

Horeca visie Zaanstad

Inhoud

1. Vooraf

- 1.1 Deze visie geeft richting en biedt ruimte voor vernieuwing
- 1.2 Meer aantrekkingskracht, dat heeft de Zaanse horeca nodig!
- 1.3 Positieve verwachtingen, als we corona achter ons kunnen laten
- 1.4 Het beleid van de gemeente zet in op vijf focusgebieden voor toerisme en horeca

2. Analyse van vraag en aanbod in de Zaanse horecasector

- 2.1 Het horeca-aanbod vergeleken met de vraag
- 2.2 Horeca-aanbod en potentiële vraag in de komende vijf jaar
- 2.3 Mogelijkheden voor toevoeging wanneer de horeca haar aanbod diverser en aantrekkelijker weet te maken
- 2.4 Verwachte effecten van de coronacrisis op de korte en de lange termijn
- 2.5 Betekenis van de horeca voor de strategische doelen van de Zaanse Omgevingsvisie

3. Visie

- 3.1 Horeca kan een belangrijke rol spelen in de ontwikkeling van de stad
- 3.2 Kwaliteit en diversiteit
- 3.3 Visie per deelgebied
- 3.4 De uitzondering bevestigt de regel: altijd ruimte voor unieke ideeën

4 Van visie naar uitvoering

- 4.1 Aanmoedigen en samenwerken
- 4.2 Beleid en spelregels
- 4.3 Het juridische kader
- 4.4 Openingstijden
- 4.5 Openbare orde, veiligheid en handhaving

Bijlage 1

Bijlage 2

1. Vooraf

Zaanstad is een stad met ambitie. In de komende twintig jaar willen we tienduizenden woningen extra realiseren, deels door intensivering in de bestaande stad, deels door transformatie van onderbenutte terreinen zoals de Achtersluispolder en het Hembrugterrein. Al die woningen en bewoners erbij vormt een belangrijke aanjager van de ontwikkeling van de stad. Maar groei is geen doel op zich. Het programma MAAK.Zaanstad stelt: groei is een middel om de kwaliteit van de stad te verhogen.

De Zaanse horeca kan profiteren van de groei die de stad de komende decennia doormaakt. En tegelijkertijd levert ze een bijdrage aan onze ontwikkeling, door de stad aantrekkelijker te maken voor bewoners en bezoekers, door beter in te spelen op de wensen van de consument, door ontmoetingsplekken te laten ontstaan waar het sociale leven kan bloeien.

In deze visie zoeken we een nieuw evenwicht. Want op sommige plaatsen in onze stad is er een zeer ruim aanbod aan horeca, terwijl er op andere plekken grote behoefte is aan restaurants, cafés, terrassen en andere prettige ontmoetingsplekken. Er is behoefte aan meer diversiteit in het aanbod, niet alleen voor de bezoekers die we trekken, maar ook voor onze eigen bewoners. En waar blijft die Zaanse horecaondernemer die met een gedurfd concept een Michelinster weet te veroveren.

Het doel van deze Horeca visie kunnen we als volgt samenvatten: Samen met de ondernemers uit de stad werken we aan een divers en duurzaam horeca aanbod van goede kwaliteit. Een aanbod dat aansluit op de behoeften van de bewoners van Zaanstad, dat aantrekkingskracht heeft op bezoekers en past bij de ontwikkeling van stad en maatschappij.

Deze visie op de toekomst van de horeca in Zaanstad maakt deel uit van een drieluik, samen met een nieuwe visie Verblijfsaccommodaties (waaronder hotels) en de nieuwe Toeristische visie. De drie be-

leidsstukken versterken elkaar, maar ze kunnen afzonderlijk worden gelezen. Waar nuttig en nodig geven wij de kruisverbanden aan tussen de drie visies.

De horeca in Zaanstad verkend

De Horeca visie gaat simpel gezegd over alle horeca behalve de Hotels (zie daarvoor de Visie Verblijfsaccommodaties).

Het horeca adviesbureau Van Spronsen & Partners heeft een verkenning gemaakt van de Zaanse horeca. In die verkenning onderscheidt Van Spronsen drie sectoren:

- *De drankensector*: cafés, bars, discotheken, party- en zalencentra, kiosken maar ook verkooppunten bij sportclubs en buurtcentra. Het gaat om 75 ondernemingen in Zaanstad.
- *De restaurantsector*, met 61 ondernemingen in Zaanstad.
- Tenslotte de *fastservice* sector, met 149 bedrijven in Zaanstad sterk aanwezig. Hieronder vallen bijvoorbeeld lunchrooms, ijssalons en afhaalbedrijven, naast shoarma-bedrijven en grillrooms.

Voor alle drie de sectoren is onderzocht hoe de markt zich heeft ontwikkeld en wat de perspectieven zijn voor de toekomst. Het onderzoek werd opgezet in samenwerking met een aantal leden van Koninklijke Horeca Nederland Zaanstreek die zitting namen in de begeleidingsgroep.

De resultaten van het onderzoek zijn besproken met tientallen ondernemers uit de Zaanse horecasector, aangevuld met enquêtes onder de ondernemers en een Zaanpeiling. Deze Horeca visie heeft kortom een stevige basis.

1.1 Deze visie geeft richting en biedt ruimte voor vernieuwing

In een stad die de komende decennia een krachtige ontwikkeling gaat doormaken, met -volgens de verwachting- een groei naar meer dan 200.000 inwoners, is horeca vanzelfsprekend belangrijk voor het leefklimaat, de verblijfskwaliteit en de beleving van de stad.

De aanwezigheid van goede horeca kan zelfs een vestigingsfactor zijn voor bedrijven en bewoners. En we vergeten natuurlijk niet hoe belangrijk horeca kan zijn voor de aantrekkingskracht van de stad op toeristische bezoekers, en welke rol horeca kan spelen bij het bereiken van de gewenste spreiding van het toerisme.

Wat is er nodig om de horeca in Zaanstad sterker te maken? Horeca speelt altijd in op de locatie waar ze gevestigd is, vandaar dat we een ruimtelijk-economische visie presenteren, die aangeeft welke horeca op welke locatie gewenst is en welk instrumentarium nodig is om daarop te sturen.

Horeca die bijdraagt aan de kwaliteit en identiteit van de stad is meer dan welkom! Maar op sommige locaties kunnen we ook spreken van een te veel aan horeca (of horeca die niet op de juiste plek ligt). Vandaar dat we in gesprek willen met ondernemers over kwantiteit en kwaliteit. De visie geeft richting (en biedt dus duidelijkheid aan ondernemers) maar biedt ook flexibiliteit, geeft ruimte voor vernieuwing. Het resultaat: een horeca visie die de kaders biedt waarbinnen initiatieven zich kunnen ontwikkelen en die ondernemers stimuleert tot samenwerking en vernieuwende concepten. Zo kan het totale aanbod worden verbreed en verbeterd.

1.2 Meer aantrekkingskracht, dat heeft de Zaanse horeca nodig!

Een breed horeca-aanbod is aantrekkelijk voor de Zaanse kanters, maar ook voor bezoekers van de stad. Denk aan de toeristische bezoeker, mensen die in Zaanstad overnachten om de regio te bezoeken of aan het toenemend aantal toeristen dat in Zaandam verblijft op een riviercruiseschip. Winkelen is steeds minder 'boodschappen doen' en steeds meer 'vermaak'.

Winkelgebieden worden aantrekkelijker met ondersteunende horeca, winkelend publiek kan het verblijf verlengen door ook de horeca te bezoeken. Kortom: horeca in combinatie met winkels en toeristische attracties maakt de stad compleet.

Uit onderzoek blijkt dat de bezoekers in Zaanstad nog altijd relatief weinig gebruik maken van horeca. Het gebruik van lunch of diner en het terrasbezoek ligt hier aanzienlijk lager dan in andere steden. Van alle bestedingen die tijdens de bezoeken aan Zaanstad werden gedaan in 2019, vond 28% in de horeca plaats; gemiddeld is dat 38% in Nederland (Toeristisch bezoek aan steden NBTC-NIPO).

Meer diversiteit in het culinair aanbod van Zaanstad

Een veel gehoord geluid is dat er in Zaanstad weinig te kiezen is wat betreft eetgelegenheden, met name in het stadshart van Zaandam. De diversiteit kan een stuk beter. De Atlas van Nederlandse gemeenten (2019) lijkt dat beeld te bevestigen: Zaanstad scoort voor culinair aanbod (kwaliteitsrestaurants) een 42ste plaats op een ranglijst van 1 tot 50.

1.3 Positieve verwachtingen, als we corona achter ons kunnen laten

Met de toekomstvisie MAAK.Zaanstad heeft Zaanstad gekozen voor verbetering van de leefomgeving in de gemeente via verdere verstedelijking (met een groei van circa 20.000 woningen in de periode tot 2040) en economische diversificatie. We verwachten op termijn een groei van de bevolking met minstens 30.000 inwoners (bron: Zaanstad.incijfers.nl). Groei is, zoals hiervoor al opgemerkt, geen doel op zich, maar vooral ook een middel om kwaliteit aan de stad toe te voegen. Dat wil zeggen: meer diversiteit in het woningaanbod, meer ruimte om te ondernemen en een uitgebreider aanbod van voorzieningen als cultuur, sport en horeca, dat aansluit bij de diversiteit van haar inwoners. Om zo de kwaliteit van leven in Zaanstad te verhogen, van wonen, werken, leren en plezier maken.

Deze ontwikkeling gaat enkele decennia in beslag nemen. De Horeca visie kijkt vooral naar de komende vier, vijf jaar, waarin de stad reeds groeit in een gestaag tempo.

Wat gaat dat betekenen voor de horecasector in Zaanstad, en hoe kunnen we daar als stad, met bewoners en ondernemers, het beste van maken?

Op het moment dat we deze Horeca visie schrijven (medio 2021) ligt de toeristische sector nog praktisch stil door de corona-pandemie. De noodzakelijke maatregelen tegen de verspreiding van het virus trekken ook een zware wissel op de horecasector in Zaanstad. We kunnen nog niet voorspellen hoe de bestedingen van toeristen en bewoners zich zullen ontwikkelen als de corona-beperkingen worden opgeheven. Ervaringen uit het verleden suggereren dat het 2 tot 3 jaar duurt voor het toerisme weer op het oude peil is. Daarna wordt echter opnieuw een sterke groei verwacht, een voortzetting van de tendens uit het verleden waardoor het totale toeristische bezoek aan Zaanstad tot 2040 opnieuw met 25% zou kunnen groeien. Wanneer die groei wordt gerealiseerd is dat natuurlijk een kans voor de horeca in Zaanstad.

1.4 Het beleid van de gemeente zet in op vijf focusgebieden voor toerisme en horeca

Zoals we hierboven al opmerkten maakt de Horeca visie deel uit van een drieluik, samen met een nieuwe Visie Verblijfsaccommodaties (waaronder hotels) en de nieuwe Toeristische Visie.

Toeristische visie

Op dit moment werken we aan een nieuwe versie van de Toeristische visie, waarin de gemeente integraal kijkt naar toerisme en recreatie. Dit maakt het mogelijk om bijvoorbeeld de voorzieningen voor de toerist (waaronder horeca) te verbinden aan de behoeften van de recreant (die vaak uit Zaanstad of omgeving komt). Zo hebben inwoners ook voordeel van het feit dat er toeristen komen en ontstaat er een groter draagvlak voor het toerisme en de voorziening. De opgave is om bij groeiend toerisme en recreatie de leefbaarheid te beheersen en de Zaanse identiteit te benutten en te behouden.

De Toeristische visie zet in op een aantal focusgebieden, waarbij per focusgebied is benoemd welke doelgroepen daar het beste bij passen. Dit zijn de 5 focusgebieden:

- Stadshart,
- Noordzeekanaalgebied (Hembrug, Achtersluispolder),
- De Zaanbocht in Wormerveer,
- De Zaanse Schans, en tenslotte:
- Het buitengebied, de veenweiden rondom Zaanstad.

Bij elk focusgebied passen bepaalde doelgroepen.

We zoeken bij het selecteren van doelgroepen en leefstijl de verbinding met Zaanse leefstijlen.

Wat betreft toerisme komt de focus in het stadshart te liggen bij gezinnen en jongeren, in het buitengebied bij mensen die inzicht en rust zoeken, op het Hembrugterrein en in Wormerveer bij toeristen op zoek naar inzicht en stijl.

Dit soort concepten kunnen een grote rol spelen bij de keuze voor de juiste horeca op de juiste plek. Aansluiten bij deze doelgroepen/leefstijlen vergroot de kans op succes voor horecaondernemers.

Visie Verblijfsaccommodaties

Hotels zijn niet opgenomen in deze Horeca visie, omdat we het aanbieden van overnachtingen in een breder perspectief willen bekijken. Er is immers een heel scala aan verblijfsaccommodaties ontstaan (B&B, Airbnb, short stay, enzovoort) die soms concurreren met hotels (maar niet onder horeca worden gerekend), soms ook gericht zijn op heel specifieke doelgroepen.

De Visie Verblijfsaccommodaties, die tegelijk met de Horeca visie is ontwikkeld, laat zien dat het aantal hotelovernachtingen in de Zaanstreek in de 5 jaar tot 2019 per jaar met gemiddeld 14,6% is gestegen. Ook de andere vormen van overnachten zijn in die periode toegenomen. De verwachting is dat deze

groeit zich voortzet wanneer we de coronacrisis definitief achter ons laten (wat waarschijnlijk wel 2 á 3 jaar zal duren).

De verwachte stijging van het aantal overnachtingen (zakelijk en toeristisch) heeft een positief effect op de kwantitatieve en kwalitatieve vraag naar horeca (de verwachte stijging is dan ook meegenomen in de analyse van de vraag naar Horeca, zie hoofdstuk 2 hieronder).

Daarbij is er enige onzekerheid over de ontwikkeling van het aantal zakelijke overnachtingen. Door Corona is er de afgelopen tijd veel digitaal gewerkt, omdat face to face contact niet mogelijk was. Er zijn tekenen dat bedrijven en organisaties willen blijven inzetten op vergaderen via Zoom en andere digitale platformen. Dit kan leiden tot een afname in de behoefte aan zakelijk reizen.

Detailhandelsvisie Zaanstad (2015-2025)

De toekomstkansen van horecaondernemingen in Zaanstad zijn natuurlijk sterk gerelateerd aan de ontwikkeling van winkelstraten en centrumfuncties in de stad. De Detailhandelsvisie werkt toe naar een krachtige hoofdstructuur voor de detailhandel, met compacte en kansrijke winkelgebieden.

Kern van die visie: winkelgebieden veranderen van Places to Buy naar Places to Be. Kortom: beleving en ontmoeten worden belangrijker dan winkelen. In deze transformatie die meer gericht is op beleving kan Horeca een belangrijke rol spelen. De detailhandelsvisie schetst een hoofdstructuur met drie voornamelijk winkelgebieden (stadshart Zaandam, Wormerveer-centrum en Krommenie-centrum). In deze Horeca visie zijn dat dus ook focusgebieden voor horeca.

2. Analyse van vraag en aanbod in de Zaanse horecasector

2.1. Het horeca-aanbod vergeleken met de vraag

Hoe gaat het eigenlijk met de horecasector in Zaanstad? Het hierboven al aangehaalde onderzoek door Van Spronsen & Partners geeft interessante inzichten. Uit de inventarisatie (zie bijlage 2) van het aanbod aan horecagelegenheden in Zaanstad blijkt dat in zowel Zaanstad als geheel als in het stadscentrum (Zaandam) sprake is van een hoge horecadichtheid. Dat verklaart mogelijk de beperkte groei van de afgelopen jaren (vóór corona).

Zaanstad telt 285 horecabedrijven met een totaaloppervlakte van 31.000 m². Het centrumgebied van Zaandam alleen heeft 177 horecagelegenheden met een oppervlakte van 21.000 m². Die aantallen zijn in een benchmark (een vergelijkend onderzoek) afgezet tegen het horeca-aanbod in soortgelijke steden zoals Purmerend en Schiedam, en gemeenten als Almere, Haarlemmermeer (zonder Schiphol) en Alkmaar.

De hoge horecadichtheid geldt niet voor alle drie de segmenten in gelijke mate

- Binnen de *drankensector* is het aantal ondernemingen in zowel Zaanstad (75) als Zaandam (51) fors, in verhouding tot de benchmark. De drankensector staat de laatste jaren onder druk. We hebben het hier over cafés, bars, discotheken, party- en zalencentra, kiosken en verkooppunten bij sportclubs en buurtcentra.
- De *restaurantsector* laat een heel ander beeld zien. In deze sector ligt het aantal bedrijven (61) in Zaanstad beduidend lager dan in vergelijkbare steden. Gekeken naar het aantal m² is de dichtheid wél hoog. Dit komt hoogstwaarschijnlijk door de grote omvang van sommige restaurants. Hoewel het aantal restaurants in de afgelopen jaren is toegenomen, heeft deze sector in Zaanstad niet dezelfde groei doorgemaakt als in de vergelijkbare steden. Het hogere culinaire segment is in het geheel niet vertegenwoordigd. Wel is de score van de restaurants op The Fork (digitaal beoordelingsplatform voor restaurants) hoog.
- De *fastfood-sector* is met 149 bedrijven in Zaanstad sterk aanwezig. Vooral de totaaloppervlakte ligt een stuk hoger dan de benchmark. De afgelopen jaren zijn er veel lunchrooms bijgekomen. Ook het aantal shoarmazaken en grillrooms is relatief groot. Het aantal ijssalons en afhaalbedrijven is vergelijkbaar met de steden uit de benchmark.

Om te beoordelen of het aantal horecazaken aan de hoge of de lage kant ligt, moeten we de vraag onderzoeken. Daarbij moet je denken aan de horecavraag van bewoners, bezoekers, toeristen en bedrijven. Uit de analyse blijkt dat de vraag naar horeca in Zaanstad beperkt is in vergelijking met de benchmark.

2.2 Horeca-aanbod en potentiële vraag in de komende vijf jaar

Het huidige horeca-aanbod in de deelgebieden

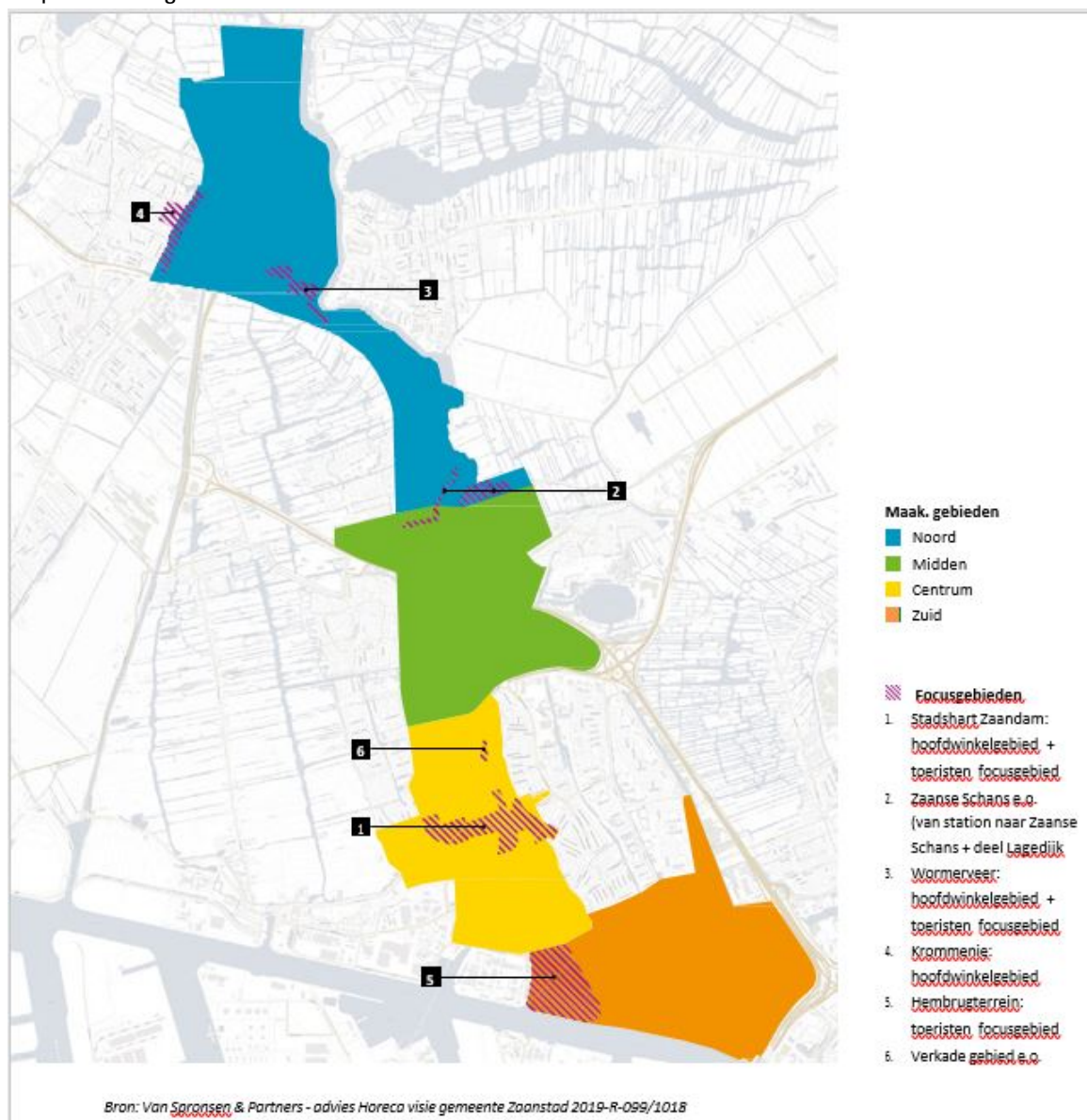
We hebben het horeca-aanbod onderzocht op die plekken waar nu veel horeca is. Ook hebben we gekeken naar het aanbod in de MAAK. Gebieden. Het aantal inwoners in die delen van de stad zal de komende jaren toenemen.

De bevolkingssamenstelling wordt daar naar verwachting diverser.

Uit de analyse van het aanbod blijkt dat het stadshart Zaandam het concentratiegebied is voor horeca. Alle segmenten zijn sterk vertegenwoordigd. Het centrum van Zaandam is opgedeeld in vijf deelgebieden, met ieder zijn specifieke aanbod en potentie.

De horeca in Krommenie en Wormerveer is op orde en sluit aan bij het verzorgingsgebied. Op beide plekken is het aanbod aan fastfood-bedrijven wel aan de hoge kant.

Het horeca-aanbod in de omgeving Zaanse Schans is beperkt, gezien het hoge aantal bezoekers. Tegelijkertijd is de horecavraag laag en blijft dat naar verwachting ook zo. Het MAAK. Gebied Zuid heeft nu nog nauwelijks horecavoorzieningen. Hier kan horeca een bijdrage leveren aan gebiedsontwikkeling en placemaking.



Ook de potentiële vraag is onderzocht

- Het aantal inwoners (155.000 in 2018) zal tot 2025 naar verwachting van het CBS met 4% toenemen. Vooral het aandeel 55-plussers groeit, terwijl het aandeel studenten en jongvolwassenen slinkt.

De horecavraag van de bewoners blijft aan de lage kant, ook gezien het doorsnee inkomen dat in Zaanstad 17% lager ligt dan het Nederlandse gemiddelde.

- De horecavraag van toeristen zal de komende jaren naar verwachting toenemen, omdat het dag- en verblijfstoerisme groeit. Het aantal winkeltoeristen neemt af.
- Ook de vraag naar horeca vanuit de zakelijke sector vertoont een stijgende lijn, waarbij het overigens nog onzeker is of het aantal zakelijke hotelgasten na Corona weer zal groeien. Het aantal werkplekken in Zaanstad neemt iets toe, wat ook tot extra vraag gaat leiden.

Hoeveel geeft de horecabezoeker uit?

Met de verwachte cijfers voor 2025 is per horeca-segment een inschatting gemaakt van de bezoekersfrequentie en de gemiddelde besteding per bezoek. De cijfers in de onderstaande tabel laten zien dat het omzetspotentieel in Zaanstad in 2025 wordt geschat op ongeveer 110 miljoen euro: ruim 40 miljoen euro in restaurants, 25 miljoen euro in de dranksector en 43 miljoen bij fastfood-bedrijven.

Daarbij is de verwachting dat particulieren het meest besteden (59%), gevolgd door toeristen (24%) en zakelijke bezoekers (17%).

NB De coronacrisis kan van invloed zijn op deze cijfers. Zie ook paragraaf 2.4.

inschatting bezoekersfrequentie en gemiddelde besteding per bezoek				
Uitbreidingsruimte Zaanstad	Restaurant	Drank	Fastservice	Totaal
Omzetspotentieel 2025	€ 40.797.027	€ 25.418.809	€ 43.582.948	€ 109.798.784
Normomzet per m ²	€ 3.500	€ 2.500	€ 4.000	€ 3.356
oppervlakteafond (m ² vvo)	11.656	10.168	10.896	32.720
Huidige oppervlakte (m ² vvo)	10.695	9.693	10.632	31.020
Uitbreidingsruimte (m ²)	961	475	264	1.700
Vertaling naar aantal bedrijven				
Gemiddelde oppervlakte	175	131	73	110
Uitbreidingsruimte (aantal bedrijven)	5,5	3,6	3,6	12,7
Huidig aantal bedrijven	61	74	146	281
Toekomstig aantal bedrijven	66	78	150	294
Groei 2020-2025	9%	5%	2%	5%
Gemiddelde omzet per bedrijf	€ 613.648	€ 327.466	€ 291.288	€ 373.812

Bron: Van Spronsen & Partners - advies Horeca visie gemeente Zaanstad 2019-R-099/1020

De horecasector moet een bepaald bedrag per vierkante meter omzetten wil ze levensvatbaar zijn. Biedt de verwachte omzet van 109 miljoen euro in 2025 ruimte voor verdere groei? Voor het bepalen van de verwachte omzet zijn gemiddelde cijfers uit vergelijkbare steden gebruikt die gecorrigeerd zijn voor de Zaanse situatie. De minimale omzet per vierkante meter is gebaseerd op ervaringscijfers voor horeca-bedrijven in gemeenten die vergelijkbaar zijn met Zaanstad.

N. B.: De pandemie heeft ook de totstandkoming van deze visie vertraagd. De cijfers die we hierboven aanhalen zijn afkomstig uit september 2019. Recentere cijfers van afgelopen zomer 2020 laten overigens (nog) geen aanmerkelijk verschillen zien, de trend lijkt hetzelfde te blijven.

Deze cijfers wijzen allemaal dezelfde kant op.

De bestaande horecagebieden bieden de komende 5 jaar slechts beperkte mogelijkheden tot groei wanneer het geen vernieuwend concept betreft of anders is dan wat reeds aanwezig is. Alleen in de restaurantsector zou dan nog wat uitbreiding mogelijk zijn.

2.3 Mogelijkheden voor toevoeging wanneer de horeca haar aanbod diverser en aantrekkelijker weet te maken

Het onderzoek van Van Spronsen & Partners laat zien dat het Zaanse horeca-aanbod niet altijd aansluit op de vraag. Er blijkt onder bewoners en bezoekers behoefte aan meer diversiteit. Denk aan restaurants in het hogere segment, terrassen aan het water, vegetarische eetgelegenheden en restaurants gespecialiseerd in de oosterse keuken. Gezien het toenemend aantal toeristen met een culturele interesse liggen er ook kansen voor ondernemers die de combinatie van horeca met cultuur kunnen aanbieden.

Horecaondernemers weten maar al te goed dat de wens van de consument continu verandert. Denk bijvoorbeeld aan ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid, gezondheid, ambachtelijkheid en veiligheid. Zo klinkt de roep om terrassen en speciaalzaken steeds luider. Ook is de moderne consument

op zoek naar beleving en zijn er steeds meer ondernemers buiten de horecabranche die klanten aan zich binden door een hapje of drankje te serveren.

Horecaondernemers die met nieuwe concepten willen inspelen op de ontwikkelingen in de markt kunnen rekenen op een luisterend oor bij de gemeente. De sector moet immers blijven vernieuwen. Daarbij is kwaliteit en diversiteit naar de mening van de gemeente belangrijker dan kwantiteit. Niet nog meer vierkante meters horeca erbij, liever concepten die een beter gebruik maken van de bestaande ruimte.

2.4 Verwachte effecten van de coronacrisis op de korte en de lange termijn

De vrijetijdsector wordt hard geraakt door de coronacrisis. Het buitenlandse toerisme ligt voorlopig stil. Veel bedrijven lijden omzetverlies, sommige gaan misschien failliet. Omdat het einde van de crisis nog niet is bereikt, valt moeilijk te zeggen wat precies de consequenties zullen zijn voor het bezoek aan de horeca en welke keuzes ondernemers maken of hebben gemaakt voor het voortbestaan van hun bedrijf. Ondanks deze onzekerheid of misschien wel vanwege deze onzekerheid is het belangrijk nu gezamenlijk de richting uit te zetten, waar we met de horeca naar toe willen in Zaanstad. Zodat als ondernemers voor keuzes staan ze die kunnen maken aan de hand van de Horeca visie.

Deskundigen verwachten dat de reis- en toerismesector zich snel na de crisis zal herstellen. Meerdere bronnen gaan uit van een herstelperiode van twee tot drie jaar (NBTC; Tourism Economics; UNWTO; Rabobank).

Kortom: goed ondernemerschap is nu belangrijker dan ooit. Flexibiliteit en zichtbaarheid kunnen bepalend zijn voor het voortbestaan van het bedrijf.

Rust en ruimte zijn twee kwaliteiten die horecabezoekers op dit moment - en wellicht ook in de toekomst - zeer op prijs stellen. Het virus lijkt zich buiten minder snel te verspreiden. Om die reden worden in de buitenruimte minder strenge regels gehanteerd en geven veel mensen de voorkeur aan een activiteit of ontmoeting buitenshuis. De trend – die al waar te nemen viel vóór de coronacrisis – is dat we steeds liever buiten zitten.

Terrassen worden nog populairder. In principe steunt de gemeente Zaanstad die ontwikkeling, waarbij we natuurlijk ook de belangen van omwonenden en van andere functies (zoals natuur) mee laten wegen.

Een ander gevolg van de coronacrisis is dat mensen zich bewuster worden van onze invloed op de planeet. Dit kan leiden tot een grotere vraag naar duurzame producten en een duurzame bedrijfsvoering.

2.5 Betekenis van de horeca voor de strategische doelen van de Zaanse Omgevingsvisie

In de Omgevingsvisie zijn zes opgaven voor Zaanstad vastgesteld. Per opgave hebben wij bekeken hoe de horeca kan bijdragen aan het behalen van de doelstellingen.

Verstedelijking: Horeca als vestigingsfactor en impuls voor gebiedsontwikkeling

De regio Amsterdam groeit en Zaanstad groeit mee.

Dit betekent meer inwoners, meer bedrijvigheid en meer voorzieningen. De groei vindt met name plaats in de vier MAAK. Gebieden, doordat bedrijventerreinen worden getransformeerd tot woon-werklocaties.

Horeca verlevendigt de stad en kan een vestigingsreden zijn voor zowel bedrijven als bewoners. Een passend horeca-aanbod is van belang als we bijvoorbeeld hoogopgeleiden en kenniswerkers naar Zaanstad willen trekken. Een sterk horecaconcept kan ook bijdragen aan placemaking in ontwikkelgebieden waar nog weinig aantrekkingskracht vanuit gaat.

Groei en verstedelijking moeten echter niet ten koste gaan van leefbaarheid. Daarom is het belangrijk dat de horecabedrijven aansluiten bij het gebruik en de functies van de omgeving.

Economie: Het aantrekken van bezoekers, het faciliteren van ondernemers en het creëren van werkgelegenheid

De juiste horeca op de juiste plek kan een impuls geven aan de toeristische focusgebieden en de kernwinkelgebieden. Bovendien kan horeca bijdragen aan de spreiding van bezoekers over de stad én kan het bezoekers langer houden. Horeca is een mogelijke vestigingsfactor voor bedrijven en creëert directe en indirecte werkgelegenheid. Horecaondernemers hebben daarmee invloed op de Zaanse levendigheid, leefbaarheid en werkgelegenheid.

Verduurzaming: Van het pand en het terras (energie), de bedrijfsvoering (bevoorrading, energie, circulair) en het aanbod

De energietransitie vraagt om een drastische vermindering van de CO₂-uitstoot. Zaanstad heeft als doelstelling klimaatneutraal te zijn tussen 2030 en 2040.

Milieuwet- en regelgeving wordt steeds verder aangescherpt. Zo zijn bedrijven wettelijk verplicht energiebesparende maatregelen te nemen die binnen 5 jaar kunnen worden terugverdiend. Tegelijkertijd biedt duurzaam ondernemen ook financiële kansen. Minder voedselverspilling en een lager water- en energieverbruik brengen de totale bedrijfskosten omlaag.

Op plekken met meerdere horecaondernemers kunnen gezamenlijke afspraken worden gemaakt met de leveranciers (denk aan de herkomst, verpakking en aanvoer van producten). Ook afvalscheiding wordt eenvoudiger bij een gezamenlijke aanpak.

Gezondheid: Gezonde voeding, en een plek voor ontmoeting en samenkomst

De Zaankanter wordt ouder, zit meer en beweegt minder. Het is belangrijk beweging en gezonde keuzes te stimuleren. Bovendien is gezonde voeding, waaronder meer vegetarisch eten, een duidelijke trend. Klanten moeten de optie hebben een gezonde maaltijd te bestellen. Een gezond alternatief op de menukaart geeft ondernemers bovendien inzicht in de behoefte hieraan. Hetzelfde geldt voor alcoholvrij bier, of zelfs alcoholvrije cocktails.

Maar gezondheid omvat meer dan goede voeding alleen. In een gezonde stad moeten mensen zich veilig voelen, elkaar ontmoeten en voor elkaar zorgen. Sociale banden moeten worden gekoesterd. Ouderen mogen niet vereenzamen. Bewoners van verschillende wijken in Zaanstad vinden dat er meer ontmoetingsplekken zouden moeten komen, (zie de wijkanalyses gemaakt in het kader van MAAK.Zaanstad in wijken als Kogerveld en Zaandam Oost). Horeca speelt hierin een rol, bijvoorbeeld door laagdrempelig te zijn en activiteiten te organiseren. Op dit moment wordt gewerkt aan de Maatschappelijke Visie. In het vervolg daarop wordt de Bestuursopdracht Ontmoeten overwogen.

Bij een concentratie van horecagelegenheden kunnen gezamenlijke afspraken over bevoorrading en afval (en daarmee dus beperkt vrachtverkeer) bijdragen aan de leefbaarheid van de omgeving.

Kansengelijkheid: Kans op werk voor iedereen, en de toegankelijkheid van horecabedrijven

De horeca leent zich goed voor sociaal ondernemerschap, bijvoorbeeld door mensen die moeite hebben een baan te vinden aan een geschikte werkplek te helpen. In Zaanstad wonen relatief veel lager opgeleiden. De horeca kan deze groep werkgelegenheid bieden. We zetten daarom ook in op het verbinden van ondernemers met instanties als het UWV en het Werkgeversservicepunt. Toegankelijkheid voor iedereen is de ultieme vorm van gastvrijheid.

Veiligheid: Veilig stappen

Een belangrijk aspect van het veiliger maken van de stad is dat mensen zich ook veilig voelen. Voelen inwoners zich op straat veilig, dan kunnen ze meedoen. Horeca speelt hierin een mogelijke positieve en negatieve rol: enerzijds gaat van horecazaken een sociale controle uit, maar anderzijds kan de horeca ook een onveilig gevoel teweegbrengen, bijvoorbeeld als beschonken mensen na sluitingstijd het café verlaten.

Goede communicatie en duidelijk afspraken tussen ondernemers, toezichthouders, politie, bewoners en bezoekers helpt bij het in stand houden van een veilige omgeving.

Horeca heeft ook te maken met ondermijning, een vorm van zware criminaliteit waarbij voor de uitvoering gebruik gemaakt wordt van legale structuren. Horeca is van ouds een platform voor criminelen. Het wordt gebruikt als ontmoetingsplaats, als witwas vehikel en als plek om status te tonen. Horecagelegenheden worden daarbij ook gebruikt als distributiepunt van onder andere wapens en drugs, het faciliteren van illegaal gokken en of illegale prostitutie. Corona heeft de horeca extra kwetsbaar gemaakt. Horecaondernemers kregen moeite met het creëren van een eigen inkomen, terwijl er door corona minder crimineel geld over de grens kon worden gebracht en er minder crimineel geld werd uitgegeven. De verwachting is dat nu de horeca weer open gaat criminelen hier op zullen investeren inzake witwassen en dat de horeca hiervoor extra kwetsbaar is. Dit is niet specifiek voor Zaanstad, maar is een landelijk fenomeen waar we met z'n allen scherp op moeten letten.

Dit samenkomen van criminaliteit met de horeca heeft sterke invloed op de veiligheid en het gevoel van veiligheid en vraagt daarom om een gestructureerde aanpak, waar sinds 2017 programmatisch invulling aan wordt gegeven (zie ook par 4.5).

3 Visie

3.1 Horeca kan een belangrijke rol spelen in de ontwikkeling van de stad

Een horecasector die goed weet aan te sluiten op de behoeften van bewoners en bezoekers en op nieuwe trends als 'divers', 'duurzaam' en 'gezond' maakt de stad aantrekkelijker en leefbaarder. In gebieden die een transitie doormaken (bijvoorbeeld van industrieterrein naar gemengd woon/werkgebied)

kan horeca de katalysator zijn die een krachtige positieve ontwikkeling op gang brengt. Die positieve rollen van de horecasector wil de gemeente Zaanstad graag ondersteunen, met in het achterhoofd wel het besef dat er in delen van de horeca, en op bepaalde locaties in de gemeente, al meer dan genoeg aanbod is.

Nieuwe horeca die mikt op precies dezelfde klanten als de bestaande bedrijven leidt er alleen maar toe dat de spoeling dunner wordt voor alle ondernemers.

Daar wordt de Zaanse horecasector niet sterker van, integendeel, het verkleint de mogelijkheden van de sector om te investeren in echte vernieuwing.

Deze visie biedt dus ruimte voor diversiteit, kwaliteits-verbetering en vernieuwing in de Zaanse horecasector. Daarbij maken we onderscheid tussen de verschillende focusgebieden. Op sommige plekken in de stad zal vernieuwing vooral neerkomen op vervanging van niet meer goed functionerende horecaconcepten. Op andere plekken gaat het juist om het toevoegen van nieuwe ontmoetingsplekken waar de wijk een grote behoefte aan heeft. In transformatiegebieden kan horeca zelfs een functie krijgen als aanjager van de gebiedsontwikkeling. Hieronder omschrijven wij per focusgebied in welke gebieden welke ontwikkeling van de horeca mogelijk en/of gewenst is.

3.2 Kwaliteit en diversiteit

Welk type horeca past het best in welk gebied? Hoe beter de verschillende functies in een bepaald focusgebied op elkaar aansluiten, des te aantrekkelijker die regio wordt. Zo is in de ene buurt behoefte aan een restaurant dat goed samengaat met theaterbezoek en heeft een winkelstraat meer baat bij een lunchzaak die de omliggende detailhandel versterkt.

Natuurlijk hangt kwaliteit af van veel meer dan alleen het juiste concept op de juiste plaats: de gastvrijheid, beleving, service en het geleverde product zijn allemaal van groot belang. De gemeente kan op deze vlakken stimuleren, maar we gaan in eerste plaats uit van de creativiteit en professionaliteit van de horeca-ondernemers.

3.3 Visie per deelgebied

Per focusgebied en per horecasegment hebben we in kaart gebracht hoe groot de ruimte is voor verdere ontwikkeling. Dat laat zien waar de markt verzadigd is, en waar er nog een groot potentieel ligt. We laten die gegevens niet zien omdat we willen dat bestaande zaken in de bekende horecagebieden van Zaanstad verdwijnen.

Onze inzet is precies het omgekeerde: laten zien waar de kansen liggen voor ondernemers die een nieuwe markt willen openleggen en daarmee een belangrijke rol willen spelen in de ontwikkeling van de stad, bijvoorbeeld in de gebieden die de komende jaren gaan transformeren.

Per gebied en per soort horeca gebruiken we de volgende kleurcodes om aan te geven welke ontwikkeling wenselijk is:

Legenda	
●	Ontwikkelen
●	Consolideren
●	Terugdringen

Voor hele bijzondere concepten wordt een uitzondering gemaakt. Dit gaat over concepten, pareltjes genoemd, waar een speciale aantrekkingskracht vanuit gaat (zie paragraaf 3.4).

STATIONSGBIED EN GEDEMPTE GRACHT: 'Gezellige horeca voor een lekker dagje winkelen'

Visie

De horeca in dit kernwinkelgebied van Zaanstad richt zich op winkelend publiek. De horeca vervult een ondersteunende rol en is overdag geopend. De sfeer in het winkelgebied is open en uitnodigend.

We zoeken actief naar tijdelijke concepten om eventuele leegstaand op te vullen (dit hoeft niet per se horeca te zijn).

De horeca in dit focusgebied draagt bij aan een gezonde leefstijl (een segment dat nu ondervertegenwoordigd is)

Het stationsgebied is één van de entrees van het centrum. In de directe omgeving zitten hotels en een bioscoop. Deze buurt trekt, tevens door bus- en treinstation, ook 's avonds bezoekers. Horeca richt zich hier vooral op to-go. Overdag draagt de sector hier bij aan de toegankelijkheid en overzichtelijkheid van de wijk. 's Avonds zorgt de horeca hier voor levendigheid.

Kansrijke concepten

- Met de nadruk op gezondheid, zoals Eat/Exki/Sla.
- Speciale, onderscheidende fast-service, als ijssalons, koffie & thee of andere specifieke formules.

Gedempte Gracht	Restaurant	Drank	Fast-service
Aantal horecabedrijven	3	0	12
Ontwikkelstrategie	●	●	●



DAM EN DAMSTRAAT:

'Overdag een terrasje pakken, 's avonds happen en stappen op een historische plek'

Visie

Dam en Damstraat zijn hét uitgaansgebied van Zaanstad. Deze plek heeft potentie ook overdag aantrekkelijker te zijn door beter aan te sluiten bij het aangrenzende winkelgebied, het Zaantheater en de Zaan (en de mensen die daar komen).

We willen samen met ondernemers en vastgoedbezitters de uitstraling van de Dam en de Damstraat oppoetsen. Dit geldt ook voor de terrassen. Er is hier, gezien de hoeveelheid aanbod, geen ruimte voor meer horecazaken. Waar mogelijk willen we drank- en fastfood-formules vervangen door restaurants in het hogere segment.

Kansrijke concepten

- Midden- en hoogsegment restaurants, grand-café's, daghoreca en specialiteitenrestaurants.

Dam en Damstraat	Restaurant	Drank	Fast-service
Aantal horecabedrijven	15	18	9
Ontwikkelstrategie			



WESTZIJDE:
'Aanlooproute met grandeur en zicht op de Zaan'

Visie

De Westzijde wordt een uitnodigende ingang van de stad. Vanaf hier kunnen bezoekers naar de Dam en de Gedempte Gracht.

De focus moet liggen op het centrum, dus horeca is op deze plek niet gewenst.

De Westzijde is wel geschikt voor afhaal- en bezorg.

De concentratie van horeca in en rond de Verkade-fabriek - als historische locatie aan de Zaan - kan geconsolideerd.

Kansrijke concepten

- Moderne, aantrekkelijke vorm van to-go of winkels als Stach.
- Horeca als nevenactiviteit van een speciaalzaak, zoals een bakker, slager of visboer.
- Groene en gezonde fastfood. Het huidige aanbod is vrij traditioneel (en ongezond).

Westzijde	Restaurant	Drank	Fast-service
Aantal horecabedrijven	1	2	8
Ontwikkelstrategie	● ●	● ●	● ●



CENTRUM OOST:
 'Buisende Burcht en Klauwershoek als het historische hart aan de Zaan'

Visie

Centrum Oost staat aan het begin van een snelle ontwikkeling. Er komen honderden woningen bij, de openbare ruimte wordt vergroend en opgeknapt, de Prins Hendrikkade (waar de cruiseschepen aanmeren)

wordt een wandelboulevard naar de Burcht. Horeca die aansluit op de wensen van nieuwe bewoners en bezoekers geeft een extra impuls aan de transitie. Dit is de entree van de stad vanaf de Oostkant. De verbindingen met het winkelgebied en de Dam worden versterkt. Centrum Oost is een gemengd winkel-, woon- en werkgebied. Daarom is de horeca hier zowel overdag als 's avonds geopend. De ondernemingen dragen bij aan de kwaliteit en leefbaarheid van het gebied.

De Burcht ontwikkelt zich tot het bruisende hart ten oosten van de Zaan. De auto's op het plein hebben plaatsgemaakt voor een gezellige ontmoetingsplek. Ook is er ruimte voor een terras. Zowel oude als nieuwe Zaanlanders en bezoekers van riviercruises komen hier graag. Een openbaar dak(terras) met zicht op de Zaan zou hier uitstekend passen. Het scheepvaart- verleden is in de Klauwershoek voelbaar. Hier is ruimte voor daghoreca en kleinschalige winkels. Ook is er plek voor bijzondere cafés die het (historische, ambachtelijke) karakter van de omgeving nog versterken. Met het opknappen van de sluis komt ruimte vrij voor een of meerdere terrassen aan de Zaan.

Kansrijke concepten

- Midden- en hoogsegment restaurants en cafés, grand-cafés en restaurants met diverse menu's.
- Horeca gericht op specialisatie en ambacht, zoals een (speciaal-)biercafé of een kleinschalig eet-café.

ROZENGRACHT:

'Een aangename locatie, ook als er geen markt is'

Visie

Door nieuwe bebouwing op het plein en de renovatie van de ommuring krijgen de winkels en andere voorzieningen hier een opener karakter. Het plein wordt een aangename plek om tijd door te brengen. Een paar terrassen op dagen dat er geen markt is verlevendigen de sfeer.

Zowel de renovatie van panden als de herindeling van horeca vereist intensief overleg met vastgoedeigenaren, ondernemers en bewoners. Voor uitbreiding van de horeca lijkt hier op dit moment geen ruimte. In de Zilverpadsteeg moet deze als de mogelijkheid zich voordoet zelfs worden teruggedrongen; deze plek is weinig uitnodigend en horecazaken komen hier niet tot hun recht.

Kansrijke concepten

- Alleen in het geval van herontwikkeling - en de renovatie van de pleinwanden - is hier ruimte voor restaurants in het middensegment. We doelen op meer menu-diversiteit ten opzichte van het huidige aanbod.

Rozengracht	Restaurant	Drank	Fast-service
Aantal horecabedrijven	4	3	4
Ontwikkelstrategie	●	●	●



**ZAAANSE SCHANS:
 'Dagtoeristen verleiden tot een langer verblijf'**

Visie

Ondanks het grote aantal bezoekers is de vraag naar horeca op de Zaanse Schans beperkt. Veel dagtoeristen komen per touringcar en hun bezoek is kort.

Als meer dagtoeristen op den duur op eigen gelegenheid komen (met auto of OV), moet het potentieel hier opnieuw worden beoordeeld. Dat geldt dan met name voor de aanlooproutes en de omgeving van station Zaanse Schans.

Programmering in het Zaanse Museum kan leiden tot een toename in toeristen uit eigen stad. Ook dit is een aanleiding voor de uitbreiding van de (dag)horeca.

Zaanse Schans	Restaurant	Drank	Fast-service
Aantal horecabedrijven	3	2	2
Ontwikkelstrategie	●	●	●



Foto: Ellen Groenveeld

**HEM BRUGTERREIN:
 'Pionieren in een ruig gebied met innovatieve concepten'**

Visie

De transformatie van het Hembrugterrein is al in volle gang. Veel industriële monumenten zijn opgeknapt en krijgen nieuwe functies, steeds meer kunstenaars, ontwerpers en winkels vestigen zich op het terrein. Het aantal bezoekers neemt toe, de bereikbaarheid van Hembrug verbetert en de komende jaren wordt een begin gemaakt met woningbouw in het noordelijk deel van het terrein (800 woningen). Hier liggen kansen voor horecaondernemers die weten aan te sluiten op een nieuw publiek en die op hun beurt het terrein aantrekkelijk maken voor bewoners en bezoekers met bijzondere ontmoetingsplekken.

Kansrijke concepten

- Er is op Hembrug volop ruimte voor innovatieve concepten gericht op specifieke doelgroepen. Deze nieuwe horeca gaat een belangrijke rol spelen in de verdere transformatie van het terrein, door bezoekers aan te trekken, te zorgen voor levendigheid en ruimte te bieden voor ontmoeting.

Hembrugterrein	Restaurant	Drank	Fast-service
Aantal horecabedrijven	2	1	3
Ontwikkelstrategie	●	●	●



Foto: Floor van der Vlist

OVERIGE KERNEN EN BUITENGEBIED

Visie

Naast de focusgebieden verdienen de omgeving Zaanbocht in Wormerveer en het winkelgebied in Krommenie extra aandacht. Het aanbod is in beide stadsdelen voldoende, maar concentratie van nu verspreid liggende horeca zou hier een verblijf nog aantrekkelijker maken.

Ook in de andere kernen is de (ondersteunende) horeca afdoende. Dit geldt eveneens voor het buitengebied: we willen hier, vooral rond de Zaan, allereerst inzetten op buitenrecreatie. Horeca kan dit stimuleren.

Concepten

- Een pannenkoekenrestaurant of brasserie op een goed bereikbaar, toeristisch knooppunt en op een mooie buitenlocatie.

Krommenie en Wormerveer	Restaurant	Drank	Fast-service
Aantal horecabedrijven	6	6	22
Ontwikkelstrategie	●	●	●



IN DE TRANSFORMATIEGEBIEDEN DRAAGT HORECA BIJ AAN EEN AANTREKKELIJK VERBLIJFSKLIMAAT

Visie

Op een aantal plaatsen in de MAAK.Gebieden worden onderbenutte terreinen getransformeerd tot woonwijken of tot woon/werkgebied. Denk aan het terrein van Kan Palen in de Kogerveldwijk, aan het oude fabriekscomplex van Meneba in Noord, of aan de Achtersluispolder. Juist hier kan nieuwe horeca een cruciale rol spelen door ontmoetingsplaatsen te scheppen voor bewoners en bezoekers, door een podium te bieden voor lokale activiteiten en als aanjager te fungeren voor de nieuwe stedelijke ontwikkeling.

Kansrijke concepten

- Pop-up-concepten in de transformatiegebieden, in de Achtersluispolder specifiek gericht op circulaire concepten;
- Leisure-bedrijven die een eigen en nieuw publiek trekken. Horeca vervult hier een ondersteunende rol.

Overzicht van alle gebieden			
Horecagebieden Stadshart Zaanadam	Restaurant	Drank	Fastservice
Stationsgebied, Gedempte Gracht	●	●	●
Dam en Damstraat	●	●	●
Westzijde	●●	●●	●●
Centrum Oost: Burcht, Klauwershoek	●	●	●
Rozengracht	●	●	●
Horecagebieden buiten Stadshart			
Zaanse Schans	●	●	●
Wormerveer	●	●	●
Krommenie	●	●	●
Hembrugterrein	●	●	●
Overige kernen en buitengebied	●	●	●
Overige transformatie gebieden	●	●	●

3.4 De uitzondering bevestigt de regel: altijd ruimte voor unieke ideeën

Voor bijzondere (horeca-)initiatieven wil de gemeente altijd ruimte bieden. Denk aan de eerdergenoemde 'pareltjes', horeca in de periferie, of ondersteunende horeca bij omvangrijke projecten als een pretpark, wellness of recreatie. Dergelijke initiatieven brengen nieuwe bezoekers van buiten de stad en verbeteren de kwaliteit van de leefomgeving voor de eigen bewoners.

De zogenoemde 'pareltjes' zijn minder eenduidig.

Het zijn bedrijven die door hun speciale karakter, ligging of concept een heel gebied op de kaart kunnen zetten. Het zijn innovatieve concepten die nieuwe doelgroepen aan onze regio binden. Denk bijvoorbeeld aan een sterrenrestaurant of een grootschalige uitgaans- gelegenheid.

Natuurlijk is de beoordeling van wat wel of niet een 'pareltje' is subjectief. Wel zijn er een aantal kenmerken die als leidraad kunnen dienen:

- Het concept voegt aantoonbaar iets nieuws toe aan het bestaande aanbod (uniciteit).
- Het concept is aantoonbaar van uitzonderlijk hoge kwaliteit (denk aan een sterrenchef of een topmerk).
- Het concept komt vaak voorbij in de vakliteratuur en media en is daarmee spraakmakend.
- Het gaat om 's werelds of 's lands grootste/hogste/ eerste...

4 Van visie naar uitvoering

Hoe wordt deze visie werkelijkheid? In dit hoofdstuk beschrijven we een aantal instrumenten en handvatten die de gemeente samen met de ondernemers en de KHN Zaanstreek wil toepassen.

4.1 Aanmoedigen en samenwerken

Niet alles is in regels te vatten. Soms werkt verleiden of aanmoedigen beter. Samenwerking is vaak de sleutel.

De gemeente Zaanstad gaat niet op de stoel van de horecaondernemers zitten. Zij weten immers het beste hoe ze van hun zaak een succes kunnen maken en hoe ze een positieve rol kunnen spelen in de Zaanse samenleving. Wel kunnen we met elkaar in gesprek gaan over thema's die wij als gemeente belangrijk vinden, zoals duurzaamheid en gezondheid, waarbij we positieve initiatieven graag ondersteunen.

Soms is overleg met de gemeente voor de ondernemers in een bepaald gebied van groot belang, bijvoorbeeld waar het gaat over branchering. Het is voor ondernemers natuurlijk cruciaal dat ze elkaar niet in de wielen rijden door allemaal op dezelfde doelgroep te mikken.

De gemeente heeft nog niet de mogelijkheid om de branchering vast te leggen in een Omgevingsplan, maar kan wel in overleg treden met ondernemers, vastgoedeigenaren en ontwikkelaars. Wel onderzoekt Zaanstad de wenselijkheid van het invoeren van branchering voor horeca en hoe dit eventueel zo kunnen worden ingevoerd.

Overleg

Het Breed Horeca Overleg van de gemeente en de ondernemers zal een breder scala aan onderwerpen aansnijden. Voorheen ging het vooral over handhaving en veiligheid. In de toekomst moet het ook relevant zijn voor horecabedrijven die niet in het concentratiegebied (rond de Dam) gevestigd zijn.

Een voor ondernemers interessant agendapunt is de planning van evenementen. We laten dit onderwerp tijdens het overleg weer aan bod komen. Op die manier kunnen ondernemers elkaar informeren en betrekken.

De uiteindelijke afstemming met de gemeente gebeurt via de afdeling Vergunningen en eventueel tijdens het maandelijks evenementenoverleg.

Ook willen we thema's als duurzaamheid, gezondheid en sociaal ondernemerschap agenderen. Ondernemers en de KHN Zaanstreek kunnen elkaar hierin inspireren en gezamenlijke activiteiten op touw zetten.

Ook *openbare orde en veiligheid* kunnen we agenderen.

Samenwerking

Met name op plekken waar meerdere horecazaken gevestigd zijn is samenwerking het sleutelwoord. Zeker ook nu, tijdens de coronacrisis, loont het om de handen ineen te slaan. Samenwerking kan op verschillende manieren: bijvoorbeeld met evenementen (het Zaans bokbierfestival of Immer Gerade Aus), met arrangementen (bijvoorbeeld met de cultuursector, zoals een film en diner) of met gezamenlijke inkopen en afvalafvoer.

Een samenwerkingsverband als een Bedrijveninvesteringszone (BIZ) kan hierbij helpen. Het stadshart van Zaandam heeft sinds 1 januari 2019 zo'n BIZ. Ondernemers kunnen onder deze regeling gezamenlijk investeren in de buurt, zodat die aantrekkelijker, populairder en veiliger wordt. De ondernemers betalen een jaarlijks bijdrage waarmee de gemeente de heffing en invordering afhandelt.

De gemeente moedigt ook andere ondernemers aan een BIZ te beginnen. Krommenie heeft Doka, een voorloper van de BIZ. In Wormerveer en Assendelft is er nog een slag te slaan wat betreft samenwerking.

De gemeente kan de visie niet tot uitvoering brengen zonder de betrokkenheid van ondernemers. We denken vooruitgang te kunnen boeken door goed te communiceren en informatie te delen, samen te werken en te verleiden.

Zo biedt de KNH Zaanstreek verschillende cursussen aan die ondernemers helpen bij het optimaliseren van hun product, service en de beleving van klanten. De wens van de consument verandert, en idealiter verandert de horeca mee.

Bij vervangende horeca in de horecagebieden kan de gemeente invloed uitoefenen door met pandeigenaren samen te werken en hen te verbinden met partijen die bijdragen aan onze doelen.

In delen van de stad die transformeren gaat het om toevoeging van nieuwe horeca. Hier kan de gemeente samenwerken met ontwikkelende partijen en hen in contact brengen met concepten die een aanjaagfunctie hebben of specifieke ontmoetingsplekken tot stand brengen, al naar gelang wat het betrokken deel van de stad nodig heeft. Wat moet een bepaald gebied uitstralen? En met wat voor horeca komen de functies van een gebied het meest tot hun recht? Het aantrekken van bekende merken of ketens kan helpen bij de beoogde kwaliteitssprong. Indien nodig kan de gemeente of ontwikkelaar een horecamaakelaar inschakelen voor de zoektocht naar de juiste partij.

Duurzaamheid

Om de duurzaamheid van de horeca te vergroten, krijgen ondernemers informatie en gaan we in gesprek over hoe op een eenvoudige manier te besparen of her te gebruiken. Ook de logistiek (bevoorrading en afval) kan verduurzaamd.

Een inspirerende spreker (bijvoorbeeld tijdens een bijeenkomst gekoppeld aan het Breed Horeca Overleg) kan ondernemers aanmoedigen met het thema duurzaamheid aan de slag te gaan. Hoe kan

je door de juiste producten (bijvoorbeeld lokaal, seizoensgebonden en plantaardig) en bereidingswijzen bijdragen aan een betere wereld? In het kader van bijdragen aan een betere wereld kunnen ook andere onderwerpen

dan duurzaamheid, die betrekking hebben op maatschappelijke verantwoord ondernemen, zoals sociaal ondernemerschap maar ook gezondheid aan de orde komen in gesprekken met ondernemers en thema bijeenkomsten gekoppeld aan het Breed Horeca Overleg. Andere interessante initiatieven die we kunnen betrekken zijn de Green Business Club en de Klimaattafels.

Openbare ruimte

Een aantrekkelijke, openbare ruimte spoort aan tot nieuwe initiatieven. Ook vergroot het de interesse van investeerders en ondernemers in vastgoed. Een goed voorbeeld is de Gedempte Gracht in Zaandam. De komende jaren wordt hier hard gewerkt aan de verbetering van de Dam, de Burcht en omgeving. Ook in andere MAAK. Gebieden gaat de openbare ruimte op de schop. Naast de inrichting is tevens onderhoud van groot belang.

4.2 Beleid en spelregels

Terrassenbeleid

Momenteel is er geen speciaal terrassenbeleid.

De gemeente hanteert in plaats daarvan relevante regels in het bestemmingsplan, voorwaarden in de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) en de horeca-exploitatie- vergunning.

Een voordeel van het opstellen van algemene terrasregels is dat die met een verwijzing kunnen worden opgenomen in de vergunning. Mocht het beleid veranderen, dan is het niet nodig de vergunning aan te passen.

Voor het Damgebied worden op dit moment aanvullende regels opgesteld met betrekking tot de kwaliteit van de terrassen. We bepalen achteraf of dit ook elders nodig is.

Paracommerciële horeca

Paracommerciële instellingen (denk aan sportverenigingen met een kantine) kunnen profiteren van voordelen als subsidies, vrijwilligers of een speciaal fiscaal regime.

Om oneerlijke concurrentie te voorkomen zijn gemeenten op basis van de Drank- en Horecawet verplicht om voor de horeca-activiteiten van dit type instellingen regels op te stellen waar het gaat om de verstrekking van alcoholhoudende drank. Deze regels gaan in ieder geval over de schenktijden, de zogenaamde 'feesten van persoonlijke aard', zoals bruiloften en partijen en de bijeenkomsten die gericht zijn op personen die niet of niet rechtstreeks bij de activiteiten van de betreffende rechtspersoon betrokken zijn. De regels moeten ervoor zorgen dat de reguliere horeca geen oneerlijke concurrentie ondervindt van de para commerciële horeca.

In de APV van Zaanstad staan regels omtrent paracommerciële horeca. Deze regels moeten worden geëvalueerd om te beoordelen of ze afdoende zijn om oneerlijke concurrentie tegen te gaan.

Door het wegvallen van subsidies bij maatschappelijke organisaties zijn deze vaak genoodzaakt om andere inkomsten te zoeken. Steeds vaker vinden er horeca activiteiten plaats bij maatschappelijke organisaties. Dit komt onder andere voor bij kerkgemeenschappen in Zaanstad. Naast het wegvallen van subsidies zijn bijvoorbeeld door ontkerkelijking meerdere kerkgebouwen leeg komen te staan of staan kerkelijke gemeenschappen onder druk om hun pand en functie in de buurt in stand te houden.

De gemeente Zaanstad onderkent de waarde van de kerkgemeenschappen en het kerkgebouw voor de buurt en de stad en ondersteunt zo mogelijk het in standhouden hiervan. Echter bij het beoordelen van vergunnings- aanvragen is het vaak een puzzel om uit te vinden wat wel en niet kan en mag qua activiteiten in relatie tot het bestemmingsplan en qua regels over paracommerciële horeca in de APV.

Ondersteunende en ondergeschikte horeca

In 2011 zijn de beleidsregels Ondersteunende horeca (2011/8577) vastgesteld. Deze hebben geven aan in welke gevallen een ondernemer kan worden vrijgesteld van een horeca-exploitatie vergunning. De reden om een ondernemer vrij te stellen van deze vergunning is dat inspanning hiervoor niet opweegt tegen de horeca activiteit die de ondernemer wil doen en deze geen nadelige invloed heeft op de openbare orde. De horeca activiteit is nooit de hoofdactiviteit.

In een bestemmingsplan is in de bestemming 'Maatschappelijk' vaak ondergeschikte horeca toegestaan. Deze horeca is toegestaan, omdat ze i.v.m. de ondergeschikte betekenis t.a.v. de hoofdactiviteit, in het algemeen niet leidt tot overlast of tot aantasting van het woon – en leefklimaat in de omgeving. Het is nodig om goed aan te geven onder welke voorwaarden er sprake is van ondergeschikt.

In de Zaanse bestemmingsplannen is vaak niet opgenomen onder welke voorwaarden horeca ondergeschikt is, ook is er geen ruimtelijk beleid dat dat regelt. Bij de beoordeling van een vergunningsaanvraag wordt daarom jurisprudentie aangehaald om te beoordelen of de betreffende horeca ondergeschikt is aan de hoofdfunctie.

Uit jurisprudentie blijkt dat de volgende criteria kunnen worden gebruikt:

- Het oppervlakte en de inrichting van de ruimtes die ten dienste staan van de horeca vergelijken met die van de hoofdfunctie;
- Een vergelijking van de omzetpercentages om te beoordelen of de horeca een ondergeschikt deel van de omzet produceert;
- Het percentage medewerkers (in fte) dat wordt ingezet voor de horeca.

Omdat er in de Zaanse bestemmingsplannen vaak geen regels zijn opgenomen over ondergeschikte horeca, worden vaak de beleidsregels voor ondersteunende horeca toegepast. Hoewel een aantal criteria en voorwaarden prima toepasbaar is, zijn deze beleidsregels niet specifiek bedoeld voor het beoordelen van een omgevingsvergunning, maar voor het beoordelen van een vrijstelling van een exploitatievergunning. Dit geeft verwarring in de vergunningverlening.

In het proces van omzetting van bestemmingsplannen naar een omgevingsplan gaan we het begrip ondergeschikte horeca opnemen en stellen we regels op, die aangeven wanneer sprake is van ondergeschikte horeca. Dit is een proces dat tijd vergt, dit betekent dat deze verwarring niet direct juridisch is weggenomen.

Daarnaast zal er een evaluatie en actualisatie van de beleidsregels ondersteunende horeca plaats vinden dit gelet op het feit dat de regels uit 2011 komen.

Blurring

Blurring, het vermengen van functies, is een ontwikkeling van deze tijd. Winkeliers en dienstverleners maken steeds vaker een combinatie met horeca en andersom.

Dit kan positief bijdragen aan het vestigingsklimaat van ondernemers. Het maakt de winkel aantrekkelijker voor de consument en een langere verblijfstijd in een winkel zorgt voor een toename van het aantal koopmomenten.

Vanuit de gedachte ondernemers te stimuleren tot innovatieve concepten, die bijdragen aan de beleving en het bezoek van de stad, is vermenging van functies een positieve ontwikkeling. Echter voor verschillende functies en verschillend gebruik gelden verschillende regels.

Wanneer een ondernemer aan alle regels van alle functies moet voldoen, wordt ondernemen een ingewikkelde zaak. Maar het vrijstellen van regels kan leiden tot hinder in de omgeving of tot oneerlijke concurrentie. Met regels m.b.t. ondergeschikte en ondersteunende horeca is het mogelijk wat vrijheid te geven en eventuele hinder of oneerlijke concurrentie te beperken.

De mengvormen gaan echter verder dan een ondergeschikte of ondersteunende vorm. Er worden meer functies gecombineerd en in verschillende mate. Juist doordat het steeds verandert, is het lastig hier effectieve regels voor op te stellen.

Op dit moment is het volgens de Drank- en Horeca wet nog niet mogelijk om het schenken van alcohol te combineren met de verkoop van artikelen. Er is een wijziging van de wet in de maak waarin ondernemers ruimte wordt geboden om in te spelen op de veranderende consumentenvraag door verschillende traditionele bedrijfsmodellen, waaronder horeca en detailhandel, te combineren. De Wet regulering mengformules ligt bij de Tweede Kamer. Een van de afwegingen die hierbij speelt is het bieden van ruimte aan ondernemers versus het beperken van de beschikbaarheid van alcohol.

We wachten de nieuwe wet af en beoordelen daarna of we daar mee uit de voeten kunnen of dat aanvullende regelgeving nodig is. De gemeente wil vanzelfsprekend het alcoholgebruik niet stimuleren.

Evenementen

Het organiseren van een evenement vereist een vergunning. In 2019 zijn de beleidsregels aangepast, en is een duidelijk onderscheid gemaakt tussen verschillende categorieën (A, B en C). De categorieën duiden op de verschillende risiconiveaus. Afhankelijk van de categorie moeten bepaalde maatregelen worden getroffen.

Het ontbreekt aan een planologisch kader voor een aantal locaties die regelmatig worden gebruikt voor evenementen. In het verleden hoefde een organisator alleen een APV-vergunning aan te vragen; een evenement is immers van korte duur.

De laatste jaren is de wetgeving omtrent dit onderwerp echter aangescherpt. Zo moet nu ook de open afbouwperiode worden meegerekend bij de duur van het evenement. Voor korte en incidentele evenementen geldt nog steeds enkel de vereiste van een evenementenvergunning. Voor langdurige of terugkerende evenementen moet nu ook een omgevingsvergunning aangevraagd.

Het is een idee een locatieprofiel op te nemen in de bestemmingsplannen. Hierin kan bijvoorbeeld komen te staan welke evenementen hoe vaak en waar zouden worden toegestaan. Op die manier is iedereen op de hoogte van wat mogelijk is. Bovendien zou het de vergunningaanvraag en -behandeling vereenvoudigen.

4.3 Het juridische kader

De uitgangspunten van het richtinggevend kader zoals verwoord in deze visie nemen we op in het Omgevingsplan Zaanstad. In de komende periode worden de bestemmingsplannen omgezet naar een omgevingsplan. Allereerst zijn de woongebieden aan de buurt. Daarna volgen de gebieden met de meer gemengde functies.

Dit proces neemt al met al enkele jaren in beslag.

De juridisch ruimtelijke effecten van deze visie met betrekking tot vestigingsmogelijkheden zullen dus niet direct na het vaststellen van deze visie merkbaar worden. Dit geldt vooral waar het gaat om het beperken van de mogelijkheid tot vestiging, als het bestemmingsplan de vestiging toestaat. Wanneer het daarentegen gaat om het uitbreiden van de mogelijkheid tot horecavestiging, bijvoorbeeld in de ontwikkelgebieden heeft het vaststellen van deze visie wel direct invloed. Het geeft een onderbouwing waarom we die uitbreiding mogelijk willen maken. Natuurlijk zal steeds per specifieke situatie bepaald moeten worden of een uitbreiding van horeca geen onevenredig grote nadelige effecten op de omgeving heeft.

Een bestemmingplan schrijft onder meer voor welk gebruik in welk pand en op welke locatie is toegestaan. Uit deze visie komt naar voren dat slechts beperkte groei van de horecasector op dit moment mogelijk is. In het verleden zijn bestemmingsplannen verruimd om drempels voor verdere ontwikkeling weg te nemen.

Denk hierbij bijvoorbeeld aan de 'gemengde bestemming'. Deze verruiming heeft soms echter geleid tot een teveel aan horeca. Om te voorkomen dat horeca op een ongeschikte plek komt, is het van belang deze optie (waar nodig) uit het bestemmingsplan te halen. De keerzijde van zo'n maatregel is dat de flexibiliteit aan banden wordt gelegd. Terwijl: in ontwikkelgebieden kunnen we juist wat extra flexibiliteit gebruiken.

Daarom hoeft het bestemmingsplan niet altijd aangepast, en zal zo'n beperking eerder worden opgelegd in beheergebieden dan in ontwikkelgebieden.

De gemeente heeft drie opties voor de uitvoering:

1. *Actief uitkopen* van panden die gebruikt worden voor horeca, maar waar horeca niet wenselijk is. Dit is momenteel niet de weg die de gemeente wil inslaan.
2. *Planschade accepteren* met het wegbestemmen van de horecafunctie bij percelen en gebouwen waar nu nog geen horeca gevestigd zit. Na het opstellen van een planschaderapport moeten we de afweging maken of de baten opwegen tegen de kosten.
3. *Voorzienbaarheid creëren*, door onze visies en toekomstplannen duidelijk te communiceren naar ondernemers, kopers en andere belanghebbenden. Op die manier is iedereen op de hoogte van de beoogde ontwikkelingen. Met deze optie kunnen belanghebbenden bovendien geen of beperkter planschade verhalen op de gemeente. De Horeca visie is een stap in de richting van deze voorzienbaarheid.

Categorisering

De huidige categorisering van horeca (op basis van functie en bedrijfstype) moet worden aangescherpt. Zo wordt het makkelijker aan te sturen op de juiste concepten in de juiste omgeving.

We lichten de categorieën toe met een aantal voorbeelden. De categorieën krijgen invulling op basis van openingstijden, type horeca, en (te verwachten) overlast.

- Categorie 1a: Openingstijden afgestemd op die van het winkelgebied (22:00 uur).
- Categorie 1b+c: Openingstijden tot maximaal 00:00 uur.
- Categorie 2+3: Openingstijden tot 02:00 uur (of 03:00-05:00 bij ondertekening van het horeca- convenant).

Bij de huidige categorisering vallen hotels onder lichte horeca, of categorie 1c, Vanwege (mogelijke) overlast passen hotels niet in deze categorie. Daarom maken we een aparte categorie. Hierdoor kan de gemeente beter sturen op een goede inpassing van hotels in de omgeving.

De omzetting van bestemmingsplannen naar een omgevingsplan kan enkele jaren duren. Een mogelijkheid om eerder ruimtelijke juridisch van deze visie te kunnen profiteren is het opstellen van een paraplu bestemmingsplan. Hoewel dit de voorkeur heeft vanuit deze visie, blijkt dit in het proces van voorbereiden op het omgevingsplan niet in te passen. Daarnaast vraagt het doorlopen van het proces om te komen tot een paraplu bestemmingsplan veel tijd en inzet en weegt de 'winst' die met een paraplu bestemmingsplan zou worden behaald (eigenlijk) zoals we dat nu zien niet op tegen de kosten die dit met zich meebrengt. We zetten daarom in op het meeliften in het proces van het omgevingsplan. Dit betekent dat we aanpassingen kunnen voorstellen voor definities en categorieën, maar dat de overcapaciteit aan horeca in bestemmingsplannen voorlopig blijft bestaan.

We houden vinger aan de pols om te kijken of dit in de praktijk tot ongewenste ontwikkelingen leidt. Indien dat het geval is, gaan we kijken of we dat op gebiedsniveau kunnen oplossen.

Mocht er alsnog ruimte komen om een overkoepelend parapluplan te maken, dan zetten we daar op in.

4.4 Openingstijden

De openingstijden van de horeca zijn vastgelegd in de APV.

Een bedrijf in de categorie 'lichte horeca' (d.w.z. bedrijven die in principe alleen overdag en 's avonds open zijn en voornamelijk eten aanbieden) moet tussen 00:00 en 07:00 uur voor bezoekers zijn gesloten.

Voor een bedrijf in de categorie 'zware horeca' (d.w.z. zaken die veel bezoekers trekken en waar geluid, zoals muziek, onderdeel is van de bedrijfsvoering) en de 'middelzware horeca' (waar drank wordt geschonken en die tot na middernacht open zijn) bestaat een bezoekers- verbod tussen 02:00 en 07:00 uur.

Er geldt een uitzondering voor bedrijven die het horecavenant hebben getekend. Die bedrijven moeten tussen 05:00 en 07:00 uur zijn gesloten. Bezoekers mogen niet later dan om 03:00 uur binnenkomen. Het convenant uit 2015 wordt op dit moment geactualiseerd.

Ondernemers zouden graag vrije sluitingstijden zien. Toch worden de openingstijden in het nieuwe convenant niet aangepast. De ervaring van de politie en de gemeente leert dat hoe later een zaak sluit, des te meer overlast het veroorzaakt.

Sluitingstijden van terrassen blijven tevens ongewijzigd (23:00 uur). De Dam is de enige uitzondering (02:00 uur).

Voor de paracommerciële horeca geldt een schenктоestemming tot 00:00 uur.

4.5 Openbare orde, veiligheid en handhaving

De burgemeester is verantwoordelijk voor het toezicht en de handhaving bij openbare activiteiten en in publieke gebouwen. Daarnaast is de burgemeester belast met de uitvoering van de relevante verordeningen.

Hoe de burgemeester van Zaanstad invulling moet geven aan bovenstaande taken staat beschreven in verschillende beleidsstukken. Voorbeelden zijn het 'Beleidsplan Vergunningverlening Toezicht en Handhaving' en 'Horeca Sanctiestrategie en Sluitingenbeleid'. Dat laatste beleidsstuk omschrijft in welke situaties de burgemeester handhavend optreedt, bijvoorbeeld bij een overtreding van de Drank- en Horecawet (DHW) of in een situatie waarin de openbare orde in gevaar komt.

Vanaf 1 juli 2021 treedt de nieuwe Alcoholwet in werking. Het doel van de wet is het tegengaan van alcoholgebruik (met name onder jongeren). Deze wet vraagt de gemeente om een Preventie- en handhavingplan op te stellen.

De komende tijd wordt hieraan gewerkt.

Het programma ondermijning binnen Zaanstad kent een aparte aanpak op ondermijnende criminaliteit. Het beleid hierop is weggezet in het Beleidsplan Vergunningverlening Toezicht en Handhaving (2019-2021), de Horeca handhavingstrategie en de APV. Binnen het programma zijn er vakspecialisten die de ontwikkelingen binnen de horeca monitoren en extra alert zijn bij vergunningverlening (bibob) en handhaving.

Bijlage 1

Hoe deze Horeca visie van de gemeente Zaanstad tot stand is gekomen

Na de zomer van 2019 zijn we gestart met het proces om te komen tot een horeca visie. Het horeca adviesbureau Van Spronsen & Partners heeft de analyse van vraag en aanbod gedaan en een verkenning van de Zaanse horecasituatie en heeft op basis daarvan een advies voor een visie gegeven.

Vanaf het begin zijn we van start gegaan met een externe begeleidingsgroep bestaande uit een drie bestuurders van de KHN Zaanstreek (waaronder twee Zaanse ondernemers) en een tweetal horecaondernemers uit Zaanstad. Zij hebben ons geadviseerd op inhoud, op het proces en het betrekken van de horecaondernemers.

Samen met van Spronsen en de externe begeleidingsgroep is er een enquête uitgezet bij de ondernemers en is er een Zaanpeiling gedaan.

Eind november 2019 hebben we een eerste bijeenkomst voor de horecaondernemers georganiseerd, om te horen waar zij opgaven en kansen zien voor de Zaanse horeca. Aan vier tafelgesprekken werd door ca 40 ondernemers input geleverd. Begin februari 2020 hebben we de resultaten van de verkenning en de hieruit te destilleren koers gedeeld in een bijeenkomst met ca. 20 ondernemers.

Toen in maart 2020 de horeca dicht moest en het thuiswerken werd geadviseerd vanwege het Coronavirus, is dit traject op een laag pitje gezet, in de hoop dat we na de zomer weer fysiek met elkaar om tafel konden. Met de

begeleidingsgroep is in september 2020 de draad weer opgepakt. Hoewel de situatie voor de horecaondernemers totaal is veranderd en onzeker blijft, hebben we met de begeleidingsgroep besloten dit traject door te zetten, omdat we hiermee ook zaken in gang zetten en oplossen, die minder afhankelijk zijn van de effecten van de Lock downs. Na de corona pandemie gaan veel ondernemers met nieuwe energie weer aan de slag. Daarom is dit het moment om te komen tot een visie. Om klaar te zijn voor de toekomst als het herstel van de markten zich aandient.

Bijlage 2

Het in kaart brengen van de horecasector in Zaanstad

Zaanstad heeft Van Spronsen & Partners de opdracht gegeven advies uit te brengen voor deze Horeca visie.

Dat advies baseert zich op een benchmark, een kwalitatieve en een kwantitatieve analyse. Daarbij zijn ook twee schriftelijke enquêtes afgenomen, door de KHN Zaanstreek en door Onderzoek & Statistiek van de gemeente Zaanstad (Zaanpeiling). Hierin konden inwoners en ondernemers hun stem laten horen over de huidige horeca en verwachtingen voor de toekomst.

De benchmark is uitgevoerd met vergelijkbare steden. September 2019 is als peildatum genomen. De horeca in Zaandam is vergeleken met de steden Purmerend en Schiedam. De horeca in de hele gemeente is afgezet tegen Almere, Haarlemmermeer (behalve Schiphol) en Alkmaar. Daarbij is gekeken naar de dichtheid van het aantal bedrijven en de oppervlakte (m²) per segment (drankverstrekkers, restaurants en fastfood) en naar de potentiële vraag. Logiesaccommodaties zijn buiten beschouwing gelaten, maar de eet- en drinkgelegenheden bij deze accommodaties zijn wel meegenomen.

Nieuwe kansen voor de Zaanse horeca
Meer kwaliteit, diversiteit en aantrekkingskracht