

## Detailhandelsvisie Zaanstad 2015-2025



### Voorwoord

Wie herkent het niet? We vinden het belangrijk dat er winkels in de buurt zijn om boodschappen te doen, maar tegelijkertijd kiezen we ervoor om aan het eind van de week langs een verder weg gelegen, grote supermarkt te gaan en onze auto vol te laden. Daarnaast vinden we het leuk om in een boekhandel of cd-winkel rond te snuffelen, maar tegelijkertijd bestellen we steeds meer producten thuis via internet. Ons winkelgedrag verandert, en dat heeft onmiskenbaar gevolgen voor de ruimte om ons heen. Verwacht wordt dat er in Nederland de komende jaren twintig procent minder vierkante meter winkelruimte nodig is.

Volgens een landelijke leegstandsmonitor voor detailhandel (DTNP) is het weer in Zaanstad 'half bewolkt'. Bewolkt omdat er panden leeg staan, maar de verwachte bevolkingsgroei biedt enig perspectief op zon. De gemeente Zaanstad wacht de mogelijke komst van zwaar weer niet af, maar kiest proactief voor een toekomstbestendige winkelstructuur. De historisch gegroeide fijnmazige winkelstructuur van Zaanse dorpen en buurten hebben we daarom per winkelgebied beoordeeld op ontwikkelingsperspectief. Voor de grotere centra hebben we de grenzen van het kernwinkelgebied bepaald. Dat hebben we gedaan in samenspraak met winkeliers, makelaars, supermarkt- en vastgoedeigenaren. Met deze keuzes voor een geactualiseerde hoofdstructuur detailhandel geven we aan waar onze prioriteiten liggen en bieden we duidelijkheid naar ondernemers.

De detailhandel is volop in beweging. Nieuwe concepten worden ontwikkeld, supermarkten en grote ketens zien kansen in Zaanstad. Met respect voor de hoofdstructuur willen we ruimte bieden aan dit ondernemerschap. Op die manier draagt detailhandel bij aan onze ambitie om van Zaanstad een aantrekkelijke woon-, bezoek- en werkstad te maken.

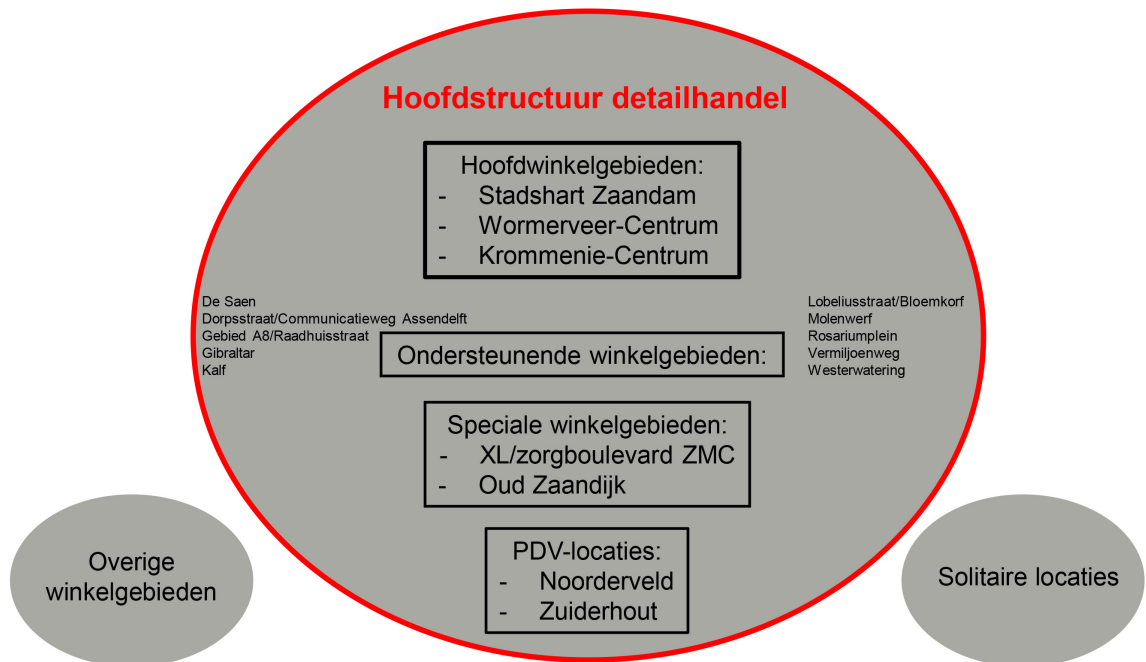
## Inhoud

Samenvatting.....	3
1. Inleiding.....	6
2. De huidige structuur: een fijnmazig netwerk.....	8
2.1 Stadshart Zaanstad.....	8
2.2 Wormerveer-Centrum.....	10
2.3 Krommenie-Centrum.....	11
2.4 Ondersteunende centra.....	12
2.5 Solitaire winkels.....	14
2.6 Perifere locaties.....	14
3. De Zaanse situatie in het licht van landelijke en regionale ontwikkelingen.....	16
3.1 Landelijke ontwikkelingen: de koek wordt kleiner.....	16
3.2 Ook in de regio winnaars en verliezers.....	17
3.3 Zaanstad: half bewolkt.....	17
4. Bovenlokale en lokale kaders.....	20
4.1 Bovenlokale kaders.....	20
4.2 Recente Zaanse beslissingen.....	21
5. Visie: inzetten op kansrijke winkelstructuur.....	22
5.1 Overwegingen en keuzes.....	22
5.3 Toetsingskader initiatieven.....	27
6. Uitwerking per winkelgebied.....	29
6.1 Hoofdwinkelgebied Stadshart Zaanstad.....	29
6.2 Hoofdwinkelgebied Wormerveer-Centrum.....	31
6.3 Hoofdwinkelgebied Krommenie-Centrum.....	32
6.4 Ondersteunende centra in de hoofdstructuur.....	33
6.5 Perifere locaties.....	34
6.6 Buiten de hoofdstructuur.....	36
6.7 Hembrugterrein.....	36
7. Overige thema's.....	38
7.1 Internetwinkelen biedt kansen winkelgebieden te versterken.....	38
7.2 Ruimte voor nieuwe concepten, ondergeschikte detailhandel en tijdelijke invulling.....	38
7.3 Duidelijk en eenvoudig standplaatsenbeleid, stallingsbeleid.....	39
8. Van ambitie naar uitvoering.....	40
8.1 Partijen werken samen vanuit hun eigen rol.....	40
8.2 Een 12-puntenplan bepaalt onze agenda.....	40
8.3 Financiën.....	44
Bijlage 1: Begrippenlijst.....	45
Bijlage 2: Bronnen.....	47
Bijlage 3: Winkel als wijkvoorziening.....	48
Bijlage 4: Scores ondersteunende centra op compleet, compact en comfortabel.....	49

## Samenvatting

De ontwikkelingen in de detailhandel volgen elkaar de laatste jaren snel op. De bestedingen van consumenten staan al sinds het uitbreken van de economische crisis in 2008 onder druk en het internetwinkelen neemt een steeds grotere hap uit die slinkende bestedingen. Hierdoor staat het fysieke winkellandschap fors onder druk. Belangrijke consequentie van deze ontwikkelingen: er is een overschot aan winkelmeters, zeker op zwakke locaties, met leegstand als (potentieel) gevolg. Het risico is groot dat veel winkelgebieden hierdoor in een neerwaartse spiraal terecht komen, met alle consequenties van dien. De ontwikkelingen voltrekken zich in heel Nederland, maar zijn in bepaalde delen van het land manifester dan in andere. Ook Zaanstad ontspringt de dans niet: er is in Zaanstad ca. 10% teveel aan winkeloppervlak en ook is de leegstand meer dan gemiddeld in de regio. Tegelijkertijd is Zaanstad volop in beeld bij enkele grote winkelketens en vooral supermarkten. Mede als gevolg van de vechtersmarkt waarin supermarkten verkeren, komen er veel initiatiefaanvragen op dit gebied binnen. Wil Zaanstad haar ambitie van een aantrekkelijke woon-, werk- en bezoekstad waarmaken, dan dienen er scherpe keuzes gemaakt te worden. Het gaat dan om het aanbrengen van focus: welke initiatieven worden ondersteund en welke niet? Wat zijn winkelgebieden met toekomst en wat zijn winkelgebieden zonder toekomst? En waar worden de teruglopende middelen van de gemeente Zaanstad (ambtelijke capaciteit en financiën) voor ingezet? Verder gaat het ook om het bieden van duidelijkheid aan ondernemers en andere actoren (zoals vastgoedeigenaren), zodat die weten waar zij aan toe zijn en weloverwogen (investerings)keuzes kunnen maken. De gemeente wil kansen bieden aan goede initiatieven en goed ondernemerschap. Om focus aan te brengen, kiest Zaanstad voor een krachtige hoofdstructuur met compacte en kansrijke winkelgebieden. Die hoofdstructuur is opgebouwd uit 3 hoofdwinkelgebieden, 10 ondersteunende winkelgebieden, 2 speciale winkelgebieden en 2 PDV-locaties. Dit betekent dat er in de toekomst mogelijk minder winkelgebieden zullen zijn dan nu, maar dat ze stuk voor stuk wel sterk zijn en goed zijn toegerust op de toekomst. Buiten de hoofdstructuur vallen enkele 'overige winkelgebieden' en een groot aantal solitaire locaties (met hoofdzakelijk supermarkten).

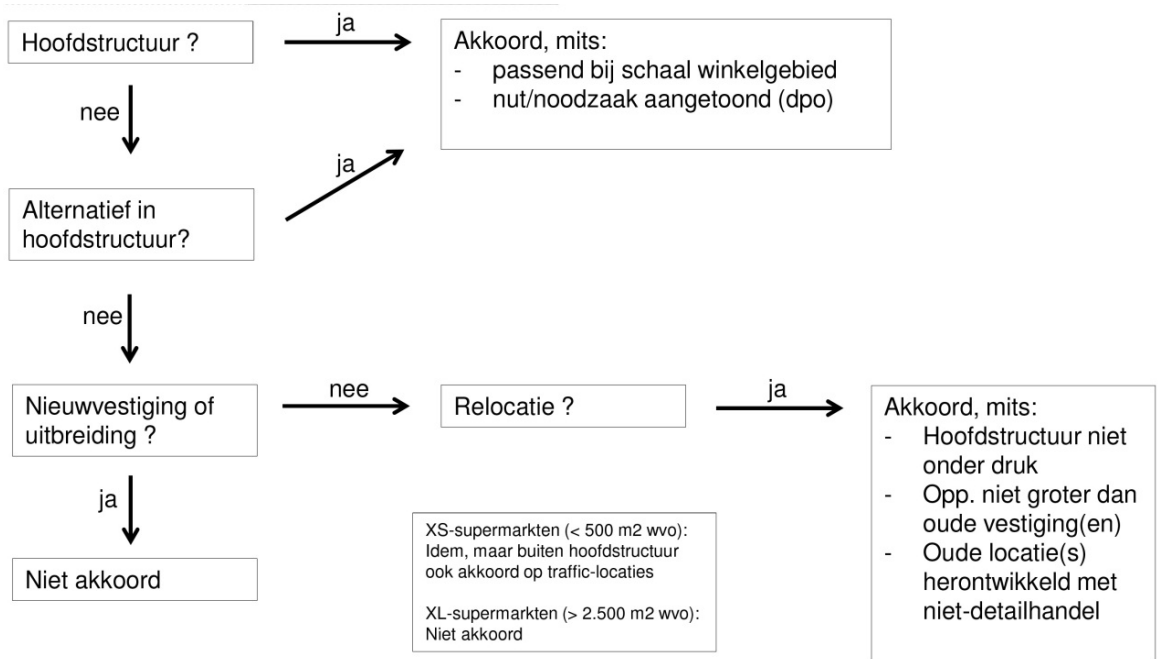
### Detailhandelstructuur in Zaanstad



Nieuwe initiatieven (uitbreiding van de winkelfunctie) binnen de hoofdstructuur zijn van harte welkom, daarbuiten niet. Bij de inzet van gemeentelijke middelen wordt prioriteit gegeven aan initiatieven en winkelgebieden binnen de hoofdstructuur. Winkelgebieden en solitaire locaties buiten de hoofdstructuur zijn niet per definitie onbelangrijk en hebben wel degelijk een functie, ze hebben alleen minder prioriteit. Er is een specifiek toetsingskader opgesteld voor het beoordelen van supermarktinitiatieven. Dat kader komt neer op het geleiden van nieuwe initiatieven naar de hoofdstructuur en het weren van supermarkten op ongewenste, solitaire locaties,

### Toetsingskader initiatieven supermarkten

Inhoud	2
1. Inleiding	3
2. De detailhandel in Zaanstad	4
3. De hoofdstructuur	10
4. De ondersteunende winkelgebieden	14
5. De speciale winkelgebieden	16
6. De PDV-locaties	17
7. Overige winkelgebieden	18
8. Solitaire locaties	19
9. Conclusie	20
10. Bijlagen	21
11. Literatuurverwijzingen	22
12. Aankomende wijzigingen	23
13. Contactgegevens	24
14. Overige informatie	25
15. Samenvatting	26
16. Toetsingskader initiatieven supermarkten	27
17. Toetsingskader initiatieven supermarkten	28
18. Toetsingskader initiatieven supermarkten	29
19. Toetsingskader initiatieven supermarkten	30
20. Toetsingskader initiatieven supermarkten	31
21. Toetsingskader initiatieven supermarkten	32
22. Toetsingskader initiatieven supermarkten	33
23. Toetsingskader initiatieven supermarkten	34
24. Toetsingskader initiatieven supermarkten	35
25. Toetsingskader initiatieven supermarkten	36
26. Toetsingskader initiatieven supermarkten	37
27. Toetsingskader initiatieven supermarkten	38
28. Toetsingskader initiatieven supermarkten	39
29. Toetsingskader initiatieven supermarkten	40
30. Toetsingskader initiatieven supermarkten	41
31. Toetsingskader initiatieven supermarkten	42
32. Toetsingskader initiatieven supermarkten	43
33. Toetsingskader initiatieven supermarkten	44
34. Toetsingskader initiatieven supermarkten	45
35. Toetsingskader initiatieven supermarkten	46
36. Toetsingskader initiatieven supermarkten	47
37. Toetsingskader initiatieven supermarkten	48
38. Toetsingskader initiatieven supermarkten	49
39. Toetsingskader initiatieven supermarkten	50
40. Toetsingskader initiatieven supermarkten	51
41. Toetsingskader initiatieven supermarkten	52
42. Toetsingskader initiatieven supermarkten	53
43. Toetsingskader initiatieven supermarkten	54
44. Toetsingskader initiatieven supermarkten	55
45. Toetsingskader initiatieven supermarkten	56
46. Toetsingskader initiatieven supermarkten	57
47. Toetsingskader initiatieven supermarkten	58
48. Toetsingskader initiatieven supermarkten	59
49. Toetsingskader initiatieven supermarkten	60
50. Toetsingskader initiatieven supermarkten	61
51. Toetsingskader initiatieven supermarkten	62
52. Toetsingskader initiatieven supermarkten	63
53. Toetsingskader initiatieven supermarkten	64
54. Toetsingskader initiatieven supermarkten	65
55. Toetsingskader initiatieven supermarkten	66
56. Toetsingskader initiatieven supermarkten	67
57. Toetsingskader initiatieven supermarkten	68
58. Toetsingskader initiatieven supermarkten	69
59. Toetsingskader initiatieven supermarkten	70
60. Toetsingskader initiatieven supermarkten	71
61. Toetsingskader initiatieven supermarkten	72
62. Toetsingskader initiatieven supermarkten	73
63. Toetsingskader initiatieven supermarkten	74
64. Toetsingskader initiatieven supermarkten	75
65. Toetsingskader initiatieven supermarkten	76
66. Toetsingskader initiatieven supermarkten	77
67. Toetsingskader initiatieven supermarkten	78
68. Toetsingskader initiatieven supermarkten	79
69. Toetsingskader initiatieven supermarkten	80
70. Toetsingskader initiatieven supermarkten	81
71. Toetsingskader initiatieven supermarkten	82
72. Toetsingskader initiatieven supermarkten	83
73. Toetsingskader initiatieven supermarkten	84
74. Toetsingskader initiatieven supermarkten	85
75. Toetsingskader initiatieven supermarkten	86
76. Toetsingskader initiatieven supermarkten	87
77. Toetsingskader initiatieven supermarkten	88
78. Toetsingskader initiatieven supermarkten	89
79. Toetsingskader initiatieven supermarkten	90
80. Toetsingskader initiatieven supermarkten	91
81. Toetsingskader initiatieven supermarkten	92
82. Toetsingskader initiatieven supermarkten	93
83. Toetsingskader initiatieven supermarkten	94
84. Toetsingskader initiatieven supermarkten	95
85. Toetsingskader initiatieven supermarkten	96
86. Toetsingskader initiatieven supermarkten	97
87. Toetsingskader initiatieven supermarkten	98
88. Toetsingskader initiatieven supermarkten	99
89. Toetsingskader initiatieven supermarkten	100
90. Toetsingskader initiatieven supermarkten	101
91. Toetsingskader initiatieven supermarkten	102
92. Toetsingskader initiatieven supermarkten	103
93. Toetsingskader initiatieven supermarkten	104
94. Toetsingskader initiatieven supermarkten	105
95. Toetsingskader initiatieven supermarkten	106
96. Toetsingskader initiatieven supermarkten	107
97. Toetsingskader initiatieven supermarkten	108
98. Toetsingskader initiatieven supermarkten	109
99. Toetsingskader initiatieven supermarkten	110
100. Toetsingskader initiatieven supermarkten	111



Overige initiatieven (niet dagelijkse goederen) buiten de hoofdstructuur worden niet gehonoreerd, tenzij deze in fysieke zin niet ingepast kunnen worden in de hoofdstructuur, een wezenlijke bijdrage leveren aan de attractiviteit van Zaanstad en geen nadelige effecten hebben op de hoofdstructuur. Een centrale opgave bij de hoofdwinkelgebieden is om deze compacter en daarmee krachtiger te maken. Dit betekent dat de gebieden kleiner zijn geworden met een duidelijke afbakening. Alles wat daarbuiten valt, behoort niet tot het winkelgebied en daarmee ook niet tot de hoofdstructuur.

Naast het aanbrengen van focus en daarmee het bieden van duidelijkheid naar ondernemers, wil de gemeente Zaanstad de organisatiegraad van ondernemers vergroten. De gemeente vindt het namelijk een taak van de ondernemers om krachtiger samen te werken (ook financieel) om hun eigen winkelgebied goed te laten functioneren. Ondernemers weten immers vaak zelf het beste wat er speelt in hun winkelgebied en wat er nodig en mogelijk is om zaken aan te pakken. Zaanstad realiseert zich dat de verhoging van de organisatiegraad van de ondernemers niet van de ene op de andere dag gerealiseerd is. Daarom wil zij in de eerste jaren nog ondersteuning geven, waarbij het vergroten van de organisatiegraad en het uitvoeren van enkele structuurversterkende maatregelen centraal staan. Uitgangspunt is echter dat de gemeentelijke ondersteuning geleidelijk afgebouwd wordt en ondernemers uiteindelijk in deze zelfvoorzienend zijn.

Om voorliggende detailhandelsvisie uit te kunnen voeren, is een 12-puntenplan opgesteld dat de agenda van de gemeente Zaanstad voor de komende jaren bepaalt. Op de eerste plaats betreft het plan het prioriteren van investeringen, toetsen van nieuwe aanvragen en input bieden voor bestemmingsplannen. Ook gaat het o.a. om de inrichting en het onderhoud van de openbare ruimte en de inpassing van de visie in parkeer- en toerismebeleid. Toerisme en detailhandel kunnen elkaar immers versterken. Om de winkelstructuur te versterken en leegstand tegen te gaan, stellen we tijdelijk een winkelcoördinator aan. Deze draagt de detailhandelsvisie uit, onderhoud contacten met eigenaren, winkeliers en makelaars, weet wat er in winkelgebieden speelt, heeft gemeentebreed zicht op de vraag van ondernemers, brengt vraag en aanbod bij elkaar en scheidt waar nodig voorwaarden om transformatie en gebiedsontwikkeling in gang te zetten. De functie is nadrukkelijk bedoeld als tijdelijke handreiking om structuurversterking in beweging te zetten. Dit vereist een intensieve, individuele benadering en goede interne en externe afstemming. Deze functie krijgt een plek binnen de gemeentelijke organisatie. Een ander belangrijk punt uit het 12-puntenplan betreft de deelname aan de pilot 'Aangename Aanloopstraten' van Platform31 met de aanloopgebieden van Stadshart Zaandam. Dit experiment zoekt proactief de hobbels in de weg naar compactere winkelgebieden en prettige aanloopstraten. Tot slot zullen wij de belangrijkste ontwikkelingen jaarlijks monitoren. Om de winkelstructuur te versterken wordt naast de capaciteit voor de winkelcoördinator het komend jaar vast € 30.000 gereserveerd voor structuurversterkende maatregelen. De benodigde dekking voor de winkelcoördinator en structuurversterkende maatregelen in 2016, 2017 en 2018 wordt integraal afgewogen bij de Kadernota 2016/Programmabegroting 2016-2019.

Met de detailhandelsvisie wordt een doelgericht kader gesteld om bij te dragen aan een gezond winkelklimaat en daarmee een leefbare en economisch sterke stad, waarin niet alleen winkeliers, maar ook bewoners, werknemers en bezoekers zich prettig voelen.

## 1. Inleiding

### **Nieuw beleid is nodig om nieuwe vragen te beantwoorden**

De detailhandel in Zaanstad is door de opkomst van internetwinkelen en ook door de recessie van de afgelopen jaren enorm in beweging. Net als veel andere gemeenten heeft Zaanstad te kampen met de nodige leegstand. Aan de andere kant zijn er ook ontwikkelmogelijkheden, waarbij zittende ondernemers kansen zien uit te breiden of naar een betere plek te verhuizen en zijn nieuwe ondernemers geïnteresseerd in Zaanstad als vestigingslocatie. Met name vanuit de supermarktbranche komen veel aanvragen binnen. In het Stadshart Zaandam wordt volop gewerkt aan een kloppend hart voor de stad.

Het overkoepelend beleid voor detailhandel (Detailhandelsbeleid gemeente Zaanstad: structuurvisie retail-leisure, 2002) is verouderd en niet toereikend om in te spelen op de actuele ontwikkelingen. In het collegeakkoord 'Samen het verschil maken' (april 2014) is dan ook afgesproken een nieuwe, boven-lokaal afgestemde detailhandelsvisie te maken. Eerder heeft de raad al gevraagd om een actuele detailhandelsvisie (PvdA motie februari 2014). Punten die aandacht behoeven zijn: winkelgebieden in het noorden van de gemeente, een evaluatie van de koopzondag, internetwinkelen, een samenhangend beleid voor Inverdan en de aanloopgebieden en mogelijkheid om in de buurt dagelijkse boodschappen te doen.

Ook de winkeladviescommissies van de Stadsregio Amsterdam en de provincie Noord-Holland dringen aan op een actuele visie.

#### **Wat is detailhandel?**

Detailhandel is het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder inbegrepen de uitstalling ter verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die deze goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit en anders dan voor verbruik ter plaatste.

### **Deze visie draagt bij aan een gezond winkelklimaat en daarmee een leefbare stad**

Deze visie draagt bij aan een vitaal en dynamisch winkelklimaat en daarmee een leefbare stad. Een belangrijke stap daartoe is het vaststellen van een geactualiseerde hoofdwinkelstructuur. Subdoelen zijn verder:

- De kwaliteit van kansrijke winkelgebieden versterken door concentratie
- Ruimte geven aan nieuwe initiatieven voor detailhandel
- Een toetsingskader vaststellen voor nieuwe aanvragen voor detailhandel
- Versterken van het MKB en faciliteren van werkgelegenheidsgroei

Met bovenstaande punten haakt de detailhandelsvisie aan bij het gedifferentieerde ruimtelijk beleid om enerzijds ruimte te geven aan ontwikkelende partijen en anderzijds door doelgericht te kaderen een snel en duidelijk ja of nee te geven aan ondernemers. Met het vaststellen van een ruimtelijke hoofdstructuur voor de detailhandel geven we aan waar onze prioriteiten liggen. Het is een ontwikkelingsperspectief dat richting geeft aan onze investeringsbeslissingen (in tijd en geld) en helderheid biedt aan ondernemers die willen investeren in de stad.

### **De tijdshorizon van de visie is tien jaar met een tussentijdse evaluatie**

Deze nota geeft een perspectief voor de komende tien jaar. Het winkellandschap verandert voortdurend. De sector is dynamisch en speelt in op veranderingen. Beleidskaders kunnen de snelheid van deze nieuwe ontwikkelingen niet altijd voorzien en bijhouden. Daarom hebben wij voor ogen om na vijf jaar de balans op te maken in een tussenevaluatie en dan te bekijken of actualisatie nodig is.

### **Recent genomen beslissingen krijgen een plek**

Het formuleren van dit nieuwe beleid is niet vanuit een blanco situatie gestart. Recent heeft de gemeente over deelthema's of specifieke locaties beslissingen genomen die van invloed zijn op de detailhandel. Het gaat dan bijvoorbeeld om het beleid voor grootschalige en perifere detailhandel dat begin 2014 is vastgesteld of de positieve besluiten over enkele solitaire supermarkten om gebiedsontwikkeling of transformatie mogelijk te maken. Al deze beslissingen hebben een plek gekregen in voorliggende visie.

### **De visie is tot stand gekomen met verschillende spelers**

Verschillende partijen hebben input geleverd voor het nieuwe beleid. Vertegenwoordigers van het Zaans Ondernemersnetwerk (Platform Detailhandel), de Stichting Binnenstadsmanagement Zaandam (SBZ) en twee winkeliersverenigingen vormden een klankbordgroep. In twee workshops (in juni en in september 2014) met winkeliers, supermarktorganisaties, vastgoedeigenaren, makelaars en raadsleden zijn sterkte-zwakke analyses gemaakt van de winkelgebieden en zijn levendige discussies gevoerd over het toekomstperspectief van deze centra. De resultaten van deze workshops zijn meegewogen bij het bepalen van een geactualiseerde hoofdstructuur detailhandel en het formuleren van gewenste acties. Prof. Cor Molenaar hield ondernemers en gemeente op 6 oktober een spiegel voor tijdens een avond

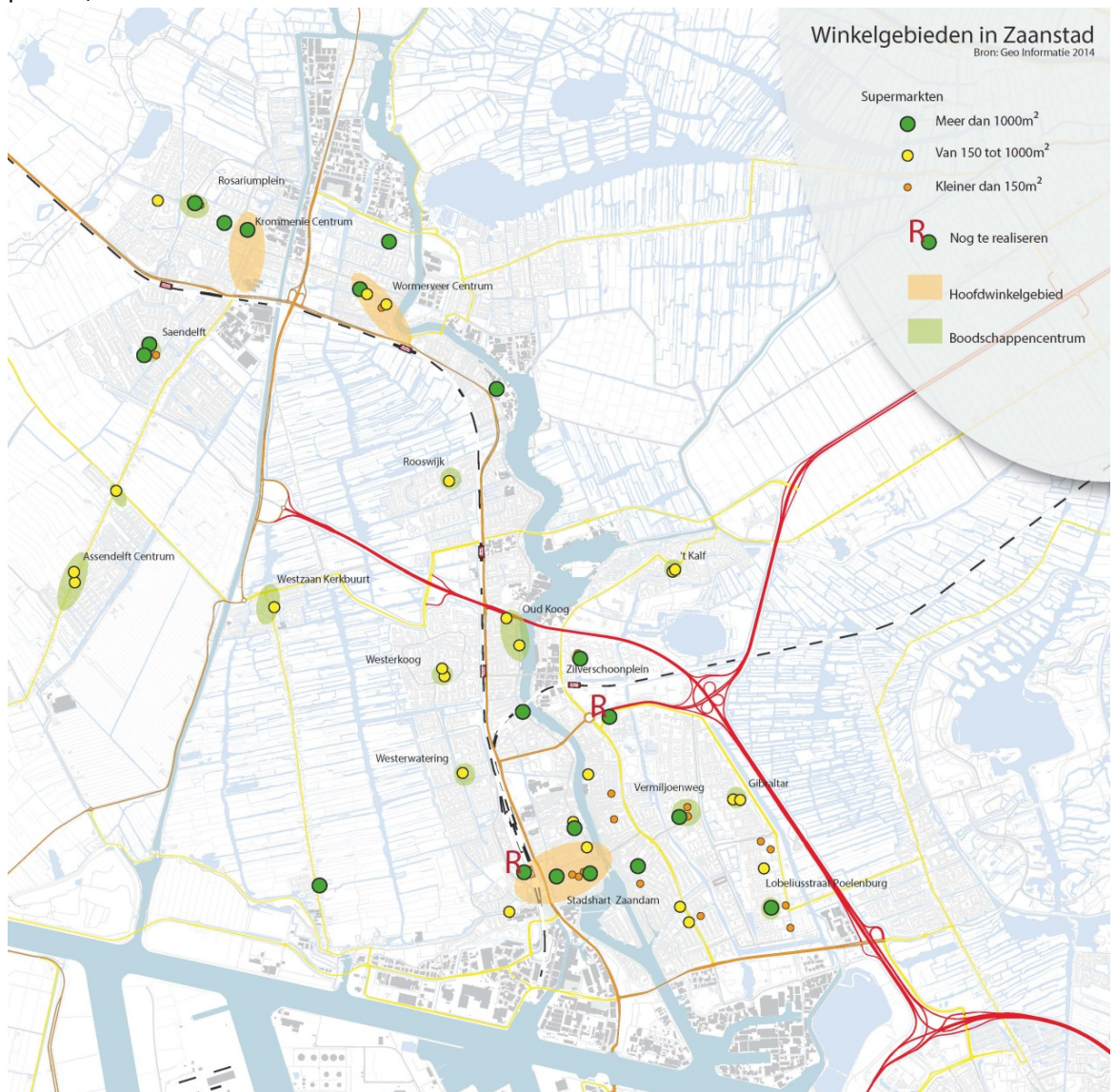
over de winkel van de toekomst, georganiseerd door de Rabobank Zaanstreek, Stichting Binnenstadsmanagement Zaanstad (SBZ) en het Zaanse Ondernemers Netwerk (ZON). Bureau Stedelijke Planning heeft ons in het hele traject geadviseerd. De regionale adviescommissies winkelplanning (provincie en Stadsregio Amsterdam) hebben op 3 december 2014 een conceptversie besproken.

### Leeswijzer

Hoofdstuk 2 geeft een beeld van de huidige structuur van de Zaanse detailhandel. In hoofdstuk 3 staan landelijke ontwikkelingen in de detailhandel en de situatie in Zaanstad centraal. Dit wordt in hoofdstuk 4 gevolgd door een schets van het landelijke, regionale en lokale beleid dat het kader voor vormt voor onze visie. Hoofdstuk 5 zet de visie neer voor de hoofdstructuur detailhandel in Zaanstad. Deze wordt vervolgens uitgewerkt per winkelgebied in hoofdstuk 6. Ook specifieke thema's als internetwinkelen en nieuwe concepten komen aan de orde (hoofdstuk 7). In hoofdstuk 8 vindt de vertaalslag plaats van visie naar uitvoering.

## 2. De huidige structuur: een fijnmazig netwerk

De gemeente Zaanstad heeft door de ruimtelijke structuur een historisch gegroeid fijnmazig netwerk van winkelgebieden. Er zijn zeven kernen met ieder hun eigen (hoofd)winkelgebied. Het centrum van Zaanstad vervult vooral voor het zuidelijk deel van de gemeente de rol als hoofdwinkelgebied, voor het noordelijk deel zijn dat de centra van Krommenie en Wormerveer. Ook de meeste wijken en soms zelf buurten hebben hun eigen winkelgebied. Soms gaat het om een volledig centrum, soms gaat het om een solitaire supermarkt of om supermarkten met wat aanvullend winkelaanbod rondom. Buiten de winkelcentra is er een groot aantal solitaire supermarkten. Daarnaast zijn er twee locaties waar aanbieders in volumineuze goederen gehuisvest zijn, de zogenoemde PDV-locaties (Perifere Detailhandel Vestigingen). In dit hoofdstuk beschrijven we de verschillende gebieden: om welke gebieden gaat het precies, wat is hun functie en hoe functioneren ze?



## 2.1 Stadshart Zaandam

In het centrum van Zaandam is de afgelopen jaren een ingrijpende kwaliteitsimpuls in gang gezet: uitbreiding van het winkelgebied, een nieuw stadhuis, hotel, woningen, horeca en bioscoop en een mooiere openbare ruimte. De ontwikkeling van 15.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) winkelgebied (deels vervanging) maakte de vestiging van een aantal grote landelijke ketens mogelijk en een deel van gevestigde winkeliers zocht binnen het gebied een passender pand. Gemeentelijke investeringen lokten en lokken nog steeds nieuwe investeringen in de vorm van gevelverbetering uit.

Uit onderzoek (Locatus) blijkt dat het bezoek aan de binnenstad tussen 2009 en 2014 flink is gegroeid van bijna 128.000 tot bijna 175.000 bezoekers per week. Het centrum heeft in de eerste plaats een functie voor inwoners van Zaandam, maar ook de belangstelling van buiten de gemeente is fors gestegen. Bovendien blijven de bezoekers langer en besteden zij meer geld dan enkele jaren geleden (Tussenevaluatie 2003-2013, programma Inverdand). Kortom, er is een levendig en aantrekkelijk centrumgebied tot stand gekomen, een kloppend hart voor Zaanstad.

De segmentering in Stadshart Zaandam is wat lager dan gemiddeld. Zowel het winkelaanbod als het horeca-aanbod bevindt zich hoofdzakelijk in het middensegment en kent een hoge filialiseringsgraad. De leegstand ligt met 8% iets onder het gemeentelijk gemiddelde en is geconcentreerd in de Rozenhof, de Westzijde en verder weg in de Peperstraat en op de Zuiddijk.

Inwoners en passanten zijn tevreden over de architectuur, de sfeer en de inrichting van de openbare ruimte (Zaanpeiling 2013, Passantenonderzoek 2013). Het gebied heeft een unieke identiteit met een mix van winkels en horeca. Het winkelaanbod, hoewel beter gewaardeerd dan enkele jaren geleden, kan nog beter qua diversiteit en kwaliteit. Ook het parkeren, de bereikbaarheid per auto aan de oostkant en het fietsparkeren zijn voor verbetering vatbaar.

### S wot analyse Stadshart Zaandam

#### Sterkte

- Nieuw
- Unieke identiteit
- Mix horeca en winkels
- Twee dagen markt
- Centrum van de Zaanstreek
- Bereikbaarheid per trein

#### Kans

- Gevelverbetering door eigenaren
- Ruimte voor nieuwe initiatieven
- Verbinding met Zuiderhout
- Toerisme, ligging aan de Zaan
- Internet

#### Zwakte

- Te weinig diversiteit en kwaliteit winkelaanbod
- Leegstand in bepaalde gebieden
- Weinig relaties tussen verschillende deelgebieden
- Fietsparkeren: te weinig, rommelig straatbeeld (versperren doorgang)
- Parkeren oostkant: versnipperd en onaantrekkelijke looproutes
- Bereikbaarheid vanuit oostkant
- Lage organisatiegraad ondernemers

#### Bedreiging

- Leegstand verloedering
- Netjes en kaal
- Vastgoedprijzen
- Concurrentiepositie
- Niet blijven vernieuwen
- In beheer niet vasthouden aan kwaliteitsniveau

Het centrumgebied van Zaandam bestaat uit diverse deelgebieden.

- De Gedempte Gracht is het visitekaartje van de binnenstad en wordt druk bezocht. Er zijn overwegend grote filialen in het middensegment gevestigd. Dit is het gebied waar de vernieuwing tot uiting is gekomen. Het winkelaanbod is uitgebreid, panden en openbare ruimte zijn vernieuwd.
- Het overdekte winkelcentrum De Rozenhof functioneert matig en er is veel leegstand. Het maakt geen onderdeel uit van een natuurlijk winkelcircuit en daardoor is de passantenintensiteit laag. Door het ontbreken van een trekker heeft het ook geen autonome aantrekkingskracht.
- De Westzijde is een afwisselende straat met enkele grote ketens maar ook speciaalzaken en enige horeca. De aanwezigheid van diverse monumentale panden maken het tot een sfeervol gebied, maar er is ook leegstand. Het noordelijk gelegen winkelcluster De Passage (Behouden Haven) met aanliggende parkeervoorzieningen heeft een eigen aantrekkingskracht voor dagelijks bezoek. De Westzijde is een belangrijke verkeersader die voor veel aanloop en klandizie zorgt. Nadeel hiervan is dat de functie van verblijfsgebied niet goed tot zijn recht komt. De Gedempte Gracht en Westzijde profiteren weinig van elkaar: bezoekers vanuit de westkant blijven veelal op de gracht, bezoekers vanaf Behouden Haven blijven maar kort. De organisatiegraad van de ondernemers begint op gang te komen.
- De Rozengracht is het plein waar op donderdag en zaterdag de weekmarkt een trekpleister vormt. De functie als evenemententerrein komt vanwege de bezetting op zaterdag echter niet goed uit de verf. De kwaliteit van de openbare ruimte is recent sterk verbeterd. De functie van de zuidkant is gemengd, enkele panden hebben een opknappbeurt nodig.
- De Dam en Klauwershoek vormen horecaclusters, waarbij De Dam een grotere functie heeft voor daghoreca in combinatie met winkelen en Klauwershoek voor avondhoreca.
- De Peperstraat heeft naast een doorgaande verkeersfunctie een functie als gemengd gebied met veel dienstverlenende bedrijven. Het gebied tussen de Beatrixbrug en de Oostzijde heeft te kampen met leegstand en de uitstraling van het gebied is matig.
- De Zuiddijk is van oudsher een winkelstraat, maar in de loop der jaren is het gebied verkleurd tot een straat met een gemengde functie. Er is een aantal speciaalzaken gevestigd met een eigen klantenkring, waarbij weinig aansluiting naar het centrum is. Er staan veel panden leeg en de

leefbaarheid van het gebied staat onder druk. Ondernemers en bewoners proberen met de diverse initiatieven de leefbaarheid te verbeteren. De parkeerplaats op de Burcht fungeert als brongebied voor het centrum.

## 2.2 Wormerveer-Centrum

Het centrum van Wormerveer vormt met de prachtige Zaanbocht een van de winkelparels van het noordelijk deel van Zaanstad. Het centrum trekt daarnaast voor dagelijkse (25%) en niet-dagelijkse (21%) boodschappen bezoekers aan vanuit Wormerland (KSO 2011). De leegstand ligt met 10% boven het gemiddelde van Zaanstad. Een deel van het gebied is de afgelopen jaren vernieuwd met woningbouw en nieuwe winkelruimte. Het winkelgebied is goed bereikbaar en biedt goede parkeermogelijkheden. Er is een actieve ondernemersvereniging en elan om vernieuwende activiteiten te ontplooiën, zoals evenementen.

Het centrum bestaat uit drie deelgebieden:

- de Zaanweg met authentieke panden en specialistische winkels in onder meer de modische branche
- het Marktplein met een compleet aanbod aan dagelijkse voorzieningen
- de Marktstraat als verbindende zone met diverse winkels, maar ook de nodige leegstand en verkeersdrukke

### Swot analyse Wormerveer -Centrum

#### Sterkte

- Goed functionerend Marktplein voor dagelijkse boodschappen
- (mode)winkels Zaanbocht met regionale functie
- Aantrekkingskracht op Wormer
- Aanwezigheid landelijke ketens
- Interesse van nieuwe ondernemers
- Eigenaren investeren in leegstaande panden
- Ligging aan de Zaan
- Bereikbaarheid goed
- Goed parkeren op Marktplein
- Positieve houding ondernemers en goed lopende ondernemersvereniging

#### Kans

- Verbetering functie voor Marktstraat als schakel tussen Zaanbocht en Marktplein
- Zoeken naar versterking aanbod (sportzaak, schoenen)
- Toeristische kansen door ligging aan Zaan: terrasontwikkeling en verdere aankleding Zaanbocht
- Uniek winkelgebied 'branden'
- Samen met Wormerland/Bataaf kwaliteitsevenementen organiseren
- Gevelverbetering Marktstraat

#### Zwakte

- Bovengemiddelde leegstand
- Uitstraling Marktstraat, te onrustig verkeersbeeld
- Weinig koopkracht in Wormerveer

#### Bedreiging

- Concurrentie omliggende plaatsen
- Binding van nieuwe bewoners aan Wormerveer minder

## 2.3 Krommenie-Centrum

Het centrum van Krommenie is de tweede parel in het noordelijk deel van Zaanstad. Het biedt qua branchering een compleet pakket en bedient inwoners van Krommenie en Assendelft.

Het winkelaanbod concentreert zich langs de Vlietsend-Zuiderhoofdstraat en haaks daarop de Heiligeweg. De leegstand ligt met 10% boven het gemiddelde van Zaanstad en doet zich voor in het centrum en aan de rand van het winkelgebied. De panden zijn vaak te groot en te incurant om als locatie voor starters te functioneren. De nieuwbouw aan de Heiligeweg met verplaatsing van een supermarkt heeft tot leegstand aan Vlietsend geleid. Het gebied mist door versnippering en het karakter van de bebouwing een duidelijke ingang aan de zuidzijde. Enkele verwaarloosde panden ontsieren het straatbeeld. Er zijn weinig terrassen.

De ondernemers hebben een sterke binding met het dorp en doen moeite om de sfeer in het gebied te versterken bijvoorbeeld via braderieën en/of de inhuldiging van een sportheld.

### Swot analyse Krommenie -Centrum

#### Sterkte

- Branchering: verscheidenheid en leuke winkels, voldoet daarmee aan lokale behoefte van Krommenie en Saendelft.
- Gezellige kern in het dorp
- Professionele, lokale ondernemers met collectief bewustzijn wat er moet gebeuren
- Aanwezigheid enkele landelijke formules en hun bereidheid tot investeringen
- Er is dynamiek (o.a. verhuizing van Heiligeweg naar Zuiderhoofdstraat)
- Heiligeweg is sterker geworden, weer nieuwe ontwikkeling rondom supermarkt

#### Kans

- Concentratie van winkels
- Nieuwe ondernemers trekken
- Kwaliteitsimpuls rond de kerk. Durgsloot bij gebied betrekken, pleinfunctie, levendigheid creëren, terras, horeca verbeteren, bootjes.

#### Zwakte

- Bovengemiddelde leegstand
- Panden te incurant en te groot voor starter
- Aantal panden van slechte kwaliteit
- Versnippering in Zuiderhoofdstraat
- Vlietsend als poort van winkelgebied niet uitnodigend
- Geen verblijfsgebied aanwezig
- Heiligeweg niet gezellig genoeg
- Ingewikkelde verkeersstructuur

#### Bedreiging

- Concurrentie omliggende plaatsen
- Recessie, waardoor zaken als kinderkleding onvoldoende draagvlak hebben

- Grote panden in delen verhuren
- Kwaliteitsverbetering panden
- Uitbreiding blauwe zone langs Heiligeweg opnieuw onderzoeken

## 2.4 Ondersteunende centra

Naast de drie hoofdwinkelgebieden heeft Zaanstad een groot aantal kleinere centra die overwegend gericht zijn op dagelijkse boodschappen. De centra zijn van belang voor inwoners uit de buurt en bieden tevens een ontmoetingsplek. De fysieke barrières die Zaanstad kent in de vorm van wegen, water en spoorlijn vormen zowel een kracht als een zwakte voor het functioneren van de deze winkelgebieden. Aan de ene kant zorgen de barrières voor een afbakening van het gebied en daarmee voor een zekere afzetmarkt. Aan de andere kant vormen de barrières een belemmering om deze afzetmarkt te vergroten. De kwaliteit en functie van deze gebieden verschillen sterk van elkaar. Sommige centra bieden een compleet pakket aan dagelijkse boodschappen, andere bestaan uit maar enkele winkels.

### Swot analyse ondersteunende centra

#### Sterkte

- Dagelijkse behoeftes in de buurt
- Veelal afgebakend verzorgingsgebied (wegens barrières)
- Ontmoetingsplek

#### Kans

- Meer en andere functies in/rond winkelcentra
- Concentratie voorzieningen
- Niet-dagelijks: lagere huurprijzen

#### Zwakte

- Verzorgingsgebied is beperkt (wegens barrières)
- Uitstraling en beheer openbare ruimte
- Parkeren: in sommige gevallen capaciteitstekort en mede daardoor te lange looproutes

#### Bedreiging

- Schaalvergroting supermarkten (bestaand c.q. toevoeging)
- Bij verdwijnen supermarkt komt het hele winkelcentrum onder druk te staan

### Gebied Noord

Het **Rosariumplein** in Krommenie-west (9.300 inwoners) is een klein wijkwinkelcentrum op de hoek van de Heiligeweg en het Rosariumplein. Eind 2011 is de hier gevestigde supermarkt uitgebreid tot ruim 1.000 m<sup>2</sup> wvo. Er zijn verschillende winkels voor dagelijks benodigdheden en ook diverse verzorgde voorzieningen.

**De Saen** is een klein wijkverzorgend centrum met een compleet pakket in Assendelft- Noord (14.900 inwoners). Het aanbod telt 36 vestigingen, waarvan 23 winkels en 2 horecavestigingen. Het winkeloppervlak behelst bijna 5.000 m<sup>2</sup> wvo. In het winkelcentrum zijn twee supermarkten gevestigd (samen 2.500 m<sup>2</sup> wvo). Enkele panden staan leeg. Vanwege de trage opleveringen van nieuwe woningen in de wijk blijft de klandizie wat achter dan oorspronkelijk was gepland. Voor de ondernemers is dit aanleiding om bij de eigenaar aan te dringen op huurverlaging. De overlast van jongeren is aanleiding geweest om beveiliging in te huren.

Het winkelaanbod in Assendelft-Zuid (4.400 m<sup>2</sup> wvo, 7.500 inwoners) is verdeeld over twee kleine buurtwinkelconcentraties. Het ene cluster met twee supermarkten bevindt zich aan de zuidzijde van de **Dorpsstraat**. Het aantal winkelvoorzieningen langs de straat is in de loop der jaren door schaalvergroting en concentratie verminderd. Een tweede cluster is te vinden bij het kruispunt **Dorpsstraat-Communicatieweg** rondom onder andere een supermarkt.

### Gebied Midden

Bij het terrein van het voormalige gemeentehuis in **Rooswijk** (5.700 inwoners) is een klein buurtwinkelcentrum gesitueerd, een clustering van enkele winkels bij een supermarkt en een aantal kiosken op het plein. Het centrum functioneert matig, mede door de beperkte omvang van de wijk en de ligging aan de rand van de wijk.

In Oud Koog is het winkelaanbod verdeeld over de winkels onder het viaduct van de **A8 en langs de Raadhuisstraat**. Onder het viaduct liggen een supermarkt (1.000 m<sup>2</sup> wvo) en enkele verswinkels. Er zijn plannen voor uitbreiding van de supermarkt (tot 1.500 m<sup>2</sup> wvo). Verspreid langs de Raadhuisstraat bevinden zich diverse winkels. De winkeliers aan de noordkant hebben zich verenigd in Rondje Koog. Het draagvlak van de wijk Oud Koog is met 4.600 inwoners beperkt, maar door de strategische ligging, de goede bereikbaarheid en de aanwezigheid van enkele speciaalzaken heeft het winkelgebied een wijk-overstijgende aantrekkingskracht en behoren ook Oud Zandijk (3.000 inwoners) en Rooswijk (5.700 inwoners) tot het verzorgingsgebied.

Westerkoog (6.500 inwoners) heeft een goed functionerend wijkwinkelcentrum (**Molenwerf**) dat centraal in de wijk ligt en ook koopkracht van buiten de wijk trekt zoals uit Rooswijk. Het centrum is eind jaren negentig geheel vernieuwd. In de overdekte winkelpassage zijn twee supermarkten gevestigd met in totaal 1.700 m<sup>2</sup> wvo. Een beperkte uitbreiding van een van de supermarkten is in voorbereiding. Diverse winkels voor dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen maken het pakket compleet.

Aan de noordzijde van **Westzaan (Kerkbuurt)** is een beperkt winkelaanbod (715 m<sup>2</sup> wvo), voor overwegend dagelijkse voorzieningen gesitueerd met een kleine supermarkt. De wijk heeft een beperkt verzorgingsgebied (4.500 inwoners).

Centraal in de wijk **Westerwatering** (12.200 inwoners) is een buurtwinkelcentrum gesitueerd met een totale oppervlakte van 1.500 m<sup>2</sup> wvo. Het aanbod wordt gedragen door een supermarkt en bestaat

verder uit aanvullende winkels voor dagelijkse behoeften. Het winkelcentrum wordt in drie fases gerenoveerd en uitgebreid (afronding 2015). Daarnaast wordt de bestrating, het groen en de parkeergelegenheid vernieuwd. Aanvullend op het aanbod in de wijk wordt de komst van een supermarkt in het Stadskantoor bij het NS station voorbereid.

Het kleine wijkcentrum het **Kalf** in Zaandam-Noord heeft een aanbod van bijna 2.200 m<sup>2</sup> wvo aan winkels, waaronder twee supermarkten. De wijk ligt vrij geïsoleerd en heeft een verzorgingsgebied van 6.500 inwoners.

#### **Gebied Zuidoost**

Aan het **Zilverschoonplein** in Kogerveldwijk fungeert de supermarkt (1.100 m<sup>2</sup> wvo) als trekker van het kleine winkelgebied. Aan het plein ligt een galerij met gemengde functies. In 2008 is de openbare ruimte opgeknapt en zijn de parkeervoorzieningen verbeterd. De wijk telt 4.500 inwoners.

De **Vermiljoenweg** in Pelders-Hoornseveld is een klein wijkwinkelcentrum met in totaal 5.200 m<sup>2</sup> wvo waarvan ruim 2.800 m<sup>2</sup> wvo voor de supermarkt. In verband met de komst van een XL- supermarkt bij het nieuwe ziekenhuis zal de hier gevestigde supermarkt worden verkleind. De resterende ruimte wordt verkaveld. Het centrum ligt centraal en heeft veel parkeergelegenheid. Door de ligging en de parkeersituatie heeft het voor meerdere wijken eromheen een functie.

Het buurtwinkelcentrum **Gibraltar** in Pelders-Hoornseveld is een centraal gelegen winkelvoorziening.

Het bestaande centrum, dat 1.580 m<sup>2</sup> wvo telt waarvan de helft voor een supermarkt, is recent vernieuwd en zal worden uitgebreid op het terrein van de te slopen school. De wijk telt 10.600 inwoners.

De **Lobeliusstraat** is een matig functionerende winkelstrip in Poelenburg (8.300 inwoners). Naast de Lobeliusstraat is in Poelenburg een supermarkt in de Bloemkorf gevestigd, zijn er kleine, verspreide winkels voor dagelijkse boodschappen te vinden en is een wijkconomie bij de moskee ontstaan. Met het vervallen van het Masterplan Poelenburg is verbetering van de winkelfunctie in de wijk onder druk komen te staan. Het vertrek van de supermarkt aan de Lobeliusstraat medio 2014 zorgde voor sterk verminderde aanloop naar de resterende winkels. Diverse panden staan leeg en de leefbaarheid van het gebied staat onder druk. De eigenaar voert een actief beleid om leegstand tegen te gaan, winkeliers proberen met de vestiging van marktkramen de levendigheid te vergroten. In oktober 2014 is er een nieuwe etnische supermarkt gevestigd van een formule die in andere steden voor grote aanloop heeft gezorgd.

#### **2.5 Solitaire winkels**

Zaanstad kent een groot aantal solitaire winkels, dit zijn met name supermarkten. Het gaat om een verschillend aanbod van prijsvechters, kwaliteitswinkels, biologische winkels en winkels gericht op niet-westerse consumenten. Er is veel vraag vanuit de supermarktsector naar nieuwe vestigingsmogelijkheden. Een deel van de nieuwe supermarktinitiatieven richt zich op solitaire locaties.

Ook buiten de supermarkten zijn er vestigingen op solitaire locaties, zoals een bouwmarkt of een kledingwinkel in een karakteristiek pand.

#### **2.6 Perifere locaties**

Zaanstad telt twee locaties voor perifere detailhandel: Zuiderhout en Noorderveld. De detailhandel in deze gebieden kenmerkt zich door doelgerichte aankopen van volumineuze artikelen waarbij snelheid, efficiëntie en verkrijgbaarheid belangrijk zijn.

**Zuiderhout** ligt aan de zuidkant van Zaanstad. In het zuidwestelijke deel van het terrein zijn voornamelijk industriële bedrijven gevestigd. Het merendeel van het bestaande winkelaanbod bevindt zich in het noordelijk deel. De nadruk ligt op grootschalige winkels voor woninginrichting en bouwmarkten. Het verzorgingsgebied omvat voornamelijk Zaandam, Oostzaan en in mindere mate Koog aan de Zaan en Zaandijk. Daarnaast vervult het een belangrijke bovenlokale functie: een kwart van de omzet is afkomstig van buiten de gemeente. Op het noordelijk deel van Zuiderhout was voorheen een Bruynzeelfabriek gevestigd. Dit gebied wordt geherstructureerd, waarbij de komst van een IKEA-vestiging wordt voorbereid.

Het **Run Shopping Centrum Noorderveld** ligt in Wormerveer. Het is een planmatig opgezette locatie die ongeveer 32.000 m<sup>2</sup> wvo omvat. De gevestigde winkels zijn vooral actief binnen de branches doe-het-zelf en woninginrichting. Sinds de opening is er sprake van aanzienlijke leegstand.

### **3. De Zaanse situatie in het licht van landelijke en regionale ontwikkelingen**

#### **3.1 Landelijke ontwikkelingen: de koek wordt kleiner**

De detailhandel is onderhevig aan een sterke dynamiek. Het winkelen verandert als gevolg van economische, technologische, demografische en maatschappelijke veranderingen. Daardoorheen loopt bovendien de economische stagnatie van de afgelopen jaren. Hierdoor zijn veel winkels vanwege faillissement gesloten. De koek wordt kleiner (vanuit de vraag is minder m<sup>2</sup> wvo nodig), terwijl het winkelaanbod nog steeds toeneemt. Wel is er momenteel sprake van economisch herstel, maar dit is nog broos.

#### *Internet*

Een belangrijke trend is de opkomst van het internetwinkelen. Doordat er sprake is van een consoliderende markt gaat het toenemend belang van internetwinkels ten koste van het aandeel fysieke winkels. Het marktaandeel van internetaankopen in de totale detailhandelsbestedingen groeide van minder dan

1% in 2002 naar 6% nu. In de non-foodsector ligt het marktaandeel inmiddels op 11%. Naar verwachting zal het marktaandeel van interaankopen verder toenemen. De prognoses daarover lopen uiteen. Het is ook afhankelijk van nieuwe technologische ontwikkelingen en de mate waarin branches weten in te spelen op de online markt. Een marktaandeel van 10 tot 15% in de totale detailhandel in 2020 lijkt realistisch. Overigens bieden de meeste fysieke winkels de mogelijkheid tot bestellingen via internet: van single channel naar omni channel retail. Het komt ook wel voor dat een initiatief begonnen als webshop uiteindelijk uitmondt in een fysieke winkel.

#### *Toename van leegstand*

Ondanks economische stagnatie en de opkomst van internetwinkelen groeide het aanbod van winkelruimte onverminderd door. Vooral in de perifere en grootschalige detailhandel is het aanbod sterk toegenomen. Bovendien bestaat er nog een fors planaanbod. Deze ontwikkelingen leiden tot een toename van de leegstand. Begin 2014 bedroeg deze in Nederland 7%. Er zijn uitschieters in de krimpgebieden met een leegstand van meer dan 20%. Leegstand concentreert zich op zogenaamde B- en C-locaties.

#### *Meer filiaalbedrijven en franchiseketens*

Een verschuiving van andere aard is die van zelfstandige winkels naar filiaalbedrijven en franchiseketens. Een veelgehoorde klacht is dat dit tot eentonigheid in winkelgebieden leidt. Anderzijds worden juist filiaalbedrijven en franchiseketens als trekkers van winkelgebieden beschouwd.

#### *Schaalvergroting en -verkleining*

Een belangrijke trend is de schaalvergroting in de detailhandel. Met name supermarkten vragen om een groter winkeloppervlak en een goed bereikbare plek met voldoende ruimte voor parkeren. Schaalvergroting is ook bij grote ketens te zien, wat tot discussie leidt over vestiging in binnensteden of op PDV/GDV locaties. Voor bepaalde branches en typen ondernemingen wordt juist schaalverkleining verwacht onder meer door het aanhouden van kleinere voorraden.

#### *Branchevervaging*

Winkels gaan meer en meer producten verkopen die buiten hun eigen branche vallen. Voorheen deed deze branchevervaging zich vooral voor bij perifere detailhandel, zoals bouwmarkten die fietsen verkopen. Tegenwoordig is het in veel meer branches te zien. Denk aan boekwinkels die leesbrillen te koop aanbieden en koffie schenken. Deze ontwikkeling leidt tot andere winkelconcepten.

#### *Beleving in de binnenstad*

Een andere belangrijke ontwikkeling in het winkelen is de comeback van de binnenstad. Consumenten geven de voorkeur aan grotere binnenstedelijke gebieden met grote keuze in aantal en diversiteit van winkels en aanvullende voorzieningen. Beleving staat centraal. Vooral in de grotere centra gaan consumenten steeds meer 's avonds en op zondag winkelen. De recente groei van de daghoreca en de verschuiving van drinken naar eten zijn sterk verbonden met de opkomst van het funshoppen in grotere winkelgebieden. Kleinere winkelgebieden worden, vooral voor niet-dagelijkse goederen, minder aantrekkelijk gevonden.

### **3.2 Ook in de regio winnaars en verliezers**

Zaanstad maakt economisch onderdeel uit van de regio Amsterdam. De regio beschikt over circa 12,6 miljoen m<sup>2</sup> aan winkelruimte, verdeeld over 9.000 verkooppunten. Zaanstad neemt hierin, op grote afstand van Amsterdam, de tweede plaats in.

Sinds 2009 is het detailhandelsaanbod in de Stadsregio Amsterdam met zo'n 400 verkooppunten en ca. 150.600 m<sup>2</sup> wvo toegenomen. Er heeft zich schaalvergroting voorgedaan. De leegstand is in dezelfde periode met zo'n 255 verkooppunten en ruim 90.000 m<sup>2</sup> wvo toegenomen. Vooral Amsterdam en Zaanstad laten een forse toename van het detailhandelsaanbod zien. In deze gemeenten, evenals in Haarlemmermeer, steeg ook de leegstand sterk. Relatief gezien, is de leegstand in een aantal kleinere gemeenten juist groter.

Een deel van het aanbod in de regio behoort tot de PDV-branches. Dit is 14% van het aantal verkooppunten en 39% van het totale aantal winkelruimtes, waarvan de helft op grootschalige winkelconcentraties. Het aandeel leegstand op perifere detailhandelscluster in de regio is bovengemiddeld, maar de leegstandsduur is iets korter dan landelijk gemiddeld. Van de vijftien grootschalige locaties liggen er twee in Zaanstad. Zuiderhout is met een aanbod van 100.000 m<sup>2</sup> de grootste PDV-locatie in de Amsterdamse regio.

Kortom: vergelijkbaar aan de ontwikkelingen in het land is ook in de Stadsregio Amsterdam te zien dat de leegstand zich negatief ontwikkelt. Het voordeel van de stadsregio is de grote dynamiek aan de marktkant en de positieve ontwikkeling van het draagvlak (groei aantal inwoners en hoger gemiddeld inkomen dan landelijk). Maar ook in de regio Amsterdam treedt de scheiding tussen perspectiefrijke en perspectief arme locaties op.

### **3.3 Zaanstad: half bewolkt**

#### *Fijnmazige structuur*

De eerder geschetste fijnmazigheid van de Zaanse winkelstructuur, namelijk drie hoofdwinkelgebieden en diverse wijk- en buurtcentra, zorgt ervoor dat veel inwoners in de buurt hun boodschappen kunnen doen. Gemiddeld genomen hebben Zaanse inwoners binnen 700 meter van hun woning een supermarkt en kunnen zij binnen 500 meter hun overige boodschappen doen (bijlage 3a). Voor Nederland liggen

deze cijfers op 900 respectievelijk 800 meter. De meeste Zaankanters zijn dan ook tevreden over de winkelvoorzieningen in hun buurt (bijlage 3b).

*Koopkrachtbinding niet dagelijkse boodschappen beperkt maar groeiend in Zaandam*

Zaanstad kent voor dagelijkse boodschappen een koopkrachtbinding van 93% (Koopstromenonderzoek, 2011). Dit betekent dat Zaankanters van elke € 100 die zij besteden aan dagelijkse goederen € 93 in Zaanse winkels uitgeven en € 7 in winkels buiten de gemeente. Voor niet-dagelijkse producten ligt de koopkrachtbinding (66%) logischerwijze lager dan voor dagelijkse artikelen. Voor laatstgenoemde producten oriënteren mensen zich vaak breder. Vergeleken met andere gemeenten van vergelijkbare omvang doet Zaanstad het iets beter qua binding van bestedingen aan dagelijkse artikelen, maar iets minder goed wat betreft niet-dagelijkse artikelen. Hierbij speelt de ligging een rol: aantrekkelijke steden en specifiek aanbod (Amsterdam, Haarlem, Alkmaar, Beverwijk) liggen binnen handbereik. De investeringen in Stadshart Zaandam lijken hun vruchten af te werpen. Het aantal bezoekers en hun bestedingen zijn de laatste jaren sterk toegenomen (passantentellingen Locatus). Hierbij heeft de komst van de Primark een grote rol gespeeld.

*Demografische groei*

Zaanstad telt op dit moment ruim 150.000 inwoners. Dit aantal zal de komende jaren naar verwachting verder groeien tot 158.000 in 2025 en 168.000 in 2040. Dit is mede afhankelijk van de mate waarin het lukt om de woningbouwopgave vorm te geven via transformatie van stedelijke gebieden die nu nog andere functies hebben en verdichting, onder andere, rondom OV-knooppunten (knooppuntontwikkeling). Het aantal 65-plussers zal toenemen van 17% in 2014 naar 18% in 2020 en 23% in 2040. Het aantal 75-plussers neemt evenredig toe: 7% in 2014, 8% in 2020 en 11% in 2040.

*Meer meters, aantal verkooppunten stabiel, dynamiek*

Sinds 2007 is het aantal winkelmeters in Zaanstad met een kleine 15% gegroeid, van 253.000 m<sup>2</sup> naar 290.000 m<sup>2</sup> in 2013. Vooral op perifere locaties (grootschalige concentraties) is een forse groei geweest van winkelmeters. Dit is een gevolg van de herontwikkeling van het gebied Zuiderhout-noord. Bijna 40% van de winkelmeters bevindt zich op perifere locaties.

Ook in Stadshart Zaandam groeide het aantal vierkante meters, van 49.000 m<sup>2</sup> in 2007 naar 63.000 m<sup>2</sup> in 2013.

Het aantal verkooppunten is met 780 op gelijk niveau gebleven. Achter dit cijfer gaat een dynamiek van sluitingen, verhuizingen en nieuwe vestigingen schuil. Vooral uit de supermarktbranche komen de laatste jaren veel aanvragen voor nieuwe locaties. Het gaat om Zaanse vestigingen die een grotere, betere of extra plek zoeken, maar ook om nog niet gevestigde formules. Ook op andere fronten is de Zaanse markt in beweging. Ondernemers met nieuwe concepten of hybride formules, bijvoorbeeld combinaties van productie en detailhandel, zijn op zoek naar ruimte.

*Lage vloerproductiviteit, leegstand*

De vloerproductiviteit, de omzet per vierkante meter winkelvloeroppervlak, wordt gezien als indicator voor het functioneren van het winkelaanbod. In vergelijking met referentiegemeenten is de vloerproductiviteit in Zaanstad laag. Voor dagelijkse artikelen ligt deze met € 6.716 per jaar op 13% onder het landelijk gemiddelde. Voor niet-dagelijkse artikelen ligt deze nog fors lager, namelijk 32% lager dan het landelijk gemiddelde (op € 1.285). Een belangrijke oorzaak van de lage vloerproductiviteit is het grote aantal vierkante meters winkelaanbod in Zaanstad. Per 1.000 inwoners is er in de dagelijkse artikelen 367 m<sup>2</sup> aanwezig (gemiddeld 314 m<sup>2</sup>). Voor de niet dagelijkse artikelen is dit 1.506 m<sup>2</sup> (gemiddeld 1.250 m<sup>2</sup>).

Er zijn met andere woorden teveel winkelmeters die onvoldoende productief zijn. Dit vertaalt zich ook in de leegstand. Deze bedraagt nu iets meer dan 10% (Locatus, stand per medio 2014). De leegstand in Zaanstad concentreert zich vooral in aanloopstraten van hoofdwinkelgebieden en in sommige boodschappencentra en op perifere locaties waarvan het functioneren onder druk staat.

*Negatieve marktruimte*

De regionale ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel zijn tussen 2010 en 2012 sterk verminderd. Dit laten distributieplanologische berekeningen zien (Metropoolregio Amsterdam, ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel, 2012). Er is in de Metropoolregio Amsterdam per saldo beperkte ruimte voor toevoeging van winkelmeters tot 2020). Voor Zaanstad geldt dat er – rekening houdend met plancapaciteit en de verwachte demografische groei – sprake is van een negatieve marktruimte: - 10% voor dagelijkse goederen, vrije tijd & elektro en volumineus en -5 tot -10% voor mode & luxe. Een negatieve marktruimte betekent een situatie van overaanbod. Bestedingen van toeristen zijn in deze berekeningen niet meegenomen.

*Leegstandsmonitor: half bewolkt*

In een landelijke leegstandsmonitor (DTNP, 2014), die voor elke gemeente de relatie tussen leegstand en bevolkingsontwikkeling weergeeft, staat het weer voor Zaanstad op 'half bewolkt'. Bewolkt omdat er panden leeg staan, maar de bevolkingsgroei biedt enig perspectief op zon. Om kansen te benutten zijn de kwaliteit en locatie van winkels erg belangrijk. Vooral grote en centrale winkelgebieden blijven aantrekkelijk.

*Detailhandel belangrijk voor werkgelegenheid*

De detailhandelssector in Zaanstad is van aanzienlijk belang voor de Zaanse economie. Met 4.550 banen is deze sector goed voor een aandeel van bijna 9% in de totale werkgelegenheid (per 31 december 2013; bron Vestigingenregister, 2014). Het totaal aantal banen en het aandeel van de sector in de totale werkgelegenheid is in de loop van de jaren enigszins toegenomen. Met enkele grote, nieuwe winkelvestigingen zijn afspraken gemaakt over het in dienst nemen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

#### **4. Bovenlokale en lokale kaders**

Deze detailhandelsvisie staat niet op zichzelf. Landelijk en regionaal beleid en lokaal genomen beslissingen zijn kaderstellend. Vanuit verschillende overheidslagen en het bedrijfsleven wordt aangedrongen op meer regie door gemeenten in de vorm van visievorming, het benoemen van sterke en zwakke winkelgebieden en de concentratie van winkels. Samenwerking tussen overheid, winkeliers en vastgoedeigenaren is daarbij van essentieel belang.

##### **4.1 Bovenlokale kaders**

###### *Landelijke samenwerking publieke en private partijen*

Landelijke private en publieke partijen, waaronder Rijk, G32 en VNG en diverse brancheorganisaties, hebben zich verenigd in een platform dat het belang van samenwerking en kennisdelen onderschrijft om toe te werken naar winkelgebieden van de toekomst. Het platform zoekt naar oplossingen voor leegstand en dringt aan op sturing op een afname van het aantal winkelmeters. Daarbij moet er tegelijkertijd voor worden gezorgd dat er ruimte blijft om de detailhandelsstructuur te versterken met nieuwe typen winkels en winkelvastgoed.

Het ministerie van Economische Zaken heeft onlangs het initiatief genomen om samen met marktpartijen en overheden een agenda voor de detailhandel op te stellen.

###### *Ladder voor duurzame verstedelijking*

In 2012 is het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) gewijzigd, en is 'de ladder voor duurzame verstedelijking' daaraan toegevoegd. Doel van de ladder voor duurzame verstedelijking is een goede ruimtelijke ordening door een optimale benutting van de ruimte in stedelijke gebieden. Het Rijk wil met de introductie van de ladder vraaggerichte programmering bevorderen. De ladder beoogt een zorgvuldige afweging en transparante besluitvorming bij alle ruimtelijke en infrastructurele besluiten. De ladder is als procesvereiste opgenomen in het Bro. Het helpt bij het voorkomen van overprogrammering.

Overheden dienen nieuwe stedelijke ontwikkeling te motiveren met drie opeenvolgende stappen. De stappen bewerkstelligen dat de wens om een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk te maken, nadrukkelijk wordt gemotiveerd en afgewogen met oog voor (1) de actuele regionale behoefte, (2) de beschikbare ruimte binnen bestaand stedelijk gebied en (3) de multimodale bereikbaarheid van de ontwikkeling. De ladder voor duurzame verstedelijking is het kader voor alle juridisch verbindende ruimtelijke plannen (waaronder bestemmingsplannen) van de decentrale overheden.

###### *Provincie Noord-Holland*

De provincie Noord-Holland heeft onlangs een nieuwe detailhandelsvisie vastgesteld. Kern daarvan is dat de provincie kritischer gaat kijken naar voorstellen van gemeenten om het aantal vierkante meters winkeloppervlak uit te breiden.

In het nieuwe beleid wil de provincie het tegengaan van overaanbod en terugdringen van leegstand centraal stellen. Missie is om de detailhandelsstructuur te versterken, een structuur die uitgaat van duurzaam ruimtegebruik, bijdraagt aan een vitale regionale economie en bijdraagt aan een aantrekkelijke woon- en leefomgeving. De hoofddoelstellingen zijn uitgewerkt in zes beleidsdoelen:

1. Prioriteit geven aan hoofdwinkelgebieden;
2. Voorkomen van extra leegstand;
3. Internet-afhaalpunten bij voorkeur situeren in bestaande winkelcentra;
4. Een vitale, dynamische en concurrerende detailhandelsstructuur, ruimte geven aan kwaliteit;
5. Primaire detailhandel bereikbaar op een aanvaardbare afstand;
6. Detailhandel die bijdraagt aan aantrekkelijke binnensteden.

###### *Stadsregio Amsterdam*

Eind 2011 stelde de Raad van de Stadsregio Amsterdam het regionale detailhandelsbeleid vast.

Het regionale detailhandelsbeleid kent zes uitgangspunten:

1. Inwoners van de Stadsregio Amsterdam moeten op aanvaardbare afstand hun (dagelijkse) boodschappen kunnen doen (fijnmazige detailhandelsstructuur);
2. Het beleid is erop gericht om vraag en aanbod in evenwicht te brengen in de retailsector. Bouwen voor leegstand is onwenselijk. Leegstand leidt tot verloedering en een verslechtering van de leefbaarheid;
3. Nieuwe ontwikkelingen moeten de huidige structuur versterken en nieuwe ontwikkelingen die uitbreiding van het ruimtegebruik vergen zijn alleen mogelijk als de ontwikkeling niet op een bestaande locatie mogelijk is;
4. Clustering van detailhandel en voorzieningen is een leidend principe;
5. Beoordeling van plannen voor nieuwe detailhandelsontwikkelingen vindt plaats zowel volgens kwantitatieve als kwalitatieve criteria;

6. Het regionale detailhandelsbeleid valt binnen het kader dat is vastgesteld in het provinciale detailhandelsbeleid in 2009.

De Stadsregio start in 2015 met de actualisatie van het regionale detailhandelsbeleid, waarin de vraag centraal staat hoe de Stadsregio het beste kan sturen op verschillende verschijningsvormen van detailhandel buiten de reguliere winkellocaties. Het voorbereidende onderzoeksrapport is inmiddels afgerond.

#### **4.2 Recente Zaanse beslissingen**

##### *Economische Structuurvisie (ESV) en Uitvoeringsagenda*

In 2012 heeft de gemeenteraad de ESV vastgesteld, waarin als hoofddoel is opgenomen: Zaanstad wil een moderne woonwerkstad worden, waar ondernemende mensen zich thuis voelen en kansen creëren en grijpen. Uitgangspunt is een woon-werk stad met versterking van de leefkwaliteit in de metropoolregio Amsterdam. Dit betekent een duidelijke positie van de werkfunctie in de stad, waarbij werkgelegenheid met weinig milieuhinder zoveel mogelijk ruimte moet worden gegeven op de binnenstedelijke terreinen en door wijkconomie.

De uitvoeringsagenda is een vertaling van de ESV in acties in de periode tot en met 2015. Voor detailhandel is relevant dat wordt aangesloten bij de doelen van de Stadsregio, gericht op het belang van boodschappen doen binnen een aanvaardbare afstand en het in evenwicht brengen van vraag en aanbod. Operationele doelen zijn: versterken van Zaandam-centrum als bruisend winkelhart en uitbreiding van de kansrijke detailhandelslocatie Zuiderhout.

##### *Nota grootschalige detailhandel*

Vooruitlopend op voorliggende detailhandelsvisie heeft de gemeenteraad op 13 februari 2014 het beleidskader grootschalige detailhandel vastgesteld. Deze maakt het mogelijk dat er 10.000 m<sup>2</sup> wvo aan grootschalige detailhandel op het herontwikkelingsdeel van Zuiderhout-noord wordt gerealiseerd, onder voorwaarde van de komst van IKEA. Hierbij wordt een strikte branchebeperking gehanteerd: de segmenten dagelijkse goederen, mode & luxe, warenhuizen en elektronica worden uitgesloten.

Naar aanleiding van de vaststelling van het beleidskader grootschalige detailhandel hebben de Stadsregio Amsterdam en de gemeente Zaanstad - op advies van het Dagelijks Bestuur van de Stadsregio - door Projectbureau Herstructurering (PHB) een onderzoek laten uitvoeren. Het PHB heeft de stand van zaken van locaties voor perifere detailhandel op Zuiderhout en Noorderveld onderzocht, de leegstand van deze locaties en welke locaties getransformeerd zouden worden naar andere functies dan detailhandel. Het rapport is in het voorjaar van 2014 opgeleverd en het is met name bedoeld als een pilot voor de hele stadsregio, Zaanstad wordt daarbij vooral gezien als casus.

##### *Nieuwe supermarkten*

Op een aantal locaties wordt de vestiging van een nieuwe supermarkt voorbereid. Hieraan zijn haalbaarheidsstudies en adviestrajecten van de regionale winkelcommissies vooraf gegaan. Het gaat om de locaties ZMC en Stadskantoor.

#### **5. Visie: inzetten op kansrijke winkelstructuur**

##### **5.1 Overwegingen en keuzes**

De marktomstandigheden voor detailhandel zijn structureel aan het veranderen. De winkelmarkt is de laatste jaren van een groeiemarkt veranderd in een verdringingsmarkt. Algemeen is men er van overtuigd dat er in de toekomst structureel minder behoefte is aan fysieke winkels. Wel zijn er grote verschillen in de mate waarin de winkelmarkt verandert in een verdringingsmarkt. In perifere landsdelen, waar sprake is van krimp en vergrijzing van de bevolking (en daarmee van vraaguitval), is de situatie zorgelijker dan in het hart van de Randstad. Ook het type winkelgebied bepaalt de mate van kwetsbaarheid. Grote, multifunctionele binnensteden waar naast winkelen cultuur en vertier om voorrang strijden zijn minder kwetsbaar dan de monofunctionele meubelboulevards. Ze zijn ook minder kwetsbaar dan de centrumgebieden van de middelgrote steden, centra die niet het vertier bieden van de grote binnensteden, en ook niet het gemak van de goed uitgeruste boodschappencentra in de wijk. In combinatie met de gewijzigde vestigingsstrategie van niet-dagelijkse winkelformules leiden de veranderende marktomstandigheden ook in deze centra tot problemen, vooral in de randen van het centrum (de aanloopgebieden).

Al met al tekent zich een strijd af tussen winnaars en verliezers, zowel op het niveau van individuele ondernemers als op het niveau van winkelgebieden. Deze strijd gaat niet aan Zaanstad voorbij. Ook onze gemeente wordt geraakt door de genoemde ontwikkelingen. Een deel van Stadshart Zaandam is recent herontwikkeld en uitgebreid, en heeft aan recreatieve waarde gewonnen. Het centrum is echter nog niet af: met name het oostelijk deel van het Stadshart verdient een impuls om het centrum meer in balans te krijgen, en daarmee een grotere aantrekkingskracht op lokale en regionale bevolking uit te (blijven) oefenen. Bovendien moet het Stadshart concurreren met nabijgelegen winkelcentra zoals Amsterdam-Noord en Purmerend en complementair zijn aan aantrekkelijke binnensteden als die van Amsterdam, Alkmaar en Haarlem.

De centra van Wormerveer en Krommenie bewegen zich tussen een boodschappencentrum en een winkelgebied met een meer recreatieve invulling, en zijn dus in dat opzicht kwetsbaar. Door de combinatie van een dorpse, deels ook historische setting en de laagdrempeligheid (gratis parkeren) hebben ze echter ook een belangrijke troef in handen, zowel ten opzichte van Stadshart Zaandam als ten opzichte van de boodschappencentra.

De ondersteunende centra onttrekken zich in grote lijnen aan het algemene beeld, mits het verzorgingsgebied voldoende groot is, deze centra op de goede plekken liggen (goed bereikbaar en voldoende parkeren) en ze voldoende keuze bieden voor het doen van de dagelijkse boodschappen. In Zaanstad is dit niet altijd het geval. Sommige ondersteunende centra zijn te klein, liggen op de verkeerde locaties en bedienen een relatief beperkt verzorgingsgebied.

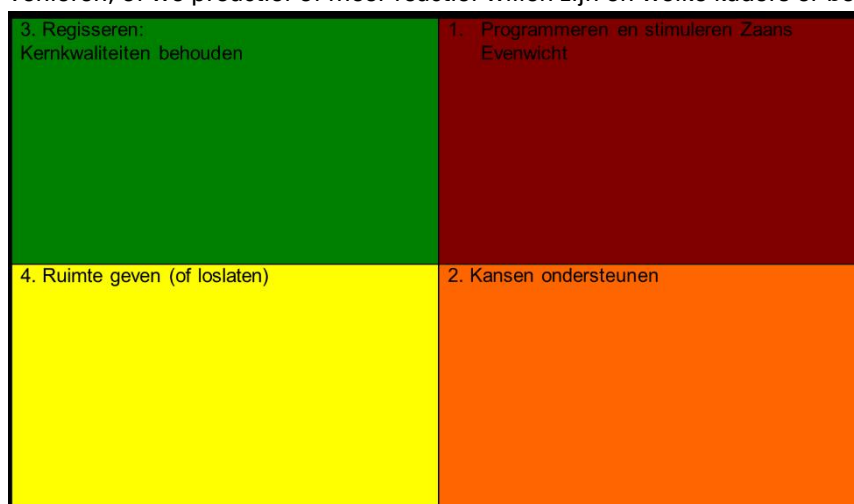
Juist in deze nieuwe tijden is het belangrijk dat er in een detailhandelsvisie scherpe keuzes worden gemaakt. Bij die keuzes moet beseft worden dat er in de toekomst minder boodschappencentra zullen zijn dan nu, en dat de hoofdwinkelgebieden in geografische zin kleiner zijn dan nu: ze dikken met andere woorden in.

Bij het maken van die scherpe keuzes zijn de volgende uitgangspunten van doorslaggevend belang:

- Bouw vooral voort op de (boodschappen)centra die sterk en/of kansrijk zijn. Dit verdient de voorkeur boven het mogelijk maken van winkelaanbod buiten de bestaande winkelstructuur of in (delen van) centra die onvoldoende perspectief hebben.
- Supermarkten zijn meer en meer de drager van de ondersteunende winkelgebieden. De eisen die aan supermarkten worden gesteld zijn steeds hoger: voldoende oppervlak (1.200 m<sup>2</sup> wvo is de minimale norm), goed en gratis parkeren en goed bereikbaar. Indien dit niet op orde is heeft dit niet alleen gevolgen voor de supermarkt, maar ook voor het boodschappencentrum als geheel. Door voort te bouwen op wat er al is en wat sterk is of sterk kan worden, wordt aan bestaande supermarkten de kans geboden zich te optimaliseren. Ook om deze reden zijn solitaire ontwikkelingen ongewenst.
- Sterke ondersteunende winkelcentra met sterk functionerende supermarkten moeten voldoende bevolkingsdraagvlak hebben. Dit betekent dat er uitval van de ondersteunende centra aan de onderkant van de winkelstructuur kan plaatsvinden. Het waarborgen van de toegankelijkheid voor (vergrijzende) consumenten is echter ook een belangrijk uitgangspunt. Streef daarom naar bundeling van voorzieningen in wijken die te klein zijn voor een eigenstandige voorziening (1 + 1 = 3).
- Biedt ruimte voor nieuwe, innovatieve ontwikkelingen en zorg dat deze in de bestaande winkelstructuur worden ingepast (realiseer bijvoorbeeld afhaalpunten in de bestaande winkelstructuur).
- Kies voor elk winkelgebied een duidelijk profiel, en vertaal dat in branchering, winkelgrootte, maar ook in ruimtelijke randvoorwaarden ten aanzien van bijvoorbeeld bereikbaarheid, parkeren en de inrichting van de openbare ruimte. Zet bij die profilering het bezoekmotief van de consument centraal (boodschappen doen, doelgerichte aankopen en recreatief winkelen).
- Zorg zo veel mogelijk voor clustering van qua bezoekmotief gelijksoortige detailhandel. Dit betekent bijvoorbeeld concentratie in de hoofdwinkelgebieden van branches en formules waar het recreatieve bezoekmotief domineert, concentratie van branches en formules waar boodschappen doen centraal staat in de ondersteunende centra, en concentratie van winkels waar het doelgerichte motief domineert (de volumineuze sector) in perifere centra.

#### *Zaanstad wil kansen ondersteunen*

De gemeente Zaanstad hanteert het zogenoemde kwadrantenmodel om te prioriteren in al haar activiteiten. Op basis van ambities en criteria worden onze opgaven, projecten en gebieden in de stad verdeeld over de kwadranten. Voor elk kwadrant is bepaald in welke mate we als gemeente bereid zijn te interveniëren, of we proactief of meer reactief willen zijn en welke kaders er bepalend zijn.



Met betrekking tot de detailhandel wordt in de meeste gevallen het oranje kwadrant toegepast (kansen ondersteunen).

*Met een geactualiseerde hoofdstructuur detailhandel brengt Zaanstad focus aan*

Met het vaststellen van een geactualiseerde hoofdstructuur brengen we focus aan met betrekking tot de detailhandel en het ondersteunen van initiatieven en kansen. Die focus betreft niet alleen een leidraad

voor de wijze waarop we met nieuwe initiatieven en kansen omgaan (alleen binnen de hoofdstructuur), maar ook een kader voor de inzet van gemeentelijke middelen (geld en capaciteit) die voor de detailhandel en voor flankerend beleid ten dienste van de detailhandel vrijgemaakt kunnen worden. Tevens biedt het duidelijkheid naar ondernemers die willen investeren in de stad. De winkelgebieden die onderdeel uitmaken van de hoofdstructuur acht de gemeente sterk en perspectiefrijk. Wij vinden het belangrijk deze gebieden goed te laten functioneren en geven deze prioriteit. Met het actualiseren van de hoofdstructuur wordt hier richting aangegeven.

Het is overigens niet zo dat de gemeente de winkelgebieden of solitaire winkels die geen onderdeel uitmaken van de hoofdstructuur per definitie onbelangrijk vindt. Zij hebben wel degelijk een functie. Het verschil is dat we uitbreiding van de winkelfunctie in deze gebieden niet wenselijk vinden en dat de gebieden minder prioriteit hebben bij investeringskeuzes. Soms is het echter mogelijk met een relatief kleine investering in de openbare ruimte, die betrekking heeft op schoon, heel en veilig, een sterke verbetering aan te brengen. In het geval van een sterk verouderde winkelstructuur kijken we met ondernemers welke mogelijkheden er zijn voor functiewijziging. Dit is altijd een kwestie van maatwerk.

*Ondernemers, organiseert u!*

Voor het goed functioneren van de verschillende winkelgebieden is een goede samenwerking tussen de zittende ondernemers cruciaal. Het gaat dan bijvoorbeeld om sfeerverhogende maatregelen, promotie, veiligheid en evenementen. De gemeente Zaanstad vindt het een taak van de ondernemers om zich in deze sterker te organiseren. De financiële dekking van activiteiten en maatregelen maakt daar expliciet onderdeel van uit. Het verhogen van de organisatiegraad is noodzakelijk, omdat de gemeente steeds meer een terugtrekkende rol aanneemt (zowel qua inzet van capaciteit als geld) en misschien nog wel belangrijker, omdat de zittende ondernemers gezamenlijk ook het beste weten wat er speelt in hun winkelgebied en wat er nodig en mogelijk is om zaken aan te pakken.

De gemeente realiseert zich, mede gezien een lange traditie van soms intensieve ondersteuning, dat dit voor een aantal ondernemers een behoorlijke omslag betekent, die niet van de ene op de andere dag te realiseren zal zijn. Daarom wil zij daar voorlopig nog een beperkte ondersteunende rol in vervullen. Deze is er met name op gericht om de organisatiegraad van de ondernemers te verhogen. Ook kan het nuttig zijn nog een aantal structuurversterkende maatregelen uit te voeren. Uitgangspunt is echter dat de gemeentelijke ondersteuning geleidelijk afgebouwd wordt en ondernemers uiteindelijk in deze zelfvoorzienend zijn. Dit leidt naar onze mening ook tot een gezond winkelklimaat waarbij 'ondernemende' ondernemers worden beloond.

*Toerisme biedt kansen voor versterking winkelgebieden*

Jaarlijks bezoeken 1,5 miljoen mensen de Zaanse Schans. Het Stadshart Zaandam weet mensen te trekken van buiten de gemeente. Het combineren van toerisme en winkelen biedt volop kansen om een groeiende en constante stroom van mensen naar de winkelgebieden in het Stadshart Zaandam, maar ook die van Wormerveer-Centrum te trekken. Ondernemers kunnen tal van ideeën ontwikkelen die daarop aansluiten, zoals arrangementen met touroperators of architectuurtoerisme.

## **5.2 Hoofdstructuur detailhandel in Zaanstad**

Bij het vertalen van voorafgaande uitgangspunten naar de voor Zaanstad gewenste detailhandelsstructuur komen we tot de volgende hoofdstructuur:

- Stadshart Zaandam, Krommenie-Centrum en Wormerveer-Centrum als hoofdwinkelgebieden van de gemeente. Hierin domineert het niet-dagelijks aanbod, is sprake van een relatief lange verblijfsduur door consumenten, ook omdat horeca en culturele voorzieningen hier dragende functies zijn. Het belang van de dagelijkse sector c.q. de supermarkten varieert, naar gelang het belang van het recreatieve aanbod. In Stadshart Zaandam is het belang kleiner dan in de hoofdwinkelgebieden van Krommenie en Wormerveer. In deze laatste centra hebben de supermarkten een belangrijke dragende rol.

De drie hoofdwinkelgebieden in voorliggende visie worden waar nodig onderscheiden in kerngebieden en aanloopgebieden. De kerngebieden vormen het hart. De aanloopstraten hebben meestal een gemengde functie. Voor hoofdwinkelgebieden geldt dat de verwachting is dat ze zullen (moeten) indikken gelet op de dominante trends in de markt. Afhankelijk van deze ontwikkeling zal de functie van de aanloopstraten verder ingevuld moeten worden, hetzij richting behoud van een gemengde functie, hetzij richting verkleuren naar niet-winkelgebied. Gebieden buiten de kerngebieden en aanloopstraten zijn geen onderdeel meer van het hoofdwinkelgebied en krijgen ruimte om te transformeren naar andere functies dan detailhandel.

De drie hoofdwinkelgebieden vormen samen het aanbod voor funshoppen, waarbij voor Wormerveer en Krommenie geldt dat zij deze functie combineren met runshoppen. Voor dit recreatieve winkelen staat de beleving centraal: het moet leuk zijn. Consumenten willen sfeer proeven, verrast en vermaakt worden en liefst kunnen vergelijken. We willen de functie van deze drie gebieden voor recreatief winkelen behouden en versterken. Ze moeten als het ware de huiskamer van Zaanstad vormen, bestemd voor alle inwoners van Zaanstad en deels ook voor consumenten van buiten de stad. Dit betekent dat een goede mix van sfeer en beleving, gezelligheid, een plezierig verblijfsklimaat, een onderscheidend winkelaanbod en voldoende horeca nodig is. Dit zorgt voor aantrekkelijke, levendige kernen en draagt bij aan de kwaliteit van Zaanstad als woon- en bezoekgebied.

Wat betreft het winkelaanbod zetten we voor de centra Wormerveer en Krommenie in op behoud van de huidige brede segmentatie naar doelgroep. Voor het Stadshart Zaandam is deze diversiteit nog niet bereikt en streven we zo mogelijk naar versterking van de verscheidenheid van het winkelaanbod, bijvoorbeeld in de branche mode en luxe. Deze segmentatieverbreding sluit aan bij de wens vanuit Zaans Evenwicht om te streven naar meer diversiteit van woonmilieus en een evenwichtige bevolkingssamenstelling.

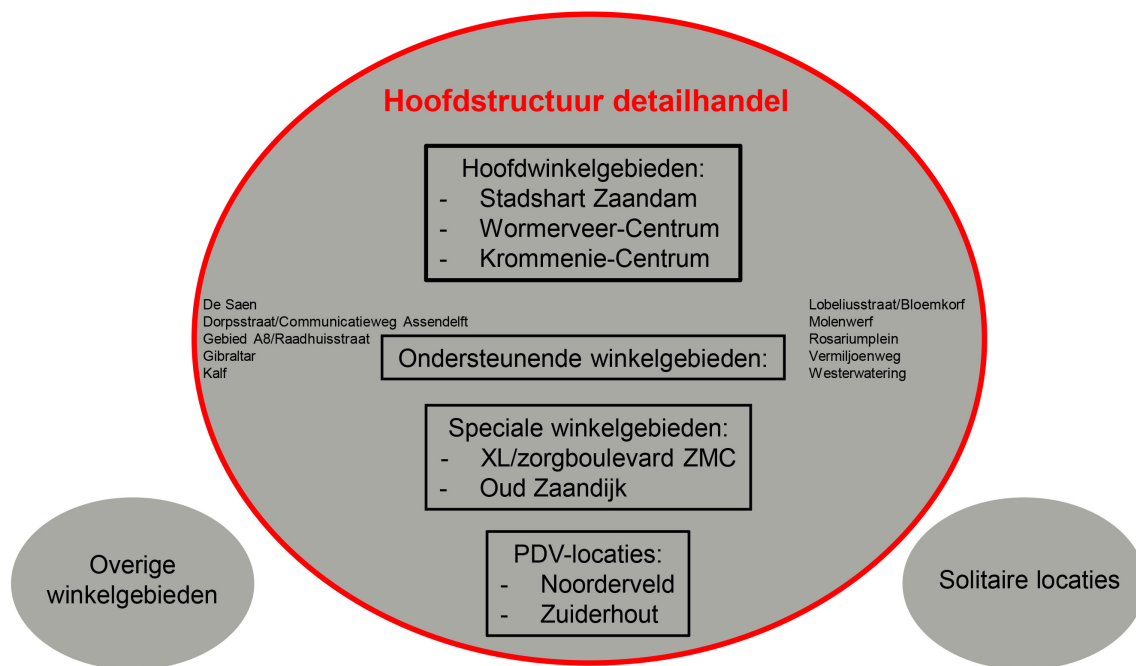
- Ondersteunende winkelgebieden. Deze winkelgebieden zijn primair als boodschappencentrum te bestempelen. Een of twee supermarkten vormen de dragers van deze winkelgebieden, en deze worden ondersteund door een min of meer compleet pakket aan aanvullend dagelijks aanbod, en enkele winkels in hoogfrequent benodigd niet-dagelijks aanbod. De recreatieve functie is beperkt, maar ze vervullen wel de functie van ontmoetingsplek voor bewoners en bezoekers van de wijk. Een ondersteunend winkelgebied kan in Zaanstad de gedaante hebben van een buurt- of wijkverzorgend centrum (zoals Westerkoog of Saendelft) of van een kernverzorgend centrum (zoals Assendelft-Centrum of Westzaan-Centrum). Dit is voor de hoofdlijnen van het beleid niet relevant.
- Twee speciale winkelgebieden, namelijk de zorgboulevard van het Zaans Medisch Centrum (ZMC) en het winkelgebied Oud Zaandijk. Bij het ZMC, dat momenteel in ontwikkeling is, wordt een XL-supermarkt gefaciliteerd in combinatie met aanvullende (zorg- en winkel) voorzieningen. Het gebied rond de Zaanse Schans, dat bij uitstek het 'unique selling point' van de Zaanstreek is, kan een specifieke functie vervullen als historisch/toeristisch winkelgebied. Het gaat dan om het winkelgebied Oud Zaandijk, i.c. het gebied tussen station Koog Zaandijk en de Julianabrug (bevattende Stationsstraat, Guisweg, Hoogstraat en Lagedijk).
- Noorderveld en Zuiderhout completeren als PDV-gebieden deze structuur. Voor deze gebieden geldt een afwijkende ontwikkelingsrichting. Waar Zuiderhout onder voorwaarden mag groeien, ook met grootschalige detailhandel (GDV), geldt voor Noorderveld dat hier wordt ingezet op transformatie en reductie van detailhandel. Dit uitgangspunt is verwoord in de nota Grootschalige detailhandel.

Gebieden en locaties die niet tot de hoofdstructuur behoren zijn te kenschetsen als:

- Winkelgebieden die te klein zijn of om andere redenen onvoldoende toekomstperspectief hebben, zoals het Zilverschoonplein en winkelcentrum Rooswijk (zie 6.6.).
- Solitaire winkels, waaronder solitaire supermarkten, zoals de Aldi op de Westzanerdijk, de Lidl op Spitsbergen en de Dekamarkt in Westzaan.

In de navolgende figuur is de Zaanse detailhandelsstructuur schematisch weergegeven, met winkelgebieden die binnen de hoofdstructuur vallen en winkelgebieden en -locaties die daarbuiten vallen. De hoofdwinkelstructuur is geografisch in beeld gebracht. Vanwege de bijzondere ruimtelijke structuur van Zaanstad met een veelheid van kernen en fysieke doorsnijdingen is in de hoofdstructuur een mate van fijnmazigheid behouden.

*Detailhandelsstructuur in Zaanstad*





### 5.3 Toetsingskader initiatieven

Nieuwe initiatieven voor detailhandel kunnen een plek krijgen in een van de winkelgebieden in de hoofdstructuur. Daarbij geldt voor de hoofdwinkelgebieden dat hier het primaat ligt voor de niet-dagelijkse sector, voor de ondersteunende centra ligt dat bij de dagelijkse boodschappen, en voor het volumineuze aanbod ligt dat bij de PDV-gebieden.

#### Supermarkten

In lijn met het voorgaande geldt dat supermarktinitiatieven die gericht zijn op nieuwvestiging, uitbreiding van bestaande vestigingen of relocatie buiten de hoofdstructuur niet gewenst zijn.

Een groot aantal supermarkten op solitaire locaties is niet optimaal gehuisvest, en zou graag verplaatsen naar een alternatieve locatie. Indien dit relocatie naar een locatie binnen de hoofdstructuur betreft, is dat in beginsel mogelijk. Wel geldt dat het supermarktaanbod in het betreffende winkelgebied ook na relocatie passend moet zijn bij de functie van het winkelgebied. Voor relocatie van een supermarkt van een solitaire locatie naar een andere solitaire locatie geldt dat dit niet de voorkeur heeft. Een dergelijk initiatief past namelijk niet in het streven het supermarktaanbod te concentreren in winkelgebieden die onderdeel uitmaken van de hoofdstructuur. Onder een aantal voorwaarden is de gemeente Zaanstad echter bereid mee te werken aan dit soort initiatieven.

#### Reguliere supermarkten 500 – 2.500 m<sup>2</sup> vvo (nieuw, uitbreiding, relocatie)

Voor reguliere supermarkten binnen de hoofdstructuur wordt gekeken of het initiatief past bij de schaal van het winkelgebied en of nut en noodzaak middels een dpo (distributie planologisch onderzoek) kan worden aangetoond. Voor aanvragen buiten de hoofdstructuur wordt eerst gezocht naar alternatieve mogelijkheden binnen de hoofdstructuur. Nieuwvestigingen en uitbreidingen buiten de hoofdstructuur worden niet toegestaan. Relocatie is toegestaan onder de volgende voorwaarden:

- De supermarkt heeft op de nieuwe locatie niet tot gevolg dat het perspectief van een bestaand onderdeel van de hoofdstructuur onder druk komt te staan door de nieuwe ontwikkeling (ruimtelijke impact)
- Het oppervlak van de nieuwe supermarkt is niet groter dan die van de oude vestiging(en)
- De oude locatie (of locaties) wordt herbestemd en herontwikkeld met een niet-detailhandelsfunctie.

Voor initiatieven die in de geest van dit afwegingskader vallen, een toegevoegde waarde voor de stad hebben, maar om onvoorziene redenen niet aan alle voorwaarden voldoen, kan het college na integrale belangenafweging besluiten om af te wijken.

#### XS supermarkten < 500 m<sup>2</sup> vvo

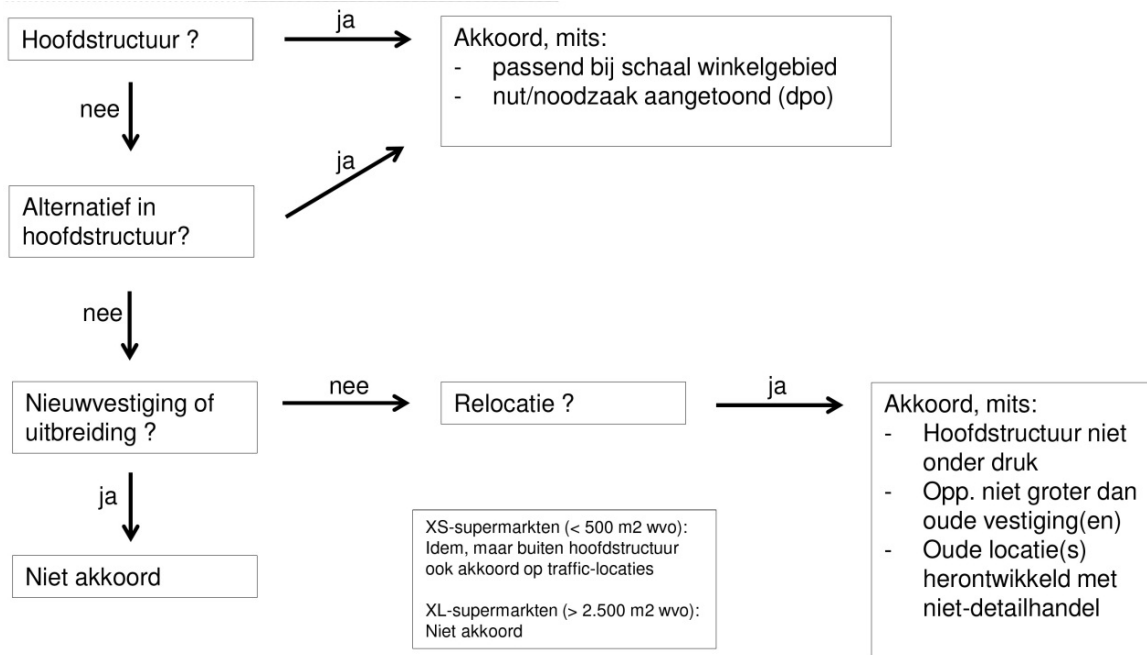
Supermarkten die kleiner zijn dan 500 m<sup>2</sup> vvo zijn te kenschetsen als bijzondere supermarkten, met een wezenlijk andere ruimtelijke impact dan reguliere supermarkten. Hiertoe behoren zogenaamde gemak- of convenience-supermarkten als Spar en AH To Go, biologische formules als Estafette en Ekoplaza en kleine etnische supermarkten en toko's.

Voor XS-supermarkten gelden dezelfde voorwaarden als voor reguliere supermarkten, in die zin dat deze op solitaire locaties niet gewenst zijn. Vanwege de aanvullende, onderscheidende functie van dit soort supermarkten zijn ze in zowel hoofdwinkelgebieden als in ondersteunende winkelgebieden toegestaan. XS-supermarkten zijn ook geoorloofd op traffic-locaties, buiten de reguliere winkelgebieden, mits het gaat om kleine gemakswinkels, waar geen autonome trekkracht van uit gaat.

**XL-supermarkten**

Voor XL-supermarkten geldt dat een AHXL-supermarkt is geprojecteerd op de ZMC-locatie, een locatie die in het beleid een bijzondere status heeft. Voorkomen moet worden dat deze locatie uitgroeit tot een regulier ondersteunend winkelcentrum. Meer dan één XL-supermarkt is in Zaanstad niet wenselijk, gelet op de fragiele structuur van ondersteunende winkelgebieden. Voorkomen moet worden dat een andere supermarkt door relocatie annex uitbreiding tot een XL-supermarkt uitgroeit.

In onderstaande figuur is het toetsingskader voor supermarktinitiatieven schematisch weergegeven.



**Overige initiatieven**

Voor de winkelgebieden in de hoofdstructuur geldt dat initiatieven die bijdragen aan versterking van het gebied worden verwelkomd, mits zij passend zijn bij binnen de functie en het verzorgingsgebied van het winkelgebied in kwestie. Bij de beoordeling van de wenselijkheid zijn ruimtelijke overwegingen leidend. Het is aan de initiatiefnemer om nut en noodzaak van het initiatief aan te tonen. Voor initiatieven buiten de hoofdstructuur geldt het nee-tenzij principe, deze worden in beginsel niet gehonoreerd, met dien verstande dat alleen een uitzondering wordt gemaakt voor initiatieven die:

- in fysieke zin niet ingepast kunnen worden in de hoofdstructuur;

èn

- een wezenlijke bijdrage leveren aan de attractiviteit van Zaanstad in termen van woon-, leef-, bezoekers- en ondernemersklimaat;

èn

- geen nadelige effecten hebben op de hoofdstructuur.

Daarnaast toetsen de Regionale Advies Commissies nieuwe detailhandelsontwikkelingen en uitbreidingsplannen. Volgens het nieuwe beleid van de provincie gaat het om plannen vanaf 1.500 m<sup>2</sup> (nieuw: ook uitbreiding). Voor Stadshart Zaandam geldt een norm van 3.000 m<sup>2</sup> (was 5.000 m<sup>2</sup>).

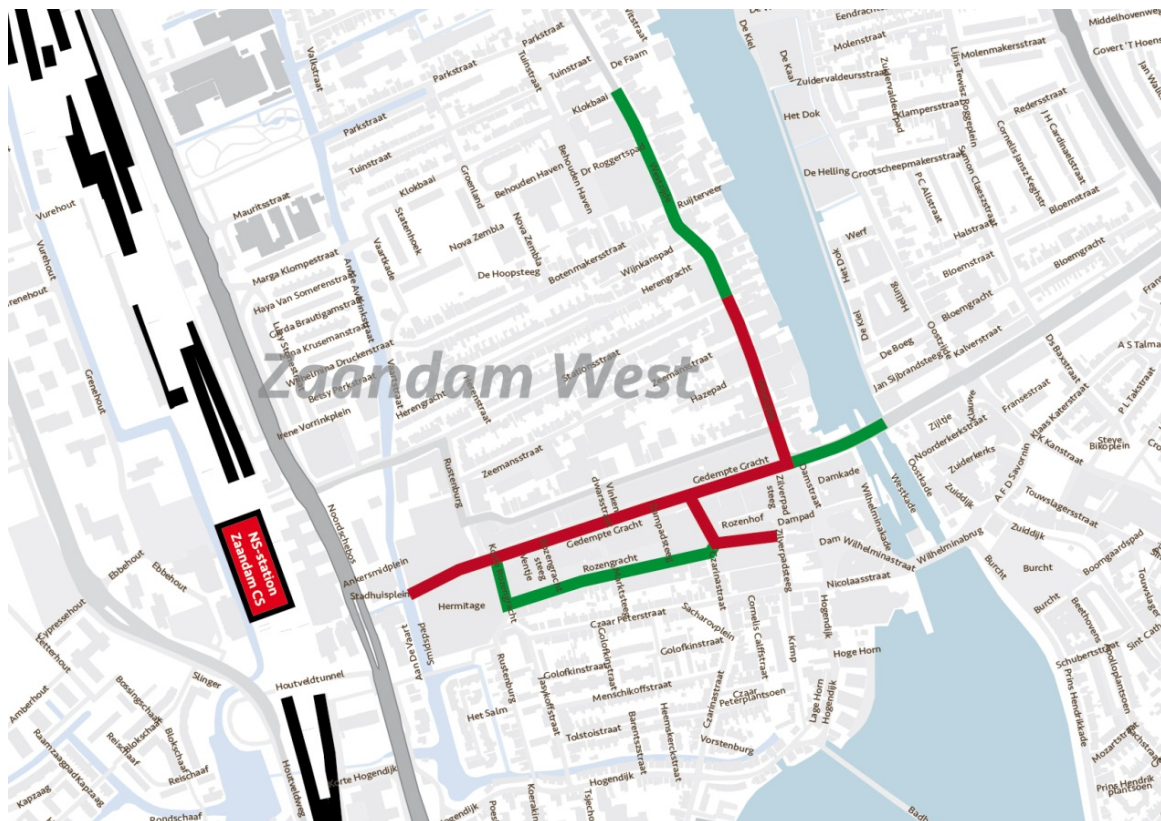
**6. Uitwerking per winkelgebied**

**6.1 Hoofdwinkelgebied Stadshart Zaandam**

**Afbakening**

Het Stadshart Zaandam bestaat uit diverse deelgebieden. Tot het kernwinkelgebied rekenen wij de Gedempte Gracht, de Westzijde vanaf de Gedempte Gracht tot de Stationsstraat en de Rozenhof. De Rozengracht, de Westzijde vanaf de Klokbaai tot de Stationsstraat en de Beatrixbrug fungeren als aanloopgebieden. De horeca op De Dam versterkt de winkelfunctie. De Peperstraat en de Zuidijk maken geen onderdeel uit van het winkelgebied (zie ook 6.6).

*Kernwinkelgebied (rood) en aanloopgebied (groen) Stadshart Zaandam*



### *Perspectief*

De kwaliteitsimpuls van het Stadshart Zaandam willen we vasthouden en verder uitbouwen. We hebben een stijging van het aantal bezoekers voor ogen, een grotere spreiding van de bezoekers over het winkelgebied, meer herhaalbezoek en een verdere toename van bestedingen. Een verdere groei maakt het gebied aantrekkelijk voor ondernemers om te investeren en vergroot de aantrekkingskracht van Zaandam als woongebied voor nieuwe doelgroepen.

### *Strategie*

Inzet is nodig op de volgende punten:

- **Positie Westzijde versterken**

We zien het zuidelijk deel van de Westzijde als een logische aansluiting op het A1 winkelgebied van de Gedempte Gracht, maar beide gebieden moeten beter met elkaar worden verbonden. Mogelijkheden hiervoor zijn:

- > Branchering gericht op speciaalzaken
- > Aanpak leegstand
- > Trekker op hoek Beatrixbrug/Westzijde
- > Verblijfsfunctie en sfeer versterken
- > Parkeerfaciliteiten verbeteren
- > Verder versterken van het organiserend vermogen van ondernemers
- > Integrale afweging van ontwikkeling garage Dekker

- **Leegstand Rozenhof verminderen**

De passage kan aantrekkelijker worden door vestiging van nieuwe concepten (bv. food markt) of een trekker, of door de ingang meer uitnodigend te maken.

- **Verbeteren fietsparkeren**

Hoewel er met de komst van het Fietspakhuis veel is verbeterd, blijft de parkeervoorziening voor fietsers een aandachtspunt. Het is de moeite waard te onderzoeken of met het aanbieden van fietsparkeren een extra bronpunt te creëren is voor de Rozenhof.

- **Vasthouden aan fysieke kwaliteitsniveau**

Er is ingezet op een hoog kwaliteitsniveau voor de openbare ruimte en het aanzicht van de winkelpanden. Dit is geen eenmalige activiteit. Blijvende inspanning is nodig op het gebied van beheer en handhaving (bv. gevels).

- **Vergroten diversiteit en kwaliteit van het winkelaanbod**

Het winkelaanbod kan veelzijdiger en kwalitatief beter, met name in de modische branche (herenmode, kindermode).

- **Versterken relatie toerisme en bezoek binnenstad**

Het versterken van het toeristisch klimaat en de spreiding van de bezoekers is een van de pijlers van het economisch beleid van Zaanstad. Meer arrangementen (bijvoorbeeld bezoek Zaanse Schans kop-pelen aan bezoek stadshart Zaandam), een bootverbinding over de Zaan en gebiedsmarketing kunnen zowel toerisme als detailhandel een impuls geven.

- **Voor vernieuwing blijven zorgen**

Het centrum trekt veel nieuwsgierige bezoekers, die bij eerste bezoek verrast zijn door de eigenzinnig Zaanse architectuur van het centrum en afkomen op een trekker als Primark. De opgave is om het herhaalbezoek te vergroten door steeds iets nieuws te blijven bieden. Er moet iets te beleven zijn. Ondernemers zijn aan zet om deze vernieuwing vorm te geven, bijvoorbeeld in de vorm van evenementen.

- **Versterken relatie binnenstad en Zuiderhout via marketing**

Stadshart Zaandam en Zuiderhout liggen niet ver bij elkaar vandaan, maar zijn gericht op heel andere winkelmarkten. Marktonderzoek en ervaring in andere steden leert dat grootschalige detailhandel op Zuiderhout mogelijk tot gunstige spinoff effecten kan leiden voor het centrum. Voor versterking van de relatie tussen beide winkelgebieden zetten we op de korte termijn niet zozeer in op combinatiebezoek en verbetering van de fysieke verbinding, maar op herhaalbezoek via slimme marketing waarmee consumenten worden verleid ook eens in het nabijgelegen gebied te gaan winkelen. Voor wat betreft de langere termijn zullen de mogelijkheden voor een fysieke verbinding worden meegenomen in toekomstige planvorming. Dit geldt ook voor het plaatsen van eventuele bewegwijzeringsborden. Tot slot zal worden bekeken in hoeverre er nu al informatieborden kunnen worden geplaatst die attenderen op de nabijheid van Stadshart Zaandam en Zuiderhout.

- **Versterken organiserend vermogen van de ondernemers**

Samenwerking tussen ondernemers is noodzakelijk om de aantrekkelijkheid en de bekendheid van het Stadshart Zaandam te vergroten en te blijven zorgen voor vernieuwing. Er is echter nog geen passende financiële structuur hiervoor gevonden.

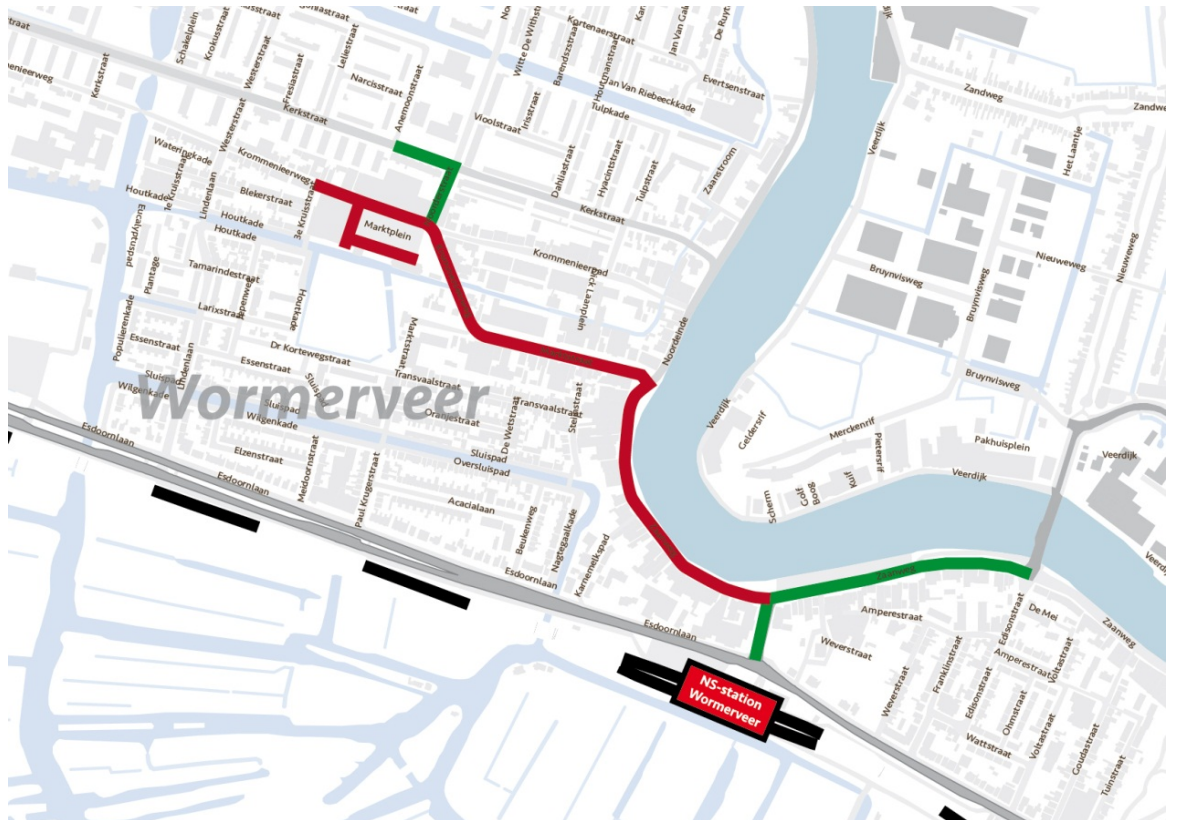
De Stichting Binnenstadsmanagement Zaandam (SBZ) werd tot 2015 deels gefinancierd door de gemeente. In 2013 is bovendien een marketingadviseur aangesteld. Deze is tijdelijk ingehuurd door de gemeente om het product 'Inverdan' in de markt te zetten en om bijvoorbeeld de acquisities van de verschillende marktpartijen m.b.t. het wonen op elkaar af te stemmen. Het Zaanse Ondernemers Netwerk heeft inmiddels het initiatief genomen tot een onderzoek naar de mogelijkheden van een breed ondernemersfonds via verhoging van de OZB. Met de opbrengsten uit zo'n fonds – door en voor ondernemers – zijn bijvoorbeeld evenementen of verbeteringen in de openbare ruimte te bekostigen. Ondernemers kunnen op die manier gezamenlijk een gebied beter in de markt zetten. Een andere optie, meer geografisch ingericht, is een Bedrijveninvesteringszone. Gezamenlijk hebben we vastgesteld dat een ondernemersfonds in redelijkheid niet voor 2016 gerealiseerd kan zijn. Er is immers draagvlak bij de ondernemers nodig en er zijn keuzes nodig over de vorm en de wijze van financieren. Vanuit SBZ is gevraagd de ondersteuning in de organisatiekosten tot het moment van realisatie te blijven betalen. Bij uitblijven van een gemeentelijke bijdrage in 2015 zal het organisatievermogen van SBZ een forse deuk oplopen. Onze prioriteit voor het Stadshart Zaandam ligt bij het versterken van het organiserend vermogen van de ondernemers.

## **6.2 Hoofdwinkelgebied Wormerveer-Centrum**

### *Afbakening*

Tot het kernwinkelgebied van Wormerveer-centrum behoren: de Zaanweg tussen Stationsstraat en Marktstraat, het Marktplein en de Krommeniërweg/pad ten noorden van de brug, Krommeniërweg tussen Marktplein en 3e Kruisstraat en de Marktstraat. Noordelijk vormen de Kerkstraat en de Noorderstraat een stukje aanloopgebied, zuidelijk de Stationsstraat en de Zaanbocht tot de brug.

*Kernwinkelgebied (rood) en aanloopgebied (groen) Wormerveer-Centrum*



**Perspectief**

Het centrum van Wormerveer heeft perspectief als boodschappencentrum en winkelgebied met een meer recreatieve invulling voor het noordelijk deel van de Zaanstreek. Daarnaast biedt de ligging aan de Zaan in combinatie met historisch erfgoed, specifieke branchering in een hoger marktsegment en enthousiast ondernemerschap kansen voor meer koopkrachttoevoeiing.

**Strategie**

Inzet voor Wormerveer-centrum is door concentratie de kwaliteit van het gebied versterken en leegstand tegen te gaan. Streven is het winkelaanbod te versterken en door het organiseren van evenementen het gebied verder te verlevendigen. Marketing van het gebied is hierbij noodzakelijk.

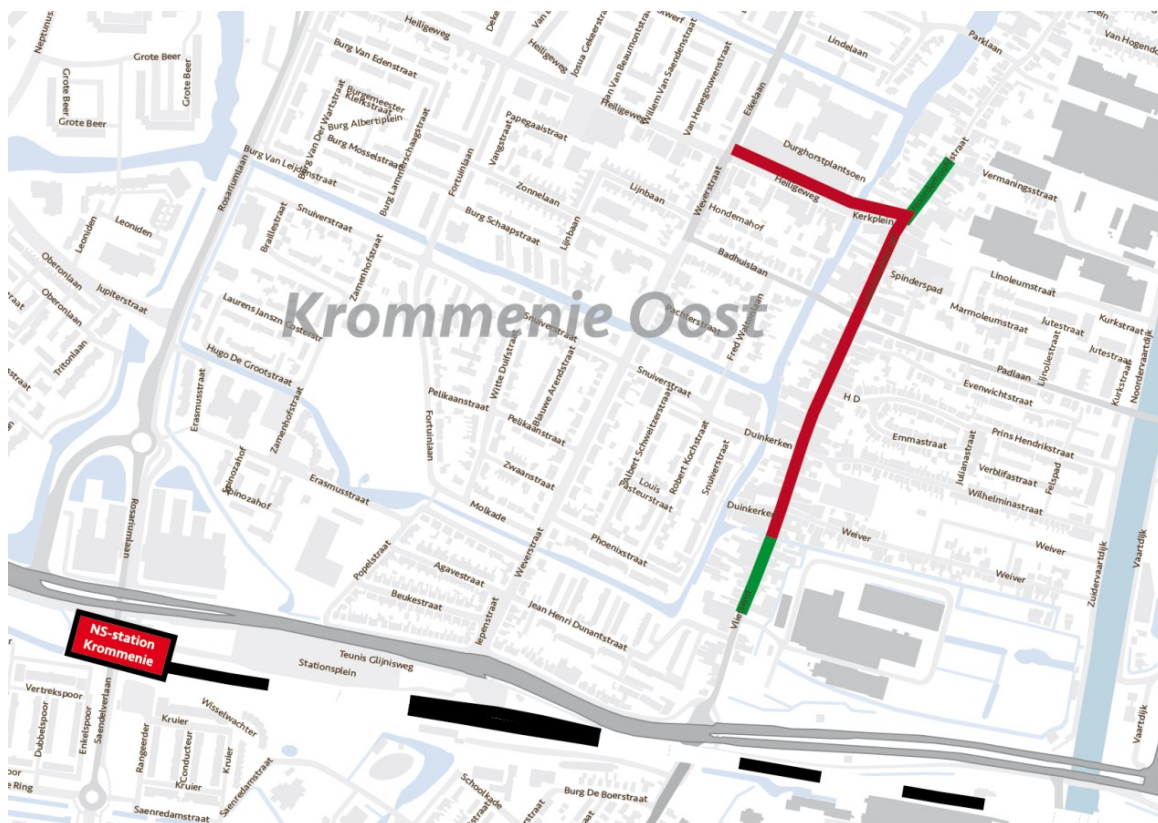
Het winkelgebied van Wormerveer-centrum bestaat uit drie delen. Voor het Marktplein staat het behoud van de boodschappenfunctie centraal. Met het herinvoeren van gratis parkeren heeft het centrum een belangrijke troef in handen. Voor dit gebied zijn geen specifieke maatregelen vereist. De Marktstraat functioneert als schakelgebied tussen het Marktplein en de Zaanbocht. Voor dit gebied is een aanpak van de leegstand van belang, mogelijk in combinatie met gevelverbetering. De Zaanbocht is het gebied dat kan profiteren van toenemend toerisme in Zaanstad, en dan met name de Zaanse Schans. Door arrangementen, een verbinding over het water, marketing, uitbreiding van het winkelaanbod, horeca en evenementen kan de aantrekkingskracht worden vergroot.

**6.3 Hoofdwinkelgebied Krommenie-Centrum**

**Afbakening**

Tot het kernwinkelgebied van Krommenie-centrum behoren de Zuiderhoofdstraat, het Kerkplein en de Heiligeweg tot de Weverstraat/Eikenlaan, de Noorderhoofdstraat en het noordelijk deel van Vlietsend. Een noordelijk stukje van de Zuiderhoofdstraat en het noordelijk deel van Vlietsend vormen het aanloopgebied.

*Kernwinkelgebied (rood) en aanloopgebied (groen) Krommenie-Centrum*



### *Perspectief*

Het centrum Krommenie heeft perspectief als boodschappencentrum en meer recreatief winkelgebied voor het noordelijk deel van Zaanstad (Krommenie, Saendelft). De combinatie van het dorpse karakter, historische bebouwing, gratis parkeren, diversiteit in aanbod en lokaal ondernemerschap geven dit gebied kansen voor behoud van de koopkrachtbinding.

### *Strategie*

Inzet voor Krommenie-centrum is door concentratie de kwaliteit van het gebied versterken en leegstand tegen te gaan. Mogelijk kan verkaveling van grote panden hierbij een rol spelen. Op een aantal plekken is pandverbetering gewenst. De verblijfsfunctie kan worden vergroot door het creëren van een ontmoetingsplek in de omgeving rond het Kerkplein en de Durgsloot. De kwaliteit van de Heiligeweg kan beter worden door een gezelliger aankleding en door uitbreiding van de blauwe zone (opnieuw) te onderzoeken. Aan de zuidkant van het gebied is een duidelijke markering van de ingang van het winkelgebied wenselijk.

## **6.4 Ondersteunende centra in de hoofdstructuur**

### *Perspectief*

Het toekomstperspectief van wijk- en buurtcentra is in een workshop beoordeeld op de criteria compleet, compact en comfortabel (bijlage 4).

Een ondersteunend winkelgebied is tot de hoofdstructuur gerekend indien:

- het een duidelijk herkenbare concentratie is van winkels die een buurt-, kern- of wijkverzorgende functie vervullen;
- het winkelgebied minimaal vijf geclusterde winkels kent, waarvan minimaal één reguliere supermarkt is (minstens 500 m<sup>2</sup> vvo);
- het gebied als ondersteunend winkelgebied een gebied bedient dat minimaal 7.500 inwoners telt.

Hiermee spelen we in op de ontwikkeling dat kleine winkelgebieden kwetsbaar zijn en in de toekomst steeds grotere verzorgingsgebieden nodig hebben om rendabel te kunnen blijven functioneren.

Bovenstaande criteria zijn te beschouwen als kwantitatieve criteria. Daarnaast zijn er kwalitatieve maatstaven gehanteerd bij de beoordeling of het ondersteunende winkelgebied tot de hoofdstructuur behoort. Dit zijn:

- een beoordeling of de supermarkt in het winkelgebied nu op voldoende wijze functioneert, mede op basis van input door de supermarktorganisaties zelf;
- een beredeneerde verwachting over het toekomstig functioneren als gevolg van (planologisch verankerde) ontwikkelingen elders, dichtbij het betreffende winkelgebied.

### *Strategie*

De strategie voor ondersteunende centra in de hoofdstructuur is in te zetten op behoud of versterking van hun functie. Dat wil zeggen:

- ruimte bieden aan het goed functioneren van minstens één supermarkt
- ruimte bieden aan een compleet pakket aan dagelijkse behoeften
- zorgen voor een goede bereikbaarheid voor langzaam verkeer en auto en voor goede parkeergelegenheid
- zorgen voor een prettig verblijfsklimaat

### **Gebied Noord**

*Verzorgingsgebied: 55.600 inwoners*

*Aantal ondersteunende centra hoofdstructuur: 3*

Het **Rosariumplein** vormt een tweede winkelgebied voor Krommenie met een ondersteunende functie voor het westelijk deel van het dorp. Een betere branchering kan het centrum versterken (o.a. drogist).

**De Saen** is een compleet, compact en comfortabel centrum. Het verblijfsklimaat kan verbeteren door tegengaan van jongerenoverlast.

De hoofdwinkelstructuur in Assendelft bestaat uit twee locaties: **Dorpsstraat** en de **Communicatieweg Assendelft**. Uitbreiding van de supermarkt versterkt de functie van het gebied. De functie van het winkelgebied kan versterkt worden door verbetering van het verblijfsklimaat (sfeer, aankleding, onderhoud openbare ruimte). De parkeermogelijkheden langs de weg (locatie Communicatieweg) zouden beter kunnen.

### **Gebied Midden**

*Verzorgingsgebied: 51.100 inwoners*

*Aantal ondersteunende centra hoofdstructuur: 4*

Specifieke locatie (Oud Zandijk): 1

Het **gebied A8 - Raadhuisstraat** kan worden versterkt door uitbreiding van de supermarkt en het aantal bijbehorende parkeerplaatsen en mogelijke concentratie van winkels langs de Raadhuisstraat.

Het winkelcentrum **Molenwerf** in Westerkoog wordt, hoewel het verzorgingsgebied van de wijk Westerkoog aan de krappe kant is, uitstekend beoordeeld op de criteria compleet, compact en comfortabel. Handhaven van dit kwaliteitsniveau is hier het belangrijkste doel. Een betere bestrating om het centrum en iets meer parkeergelegenheid dragen daaraan bij.

Het winkelcentrum **Westerwatering** wordt verbouwd, wat het verblijfsklimaat kan versterken. Meer diversiteit en levendigheid zijn wenselijk.

Het verzorgingsgebied voor het winkelcentrum het **Kalf** is aan de krappe kant, maar het centrum voldoet aan de overige gestelde criteria. Versterking is mogelijk door verbeteren van het verblijfsklimaat (aankleding, openbare ruimte, functie van ontmoetingsplek) en extra parkeermogelijkheden.

### **Gebied Zuid oost**

*Verzorgingsgebied: 44.000 inwoners*

*Aantal ondersteunende centra hoofdstructuur: 3*

Specifieke locatie (ZMC): 1

Het toekomstperspectief van de **Vermiljoenweg** is vanwege geplande inkrimping van de supermarkt door de komst van AH XL bij het ziekenhuis en beperkte omvang van het verzorgingsgebied Pelders-Hoornseveld wisselend beoordeeld. Het gebied is mede vanwege de centrale ligging in Zaanstad en ruime parkeergelegenheid tot de hoofdstructuur gerekend. Na inkrimping van de supermarkt zal een herverkaveling plaatsvinden. Een facelift van het buitengebied is wenselijk.

Voor **Gibraltar** is ingezet op uitbreiding van het winkelcentrum op de locatie van de school.

Het toekomstperspectief van de **Lobeliusstraat** is als negatief beoordeeld. Toch rekenen wij dit gebied voornamelijk als onderdeel van de hoofdwinkelstructuur. De omvang van de wijk Poelenburg met zo'n 10.000 inwoners rechtvaardigt de aanwezigheid van een ondersteunend centrum. Bovendien behoort Poelenburg in de gebiedsontwikkeling tot de prioritaire gebieden, een gebied met een grote opgave waarvoor inzet van de gemeente is vereist. Dit blijkt bijvoorbeeld uit investeringen in de Straat Poelenburg en het zoeken naar nieuwe investeerders voor woningbouw. Een passende winkelfunctie maakt onderdeel uit van de kwaliteitsimpuls die het gebied nodig heeft. Deze keuze om de Lobeliusstraat tot de hoofdstructuur te rekenen is sterk afhankelijk van de mate waarin de nieuwe supermarkt het winkelgebied een nieuwe impuls kan geven. Mocht dit uiteindelijk niet lukken, dan rest geen andere optie de Lobeliusstraat alsnog buiten de hoofdstructuur te plaatsen.

## **6.5 Perifere locaties**

### *Perspectief*

De raad heeft in februari 2014 met het vaststellen van de nota Grootschalige detailhandel, versterking Zaanse detailhandelsstructuur het kader vastgesteld voor de perifere en grootschalige detailhandel. In navolging van het regionale detailhandelsbeleid kiest Zaanstad voor een offensieve benadering en voor concentratie.

Zuiderhout heeft in dit kader een belangrijke plaats in de regionale detailhandelsstructuur. Om deze kansrijke locatie te versterken is het van belang ruimte te bieden aan dynamiek en schaalvergroting. De raad heeft daarom besloten enkele grootschalige winkels op het herontwikkelingsdeel van Zuiderhout-Noord toe te staan, omdat dit bijdraagt aan een compleet, diverse en onderscheidend winkelaanbod

in Zaanstad. In het regionale onderzoeksrapport van BRO (2015) wordt Zuiderhout benoemd als een van de drie perifere winkellocaties in de regio met een (boven)regionaal verzorgende functie. De leegstand is gering en er wordt geïnvesteerd in uitbreiding. Het perspectief van deze locatie is goed. Noorderveld kampt vanaf de opening met forse leegstand. Ligging en het ontbreken van kritische massa beperken het functioneren van Noorderveld. Het verzorgingsgebied en bovenregionale trekkracht zijn aanzienlijk kleiner dan die van Zuiderhout. Het regionale onderzoeksrapport (2015) beoordeelt het perspectief van deze lokaalverzorgende PDV-locatie als matig tot slecht.

#### *Strategie*

Op het herontwikkelingsdeel van Zuiderhout-Noord worden met het beleidskader voor grootschalige detailhandel op voorwaarde van de komst van IKEA enkele grootschalige winkels toegestaan, waaraan een minimum van 1.500 m<sup>2</sup> wvo is verbonden. De branches: mode & luxe, warenhuizen, elektronica, food & dagelijkse goederen worden uitgesloten.

Overschot aan planvorming ten opzichte van de marktruimte wordt beperkt door vierkante meters winkelvloeroppervlak uit de markt te nemen, daar waar leegstand dreigt of al aanwezig is. Op Noorderveld en Zuiderhout-Zuid werkt de gemeente mee aan initiatieven voor transformatie van leegstaande winkelpanden naar andere vormen van bedrijvigheid.

In het nieuwe bestemmingsplan voor Noorderveld (2013) is in verband met langdurige leegstand een wijzigingsbevoegdheid opgenomen om het oppervlak detailhandel met 10.000 m<sup>2</sup> wvo terug te brengen. Verder zijn de bestemmingen in dit gebied verbreed met diverse vormen van internetverkoop, diverse vormen van horeca, bedrijfsruimte, kantoren en kinderdagverblijf.

Ondanks deze functieverruiming is er nog steeds sprake van een aanzienlijke leegstand op Noorderveld. Op Noorderveld is in de lijn van de Nota Grootschalige Detailhandel (februari 2014) alleen perifere detailhandel en geen grootschalige detailhandel mogelijk. Het onderzoek van Projectbureau Herstructurering Bedrijventerreinen (april 2014) laat zien dat een genuanceerdere benadering wellicht een oplossing biedt, mede vanwege de toenemende branchevervaging tussen PDV en GDV. Conclusie van dit rapport is dat een gedeeltelijke transformatie een oplossing kan bieden. Bovendien geven de betrokken ondernemers aan dat zij behoefte hebben aan een trekker in het gebied, waarbij ook beperkt toestaan van GDV een optie is. Aanbevolen wordt om gezamenlijk op zoek te gaan welke publiekstrekker economisch en planologisch haalbaar zou zijn.

De Stadsregio en de regionale adviescommissie hebben over beperkt toestaan van GDV negatief geadviseerd. Ook het onderzoek van BRO in opdracht van de stadsregio (maart 2015) adviseert om brancheverbreiding op lokale PDV-locaties alleen toe te staan als dit naar verwachting leidt tot een verdere versterking van reeds perspectiefrijke concentratie met een bovenregionaal tot nationaal verzorgingsbereik. Brancheverbreiding op andere locaties als Noorderveld leidt tot toenemende concurrentie en gevaar voor leegstand voor de bovenregionaal verzorgende concentraties en voor de reguliere winkelgebieden. Kansen om langdurige leegstand op de minder perspectiefrijke locaties tegen te gaan worden voornamelijk gezien in transformatie en functiemenging. Keuzes in brancheverbreiding ten gunste van bovenregionale en perspectiefrijke locaties kunnen alleen worden gemaakt als tegelijkertijd oplossingen worden uitgewerkt om overige perifere locaties in stand te houden, hetzij met detailhandel, hetzij met andere functies.

Zaanstad vindt maatwerk op Noorderveld nog steeds gewenst om leegstand tegen te gaan en omarmt dan ook de zoekrichting van transformatie en functiemenging die beide onderzoeken aangeven. In het bestemmingsplan zijn reeds diverse nieuwe functies mogelijk gemaakt. Tegelijkertijd wordt geconstateerd dat voor het centrale deel van Noorderveld een detailhandelsvulling noodzakelijk is met voldoende aantrekkingskracht om de PDV-locatie als geheel te kunnen laten functioneren. Beperkt en onder voorwaarden toestaan van een vorm van GDV zou daarin een oplossing kunnen bieden. Ook dat is maatwerk.

Op basis van het bovenstaande wordt met betrekking tot Noorderveld de volgende lijn gehanteerd: Noorderveld is een PDV-locatie, waar alleen PDV wordt toegestaan, tenzij het college na integrale belangenafweging besluit om hiervan af te wijken om een oplossing te bieden voor de leegstand. Voorwaarde daarbij is dat een nieuwe detailhandelsvestiging geen leegzuigende werking op rest van de hoofdstructuur heeft en dat de ondernemersverenigingen van Wormerveer en Krommenie worden betrokken bij deze keuze. Concrete denkbare invullingen zijn: een vestiging die opereert op het snijvlak van PDV, GDV en internetverkoop of de verplaatsing van een vestiging die nu net buiten de hoofdstructuur gevestigd is. Uiteraard is goedkeuring van de regio in zo'n geval noodzakelijk. Tot slot behoort op de lange termijn ook woningbouw tot de mogelijkheden (potentiele verkleuring). In het bestemmingsplan Noorderveld is op het Brokking-terrein al verkleuring mogelijk gemaakt. Verder langs de Zaan is, mits de milieunormen het te zijner tijd toelaten, op termijn ook verkleuring denkbaar. De bereikbaarheid is daarbij nog een aandachtspunt.

#### **6.6 Buiten de hoofdstructuur**

Ook buiten deze hoofdstructuur zijn er winkels en winkelgebieden. Een aantal gebieden heeft onvoldoende toekomstperspectief om tot de hoofdstructuur te worden gerekend.

Het winkelgebied aan het Zilverschoonplein (Kogerveldwijk) bestaat uit een supermarkt en een kleine galerij met gemengde functie (winkel, horeca, retail). Het winkelgebied is te klein en te onvolledig en het verzorgingsgebied Kogerveld te beperkt om tot de hoofdstructuur te behoren.

Ook voor het winkelcentrum in Rooswijk geldt dat deze niet compleet genoeg is (kleine supermarkt, enkele winkels en kiosken) en het verzorgingsgebied te klein. De ligging van het centrum aan de rand van de wijk is bovendien niet gunstig. Uitgangspunt is geen groei van het centrum. Woningbouwplannen hebben gevolgen voor de kiosken. Deze zullen opnieuw moeten worden ingepast in de plannen. De Kerkbuurt in Westzaan heeft een beperkte winkelfunctie (kleine supermarkt en een enkele winkel) en een te klein verzorgingsgebied om tot de hoofdstructuur te rekenen.

De Peperstraat en de Zuiddijk zijn de afgelopen jaren als aanloopstraten van het Stadshart Zaandam beschouwd. De Zuiddijk is daarom enkele jaren geleden kwalitatief hoogwaardig heringericht (bestrating, verlichting) om de uitstraling te vergroten. Bovendien is de rijrichting op verzoek van de ondernemers gewijzigd om zo bedrijvigheid te stimuleren. De omgeving van de Peperstraat zal een andere inrichting krijgen in verband met het nieuwe verkeerscirculatieplan voor het centrum. Ook de Oostkade bij de Sluis krijgt een andere inrichting om de verblijfskwaliteit te vergroten.

Vanuit winkelperspectief bekeken, achten we het gebied nu minder perspectiefrijk. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de leegstand en de verkleuring op de Zuiddijk. Vanuit dit economisch perspectief en gezien de afstand naar het kernwinkelgebied van het Stadshart Zaandam ligt de Westzijde als aanloopstraat wat dat betreft gunstiger. Om deze redenen zijn de Peperstraat en de Zuiddijk niet tot de hoofdstructuur gerekend. Vanuit het streven naar een compact centrum kiezen we ervoor de focus te leggen op het aanloopgebied Westzijde en dit gebied beter te verbinden met de Gedempte Gracht (zie paragraaf 6.1). De omgeving van de Burcht zien we als gemengd gebied, met kansen voor horeca, toerisme, kleinschalige bedrijven, wonen en winkels. Zeker vanuit recreatief en toeristisch oogpunt biedt dit gebied mogelijkheden. Initiatieven van bewoners en ondernemers voor tijdelijke invulling en het vergroten van de leefbaarheid willen we daarom de ruimte geven. Via de pilot Placemaking zoeken we gezamenlijk naar mogelijkheden om de gebruikswaarde van het gebied te vergroten.

### **6.7 Hembrugterrein**

Het Hembrugterrein is in de Ruimtelijke Structuurvisie benoemd als een van de strategische gebieden van Zaanstad. Beoogd wordt het gebied organisch te ontwikkelen, zonder vastomlijnde blauwdruk, waarbij voortdurend aansluiting wordt gezocht bij actuele ontwikkelingen en gewijzigde marktomstandigheden. Na 2020 zullen tijdelijk gevestigde functies steeds meer omgezet worden of plaats maken voor definitieve vestigingen van functies die passen bij het dan geldende ontwikkelingsconcept.

Het Hembrugterrein is geen detailhandelslocatie. Maar waar kleinschalige, ondergeschikte of tijdelijke detailhandel de broedplaatsfunctie van dit gebied kan versterken en de vestiging geen negatieve invloed heeft op de hoofdwinkelstructuur, bieden we ruimte.

In het Ontwikkelkader Hembrugterrein (2011) is over detailhandel afgesproken: voor kleinschalige detailhandel tot  $m^2$  per voorziening zal op het Hembrugterrein geen restrictie worden aangebracht zolang dit bijdraagt aan de levendigheid en leefbaarheid van het Hembrugterrein en bij voorkeur gekoppeld is aan andere functies, waaronder ambachtelijke en creatieve producten fabricerende bedrijven. Voor deze locatie geldt gezien de grootte van de panden en het unieke karakter een norm voor ondergeschikt van  $500 m^2$ , tenzij het college na integrale belangenafweging besluit om hiervan af te wijken. Deze lijn wordt in de nota van uitgangspunten Omgevingsplan Hembrugterrein voortgezet.

## **7. Overige thema's**

### **7.1 Internetwinkelen biedt kansen winkelgebieden te versterken**

De groei van internetwinkelen biedt vanwege consumentenvraag, de combinatie van internet en fysiek winkelen en werkgelegenheid kansen voor de stad. Tegelijkertijd is hiermee is een nieuw type bedrijf ontstaan, met eigen kenmerken en ruimtelijke effecten. De vestigingsbehoefte van deze ondernemers gaat uit naar huisvesting op bedrijventerreinen en winkelcentra.

Er zijn drie typen internetwinkels te onderscheiden:

1. Afhaalcentrum: een locatie waar de consument uitsluitend of overwegend via internethandel bestelde goederen kan afhalen of retourneren, waar uitsluitend logistiek en opslag van bestelde goederen gedurende een korte periode plaatsvindt en waarbij geen spraken is van uitstalling ten verkoop
2. Internetverkoop met beperkte winkelfunctie: opslag en distributie voor internetverkoop, waar een elektronische transactie tot stand komt, met opslag- en verzendfunctie, beperkte mogelijkheid tot afhalen en afrekenen en beperkte mogelijkheid goederen ter plaatse te bekijken.
3. Internetverkoop zonder winkelfunctie: opslag en distributie voor internetverkoop, waarbij de handel via internet en andere media verloopt, waarbij geen sprake is van rechtstreeks contact tussen verkopende en kopende partij, zonder showroom, waarbij de levering van producten hoofdzakelijk plaats vindt via de post- of koeriersdiensten.

De afhaalcentra zien we vanwege concentratie van functies en verwachte toeloop bij voorkeur gevestigd binnen de hoofdwinkelstructuur. Daarbinnen is de locatiekeuze afhankelijk van het type product, de bereikbaarheid en parkeerfaciliteiten. Internetverkoop met beperkte of zonder winkelfunctie betreft bedrijven met een logistieke functie en kunnen daarom een plek krijgen op bedrijventerreinen.

Op de PDV-locaties Noorderveld en Zuiderhout zijn alle drie de vormen van internetwinkels toegestaan.

### **7.2 Ruimte voor nieuwe concepten, ondergeschikte detailhandel en tijdelijke invulling**

De detailhandel is volop in beweging. Er ontstaan bedrijven die verschillende activiteiten combineren en op die manier het begrip 'winkel' doen vervagen. Het gaat bijvoorbeeld om ondernemers in de sector ontwerp en productie, die ook producten aan klanten verkopen. Vestiging van dergelijke productiegebonden detailhandel op – vaak goedkopere – bedrijventerreinen kan oneerlijke concurrentie met detailhandel in de winkelgebieden opleveren of onverwacht grote verkeersstromen teweegbrengen. Zaanstad wil geen detailhandel op bedrijventerreinen. Er zijn echter uitzonderingen. Soms gaat het om bedrijven in de creatieve sector met vernieuwende ideeën die bij uitstek goed gedijen in een broedplaatsmilieu of karakteristiek pand. Aan vernieuwende concepten willen we ruimte bieden, mits de winkelfunctie beperkt blijft en dit de hoofdwinkelstructuur niet schaadt.

Voor productiegebonden detailhandel hanteren we het uitgangspunt dat de winkelfunctie een nevenactiviteit van ondergeschikt belang is, waarbij als criteria gelden:

- Verkoop van artikelen moet direct gerelateerd zijn aan de bedrijfsactiviteit
- De bedrijfsvloeroppervlakte is niet meer dan 20% van de totale bedrijfsoppervlakte, met een bvo van maximaal 250 m<sup>2</sup>

Een ander nieuw fenomeen is de pop-up store. Dit is een tijdelijke winkel die net zo snel verschijnt als verdwijnt. Een tijdelijke winkel kan interessant zijn voor een groot bedrijf dat een nieuw product wil lanceren of een merkbeleving wil neerzetten, maar ook voor een webwinkelier die zijn klanten persoonlijk wil ontmoeten of een bestaande winkelier die tijdelijk een extra locatie wil. Er zijn landelijke websites waarop vraag en aanbod voor tijdelijke huur bij elkaar worden gebracht.

Pop-up stores zien we als een goede, tijdelijke invulling van leegstaande winkelpanden. Ze vergroten de leefbaarheid in en aantrekkelijkheid van een gebied.

### 7.3 Duidelijk en eenvoudig standplaatsenbeleid, stallingsbeleid

Standplaatsen verlevendigen het straatbeeld en kunnen plaatsen in de stad, zoals een winkelcentrum, versterken als er producten te koop worden aangeboden die aanvullend zijn op het reguliere aanbod. In de huidige situatie wordt elke aanvraag voor ambulante handel getoetst aan het bestemmingsplan. Er komen veel aanvragen binnen, ondernemers moeten lang op een antwoord wachten en het antwoord is vaak negatief. In het licht van de ontkaderopgave wordt nu dan ook standplaatsenbeleid geformuleerd dat vooraf meer duidelijkheid aan ondernemers biedt en eenvoudiger is. Uitgangspunt is te sturen op een maximum aantal vaste en tijdelijke standplaatsen, die op een kaart zijn weergegeven. Onderzocht zal worden of volstaan kan worden met regeling van de standplaatsen in de APV dan wel dat aan regeling in de bestemmingsplannen niet te ontkomen valt.

Het winkelstallingsbeleid is in 2013 vastgesteld en verwoord in de APV. Uitstallingen tot maximaal 2 meter van de gevel zijn onder voorwaarden toegestaan, in het gemengde gebied van Stadshart Zaandam geldt een norm van 1 meter. In het voetgangersgebied van het Stadshart Zaandam zijn geen stallingen toegestaan. Volstaan kan worden met een melding.

## 8. Van ambitie naar uitvoering

### 8.1 Partijen werken samen vanuit hun eigen rol

De uitvoering van het detailhandelsbeleid is een samenspel tussen gemeente, winkeliers, vastgoedeigenaren, ontwikkelaars en makelaars.

Ondernemers zijn in onze visie de belangrijkste spelers in het versterken van de detailhandelsstructuur. Zij zijn aan zet om ruimte te zien voor ontwikkeling, vernieuwing in gang te zetten, goed in te spelen op veranderend consumentengedrag, winkelpanden aantrekkelijk te maken voor nieuwe gebruikers en om per gebied of branche samen op te trekken op het gebied van marketing en evenementen.

*'Als u niet bereid bent te gaan samenwerken, heeft u geen toekomst. Want u bent dan niet in staat om te concurreren met leukere gebieden of internet.'*

*prof. C. Molenaar tijdens 'Winkel van de toekomst', 6 oktober 2014, Zaantheater*

Samenwerking tussen ondernemers onderling en tussen ondernemers, eigenaren en gemeente is een vereiste om de kwaliteit van winkelgebieden te versterken.

Onze gemeentelijke rol is hoofdzakelijk faciliterend, aansluitend bij de gemeentebrede ingezette lijn van 'zorgen voor' naar 'zorgen dat'. Dat betekent dat we meestal partners zijn, maar soms ook initiators zoals bij de vernieuwing van het Stadshart Zaandam. De gemeente speelt in op initiatieven van ondernemers en scheidt randvoorwaarden voor het goed functioneren van winkelgebieden. We zetten actief in op verbetering van de ruimtelijke structuur, hebben aandacht voor bereikbaarheid en de openbare ruimte, brengen de kansen voor versterking met toerisme voor het voetlicht en leveren vanuit economische kaders een bijdrage aan de ontwikkeling van ondernemerschap. Het detailhandelsbeleid heeft een belangrijke relatie met de ruimtelijke ordening. Via bestemmingsplannen is de rol van de gemeente sturend en juridisch bindend.

### Trefwoorden rolverdeling

(georganiseerde) Ondernemers	Bedrijfsvoering in winkel, vernieuwing, inspelen op wens consumenten, kleine investeringen openbare buitenruimte, marketing, evenementen, samen optrekken
Vastgoedeigenaren	Onderhoud pand, gevelverbetering, huurprijsbeleid, werving nieuwe huurders, tijdelijke invullingen
Gemeente	Toetsen, faciliteren, flankerend beleid openbare buitenruimte, bereikbaarheid & parkeren, toerisme, stimuleren samenwerking tussen ondernemers, tijdelijk stimuleren structuurversterking, handhaving, ruimte bieden.

## 8.2 Een 12-puntenplan bepaalt onze agenda

Hoe gaan we deze detailhandelsvisie gebruiken en wat gaan we doen? Het volgende 12-punten plan bepaalt onze agenda voor de komende jaren.

### 1. Prioritering investeringen

Met het kiezen voor een hoofdstructuur willen we de kwaliteit van winkelgebieden behouden en zo mogelijk versterken. Doel is investeringen, zowel publiek als privaat, zoveel mogelijk te bundelen en in deze gebieden te concentreren.

*Actie: De hoofdstructuur van winkelgebieden is leidraad voor onze investeringskeuzes.*

### 2. Toetsing nieuwe aanvragen

Deze detailhandelsvisie is een toetsingskader voor nieuwe initiatieven. Aanvragen en plannen worden beoordeeld op basis van het afwegingskader dat in deze visie is vastgelegd. Nieuwbouw- en verbouwing initiatieven groter dan 1.500 m<sup>2</sup> (Stadshart Zaandam > 3.000 m<sup>2</sup>) worden ter goedkeuring voorgelegd aan de Regionale Commissies Winkelplanning vanwege mogelijk bovenlokaal effect.

*Actie: Nieuwe aanvragen toetsen op basis van het afwegingskader en indien nodig ter goedkeuring voorleggen aan de RWC/RAC.*

### 3. Input voor bestemmingsplannen

Sturing op het detailhandelsbeleid vindt voor een belangrijk deel plaats via ruimtelijk instrumentarium. Insteek is om transformatie van detailhandel buiten de hoofdstructuur op twee manieren te stimuleren: bij actualisatie van bestemmingsplan en via een scan van de huidige bestemmingsplannen. Bij actualisatie wordt gekeken op welke manier inpassing van het detailhandelsbeleid in het bestemmingsplan het best vorm kan krijgen. Er zijn verschillende mogelijkheden om ruimte geven: via een centrumfunctie, een gemengde functie met detailhandel, of een bestemming detailhandel waarbij een wijzigingsbevoegdheid mogelijk is. Supermarkten hebben een aparte aanduiding. Een gemengde functie zonder detailhandel kan het aantal vierkante meter winkelruimte juist beperken.

#### Voorbeeld Wormerveer

Een goed voorbeeld van een ruimtelijke vertaalslag van deze detailhandelsvisie is het bestemmingsplan Wormerveer, waarin het kernwinkelgebied en de aanloopstraten de bestemming centrum hebben gekregen. De gebieden daarbuiten hebben de bestemming gemengd zonder detailhandel, alleen de bestaande detailhandel (met gebruik van peildatum) heeft de functieaanduiding detailhandel gekregen.

Daarnaast zullen de bestaande bestemmingsplannen gescand worden op overcapaciteit.

We bekijken of het mogelijk is verouderde winkelstructuren en winkelruimtes uit de markt te nemen en ruimte te bieden voor andere functies. Criteria hierbij zijn langdurige leegstand en/of langdurig in gebruik zijn als niet-detailhandelsbestemming, waarbij een periode van drie jaar het uitgangspunt vormt. Bij een gezamenlijke wens tot verkleuring en bestemmingsverruiming speelt deze termijn uiteraard niet. De gemeente speelt een actieve rol bij het aandragen van nieuwe functies, het aanpassen van bestemmingsplannen en het voeren van juridisch-planologische regelingen om transformatie te stimuleren.

*Acties:*

*Bij actualisatie van bestemmingsplannen visie op hoofdstructuur inbedden.*

*Bestaande bestemmingsplannen scannen op overcapaciteit.*

*In geval van verouderde winkelstructuur ruimte bieden voor andere functies.*

### 4. Inrichting en onderhoud openbare ruimte

Voor een aantal verschillende winkelgebieden zijn wensen geformuleerd voor verbeteringen in de openbare ruimte, bijvoorbeeld om de functie als verblijfsgebied te versterken. Per gebied is een uitwerking nodig van de mogelijkheden. Hierbij zijn de ondernemers aan zet om ideeën aan te leveren. Voor de uitvoering wordt aansluiting gezocht bij de herinrichtingsplannen. Zo staat de herinrichting van de Westzijde gepland voor 2017.

*Actie: Uitwerken van diverse mogelijkheden voor verbetering van de openbare ruimte en deze zo mogelijk inpassen in herinrichtingsplannen.*

#### **5. Inpassing in parkeerbeleid auto en fiets**

Voor het goed functioneren van winkelgebieden is de aanwezigheid van goede parkeervoorzieningen een vereiste, zowel voor auto's als voor langzaam verkeer.

Zoals afgesproken in het collegeakkoord is het betaald parkeren in diverse winkelgebieden inmiddels vervangen door een blauwe zone. Het parkeerbeleid is het afgelopen jaar geëvalueerd, een nieuw parkeerbeleid wordt opgesteld. Een van de doelen van het nieuwe parkeerbeleid is bij te dragen aan een gastvrije en aantrekkelijke stad. Het doorontwikkelen van de stad betekent dat in de drie hoofdwinkelgebieden prioriteit wordt gegeven aan bezoekers van het centrum die van vitaal belang zijn voor het functioneren van die centra, zonder daarbij de belangen van de bewoners uit het oog te verliezen. Bij bouwaanvragen is de initiatiefnemer verantwoordelijk voor een goede oplossing van het parkeren. Diverse onderzoeken tonen aan dat het parkeren van de fiets bij winkelcentra beter kan, zowel wat betreft kwantiteit als kwaliteit. Zeker voor het Stadshart Zaandam ligt er nog een kwantitatieve opgave. Het fietsparkeerbeleid, vastgesteld in 2013, zet in op verbetering van het fietsparkeren via de pijlers voldoende fietsparkeerplekken, aantrekkelijke fietsparkeerplekken, handhaving en communicatie. Bij herinrichtingsplannen worden deze uitgangpunten meegenomen. Sommige winkelgebieden zijn de afgelopen jaren aangepakt (Markstraat Wormerveer) of worden binnenkort aangepakt (winkelcentrum Gibraltar). Voor Inverdan wordt een apart traject gevolgd. Hier is een nieuwe, gebouwde parkeervoorziening gepland.

*Acties:*

*Belang van parkeren bij winkelgebieden borgen in nieuwe parkeerbeleid: 2015.*

*Realisatie van nieuwe, gebouwde fietsparkeervoorziening Stadshart Zaandam: 2016/2017 (reservering € 1 miljoen in begroting 2015-2018).*

#### **6. Inpassing in toerismebeleid**

Koppeling van detailhandel, toeristische voorzieningen en horeca leidt tot een grotere aantrekkingskracht op bezoekers en tot optimaal profiteren hiervan. Het toerismebeleid is een van de speerpunten in ons economisch beleid, met langer verblijf en spreiding over Zaanstad als doelen. Binnen de uitvoering van dit beleid brengen we het belang van detailhandel naar voren. Onze inzet is daarbij gericht op marketing, het faciliteren van arrangementen en het faciliteren van een bootverbinding over de Zaan. De link met toerisme is vooral voor de hoofdwinkelgebieden Stadshart Zaandam en Wormerveer-Centrum van belang. Het huidige toeristisch beleid, onderdeel van de Economische Structuurvisie, kent drie focusgebieden: Hembrugterrein, Stadshart Zaandam en Zaanse Schans. In het coalitieakkoord wordt ook aandacht voor de Zaanbocht gevraagd als winkelgebied en als toeristische kans.

*'Creëer magneten.'*

*prof. C. Molenaar tijdens 'Winkel van de toekomst', 6 oktober 2014, Zaantheater*

Bij de evaluatie van de Economische Structuurvisie nemen we de wens mee om de Zaanbocht als vierde hotspot te benoemen. In tussentijd brengen we de kansen voor Wormerveer voor het voetlicht in gesprekken over spinoff van de Zaanse Schans.

*Actie: Belang van winkelgebieden Stadshart Zaandam en Wormerveer inbedden in toerismebeleid*

#### **7. Standplaatsenbeleid**

We maken een duidelijk en eenvoudig standplaatsenbeleid dat een kader is voor nieuwe aanvragen vanuit de ambulante handel.

*Actie: Formuleren standplaatsenbeleid: medio 2015.*

#### **8. Verhogen organisatiegraad ondernemers**

De gemeente heeft de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in ondersteuning van de ondernemers in het centrum van Zaandam en marketing. Ons ideaal is dat ondernemers goed georganiseerd zijn en voor zaken als sfeer verhogende maatregelen, promotie, veiligheid en evenementen met elkaar samenwerken en zichzelf financieel zo veel mogelijk kunnen redden. Dat punt is nog niet bereikt. Voor het verhogen van de organisatiegraad in financiële zin bestaan verschillende mogelijkheden, zoals een Ondernemersfonds of een Bedrijveninvesteringszone. In de meeste gevallen is actie van de gemeente gewenst in de zin van verhoging van de reclameheffing of de onroerende zaakbelasting. De opbrengsten daarvan kunnen worden ondergebracht in een apart fonds. Ook vastgoedeigenaren kunnen hierin participeren. Het Zaanse Ondernemersnetwerk wil onder de Zaanse ondernemers peilen of er draagvlak is voor een ondernemersfonds. We faciliteren dit onderzoek en bekijken in afwachting van de resultaten wat onze verdere inzet is voor verhoging van de organisatiegraad.

*Acties:*

*Faciliteren haalbaarheidsonderzoek*

*Besluitvorming over financieringsmodellen en gemeentelijke bijdragen: 2015/2016*

#### **9. Structuurversterkende maatregelen**

We stellen een budget beschikbaar om structuurversterkende maatregelen in gang te zetten. Dit wordt ingezet als maatwerk. Denk aan het opstellen van een herverkavelingsplan, het verlenen van een subsidie om te verhuizen of een winkelpand op te knappen.

*Actie: Toepassen structuurversterkende maatregelen in 2015, voor de drie jaar daarna agenderen voor Kadernota 2016*

#### **10. Coördinatie van uitvoering detailhandelsvisie (winkelcoördinator)**

Om de winkelstructuur te versterken en leegstand tegen te gaan, stellen we tijdelijk een winkelcoördinator aan. Deze onderhoudt contacten met eigenaren, winkeliers en makelaars, weet wat er in winkelgebieden speelt, heeft gemeentebreed zicht op de vraag van ondernemers, brengt vraag en aanbod bij elkaar en schept waar nodig voorwaarden om transformatie en gebiedsontwikkeling in gang te zetten. De functie is nadrukkelijk bedoeld als tijdelijke handreiking om structuurversterking in beweging te zetten. Dit vereist een intensieve, individuele benadering en goede interne en externe afstemming. Deze functie krijgt een plek binnen de gemeentelijke organisatie.

*Acties:*

*Nadere omschrijving takenpakket en organisatievorm: eerste kwartaal 2015.*

*Uitvoering: 2015-2018*

#### **11. Deelname aan pilot Aangename Aanloopstraten**

Om een succesvolle strategie voor aanloopstraten te ontwikkelen, melden we de aanloopgebieden van Stadshart Zaandam aan als project voor het experimentenprogramma Aangename Aanloopstraten van Platform31, subthema bestemmen en verkleuren. Dit experiment zoekt proactief de hobbels op in de weg naar compactere winkelgebieden en prettige aanloopstraten. Met deze pilot willen we gezamenlijk antwoorden vinden op vragen als: Kun je schuiven met winkels en eigendom? Kun je de juiste partijen binden? Welke invulling is er voor leegstaande winkels? Wat kost het, wat kan het opleveren en wat zijn bruikbare financiële instrumenten?

*Actie: Start met aanloopgebieden stadshart Zaandam als pilot Aangename Aanloopstraten: 2015.*

#### **12. Monitoring en evaluatie**

De ontwikkelingen in de detailhandel zijn moeilijk te voorspellen. Om een vinger aan de pols te houden zullen we de belangrijkste ontwikkelingen jaarlijks monitoren. Daarbij wordt in ieder geval aandacht besteed aan de ontwikkeling van het aantal verkooppunten, vierkante meter winkelruimte, leegstand, aantal banen en van het aantal bezoekers aan Zaandam-centrum. De jaarlijkse rapportage aan het DB van de stadsregio over de transformatieopgave van winkellocaties op Zuiderhout wordt hierin meegenomen. Een aantal indicatoren heeft al een plek in de begroting gekregen. De jaarlijkse monitoring is een goede aanleiding om met het Platform Detailhandel en aangesloten winkeliersverenigingen het gesprek aan te gaan over de actuele stand van zaken. Ook de provincie monitort de ontwikkelingen in de detailhandel. De provincie bereidt een nieuw koopstromenonderzoek voor, dat inzicht biedt in de mate van binding van consumenten, koopkrachttoevloeiing – en afvloeiing. Gemeenten kunnen hierin meeliften.

Halverwege de looptijd van deze visie hebben wij een tussentijdse evaluatie met mogelijke actualisatie voor ogen.

*Acties:*

*Jaarlijkse monitoring 2015-2018*

*Besluit over deelname Koopstromenonderzoek 2015: 2015*

*Tussentijdse evaluatie: 2019*

#### **8.3 Financiën**

Het is een plan voor vier jaar waarvan we de dekking als volgt gaan regelen. Voor het eerste jaar, 2015, reserveren we een bedrag van € 30.000 voor versterking van de winkelstructuur. Dit bedrag is bestemd voor structuurversterkende maatregelen. Dekking hiervan vindt plaats vanuit het budget van de Economische Structuurvisie. De functie van winkelcoördinator krijgt een plek binnen de bestaande formatie van de sector Stedelijke Ontwikkeling en vereist in 2015 geen extra financiële middelen.

In de Kadernota 2016 zal een voorstel komen voor de periode drie jaren erna (2016-2018).

Voor deelname aan de pilot Aangename Aanloopstraten is een bedrag van € 10.000 vereist. Hiervoor is dekking vanuit het programma Inverdan.

#### **Bijlage 1: Begrippenlijst**

**Aanloopstraat:** straat bij een winkelcentrum met als kenmerken sterke functiemenging, ligging bij bronpunten zoals een parkeergarage, versnipperd eigendom, broedplaats voor starters, lager huurniveau.  
**Afhaalcentrum:** een locatie waar de consument uitsluitend of overwegend via internethandel bestelde goederen kan afhalen of retourneren, waar uitsluitend logistiek en opslag van bestelde goederen gedurende een korte periode plaatsvindt en waarbij geen spraken is van uitstalling ten verkoop  
**A-locatie:** winkelgebieden worden ingedeeld op basis van passantentellingen. De A-locaties hebben het hoogste aantal passanten.

**Bronpunten:** een bronpunt heeft een entreefunctie voor een bepaald gebied. Dit kunnen parkeergarages, parkeergebieden als ook OV-stations voor bus of trein zijn.

**BVO (bedrijfsvloeroppervlak):** totale vloeroppervlakte van een winkel inclusief bijbehorende magazijnen en overige dienstruimte

**Dagelijks aanbod:** winkels gericht op levensmiddelen en persoonlijke verzorging.

Detailhandel: het bedrijfsmatig te koop aanbieden (waaronder de uitstalling ten verkoop), verkopen, verhuren en leveren van goederen aan personen die goederen kopen of huren voor gebruik, verbruik of

aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit

GDV (grootschalige detailhandelsvestiging): bij dit type winkel is niet het volume van het artikel bepalend, maar de omvang van de winkel. Het gaat om winkels met een vloeroppervlak van minimaal 1.500 m<sup>2</sup>. Voor grootschalige detailhandel gelden in principe geen branchebeperkingen (definitie Stadsregio Amsterdam).

Internetverkoop met beperkte winkelfunctie: opslag en distributie voor internetverkoop, waar een elektronische transactie tot stand komt, met opslag- en verzendfunctie, beperkte mogelijkheid tot afhalen en afrekenen en beperkte mogelijkheid goederen ter plaatse te bekijken.

Internetverkoop zonder winkelfunctie: opslag en distributie voor internetverkoop, waarbij de handel via internet en andere media verloopt, waarbij geen sprake is van rechtstreeks contact tussen verkopende en kopende partij, zonder showroom, waarbij de levering van producten hoofdzakelijk plaats vindt via de post- of koeriersdiensten.

Hoofdwinkelgebied: het belangrijkste en daardoor grootste winkelgebied van een woonplaats. Het bestaat uit een kernwinkelgebied en aanloopstraten.

Kernwinkelgebied: belangrijkste winkelgebied binnen een hoofdwinkelgebied.

Koopkrachtafvloeiing: mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen doen in winkels die gevestigd zijn buiten dat gebied.

Koopkrachtbinding: mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen doen in winkels die gevestigd zijn in dat gebied.

Koopkrachttoevloeiing: mate waarin inwoners van buiten een bepaald gebied bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied zijn gevestigd.

Koopstromen: koopkrachtbewegingen door binding, afvloeiing en toevloeiing van koopkracht.

Niet-dagelijks aanbod: alle winkels, uitgezonderd het dagelijkse aanbod.

Ondersteunende centra: winkelgebieden die bestaan naast het hoofdwinkelcentrum. Veelal gericht op dagelijkse boodschappen voor inwoners uit de wijk.

PDV (perifere detailhandelsvestiging): winkels in dit segment verkopen volumineuze artikelen. Het gaat om winkels die producten verkopen die - door aard en omvang - een groot winkeloppervlak nodig hebben en niet in kernwinkelgebieden en wijkwinkelcentra passen. Het betreft bouwmarkten, grootschalige meubelbedrijven, verkoop van explosiegevaarlijke stoffen e.d. De term perifeer betekent in deze context perifeer ten opzichte van de bestaande winkelgebieden, maar wel binnen de bebouwde kom (definitie Stadsregio Amsterdam).

Traffic-locaties: locaties waar grote vervoersstromen samenkomen zoals bij stations, benzinestations, ziekenhuizen, universiteiten, kantoorlocaties, recreatieve centra en transferia.

Vloerproductiviteit: omzet per vierkante meter, een kengetal voor het functioneren van een winkel.

Webwinkel: bedrijfsactiviteit waarbij er geen sprake is van fysiek klantcontact, en verzending van goederen uitsluitend digitaal en per post geschiedt. Feitelijk gaat het niet om detailhandel in de klassiek zin van het woord, maar is het een bedrijfsactiviteit vanuit huis, kantoor of fabriek/bedrijf.

Winkelgebied: concentratie van winkels die voor consument waarneembaar is als eenheid.

WVO (winkeloppervlak): het winkeloppervlak dat in gebruik is voor de directe verkoop van goederen. Het totale bedrijfsvloeroppervlakte minus eventueel kantoor-, personeels- en magazijnruimte, toiletten.

### **Bijlage 2: Bronnen**

Randstedelijk koopstromenonderzoek 2011

Metropoolregio Amsterdam, Ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel, Bureau Stedelijke Planning, dec. 2012

Verkenning transformatiemogelijkheden PDV Zaanstad, Projectbureau herstructurering, april 2014

Zaanstad, regionaal behoefte onderzoek perifere detailhandel Zuiderhout-Noord, BRO, 2014

Distributief onderzoek supermarkt Stationsplein Zaandam, Bureau Stedelijke Planning, maart 2012

Locatus, databron winkelvestigingen, stand 2014

Winkelgebied van de toekomst, Platform31, Detailhandel Nederland, Stedennetwerk G32, februari 2014

Van winkel tot afhaalpunt, internetverkoop en ruimtelijk detailhandelsbeleid, DTNP

Tussenevaluatie 2003-2013, programma Inverdan, 2014

Toekomstvisie positionering deelgebieden centrum Zaandam, DTNP, 2008

Leegstandsmonitor, www.dtnp.nl, DTNP, 2014

Evaluatie zondagopenstelling, Onderzoek en Statistiek gemeente Zaanstad, oktober 2014

Detailhandelsbeleid Noord-Holland 2015-2020, provincie Noord-Holland, in ontwerp, 28 oktober 2014

Herijking detailhandelsbeleid Stadsregio Amsterdam, BRO, maart 2015

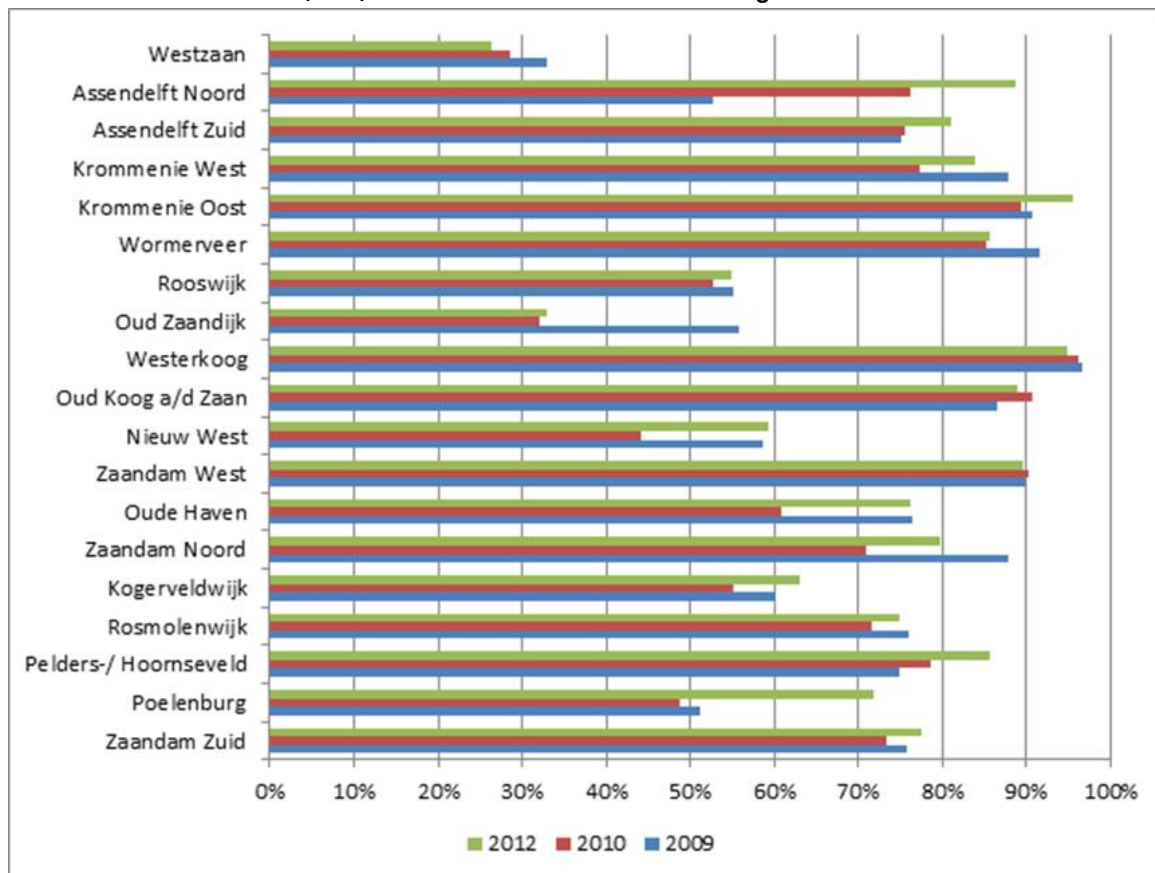
### **Bijlage 3: Winkel als wijkvoorziening**

**a: Afstand tot grote supermarkt en overige dagelijkse levensmiddelen, per wijk, 2013**

Onderwerper	Detailhandel								
	Afstand tot grote supermarkt km	Winkels dagelijkse boodschappen			Afstand tot ov. dagel. levensmiddelen km	Aantal overige dagelijkse levensmiddelen			
		Aantal grote supermarkten	Aantal			Aantal			
Regio's		Binnen 1 km	Binnen 3 km	Binnen 5 km		Binnen 1 km	Binnen 3 km	Binnen 5 km	
Zaanstad	0,7	2,0	11,4	21,5	0,5	7,7	43,4	79,1	
Zaandam Zuid	0,4	3,7	17,1	25,9	0,3	15,3	58,0	88,3	
Poelenburg	0,4	2,5	14,8	25,0	0,3	6,5	53,2	89,1	
Peld. H. seveld	0,6	1,6	17,2	26,6	0,6	4,5	60,9	91,8	
Rosmolenwijk	0,5	3,3	20,5	27,5	0,3	18,0	69,0	98,6	
Kogerveldwijk	0,7	1,2	15,1	27,9	0,6	4,5	56,7	97,1	
Zaandam Noord	0,9	1,3	4,4	22,3	0,6	3,0	21,2	81,9	
Oude Haven	0,7	3,9	15,7	24,4	0,6	17,2	54,1	86,6	
Zaandam West	0,4	3,5	17,8	27,8	0,4	11,3	67,1	97,4	
Nieuw West	0,8	0,8	12,9	25,5	0,7	2,4	45,0	88,8	
Oud Koog	0,4	2,4	12,0	30,9	0,3	9,5	48,4	109,7	
Westerkoog	0,6	1,7	6,0	21,7	0,5	5,7	25,7	82,9	
Oud Zandijk	1,2	0,3	9,2	26,6	0,4	7,7	40,1	109,6	
Rooswijk	0,7	0,9	6,4	22,6	0,6	2,7	28,7	81,2	
Wormerveer	0,6	2,5	9,6	18,1	0,6	7,8	43,6	80,9	
Krommenie Oost	0,6	2,5	10,0	16,2	0,4	14,6	43,7	66,4	
Krommenie West	0,9	1,5	6,8	12,8	0,8	4,8	32,6	52,0	
Assendelft-Zuid	0,9	1,5	3,5	8,8	0,6	3,1	10,0	35,0	
Assendelft-Noord	0,8	1,3	8,2	15,4	0,7	6,5	36,8	57,9	
Westzaan	0,7	0,8	2,4	11,4	0,8	1,3	4,3	41,5	

Bron: CBS/Locatus

**B: Aandeel inwoners dat (zeer) tevreden is met winkelvoorzieningen in de buurt**



Bron: Zaanpeiling, 2013

**Bijlage 4: Scores ondersteunende centra op compleet, compact en comfortabel**

winkelgebied      wijk      gebied      supermarkt      dagelijks      afgebakend      verkeer      verblijf

Rosariumplein	Krommenie				0	
De Saen	Assendelft Noord					
Dorpsstraat	Assendelft Zuid				-	
Kerkbuurt	Westzaan	-	0	-	-	
Rooswijk	Rooswijk	-	0			0
Westerkoog	Westerkoog	0				
A8 - Raadhuisstraat	Oud Koog			-	-	
Kalf	Zaandam Noord	0				
Westerwatering	Nieuw West					0
Zilverschoonplein	Kogerveldwijk	-		-		0
Vermiljoenweg	Peld.Hoornseveld					0
Gibraltar	Peld.Hoornseveld					
Lobeliusstraat	Poelenburg		0	-	0	-
Zuidlijk	Zaandam Zuid		-	-	-	0

**Criteria**

gebied	Is het verzorgingsgebied groot genoeg (min. 7.500 inwoners, voorkeur min. 10.000 inwoners)
supermarkt	Is er minimaal één goed functionerende supermarkt gevestigd?
dagelijks afgebakend	Is er naast de supermarkt een compleet pakket aan dagelijkse benodigdheden? (bakker, slager etc)
verkeer	Gaat het om een duidelijk afgebakend, logisch en herkenbaar winkelgebied?
verblijf	Is het winkelgebied niet alleen voor langzaam verkeer toegankelijk, maar goed bereikbaar per auto en is er voldoende parkeergelegenheid?
	Kent het winkelgebied een aangenaam verblijfsklimaat?