondernemer, zodat het kernprofiel van de onderneming herkenbaar en helder blijft voor de consument. Hiermee wordt voorkomen dat detailhandel een schijnfunctie krijgt of gebruikt wordt als dekmantel voor wezenlijk andere bedrijfsactiviteiten.

Verder geldt dat wet- en regelgeving op een transparante en gelijke manier moet worden toegepast op alle ondernemers die een vergelijkbare activiteit uitvoeren, om oneerlijke concurrentie te voorkomen. Het beleid is er daarmee op gericht een gelijk speelveld te

waarborgen, terwijl tegelijkertijd ruimte wordt geboden aan innovatieve bedrijfsconcepten die passen binnen een gezonde en evenwichtige detailhandelsstructuur. Om een transparante en uniforme uitvoering van beleid te realiseren werken we met een leidraad zoals bepaald in de regionale detailhandelsvisie. Daarbij geldt dat er onder de volgende voorwaarden ondergeschikte detailhandel toegestaan is binnen een hoofdfunctie:

- Maximaal 25% van de totale bedrijfsoppervlakte met een maximum van 150 m² wvo mag als ondergeschikte detailhandel worden gebruikt.
- De openingstijden van de ondersteunende activiteit vallen binnen de openingstijden van de hoofdactiviteit en er is geen aparte ingang.
- Laden, lossen en parkeren worden geregeld op eigen terrein.

Buiten de hoofdstructuur

Buiten de hoofdstructuur vinden we branchevervaging in de basis ongewenst en stellen we grenzen. Hier zetten we juist in op het beperken van de winkelfunctie. Ondergeschikte detailhandel kan gevestigd zijn op kantoorlocaties en bedrijventerreinen, in of bij musea, recreatie- en/of attractieparken, bij de logiessector (zoals campings, bungalowparken en hotels), in/bij ziekenhuizen of klinieken, bij een woning of in/bij buurthuizen, bibliotheken, scholen, kerken en dergelijke in de woonwijken.

Bij aanpassing van het Omgevingsplan¹¹ implementeren we de volgende regels voor ondergeschikte detailhandel en branchevervaging:

- Maximaal 10% van de totale bedrijfsoppervlakte met een maximum van 125 m² bvo mag als ondergeschikte detailhandel worden gebruikt.
- De detailhandel betreft verkoop van door het bedrijf/op het perceel zelfgeproduceerde of bewerkte producten.
- De openingstijden van de ondersteunende activiteit vallen binnen de openingstijden van de hoofdactiviteit en er is geen aparte ingang.
- Er is geen uitstraling als winkel of vergelijkbare verkeersaantrekkende functie.
- Laden en lossen en parkeren wordt geregeld op eigen terrein.

Ondergeschikte detailhandel op trafficlocaties (bijvoorbeeld een treinstation of tankstation) is mogelijk, mits het assortiment gericht is op de directe behoefte van de reiziger. Hier geldt enkel de grens van 125 m² bvo.

Ondergeschikte detailhandel en branchevervaging specifiek boerderijwinkels

Boerderijwinkels zijn een vorm van ondergeschikte detailhandel, waarbij de verkoop van producten plaatsvindt naast de hoofdactiviteit van de agrarische onderneming. Deze winkels bieden meerdere voordelen: ze creëren een extra verdienmodel voor agrarische ondernemers, bieden educatieve mogelijkheden over productie en streekproducten en geven inwoners en met name ouderen de kans op een "momentje eruit" in een landelijke omgeving. Boerderijwinkels dragen bij aan het profiel en de identiteit van de gemeente Medemblik en worden door winkeliers in de centra over het algemeen als passend ervaren vanwege hun beperkte schaal en lokale binding.

Beleidskaders en regels:

Hoewel boerderijwinkels een positieve bijdrage leveren, is het noodzakelijk om duidelijke kaders te hanteren zodat deze winkels niet onbedoeld concurreren met detailhandel in de hoofdstructuur van de kernen. Dit is belangrijk om de concentratie van voorzieningen in de dorpscentra te

¹¹ We houden rekening met overgangsrecht bij een wijziging van het Omgevingsplan. Deze regels gelden na vaststelling voor nieuwe bedrijven die zich op een locatie vestigen. Bestaande bedrijven op die locatie kunnen zich beroepen op het overgangsrecht. Daarnaast kunnen wijzigingen in het Omgevingsplan leiden tot nadeelcompensatie voor de perceeleigenaar. We behandelen en volgen deze situaties altijd afzonderlijk.

behouden, mobiliteitsstromen te beperken en de bereikbaarheid voor ouderen en mindervaliden te waarborgen.

De regels voor boerderijwinkels zijn als volgt:

- **Maximumomvang:** nieuw op te zetten boerderijwinkels mogen maximaal 50 m² winkelvloeroppervlak (wvo) beslaan. Bestaande boerderijwinkels met een grotere omvang volgen een uitsterfbeleid.
- **Assortiment:** de verkoop moet hoofdzakelijk bestaan (minimaal voor 90%) uit eigen producten (zie bijlage 1 'definitie niet-bedrijfseigen producten).
- **Nevenactiviteit:** boerderijwinkels mogen alleen bestaan zolang de hoofdactiviteit actief is; bij beëindiging van de hoofdactiviteit stopt ook de boerderijwinkel.
- **Meldingsplicht:** opening van een nieuwe boerderijwinkel dient gemeld te worden bij de gemeente.

Een belangrijke notie is dat vanuit ander beleid een motivering kan bestaan om een boerderijwinkel op een specifieke locatie niet toe te staan, bijvoorbeeld vanwege verkeer, mobiliteit, veiligheid, natuurbeheer of andere ruimtelijke belangen.

Verplaatsing detailhandel naar kernwinkelgebieden

In Medemblik ligt detailhandel verspreid buiten de aangewezen kernwinkelgebieden. Deze situatie is historisch ontstaan door ruime en gemengde bestemmingen in oude plannen. Verspreide winkels versterken de hoofdwinkelstructuur niet. Ze zorgen juist voor versnippering, minder aantrekkingskracht en meer risico op leegstand. Daarom kiest de gemeente voor concentratie van detailhandel in de kernwinkelgebieden van Medemblik, Wervershoof en Andijk. Buiten deze gebieden is nieuwe detailhandel in principe niet gewenst¹².

Uitsterfconstructie voor bestaande winkels

Voor bestaande detailhandel buiten de kernwinkelgebieden geldt een uitsterfconstructie. Dit voorkomt leegstand, versterkt vitale winkelcentra en sluit aan bij de Omgevingswet:

- *Schrappen uit omgevingsplan:* Als een winkel binnen één jaar na vaststelling van dit beleid niet actief is, verdwijnt de detailhandelsfunctie uit het omgevingsplan.
- *Leegstand:* Is er op het moment van vaststelling een actieve winkel? Dan blijft deze toegestaan, maar bij één jaar aaneengesloten leegstand vervalt de bestemming.
- *Geen nieuwe vestiging:* Nieuwe winkels buiten kernwinkelgebieden zijn niet toegestaan, behalve bij expliciete uitzonderingen in dit beleid.

Voorzienbaarheid en communicatie

De gemeente maakt deze beleidswijziging expliciet en kenbaar voor eigenaren en ondernemers. Daarnaast zet zij in op:

- heldere communicatie met betrokkenen;
- monitoring van leegstand;
- tijdige aankondiging van het schrappen van detailhandel uit het omgevingsplan.

Zo is het beleid voorzienbaar en komen eventuele nadelige gevolgen van toekomstige wijzigingen vooraf duidelijk in beeld.

¹² Deze regel geldt niet voor grootschalige detailhandel. Winkels met een groot vloeroppervlak of een specifieke ruimtevraag – zoals bouwmarkten, meubelzaken, grote fietsenwinkels en elektronicazaken – passen functioneel en ruimtelijk niet in reguliere winkelgebieden. Daarom blijven deze vormen van detailhandel aangewezen op perifere locaties. Dit wordt nader bekeken per situatie.

Nevenassortiment perifere detailhandel

Perifere detailhandelszaken (tuincentra, bouwmarkten, woongerelateerde detailhandel in volumineuze goederen) verkopen steeds vaker recreatieve artikelen die in de basis bedoeld zijn voor verkoop in de binnenstad en andere winkelgebieden in de hoofdstructuur. Bij supermarkten zien we steeds vaker (een groter en wisselend assortiment) non-foodartikelen. We willen de diversiteit in winkelgebieden behouden en voldoende economisch bestaansrecht voor lokale winkeliers borgen. We stellen daarom regels om nevenassortiment te beperken. We definiëren nevenassortiment als: *branchevreemde artikelen die niet direct gerelateerd zijn aan de primaire producten van de winkel*. Voorbeelden zijn een supermarkt die naast voedingsmiddelen ook huishoudelijke apparaten verkoopt of een bouwmarkt die ook speelgoed verkoopt. Het voeren van nevenassortiment is onder voorwaarden mogelijk. Dit houdt in dat maximaal 10% van het bruto vloeroppervlak (bvo) kan worden gebruikt voor verkoop van nevenassortiment, waarbij geldt dat het nevenassortiment past bij het hoofdassortiment. We rekenen daarbij met een maximum van 400 m² bvo. Zonder deze normering dreigt de omvang van het nevenassortiment te groot te worden en daarmee ook de impact op de hoofdstructuur.

Bestaande solitaire supermarkt/detailhandelsvestigingen in kernen

Vanuit de leefbaarheid in kleine kernen bezien willen we bestaande voorzieningen zo lang mogelijk open houden. Voor de kleinere kernen die formeel geen onderdeel uitmaken van de hoofdwinkelstructuur, hanteert de gemeente een positief stimulerend beleid ten aanzien van het behoud van de bestaande detailhandelsvoorzieningen. Deze voorzieningen vervullen een belangrijke rol in de lokale leefbaarheid en de sociale cohesie van deze kernen. Het in stand houden van bestaande detailhandel wordt wenselijk geacht, mits passend binnen de schaal en het karakter van de kern en zonder onevenredige effecten op de hoofdwinkelstructuur. We behandelen deze gevallen afzonderlijk en afhankelijk van de (lokale) context.

Supermarkten

We vinden het belangrijk dat dagelijkse winkelvoorzieningen direct in de buurt toegankelijk zijn voor bewoners. Dit vraagt om een goede verdeling van supermarktmeters over de kernen, als trekkers van de wijkwinkelcentra. Het uitgangspunt is dat de winkelcentra zich primair richten op de eigen kern en omliggende kernen/buurtschappen en geen breed regionaal verzorgingsgebied hebben. “Meer meters hier” mag nooit “minder bestaansrecht daar” betekenen. De supermarktmeters horen juist in de wijkwinkelcentra geconcentreerd te zijn, zodat voorzieningen dichtbij en gebundeld voor bewoners beschikbaar blijven en de wijkwinkelcentra economisch vitaal blijven.

Supermarkten zijn enkel toegestaan ter plaatse van de aanduiding “supermarkt”. Dit maakt dat zij zich niet zomaar overal vrij kunnen vestigen. Om nog beter te sturen op het supermarktaanbod binnen de gemeente hanteren wij daarom juridische handvatten – we ondernemen de komende jaren de volgende maatregelen:

- In het omgevingsplan gebruiken we duidelijke aanduidingen, zoals in de huidige praktijk. Alle bestaande supermarkten behouden hun huidige omvang en krijgen een specifieke functie. Dit zorgt voor transparante en consistente beleidsregels. Zo houden we grip op ontwikkelingen en leveren we maatwerk per locatie. Om dit duidelijk af te bakenen, verdelen we de functies in drie groepen:
 - *Fullservice supermarkt*
 - *Discountsupermarkt*
 - *Buurtsupermarkt*
- Bij uitbreiding van supermarkten is een distributieplanologisch onderzoek (DPO) nodig, inclusief effectenanalyse getoetst aan de detailhandelsstructuur. Bij DPO-berekeningen moet de behoefte primair uitgaan van inwoners in de eigen kern en omliggende kernen/buurtschappen waarvoor de winkel de dichtstbijzijnde supermarktvoorziening is.

Ambulante handel

Ambulante handel is een vorm van detailhandel die plaatsvindt buiten een vaste winkelruimte. Het gaat om verkopers die hun producten mobiel of op tijdelijke locaties aanbieden. Hieronder vallen verschillende vormen van verkoop zoals de weekmarkten en standplaatsen. Deze vormen van detailhandel hebben elk hun eigen beleid of hun eigen regels, waardoor de verdere uitwerking geen onderdeel is van het detailhandelsbeleid. Wel nemen we op hoe de weekmarkten en standplaatsen visiematig worden beoordeeld.

Weekmarkten

In de gemeente Medemblik zijn er diverse weekmarkten. Het aanbod van de weekmarkten is divers; van vers voedsel tot kleding en meer. Op maandag is de markt in Medemblik, op woensdag in Andijk (visboer en in het seizoen een aardbeienkraam) en op vrijdag in Wognum. Deze weekmarkten vormen een toevoeging op de bestaande detailhandelsstructuur en versterken de aantrekkelijkheid van het gebied waar ze gehouden worden.

Standplaatsen

Een standplaats is een plek in de open lucht waar je vanuit een voertuig of kraam goederen of diensten verkoopt of aanbiedt aan het publiek. We maken onderscheid tussen vaste standplaatsen (voor ambulante handel op een vaste dag in de week; denk hierbij aan een viskraam of loempiakar), tijdelijke of incidentele standplaatsen, seizoenstandplaatsen (voor de verkoop van oliebollen, kerstbomen of ijs) en promotiestandplaatsen (voor een commercieel of ideëel doel).

Standplaatsen leveren een bijdrage aan het versterken van de lokale economie, verhogen het voorzieningenniveau voor de consument, zorgen voor werkgelegenheid en trekken bezoekers. Deze vorm van ambulante handel vormt op veel plekken in de stad een aanvulling op het winkelbestand (denk aan een vis- of bloemenkraam bij een winkelcentrum) of voorziet in een behoefte in een bepaald seizoen (denk aan oliebollenkramen). Standplaatsen zorgen voor een aantrekkelijk en levendig straatbeeld. Daarnaast heeft een standplaats een belangrijke sociale functie: het zorgt voor levendigheid en gezelligheid op straat en is een ontmoetingsplek voor bewoners. Veel kramen staan er al tientallen jaren en beschikken over een grote en vaste klantenkring. Aan de andere kant realiseren wij ons dat standplaatsen ook kunnen zorgen voor overlast voor omwonenden (zoals geur, geluid en ruimtebeslag).

Om winkelleegstand tegen te gaan is een goede afstemming met overige aanwezige voorzieningen, zoals winkels, van belang. De behoefte aan een standplaats dient, met het oog op het voorkomen van structurele winkelleegstand, te worden afgewogen tegen het bestaande aanbod van winkelruimtes per winkelgebied. Uit het oogpunt van een evenwichtige toedeling van functies aan locaties moet een standplaats niet een zodanige winkelleegstand tot gevolg hebben dat het tot een onaanvaardbare situatie leidt.

Wij actualiseren de regels voor standplaatsen bij het opstellen van het nieuwe standplaatsenbeleid (of het herzien van het huidige standplaatsenbeleid). Deze regels vormen de basis voor de gewenste situatie die in het detailhandelsbeleid is beschreven voor ambulante handel. Zo sluiten beide beleidsstukken goed op elkaar aan en zijn de regels praktisch uitvoerbaar. Tot die tijd volgen we de uitgangspunten en regels van het huidige standplaatsenbeleid.

Bijlage 1 Definitie niet-bedrijfseigen producten

*"Maximaal 10% van het assortiment mag bestaan uit niet-bedrijfseigen producten"**

Het assortiment van boerderijwinkels in West-Friesland bestaat hoofdzakelijk uit agrarische producten van het eigen bedrijf, **lokale/regiospecifieke agrarische en ondersteunende producten**.

Hierin bestaat een onderscheid in niet-bedrijfseigen producten:

1. Niet-bedrijfseigen *agrarische* producten van buiten de regio.
2. Niet-bedrijfseigen, *niet-agrarische* producten.

Maximaal 10% van het assortiment mag bestaan uit niet-bedrijfseigen producten, verdeeld over de volgende categorieën:

1. Producten die afkomstig zijn van agrarische bedrijven van buiten de regio West-Friesland mogen aangeboden worden, mits ze direct van het land komen (onbewerkt of beperkt bewerkt) en een herleidbare agrarische oorsprong hebben.
2. Niet-agrarische producten, die geen relatie hebben met de agrarische bedrijfsvoering, ongeacht hun herkomst.

Lokale en regionale producten

Onder lokale en regionale producten verstaan wij agrarische en ondersteunende producten die primair afkomstig zijn uit West-Friesland of aangrenzende regio's en die voldoen aan de voorwaarden van herkomst (teelt, oogst, of productie op agrarische grond binnen de regio). Deze producten vallen buiten de 10%-beperking.

Maximaal 50m² netto winkelvloeroppervlakte

De netto verkoopruimte van de boerderijwinkel bedraagt maximaal 50 m², exclusief opslag, en is gelegen op het eigen erf.

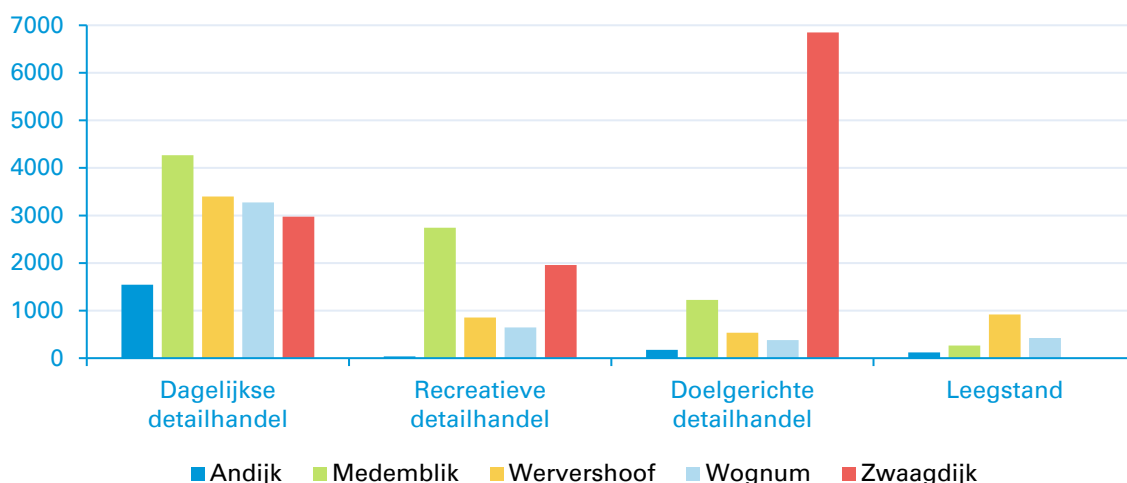
Bijlage 2 Samenvatting analyse detailhandel gemeente Medemblik

In een separate startnotitie zijn analyses uitgevoerd naar ontwikkelingen in de Medemblikse detailhandelssector. Denk aan een overzicht van de verschillende detailhandelszaken (binnen de winkelgebieden) en hun spreiding binnen de gemeente. Ook is er een analyse gemaakt van de ontwikkelingen van de afgelopen jaren en is er bekeken hoe de toekomstige vraag naar detailhandel eruit ziet. In deze bijlage geven we een korte samenvatting van de uitkomsten.

Detailhandel in gemeente Medemblik

Het winkelaanbod in Medemblik is gevarieerd en speelt in op dagelijkse, recreatieve en doelgerichte behoeften. Per winkelgebied zijn er duidelijke verschillen. Dagelijkse detailhandel domineert in Andijk, Wervershoof en Wognum. Deze kernen zijn kleinschalig en richten zich op frequente aankopen. Medemblik heeft ondanks haar recreatieve profiel ook een sterke dagelijkse component. Dit zorgt voor levendigheid en veel bezoekers, maar het is belangrijk om het recreatieve karakter te behouden. Recreatief winkelen concentreert zich in Medemblik zelf, met horeca, de historische binnenstad en de waterligging als trekker voor funshoppen. Zwaagdijk biedt vooral functioneel-recreatief winkelen met ketens zoals Action en Wibra. Doelgerichte detailhandel is beperkt, behalve in Zwaagdijk, waar grote spelers zoals Mammoet actief zijn. Buiten de hoofdstructuur ligt circa 25.000 m² verspreide bewinkeling, vooral bouwmarkten en meubelzaken op bedrijventerreinen. Dit kan concurreren met de centra. Leegstand blijft een aandachtspunt. Een evenwichtige mix is nodig om zowel dagelijkse als recreatieve functies te behouden.

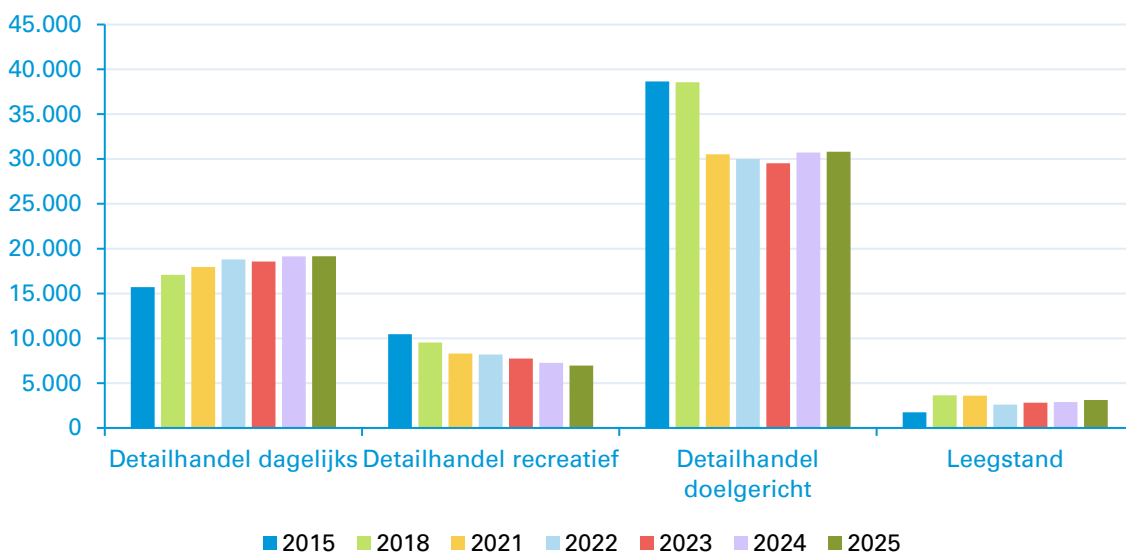
Figuur 7: Winkels en leegstand in gemeente Medemblik per winkelgebied (in m² wvo)



Ontwikkeling van detailhandelsaanbod in de gemeente Medemblik

Het winkelaanbod in Medemblik, uitgedrukt in vierkante meters wvo, krimpt in tien jaar tijd met 12%. Vooral recreatieve winkels (-34%) en doelgerichte winkels (-20%) verdwenen. Daartegenover groeide de dagelijkse detailhandel met 22%. Deze is nu in alle winkelgebieden aanwezig. Medemblik blijft het enige recreatieve centrum; het aanbod daalde daar slechts licht. Zwaagdijk, traditioneel doelgericht, krijgt juist steeds meer dagelijkse winkels. Deze verschuiving volgt de landelijke trend: recreatieve en doelgerichte meters verdwijnen en maken plaats voor dagelijkse voorzieningen en horeca. De leegstand verschilt per kern. Wervershoof piekte in 2021 op 18%, maar dit daalde naar 13% in 2025. Wognum zit met 7% nog boven het frictieniveau. Medemblik verbeterde sterk: van 11% naar 2%. Transformatie naar horeca (+2.000 m² sinds 2018) en woningen helpt leegstand te beperken. De detailhandel verliest wel aandeel. In 2015 vormde detailhandel nog 61% van het totale aanbod; in 2025 is dat 55%. Dit onderstreept de noodzaak om zorgvuldig om te gaan met vrijkomende winkelruimte.

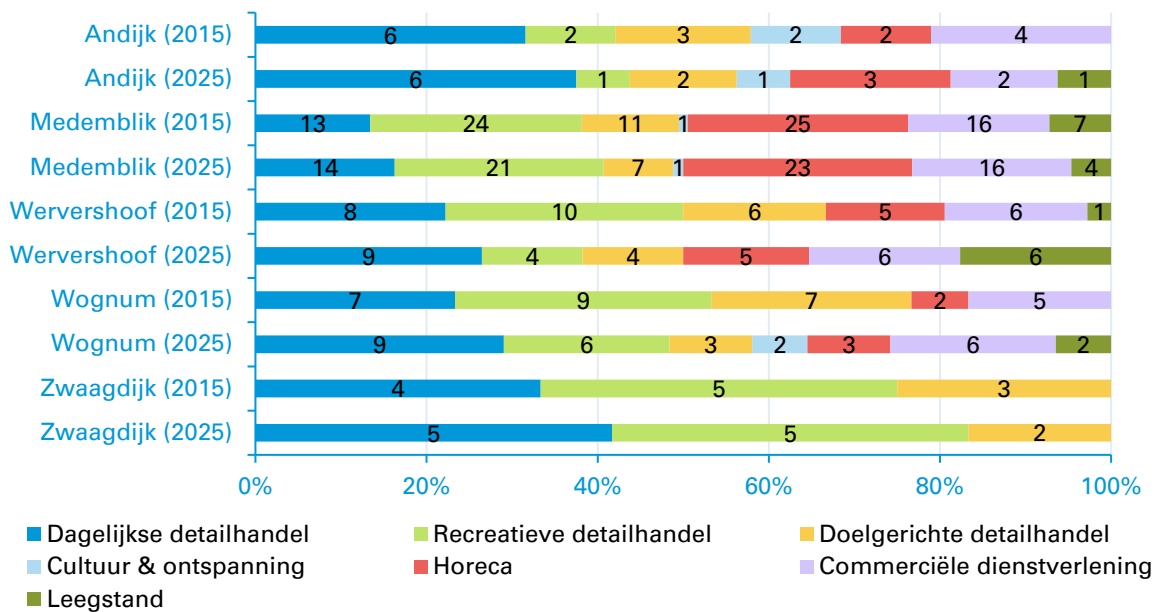
Figuur 8: Historische ontwikkeling detailhandel gemeente Medemblik (in m² wvo)



Bron: Locatus (2025). Bewerking: Stec Groep (2025).

Funciemix: winkelgebieden in beweging

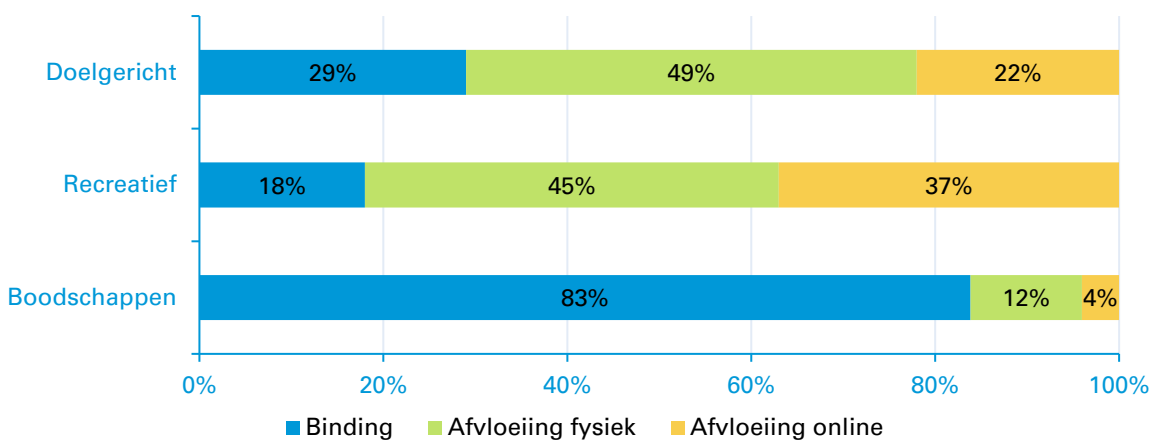
In de meeste winkelgebieden ligt het primaat op dagelijkse detailhandel; horeca en diensten vullen dit aan. In Medemblik neemt het recreatieve aanbod af, vooral mode- en speelgoedzaken, terwijl horeca en diensten stabiel blijven. Bezorg- en afhaalzaken groeien, cafés en lunchrooms dalen. Andijk richt zich steeds meer op dagelijkse aankopen; recreatieve en doelgerichte winkels én diensten zoals salons en makelaars verdwijnen. Wervershoof verliest mode-, luxe- en vrijetijdzaken, kent stijgende leegstand en ontwikkelt zich naar een dagelijks profiel met enkele horeca en diensten. In Wognum neemt leegstand toe en verdwijnen mode- en luxewinkels, terwijl supermarkten en culturele voorzieningen zoals bibliotheken en fitness groeien. Het profiel verschuift naar dagelijkse behoeften en maatschappelijke functies. Zwaagdijk blijft qua omvang gelijk, maar het aandeel dagelijkse winkels stijgt en doelgerichte detailhandel daalt, waardoor ook hier een dagelijks profiel ontstaat.

Figuur 9: Ontwikkeling functiemix winkelgebieden in gemeente Medemblik

Bron: Locatus (2025). Bewerking: Stec Groep (2025).

De detailhandel in Medemblik heeft een lokaal verzorgingsgebied

Maar liefst 96% van de dagelijkse bestedingen en ruim 80% van de recreatieve en doelgerichte aankopen komt van inwoners uit de gemeente en omliggende plaatsen. Jaarlijks besteden consumenten circa €182 miljoen, voornamelijk in de kern Medemblik. De toestroom van bezoekers van buiten blijft echter beperkt: slechts 15% bij recreatieve aankopen, tegenover 26% in vergelijkbare gemeenten. Zwaagdijk vormt een uitzondering. Dankzij de goede bereikbaarheid en het brede aanbod heeft deze locatie een regionaal profiel. De gemeente Medemblik scoort laag op koopkrachtbinding. Slechts 18% van de recreatieve aankopen en 29% van de doelgerichte aankopen vindt plaats binnen de gemeente. Dit wijst op een aanzienlijke afvloeiing naar grotere winkelgebieden en naar online kanalen.

Figuur 10: Binding en afvloeiing per bezoekenmotief voor de gemeente Medemblik

Bron: Koopstromenonderzoek (2021). Bewerking: Stec Groep (2025).

Marktruimte detailhandel

De detailhandelsmarkt in Medemblik is verzadigd. Er is geen behoefte aan extra winkelvloeroppervlakte. Zowel in de dagelijkse als in de doelgerichte sectoren bestaat een structureel overaanbod: circa 3.000 m² wvo (16%) in de dagelijkse sector en ongeveer 1.800 m² wvo (6%) in de doelgerichte sector. Dit sluit aan bij provinciale ramingen. Schaalvergroting bij supermarkten en grote ketens versterkt dit probleem. Kleine aanbieders verdwijnen, het aantal verkooppunten daalt, maar het totale aanbod groeit in omvang. Het recreatieve aanbod is in balans, maar door een krimp van ruim 15% sinds 2021 verliest Medemblik aantrekkingskracht. Bestedingen verschuiven naar grotere steden zoals Hoorn en Alkmaar en naar online kanalen. Het verzorgingsgebied blijft beperkt door stagnerende bevolkingsgroei en een lichte krimp in de toekomst. Dit zet de marktruimte verder onder druk. Bovendien is het aanbod verspreid over meerdere locaties, waaronder bedrijventerreinen en buiten de bebouwde kom. Deze spreiding beïnvloedt huurprijzen en vloerproductiviteit. Door de beperkte koopkrachtbinding en de huidige spreiding komt de situatie overeen met provinciale prognoses: minimale of negatieve marktruimte tot 2030.

Tabel 8: Marktruimte per detailhandelstype voor de gemeente Medemblik (in m² wvo)

Branche	Huidig aanbod	Haalbaar aanbod 2035	Marktruimte
Dagelijks	19.150 m ²	16.050 m ²	-3.100 m ²
Recreatief	6.950 m ²	6.950 m ²	0 m ²
Doelgericht	30.800 m ²	29.000 m ²	-1.800 m ²

Bron: Koopstromenonderzoek, 2021; CBS, 2024; Primos, 2024; Panteia, 2024; Locatus, 2024; Stec Groep, 2025.

Bijlage 3 Uitgangspunten DPO

Voor het bepalen van de (indicatieve) marktruimte en actuele behoefte voeren we distributieplanologisch onderzoek (DPO) uit. We beschouwen hierbij de marktsituatie in de gemeente Medemblik. We kijken vooruit tot 2035; een tijdsperiode van tien jaar. We hanteren een horizon van tien jaar omdat dit een betrouwbare termijn is om vooruit te kijken wat betreft bevolkingsontwikkeling en om rekening te houden met veranderende (markt)omstandigheden. Denk hierbij aan veranderingen in consumentengedrag of economische conjunctuur. Om de marktruimte te bepalen voor supermarkten is een benadering gemaakt van het huidige en toekomstig economisch functioneren van de markt. We hanteren in het DPO de meest recente cijfers. Uitkomsten van het DPO dienen niet als harde waarheid maar als indicatie. Er spelen diverse trends en ontwikkelingen die hier in de loop van de jaren invloed op kunnen gaan uitoefenen, zoals online boodschappen doen, veranderend consumentengedrag en blurring (menging met horeca). Waar mogelijk wordt met deze trends rekening gehouden.

We hanteren in het DPO de volgende uitgangspunten:

- **Bevolkingsomvang:** volgens de meest recente cijfers ligt het inwoneraantal van gemeente Medemblik momenteel op 46.000 (CBS, peildatum: 1 januari 2025). Voor het aantal inwoners in 2035 gebruiken we de bevolkingsprognose van Primos (2024). De raming gaat uit van een zeer lichte daling van circa tachtig inwoners tot 2035. Het inwoneraantal in het verzorgingsgebied komt hiermee uit op circa 45.920. In deze prognose wordt, naast met woningbouwplannen, ook rekening gehouden met andere onderliggende trends zoals huishoudensverdunding, vergrijzing en migratie.
- **Omzet per inwoner:** om de omzet per inwoner in de detailhandelsbranches dagelijks, recreatief en doelgericht te bepalen, baseren we ons op cijfers van Panteia (juli, 2024, 'Omzetkengetallen 2023'). Volgens de meest recente cijfers is de omzet per inwoner voor dagelijks € 2.839, recreatief € 1.014 en doelgericht € 1.238. Indien er sprake is van een onder- of bovengemiddeld besteedbaar inkomen in het verzorgingsgebied dient een correctie op de bestedingcijfers te worden toegepast. Het gemiddelde inkomen in de gemeente Medemblik ligt met € 31.000 iets onder het gemiddelde Nederlandse inkomen van € 32.700. We voeren daarom een inkomenscorrectie uit op basis van inkomenselasticiteit van 0,4 voor de sector dagelijks en 0,7 voor de sectoren recreatief en doelgericht (conform afspraken in de omzetkengetallen notitie van Panteia, 2024).
- **Koopkrachtbinding:** dit betreft de omzet die door inwoners van het verzorgingsgebied in het verzorgingsgebied gegenereerd wordt. We baseren ons op het Koopstromenonderzoek Randstad en Noord-Brabant (2021). De koopkrachtbinding in gemeente Medemblik ziet er als volgt uit:
Dagelijks: 87%; recreatief: 27%; doelgericht: 37% (alle gecorrigeerd voor het aandeel online bestedingen).
- **Koopkrachttoevloeiing:** dit betreft het aandeel van de bestedingen in de gemeente Medemblik dat gedaan wordt door inwoners van buiten de gemeente (o.a. door toeristen). Om dit aandeel voor supermarkten te bepalen, baseren we ons wederom op het meest recente koopstromenonderzoek (Randstad en Noord-Brabant, 2021). Hieruit komen de volgende toevloeiingscijfers
Dagelijks: 16%; recreatief: 26%; doelgericht: 46%.
- **Vloerproductiviteit:** de vloerproductiviteit geeft aan wat de gemiddelde omzet per m² wvo vloeroppervlak bedraagt. Conform Panteia (juli 2024) gaan we uit van de gemiddelde vloerproductiviteit van de afgelopen vijf jaar. Voor doelgerichte bestedingen voeren een correctie door vanwege afwijkende vloerproductiviteitsnormen op gemeenteniveau. Voor

dagelijkse detailhandel ligt deze omzet op € 8.289. De gemiddelde vloerproductiviteit voor recreatieve bestedingen zijn € 2.390 en voor doelgerichte bestedingen € 1.330 (specifiek in de gemeente Medemblik).

Bijlage 4 Begrippenlijst

Begrip	Definitie
Ambulante handel	Verkoop buiten vaste winkelruimte, zoals weekmarkten, standplaatsen en seizoenstandplaatsen.
Assortiment (nevenassortiment)	Branchevreemde artikelen niet direct gerelateerd aan het hoofdassortiment; toegestaan tot max. 10% bvo en max. 400 m ² .
Bestaande detailhandel buiten kernwinkelgebieden	Historisch gegroeide detailhandel buiten de hoofdstructuur; hiervoor geldt een uitsterfconstructie.
Buurtsupermarkt	Kleine supermarkt die voorziet in dagelijkse behoeften van één kern; belangrijke lokale basisvoorziening.
Branchevervaging / Functiemenging / Blurring	Menging van functies zoals detailhandel, horeca en dienstverlening; binnen de hoofdstructuur toegestaan onder voorwaarden.
Dagelijkse detailhandel	Winkels voor primaire, frequente aankopen zoals supermarkten, bakkers, slaggers, drogisterijen.
Detailhandel	Het bedrijfsmatig verkopen van detailhandelsgoederen aan consumenten; kernonderdeel van de winkelstructuur.
Detailhandelsmeters (wvo)	Publiek toegankelijke winkelvloeroppervlakte; gebruikt voor marktruimte-analyses.
Doelgerichte detailhandel	Winkels voor specifieke aankopen, vaak met groter verzorgingsgebied; o.a. bouwmarkten, woonwinkels, elektronicazaken.
Distributieplanologisch Onderzoek (DPO)	Verplicht onderzoek dat aantoont of uitbreiding/nieuwvestiging verantwoord is binnen markt en structuur.
Gelijk speelveld	Toepassing van dezelfde regels op alle ondernemers om oneerlijke concurrentie te voorkomen.
Hoofdwinkelstructuur	Raamwerk voor concentratie van detailhandel.
Hoofdfunctie (bedrijf)	Primaire activiteit van een bedrijf; ondergeschikte detailhandel moet ondersteunend blijven aan deze functie.
Kernverzorgend winkelgebied	Kleine kernen met cruciale dagelijkse voorzieningen, met name een buurtsupermarkt.
Kernwinkelgebied	De vijf belangrijkste winkelgebieden van de gemeente.
Leegstand (frictieniveau)	Niet-gebruikte winkelruimte; boven ±5 à 8% is problematisch voor vitaliteit.
Lokale/regioproducten	Agrarische en ondersteunende producten uit West-Friesland of aangrenzende regio's.
Marktruimte	Haalbare winkelvloeroppervlakte op basis van demografie en koopstromen; onder -10% zijn indicatief effecten te verwachten.

MFC (Multifunctioneel centrum)	Gebouw met diverse maatschappelijke functies dat verbindingen heeft met omliggende winkelgebieden.
Nevenactiviteit	Ondersteunende, niet-zelfstandige functie naast de hoofdfunctie van een bedrijf.
Niet-bedrijfseigen producten	Producten die niet op het agrarisch bedrijf zelf worden geproduceerd; boerderijwinkels mogen max. 10% hiervan verkopen.
Omgevingsplan	Het omgevingsplan is het gemeentelijke plan onder de Omgevingswet. Hierin staan alle regels voor de fysieke leefomgeving. Het plan vervangt onder andere het bestemmingsplan. Het bevat regels over het gebruik van gronden en gebouwen, bouwen, milieubelasting en functies zoals wonen, detailhandel en bedrijvigheid binnen het gemeentelijk grondgebied.
Ondergeschikte detailhandel	Detailhandel aanvullend op de hoofdfunctie; binnen hoofdstructuur max. 25%/150 m ² , buiten max. 10%/125 m ² .
Perifere detailhandel (PDV/GDV)	Perifere detailhandel ligt buiten het traditionele winkelcentrum. Deze winkels bevinden zich meestal op bedrijventerreinen of aan de stadsrand en verkopen grote, volumineuze producten.
Solitaire detailhandel	Losse winkels buiten winkelclusters; hiervoor geldt een gedogen afbouwbeleid om versnippering te voorkomen.
Standplaats	Vergunde plek in de openbare ruimte voor verkoop vanuit een kraam of voertuig.
Supermarkt – fullservice	Grote supermarkt met breed assortiment en hoge service.
Supermarkt – discount	Supermarkt met lage prijzen en beperkt assortiment.
Supermarkt – buurtsuper	Kleinschalige supermarkt gericht op dagelijkse voorzieningen binnen één (kleine) kern of wijk/buurt.
Verspreide bewinkeling	Winkels buiten (kern)winkelgebieden; afbouwbeleid geldt.
Verzorgingsgebied	Gebied waarvandaan een winkel klanten aantrekt.
Weekmarkt	Mobiele markt op vaste dagen; aanvulling op winkelgebied.
Winkelvloeroppervlak (wvo)	Verkoopvloeroppervlak dat toegankelijk is voor klanten.

Colofon

Datum: 31 maart 2026

Projectnummer: 24.337

Opdrachtgever: Gemeente Medemblik

Opdrachtnemer: Stec Groep

Adviseurs: Wim Eringfeld, Teije van Mourik & Gijs Giesen

Stec Groep

Onderzoek en advies over wonen, werken en leefomgeving

Postbus 217, 6800 AE Arnhem

Willemsplein 5, 6811 KA Arnhem

026 - 751 41 00

info@stec.nl

www.stec.nl