

INHOUD

1.	SAMENVATTING ADVIESRAPPORT	1
2.	INLEIDING	7
2.1	Aanleiding	7
2.2	De onderzoeksopgave	7
2.3	Begeleiding van het onderzoek	8
3.	DE OPKOMST VAN STEDELIJKE NETWERKEN	9
3.1	Ontwikkelingen die van invloed zijn op de retail- en leisurestructuur	9
3.2	Een nieuwe retail en leisure-structuur	10
4.	ZAANSTAD EEN NETWERK OP ZICH	12
4.1	Zaanstad in haar ruimtelijke context	12
4.2	Ambitieniveau gemeente Zaanstad	14
5.	VISIE OP RETAIL- EN LEISURESTRUCTUUR ZAANSTAD	17
5.1	Visie op Zaanstad	17
5.2	Visie belangrijkste retail- en leisureclusters op hoofdlijnen	18
5.3	Visie op retail- en leisure buiten de traditionele winkellocaties	20
5.4	Visie op wijk- en buurtvoorzieningen	25
5.5	Visie op traffic locaties	28
6.	UITWERKING ZAANDAM	29
6.1	Zaancentrum	29
6.2	Op 't Spoor	40
6.3	Novi-centrum	40
6.4	Buurt- en wijkwinkelcentra	40
7.	UITWERKING KROMMENIE	47
7.1	Krommenie-centrum	47
7.2	Rosariumplein	48
8.	UITWERKING WORMERVEER	49
8.1	Wormerveer-centrum	49
8.2	PDV-Noorderveld	50
9.	UITWERKING KOOG AAN DE ZAAN	51
9.1	Westerkoog	51
9.2	Koog-centrum/Guisweg	51
10.	UITWERKING ZAANDIJK	52
10.1	Rooswijk	52
10.2	Sportlocatie De Koog	52

11.	UITWERKING ASSENDELFT	53
11.1	Dorpsstraat	53
11.2	Winkelcentrum Saendelft	53
11.3	Woonmall Assendelft	53
12.	UITWERKING WESTZAAN	54
	Centrum Westzaan	54
13.	INSTRUMENTARIUM	55
13.1	De binnenstad	55
13.2	Loketfunctie is noodzaak	57
13.3	Retail buiten de bestaande retailgebieden en de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening	58
13.4	De stadsdeel-, wijk- en buurtcentra	62
13.5	Voorzieningen op trafficlocaties	63
13.6	Draagvlak	63
13.7	Evaluatie	63
14.	INPASSING NIEUWE RETAIL- EN VRIJETIJDSE FUNCTIES	65
14.1	Inpassing van perifere aanvragen in de ruimtelijke structuur	65
	BIJLAGEN	68

1. SAMENVATTING ADVIESRAPPORT

Aanleiding

Het vigerende beleid op het gebied van detailhandel in de gemeente Zaanstad is opgesteld in 1991. Dit beleid wordt tot op heden als uitgangspunt gehanteerd voor de beoordeling en realisering van de detailhandelsontwikkelingen in Zaanstad. Van een gericht retailbeleid¹ in combinatie met leisure is tot op heden geen sprake geweest. Binnen dit kader heeft de gemeente Zaanstad Kolpron Consultants BV te Rotterdam verzocht de retail- en leisurestructuur opnieuw in beeld te brengen en de bevindingen te vertalen naar beleidsaanbevelingen. De centrale vraagstelling in dit onderzoek is als volgt:

Welk nieuw retail- en leisurebeleid dient de gemeente Zaanstad, in relatie tot het nieuwe overheidsbeleid, te voeren om optimaal te kunnen inspelen op nieuwe ontwikkelingen aan zowel de vraag- als aanbodzijde?

Bij zowel het inventarisatiegedeelte (deel I) als bij het voor u liggende adviesgedeelte (deel II), heeft geregeld overleg plaats gevonden met een begeleidingscommissie. In bijlage 7 worden de leden genoemd. Tijdens de inventarisatie hebben een aantal gesprekken plaats gevonden met ondernemers, vertegenwoordigers van verschillende winkeliersverenigingen het HBD en de Kamer van Koophandel. Bij de start van het advies gedeelte heeft een workshop plaats gevonden. De uitkomsten van de gesprekken en de workshop zijn integraal in deze rapportage verwerkt.

De plaats van Zaanstad in het regionale netwerk en haar ambitie

Activiteitenpatronen van mensen zijn diverser geworden, deze bestrijken steeds meer locaties en spelen zich af op grotere ruimtelijke schaal. Afstand is hierbij steeds minder belangrijk geworden maar het belang van een plek waar ‘iets te beleven valt’, een ontmoetingsplaats, is dit des te meer. In zowel de locale als regionale context lijkt er sprake te zijn van een netwerk, met daarbinnen verschillende plaatsen waar verschillende activiteiten kunnen worden beleefd.

De gemeente Zaanstad kan in deze optiek als een klein netwerk binnen een groter geheel worden beschouwd. Wanneer de kaart erbij wordt gepakt valt op dat Zaanstad behalve uitgestrekt ook nog eens sterk is versnipperd. De bewoners van de gemeente Zaanstad lijken dit ook zo te ervaren, door de sterke verbondenheid die men heeft met de eigen kern. De traditionele ontmoetingsplaatsen lijken echter te eroderen, niet alleen vanwege de samenvoeging van de diverse kernen tot een gemeente Zaanstad, doch ook door nieuwe bevolkingsgeneraties. Het beleid van de gemeente Zaanstad kan op deze erosie een positieve invloed uitoefenen.

¹ Zie voor definities bijlage 4.

Binnen dit netwerk wil Zaanstad inzetten op een hoog ambitieniveau. Identiteit, diversiteit, mobiliteit en leefbaarheid vormen in dit kader de trefwoorden. Er dient ingespeeld te worden op de ontmoetingsfunctie, met een niveau van voorzieningen dat past bij de Zaanse maat en karakter. Beseft wordt dat er veel verborgen kwaliteiten aanwezig zijn in de gemeente en dat er ruimte voor nieuwe functies is, zowel in het landelijk als stedelijk gebied. Er wordt gebruik gemaakt van de volgende stelling:

De stad stadser en de dorpen dorps

Deze stelling houdt in dat concentratie van stedelijke voorzieningen in Zaancentrum plaats moet vinden en dat de eigenheid van de dorpen erkend wordt.

Visie op Zaanstad

De basis voor dit visie hoofdstuk vormt de genoemde ambitie, zoals die hiervoor is uitgesproken voor de gemeente Zaanstad. In deze ambitie staan een brede en complete verzorgingsfunctie en een gezond ondernemersklimaat centraal.

Het feit dat de gemeente Zaanstad deel uitmaakt van een groot stedelijk netwerk, pleit ervoor om nieuwe ontwikkelingen niet concurrerend maar onderscheidend te laten zijn. Dit betekent dat toevoeging van aanbod van ‘meer van hetzelfde’ in de toekomst kritisch dient te worden bekeken.

Binnen het kader van de regionale positionering van Zaanstad, als gemeente die de noordelijke vleugel van het Grootstedelijk gebied Amsterdam en het ROA vormt, zal het centrum van Zaanstad (Zaancentrum) eenzelfde positie in dienen te nemen als de in Amsterdam aanwezige stadsdeelcentra en het centrum van Amstelveen. Dit betekent dat het Zaancentrum, zowel een recreatieve functie als ook een doelgerichte winkelfunctie dient te vervullen. Het huidige Zaancentrum heeft echter nog een te beperkte recreatieve functie. Een verdere ontwikkeling van het Zaancentrum tot een stadsdeelcentrum+ niveau, dient daarom in het gemeentelijk beleid absolute prioriteit te krijgen boven een verdere ontwikkeling van grootschalige perifere locaties. Een gevolg van deze prioriteitsstelling op Zaancentrum is dan ook dat een verdere ontwikkeling van grootschalige perifere winkellocaties zonder branchebeperkingen dient te worden voorkomen.

Daarnaast zullen al dan niet gethematiseerde sport-, cultuur- en recreatie-toeristische locaties op daartoe geschikte locaties een duidelijke plaats in de retail- en leisurestructuur dienen te krijgen in de gemeente Zaanstad. Afhankelijk van het mobiliteitsprofiel en de ruimtebehoefte dienen, zowel in het centrum als de periferie hiervoor mogelijkheden te bestaan.

Wat betreft de buurt- en wijkwinkelcentra is in de eerder beschreven ruimtelijke structuur van Zaanstad, al aangegeven dat Zaanstad geen compact stedelijk gebied is. Het is de vraag of een aantal buurt- wijkwinkelcentra nog voldoende draagvlak of schaalgrootte hebben. Bij de uitwerking van de visie naar deelgebieden wordt hier middels berekeningen duidelijk inzicht gegeven.

Uitwerking deelgebieden:

Zaancentrum

Bij het handhaven en versterken van Zaancentrum als verzorgingscentrum voor de gemeente Zaanstad dient, zoals eerder vermeld, te worden uitgegaan van de eigen kracht. Dit betekent niet dat stilgezeten kan worden. Er zal blijvend geïnvesteerd moeten worden. Daarbij staan de volgende uitgangspunten centraal:

1. Versterking ruimtelijke structuur kernwinkelapparaat en bereikbaarheid
 - Versterken belevingsaspecten
 - Inzetten op ruimtelijke kwaliteitsverbreding
2. Verbreden retail- en leisure functies leidt tot groei bestedingen in de binnenstad
 - Versterken multifunctionaliteit
 - Versterking onderscheidend vermogen
 - De binnenstad is bij uitstek het milieu voor kleinschalige op vergelijkend en recreatief gerichte winkels. Daarnaast moet er ook ruimte zijn voor grootschalige formules.
3. Publieksverbreding

De Gedemptegracht, de Stationslocatie en de Culturele Driehoek zullen bij het bereiken van deze doelstellingen de speerpunten moeten vormen. Belangrijk is dat verborgen aspecten, zoals bijvoorbeeld het belang van Zaandam als 'levens-middelenstad' in Nederland meer aandacht krijgen. Verder is het van belang om grootschalige detailhandel, met uitzondering van de traditionele PDV-branches, zoveel mogelijk aansluitend op de binnenstad te realiseren. De Stationslocatie biedt hiervoor mogelijkheden.

Retail buiten traditionele winkelcentra

De gemeente Zaanstad heeft ten aanzien van detailhandel buiten de traditionele winkelgebieden in de afgelopen decennia, voornamelijk een ad-hoc beleid gevoerd. Het vigerende Rijksbeleid ten aanzien van PDV- en GDV-vestigingen heeft er toe geleid dat ontwikkelingen zich met name tot de PDV-branches hebben beperkt.

In de Gemeente Zaanstad zijn drie PDV-locaties aan te wijzen te weten, Op 't Spoor, Woonmall Assendelft en de meest recente locatie Noorderveld² (gebundelde deconcentratie). Een nog niet genoemde locatie met een zeer beperkte perifere detailhandelsfunctie is het Novicenter in de wijk Westerspoor. De PDV-functie van de laatste locatie wordt overigens afgebouwd.

De drie eerstgenoemde PDV-locaties in Zaanstad vertonen qua thema en branchering een grote mate van overlap. Belangrijkste verschilpunt in branchering is het feit dat op de locatie Noorderveld geen meubelen en woninginrichting worden toegelaten. Het aanbod in Woonmall Assendelft is beperkt tot de branches meubelen en woninginrichting.

In theorie verdient concentratie van functies die onder eenzelfde thema vallen de voorkeur. Van een optimale concentratie van perifere retail in Zaanstad is

² Momenteel in ontwikkeling.

momenteel daarom geen sprake. Om een indruk te krijgen van de mogelijke toekomstige structuur zijn een aantal mogelijke ontwikkelings-varianten aangegeven. Op basis hiervan kan de gemeente een keuze maken voor de gewenste ontwikkelingsrichting voor Zaanstad.

Realisatie van de meest optimale variant (concentratie op één locatie) is gegeven de huidige situatie op korte termijn niet reëel. Op de langere termijn kan wellicht worden ingezet op het terugbrengen van het aantal locaties naar twee locaties. In ieder geval dient te worden voorkomen dat naast de huidige drie locaties nog nieuwe locaties met overlappende PDV-branches worden gerealiseerd. Binnen dit kader dient tevens te worden voorkomen dat zich op andere locaties in Zaanstad of op een van de hierboven genoemde locaties (in de detailhandelssfeer) andere detailhandels-functies (zoals bijvoorbeeld grootschalige sport-, electro, en speelgoedwinkels, mode, food e.d.) zullen gaan vestigen. Vestiging van dergelijke functies in de periferie zou slechts leiden tot een ongewenste concurrentie voor de binnenstad van Zaandam. In de visie over het centrumgebied van Zaandam is reeds aangegeven dat een dergelijke locatie is voorzien voor de binnenstad van Zaandam.

Buurt- en wijkwinkelstructuur

Bij de vaststelling van een ideale buurt- en wijkwinkelstructuur is gekozen voor een top-down-benadering, waarbij een volledig overzicht wordt verkregen. Bij de gehanteerde topdown-benadering wordt op basis van berekeningen per stadsdeel duidelijk welk draagvlak aanwezig is en in hoeverre de bestaande structuur hierbij aansluit. Een bijkomend voordeel is dat hiermee in een later stadium ook het effect van de komst van een eventuele grootschalige supermarkt op bijvoorbeeld Oostzijderveld kan worden berekend. Op basis van de onderstaande uitkomsten is in de adviesrapportage per locatie aangegeven welke ontwikkelingsrichting hierbij past. In onderstaande tabel is dit samengevat:

Dagelijks aanbodspotentieel buurt- en wijkwinkelcentra met en zonder de invloed van toevoeging van een grootschalige supermarkt, op basis bevolkingsaantal 2010.*

	Aantal inwoners 2010	Zonder effect van een grootschalige supermarkt			Met effect van een grootschalige supermarkt op Oostzijderveld	
		M ² v.v.o.	Mogelijk Aantal centra	Huidig aantal centra	M ² v.v.o.	Aantal centra
Zaandam-Noord	6.700	1.600	1	1	1.250	1
Zaandam-Zuidoost	41.600	10.000	4	10	8.000	3
Zaandam-Nieuw west	11.400	2.750	1	1	2.500	1
Zaandam-Zuidwest	11.100	2.700	1	1	2.300	1
Totaal Zaandam	70.800	17.000	7	13	14.000	6
Krommenie	17.100	4.000	2	5	4.000	2
Wormerveer	11.100	2.700	1	1	2.600	1
Koog a/d Zaan	11.700	2.800	1	1	2.600	1
Zaandijk	8.800	2.100	1	1	2.000	1
Assendelft	24.100	5.800	2	2	5.800	2
Westzaan	4.400	1.000	1	1	1.000	1

*Cijfers zijn afgerond.

Bovenstaande berekeningen geven aan dat de gemeente Zaanstad voor een grote opgave staat, voor wat betreft de herstructurering van buurt- en wijkwinkelcentra. **Met name Zaandam-Zuidoost en in de kern Krommenie is herstructurering meer dan noodzakelijk.** Voorts blijkt uit bovenstaand overzicht dat de komst van een grootschalige supermarkt op bijvoorbeeld de locatie Oostzijderveld niet tot desastreuze gevolgen zal leiden voor het verzorgingsniveau in de buurten. Zeker niet wanneer deze geplaatst wordt binnen het kader van een totale herstructureringsoperatie, die normaliter toch al noodzakelijk is op grond van reeds lang optredende marktontwikkelingen (waaronder schaalvergroting).

Ten aanzien van grootschalige supermarkten kan derhalve geconcludeerd worden dat:

- Het fenomeen grootschalige supermarkten niets anders is dan een volgende exponent van schaalvergroting in de retail. Schaalvergrotingsprocessen zijn reeds lang gaande;
- Schaalvergrotingsprocessen leiden op diverse locaties tot een noodzakelijke herstructurering van buurt- en wijkvoorzieningen;
- Het effect van grootschalige supermarkten in het toch al noodzakelijke herstructureringsproces van buurt- en wijkwinkelvoorzieningen in Zaandam Zuidoost is beperkt en heeft – in het geval deze plaats vindt in combinatie met een algehele herstructurering van het voorzieningenniveau in Zaandam Zuidoost - geen of nagenoeg geen gevolgen voor het voorzieningenniveau in de buurten en wijken;
- Grootschalige supermarkten geven een versnelling aan de noodzaak tot herstructurering van buurt- en wijkvoorzieningen.

Instrumentarium

De gemeente spreekt zich (los van beleidsontwikkelingen op Rijksniveau) duidelijk uit voor een prioriteit voor een verdere ontwikkeling van Zaancentrum als centrum voor de Gemeente Zaanstad. Perifere ontwikkelingen dienen ondergeschikt te zijn aan de prioriteitsstelling m.b.t. het Zaancentrum.

Een ontwikkeling die dient te passen in het streven naar een recreatieve binnenstad voor iedereen, waarin naast detailhandel ook andere aspecten (cultuur, vermaak, horeca, entertainment, openbaar gebied, enz.) de attractiewaarde bepalen. Het moge duidelijk zijn dat het niet alleen mag blijven bij het formuleren van beleid, doch dat zij hier ook uitvoering aan dient te geven. Hiervoor heeft de gemeente, naast het bestemmingsplan, een aantal middelen tot haar beschikking:

- Streven naar een recreatief verblijfsmilieu in de binnenstad;
- Het voeren van een marketing, promotie en communicatieprogramma;
- Beheer en handhaving van de kwaliteit van de openbare ruimte;
- Het voeren van centrummanagement en samenwerking met ondernemers;
- Instellen van een Waarborgfonds en/of ontwikkelingsmaatschappij voor de bevordering van zelfstandig ondernemersschap;
- Invoering van een loket functie binnen het gemeentelijk apparaat;
- Regelmatig overleg met marktpartijen.

Het belangrijkste instrument dat de gemeente in handen heeft om ongewenste ontwikkelingen in de periferie te voorkomen betreft de voorliggende structuurvisie, op te stellen respectievelijk te actualiseren bestemmingsplannen en de eventueel te volgen procedures om voor vrijstelling voor detailhandel op bedrijventerreinen in aanmerking te komen. Hiervoor dient de gemeente een toetsingskader te ontwikkelen op basis waarvan toekomstige vestigingsaanvragen voor retail in de periferie beoordeeld worden. In paragraaf 13.3.3 is een voorstel hiervoor opgesteld. Een in te stellen Commissie Winkelplanning kan de gemeente hierbij van advies dienen omtrent de toelaatbaarheid van dergelijke winkels op perifere locaties.

Ten aanzien van het op gang brengen van het proces gericht op herstructurering van buurt- en wijkvoorzieningen zal de gemeente samen met marktpartijen initiatieven dienen te nemen. De rol van de gemeente zal hierbij vooral voorwaardenscheppend van aard zijn, het bij elkaar brengen van marktpartijen en zorgdragen voor handhaving van het voorzieningeniveau (woonklimaat) in woonbuurten. Hierbij zal zij er eveneens voor zorgdragen dat er geen ongewenste concurrentieverhoudingen ontstaan.

2. INLEIDING

2.1 Aanleiding

Het vigerende beleid op het gebied van detailhandel in de gemeente Zaanstad is opgesteld in 1991. Dit beleid wordt tot op heden als uitgangspunt gehanteerd voor de beoordeling en realisering van de detailhandelsontwikkelingen in Zaanstad. Van een gericht retailbeleid³ in combinatie met leisure is tot op heden geen sprake geweest. Nieuwe ontwikkelingen binnen de retail en in relatie hiermee van leisure, spelen een belangrijke rol bij de noodzaak om het beleid te actualiseren. Genoemd kunnen worden:

1. Wijzigingen in het consumentengedrag
2. Nieuwe aanbodsvormen (Factory outlet centra, E-commerce, grootschalige ontwikkelingen, waaronder grootschalige supermarkten, aanbodontwikkelingen bij traffic centra etc.), de toenemende verweving van retail en vrije tijd; horeca, cultuur, evenementen etc.
3. Het veranderende overheidsbeleid. Hierbij spelen de MDW-nota, 'Meer met Minder, naar een nieuw ruimtelijk beleid voor de detailhandel', van maart 2000 en de conceptversie (PKB 1) van de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening die begin 2001 verschenen is een belangrijke rol.
4. Daarnaast speelt ook de retailvisie die momenteel voor de regio Noord Holland-zuid wordt voorbereid een belangrijke rol. In deze nota wordt een regionaal kader voorbereid, waaraan in de toekomst gemeentegrens overschrijdende initiatieven (waaronder een aantal projecten in Zaanstad) getoetst worden.⁴

Binnen dit kader heeft de gemeente Zaanstad Kolpron Consultants BV te Rotterdam verzocht de retail- en leisurestructuur opnieuw in beeld te brengen en de bevindingen te vertalen naar beleidsaanbevelingen.

2.2 De onderzoeksopgave

De centrale vraagstelling in dit onderzoek is als volgt:

Welk nieuw retail- en leisurebeleid dient de gemeente Zaanstad, in relatie tot het nieuwe overheidsbeleid, te voeren om optimaal te kunnen inspelen op nieuwe ontwikkelingen aan zowel de vraag- als aanbodzijde?

Het onderzoek is opgedeeld in een inventarisatiegedeelte en het voorliggend adviesdeel. In het eerste deel zijn de volgende vragen beantwoord:

- Welke retail-leisurestructuur valt er momenteel te herkennen in de gemeente Zaanstad?
- Hoe functioneert deze momenteel, waar liggen de sterkten en zwakten? Hoe is de positionering in de regio?

³ Zie voor definities bijlage 4.

⁴ Kolpron Consultants is bij de voorbereiding hiervan betrokken en heeft onlangs een advies aan het ROA uitgebracht.

- Welke nieuwe ontwikkelingen aan de vraag- en aanbodzijde, ten aanzien van retail en leisure zijn er momenteel, maar vooral ook in de toekomst in de context van Zaanstad te verwachten?
- Hoe zien de huidige en eventueel te verwachte toekomstige beleidskaders eruit?

In deel twee, de onderliggende adviesrapportage, worden onder andere de volgende vragen beantwoord:

- *Welk ambitieniveau streeft de gemeente Zaanstad na?*
- *Hoe dienen de winkelgebieden zich gegeven het ambitieniveau, in de toekomst te profileren? Welke visie is hiervoor passend?*
- *Hoe dient omgegaan te worden met perifere locaties in relatie tot de binnenstad en buurt/wijkverzorgende voorzieningenclusters in Zaandam?*
- *Welk beleidskader/instrumentarium dient ontwikkeld te worden om het ambitieniveau ook daadwerkelijk te realiseren?*



Westkade.

2.3 Begeleiding van het onderzoek

Begeleiding van het onderzoek heeft plaats gevonden middels een speciaal voor dit onderzoek geformeerde begeleidingsgroep. De samenstelling hiervan is weergegeven in bijlage 8.

Voorts zijn tijdens het onderzoek diverse gesprekken gevoerd met informanten die belangrijke informatie hebben aangedragen voor het onderzoek. In bijlage 8 is tevens aangegeven met wie deze gesprekken hebben plaatsgevonden. Voor de bijdrage van zowel de begeleidingsgroep als de sleutelinformanten aan de totstandkoming van deze nota zeggen wij hartelijk dank.

3. DE OPKOMST VAN STEDELIJKE NETWERKEN

In dit hoofdstuk wordt een beschrijving gegeven van de opkomst van verschillende soorten locatie typologieën binnen stedelijke netwerken en de bezoekmotieven die hieraan ten grondslag liggen. Tevens worden op basis hiervan correlaties getrokken ten aanzien van de toekomstige retail- en leisurestructuur.

3.1 Ontwikkelingen die van invloed zijn op de retail- en leisurestructuur

3.1.1 Grenzen bestaan niet meer

Activiteitenpatronen van mensen zijn diverser geworden, deze bestrijken steeds meer locaties en spelen zich af op grotere ruimtelijke schaal. Een aantal evenementen of voorzieningen bezoek je bijvoorbeeld in de eigen wijk/stadsdeel vanwege het gemak, de nabijheid, bekendheid en wellicht de ‘coulure locale’. Andere activiteiten bezoek je buiten de eigen wijk, stadsdeel of kern, in het buitengebied of zelfs in een andere stad. Afstand is hierbij steeds minder belangrijk geworden maar het belang van een plek waar ‘iets te beleven valt’, een ontmoetingsplaats, is dit des te meer. Men reist niet verder om hetzelfde te ervaren, maar juist om iets nieuws te ervaren. In zowel de locale als regionale context lijkt er sprake te zijn van een netwerk, met daarbinnen verschillende plaatsen waar verschillende activiteiten kunnen worden beleefd.

3.1.2 Technologie en de stad

In E-topia (1999) beschrijft W.J. Mitchell de invloed van de wereldwijde digitale infrastructuur op het stedelijk leven. Het functioneren van steden zal veranderen. De digitale infrastructuur verplaatst informatie waar en wanneer we willen. De noodzaak om ergens naar toe te gaan wordt steeds kleiner. Communicatie en transport maken de wereld steeds kleiner, waardoor het belang van plaats wordt uitgehold. Traditionele ontmoetingsplaatsen (binnensteden, winkels) verliezen hun aantrekkingskracht. De digitale infrastructuur verandert de functionele en ruimtelijke samenhang van steden en ruimtelijke netwerken.

In de digitale wereld zullen plaatsgebonden activiteiten de concurrentie om aanwezigheid, aandacht en geld aangaan door het bieden van toegevoegde waarde aan face-to-face belevenissen. Dit betekent het zoeken naar het ongewone en het benadrukken van het unieke van de plaats.

De digitale wereld komt niet in de plaats van de face-to-face wereld. Afhankelijk van middelen (tijd en geld) en voorkeuren zullen mensen de ene keer kiezen voor de nieuwe media (telecommunicatie) en de andere keer voor verplaatsing (mobiliteit). De aantrekkingskracht van de plaats wordt steeds belangrijker. Dit zal onder meer leiden tot:

- het ontstaan van gespecialiseerde centra van cultuur, vermaak, onderzoek of onderwijs;
- het vervagen van de grenzen tussen wonen en werken en
- een verdere differentiatie van de ruimte naar doelgroep en leefstijl;

3.1.3 Vrije tijd in de netwerkstad

Stadions, theaters, casino's, themaparken, binnensteden en winkelcentra zijn aantrekkelijke aanknopingspunten voor het versterken van de identiteit en aantrekkelijkheid van steden. Het Guggenheim museum in Bilbao zet niet alleen de stad op de toeristische kaart, maar legt ook een relatie met andere internationale (cultuur)steden. In de netwerkstad is het centrum niet langer het enige stedelijke uitgaansgebied. Ook op andere plaatsen ontstaan nieuwe uitgaansgebieden met stedelijke kwaliteiten.

Het creëren van verschillende uitgaansgebieden met een eigen karakter en onderscheidend vermogen draagt bij aan de verscheidenheid binnen het stedelijk veld en aan complementariteit. Dit onderscheidend vermogen (kritische massa en kritische mix) is een samenspel van:

- locatie;
- programma;
- doelgroep;
- marketing.

In de groeiende vrijetijdsmarkt zijn er blijkbaar voldoende mogelijkheden voor het op een evenwichtige wijze ontwikkelen van meerdere complementaire uitgaanscentra binnen het stedelijk veld.

3.1.4 De opkomst van het stedelijke netwerken

Demografische en technologische ontwikkelingen hebben de afgelopen 20 jaar de functionele en ruimtelijke positie van (binnen)steden ingrijpend gewijzigd. Het centrale plaatsenmodel met een allesomvattend stadscentrum heeft allang plaats gemaakt voor een stedelijk veld met allerlei 'kris-kras' relaties, met elkaar deels uitsluitende netwerken, met meerdere centra, met elk een eigen dynamiek, met complementaire en met elkaar beconcurrerende voorzieningen.

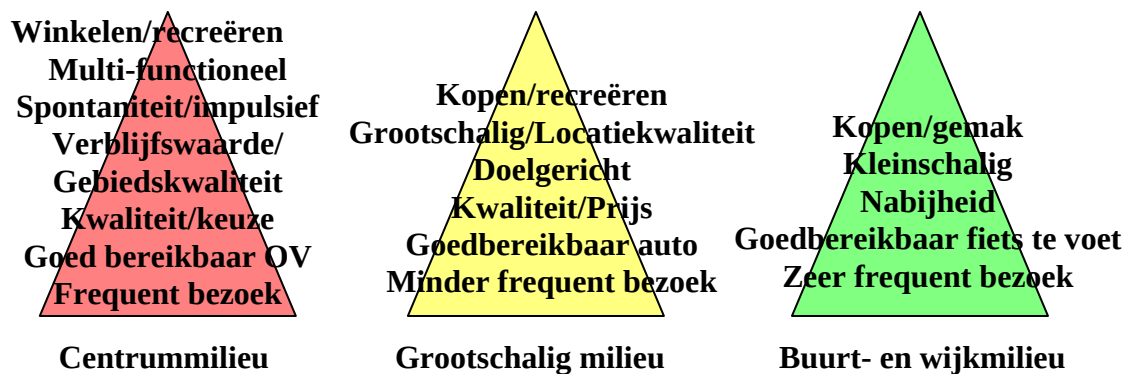
Uit De vrijetijdsindustrie in stad en land (H. Mommaas, 2000) blijkt eveneens dat de dynamiek van de vrije tijd het schaalniveau van stad en land overstijgt. Vanuit de stad beredeneerd trekken vrijetijdsvoorzieningen naar het buitengebied. Vooral langs de stedelijke randen ontstaan voorzieningen, die zich vooral richten op een suburbaan gezinspubliek. Omgekeerd krijgt het buitengebied een stedelijk karakter (druk, levendig, snel). De onderscheidingen tussen stad en land nemen in functioneel opzicht af. Het onderscheid krijgt vooral een symbolische waarde. De kenmerken van stad en land worden instrumenten om het plaatseigen karakter te versterken.

3.2 Een nieuwe retail en leisure-structuur

Ook in de retail- en leisurestructuur tekent zich een dergelijke ontwikkeling af. Met name in stedelijke gebieden met voldoende omvang is de binnenstad niet meer alles overheersend. Juist in die stedelijke gebieden waar sprake is van een sterk multifunctionele binnenstad met een hoogwaardig verblijfsmilieu zijn in de periferie andere centrummilieus in opkomst die complementair zijn aan de binnenstad.

In steden waar al deze milieus aanwezig zijn heeft een duidelijke uitkristallisering plaats gevonden van bezoekmotieven aan de verschillende locaties.

Op basis hiervan is de opkomst te verklaren van woonboulevards, sportcentra, vrijetijdscentra etc. In onderstaand schema is deze structuur in beeld gebracht. Het betreft geen hiërarchische weergave, maar een typologie van verschillende milieus, met eigen karakteristieken.



Onder centrummilieus vallen de binnensteden, maar ook stadsdeelcentra met een grote retail en leisure mix. Hierbij worden de centrummilieus vooral bezocht met als doel recreëren, vrijetijdsbesteding, vergelijkend en recreatief koopgedrag.

Onder grootschalige milieus kunnen woonboulevards, PDV/GDV-locaties, maar ook sport- en vrijetijdslocaties (zoals bijvoorbeeld De Uithof in Den Haag, Snowworld in Zoetermeer en de Zaanse Schans) worden gerekend. Deze zijn vaak op goed bereikbare locaties gelegen en worden over het algemeen doelgericht bezocht.

Het bezoekmotief aan functies in de buurt of wijk heeft veelal betrekking op het gemak en de nabijheid van een aantal basisvoorzieningen die frequent worden gebruikt, zoals een supermarkt en buurt- en wijkgerichte voorzieningen op het gebied van horeca, zorg en vrije tijd.

Het mag duidelijk zijn dat een dergelijke structuur alleen kan bestaan in die gebieden waar de verschillende milieus ook voldoende omvang en voldoende onderscheidend vermogen hebben. Zo kan bijvoorbeeld een grote GDV-locatie buiten het (sterke)stadscentrum van met name de grotere steden, een goede aanvulling op de retailstructuur betekenen.

In stedelijke gebieden waar de retail in de binnenstad niet die sterke positie inneemt (multi-functioneel, hoogwaardig verblijfsmilieu, hoog entertainment gehalte) zullen perifere grootschalige milieus met min of meer vergelijkbaar winkelaanbod als in de binnenstad, in hoge mate concurreren met de binnenstad. In dergelijke stedelijke gebieden zal een uitsplitsing in centrum en grootschalige milieus leiden tot onaanvaardbare concurrentie voor de binnenstad. In dergelijke gebieden zal samenvoeging van centrummilieus en grootschalige milieus op een schaal en wijze die past bij een dergelijk centrum, een aanzienlijke versterking van de centrumgebieden kunnen betekenen.

4. ZAA NSTAD EEN NETWERK OP ZICH

In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe de gemeente Zaanstad als netwerk in haar regionale context kan worden gezien. Voorafgaand hieraan wordt de term netwerk nader beschreven op basis van de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening. Aansluitend wordt het ambitieniveau van de gemeente Zaanstad weergegeven, zoals dit in de Nota Zaanse 2015 is neergelegd.

4.1 Zaanstad in haar ruimtelijke context

4.1.1 Het begrip netwerk en de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening

In het ontwerp van de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening wordt een stedelijk netwerk omschreven als: *sterk verstedelijkte zones die de vorm aannemen van een netwerk van grotere en kleinere compacte steden, elk met een eigen karakter en profiel binnen het netwerk.*

Voorop staat het handhaven en versterken van de variatie in woon- en werkmilieus en in leefomgeving, culturele uitstraling, sport en recreatiemogelijkheden. *Niet de afzonderlijke steden, maar de grootstedelijke gebieden en stedelijke netwerken bieden een compleet programma aan woon/werkmilieus, voorzieningen, parken en vervoersmogelijkheden.*

4.1.2 Zaanstad in de regio

Deze netwerken worden voor Zaanstad op verschillende niveaus teruggevonden. Deze zijn:

1. Zaanstad
2. Regio Amsterdam, Regionaal Overlegorgaan Amsterdam (ROA)
3. Noord-Holland-Zuid
4. De Randstad

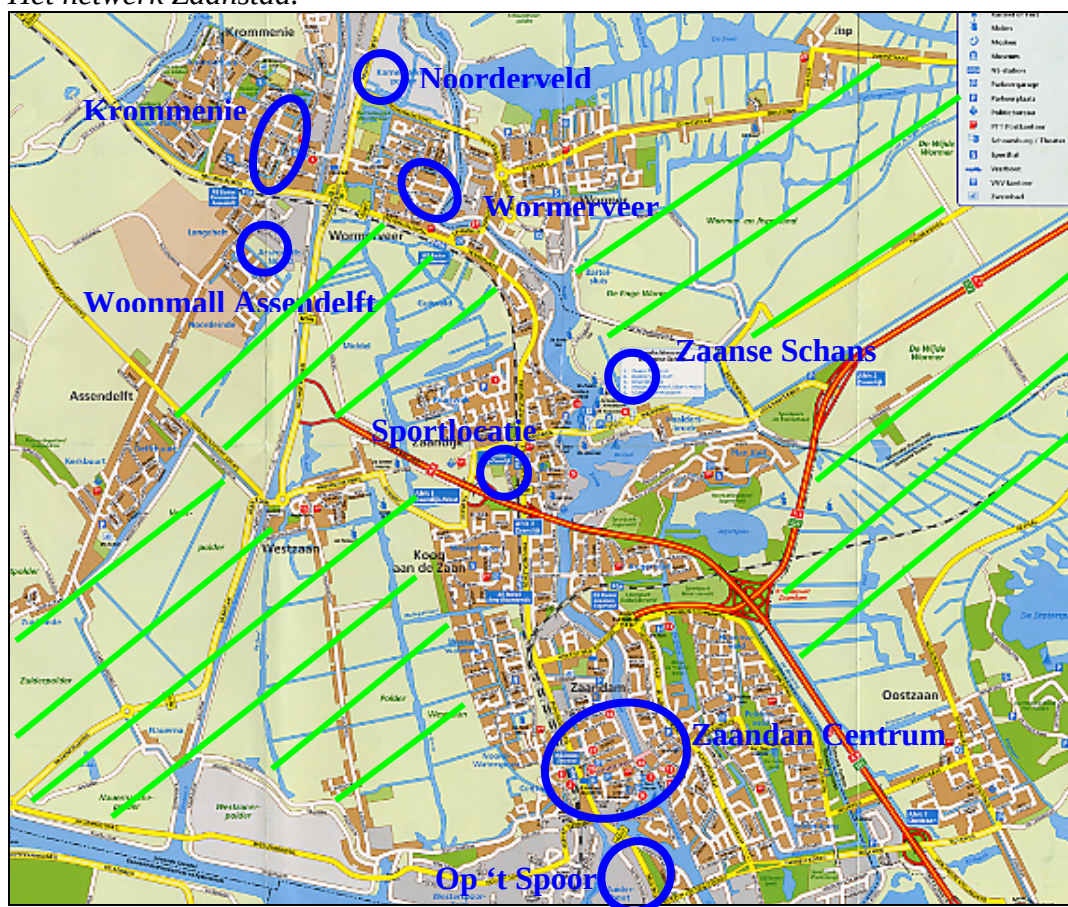
Hieronder volgt een korte toelichting op de eerste twee netwerken waar Zaanstad deel van uitmaakt. De functie van Zaanstad in het netwerk Noord Holland Zuid en de Randstad is voor deze studie van minder belang.

4.1.3 Netwerk Zaanstad

De gemeente Zaanstad kan in deze optiek als een klein netwerk binnen een groter geheel worden beschouwd. Wanneer de kaart erbij wordt gepakt valt op dat de gemeente Zaanstad een aaneenschakeling is van kernen, dorpen en wijken, grofweg gesitueerd langs de Zaan. Binnen de gemeente Zaanstad heeft Zaancentrum een belangrijke functie voor de kernen Zaandam, Assendelft en Westzaan en de kernen Oostzaan en Landsmeer. Deze laatste twee kernen behoren overigens niet tot de gemeente Zaanstad. Verder speelt Zaancentrum een rol voor de kernen Krommenie en Wormerveer, maar ook voor de kleinere kernen.

Het gebied is behalve uitgestrekt ook nog eens sterk versnipperd. De bewoners van de gemeente Zaanstad lijken dit ook zo te ervaren, door de sterke verbondenheid die men heeft met de eigen kern. Deze verbondenheid wordt voornamelijk bepaald door ligging, sfeer, aanbod en kwaliteit. Het gaat hierbij echter ook om de traditionele ontmoetingsplaatsen van de lokale bevolking. Deze traditionele ontmoetingsplaatsen lijken echter te eroderen, niet alleen vanwege de samenvoeging van de diverse kernen tot een gemeente Zaanstad, doch ook door nieuwe bevolkingsgeneraties. Het beleid van de gemeente Zaanstad kan op deze erosie een positieve invloed uitoefenen door grootstedelijke functies te concentreren in Zaancentrum.

Het netwerk Zaanstad.



4.1.4 Netwerk Amsterdam en ROA

De gemeente Zaanstad vormt zowel in Amsterdam als in het ROA-gebied de noordelijke vleugel. In de regionale context kan worden geconcludeerd dat Zaancentrum een subcentrum is in een grootstedelijk gebied.

Het belangrijkste centrum in dit gebied is de Amsterdamse binnenstad op slechts 10 minuten reisafstand van Zaanstad met de trein. Met de auto is de reisafstand iets groter. Iets meer naar het zuiden zijn er de ontwikkelingen rond de Arena, met stadsdeelcentrum de Amsterdamse Poort, Villa Arena en de Arena Boulevard, Amstelveen Stadshart en de stadsdeelcentra Buikslotermeerplein (Amsterdam-Noord) en Osdorpplein (Amsterdam-West). Buiten het ROA-gebied liggen de belangrijke plaatsen Alkmaar, Beverwijk en Haarlem.

Allen locaties met een uitgebreid pakket aan voorzieningen. De centra van gelijke of hogere orde, zoals bijvoorbeeld de Amsterdamse, Haarlemse of Alkmaarse binnenstad zijn allen actief om de eigen positie in het netwerk te handhaven respectievelijk te versterken, waarbij op onderdelen de strijd met de omliggende centra wordt aangegaan.

4.2 Ambitieniveau gemeente Zaanstad⁵

Zaanstad wil inzetten op een hoog ambitieniveau. Identiteit, diversiteit, mobiliteit en leefbaarheid vormen in dit kader de trefwoorden. Er dient ingespeeld te worden op de ontmoetingsfunctie, met een niveau van voorzieningen dat past bij de Zaanse maat en karakter. Beseft wordt dat er veel verborgen kwaliteiten aanwezig zijn in de gemeente en dat er ruimte voor nieuwe functies is, zowel in het landelijk als stedelijk gebied. Er wordt gebruik gemaakt van de volgende stelling:

De stad stadser en de dorpen dorps

Deze stelling houdt in dat concentratie van stedelijke voorzieningen in Zaancentrum plaats moet vinden en dat de eigenheid van de dorpen erkend wordt.

4.2.1 Identiteit en veelzijdigheid van stad en dorp

Identiteit en herkenbaarheid: van een verborgen naar een open en zichtbare stad

Vanwege de regionale positie wil Zaanstad zich vooral profileren op het snijvlak van de stedelijke dynamiek rond Amsterdam en de rust van het open landschap. Op dit moment worden veel van de bestaande kwaliteiten vrijwel alleen door de inwoners van Zaanstad waargenomen en de bedoeling is dat in de toekomst ook bezoekers van buiten ze opmerken. Strategische plekken in en rond de stad dienen een kwaliteitsimpuls te krijgen, zodat bezoekers geprikkeld worden.

- Zo zal er bijvoorbeeld aandacht besteed worden aan het aanbrengen van beeldmerken en het verbeteren van de entrees tot de stad.
- Er wordt ingezet op kwalitatief goede en spraakmakende attracties en evenementen op bijvoorbeeld sport- en cultuurgebied. De kwaliteiten van de Zaan dienen verder uitgebouwd te worden middels het Zaanoeverproject dat verbreed wordt naar economie en toerisme.
- Er wordt ingezet op versterking van cultuurhistorische waarden en hergebruik van het industrieel erfgoed (combinaties van wonen en werken).
- Aangegeven is dat een visie ontwikkeld dient te worden voor het Hembrugterrein.
- Het toerisme zal verder ontwikkeld worden door de aanleg van praktische voorzieningen en activiteiten.

⁵ De ambities van de gemeente Zaanstad zijn verwoord in 'Zaankanter in 2015', 'Plannen met Zaanstad; Zaankanter in 2015 in uitvoering' en in de Economische visie 'Voedingsbodem voor ondernemend Zaanstad'.

Veelzijdigheid en diversiteit: maak de stad stadser, laat de dorpen dorps.

Centraal staat dat een heldere visie op de ontwikkeling van Zaancentrum de mogelijkheid biedt aan de andere kernen om verder te differentiëren op basis van de eigen kwaliteiten en voorzieningenniveaus. Zo ontstaat er een breed scala aan woon- en werkmilieus die in stand gehouden en zelfs uitgebreid dienen te worden. Daarom wordt ingezet op meer differentiatie in woontype, eengezinswoningen en gestapelde bouw en dient meer vermenging van wonen en werken plaats te vinden. Tevens dienen de kwaliteit en identiteit van de openbare ruimte versterkt te worden.

4.2.2 Vrije tijd

Meer in het algemeen dient multifunctioneler gebruik gemaakt te worden van de onderwijs-, welzijns- en sportaccommodaties. Het Darwinpark en het In 't Veldpark wil de gemeente Zaanstad omvormen tot bijzondere verblijfsgebieden. Door het promoten van de samenhang van toeristische evenementen, attracties en andere bezienswaardigheden alsmede het verbeteren van de infrastructuur wil de gemeente Zaanstad het toeristisch ondernemerschap aantrekken. Om gebouwen en het openbaar gebied op een aantal plekken functioneler in te richten en een herkenbare en betekenisvolle uitstraling te geven is het Tien Pleinen Plan bedacht. Voor Zaandam gaat het bij dit plan om de Burcht, de Dam en het Ankersmidplein.

4.2.3 Mobiliteit en netwerken: betere verbindingen en bredere netwerken

De gemeente Zaanstad wil zich naast de verbetering van de aansluiting op het regionale verkeer- en vervoersnet (o.a. richting Amsterdam en Schiphol) inzetten voor de mobiliteit binnen Zaanstad. Het gaat daarbij niet alleen om woon-werkverkeer maar ook om verbindingen naar scholen, winkels en overige voorzieningen. Bij het lokale vervoer gaat het onder meer om de versterking van de functie van de noord-zuidas en de ontwikkeling van de Zaanse Rijksweg. Verder gaat het bij de infrastructurele maatregelen om de doortrekking van de A8, de verdubbeling van de Coentunnel en het doortrekken van de Den Uijlweg. Ook de aanleg van lightrail speelt hierbij op termijn een grote rol. Aangegeven is dat rond knooppunten voldoende parkeergelegenheid dient te zijn.

Wat betreft het openbaar vervoer hanteert de gemeente Zaanstad de volgende doelstelling voor 2015: "OV maal twee". Naast een verhoogde frequentie voor de treinverbindingen wordt tevens gedacht aan lokale/regionale tarieven en een goed afgestemd lokaal buslijnnennet.

Op recreatief gebied wordt aangegeven dat men door het uitbreiden van de wandel- en fietspaden aan de randen van de bebouwing en het veenweidegebied een beter zicht wil creëren op de aantrekkelijkheden van Zaanstad.

4.2.4 Kwaliteit en leefbaarheid: zorg voor een duurzaam leefbare stad

Met betrekking tot kwaliteit en leefbaarheid wordt ingezet op een integrale benadering. Het zuinig omgaan met milieu, ruimte en materialen moet leidend zijn bij de verdere ontwikkeling van de stad.

Het is belangrijk dat er adequate voorzieningen voor vrije tijd komen, dat horeca en professionele stedelijke podia gebundeld en versterkt worden en dat er meer evenementen in de culturele driehoek komen.

Voor geheel Zaanstad geldt dat de multifunctionaliteit bevorderd dient te worden. Dit kan onder meer door op bepaalde locaties in de wijk de functies te bundelen. Hierbij kan het gaan om onderwijs met andere, deels ondersteunende voorzieningen (bibliotheek, vrijetijds- en leisurevoorzieningen). De openbare ruimte dient op een aantal plaatsen in Zaanstad heringericht te worden en hierbij moet gebruik gemaakt worden van beeldende kunst en de betekenis van groen.



De openbare ruimte bij de Rozengracht.

Op sportgebied moeten kansen gecreëerd worden voor commerciële sportbeoefening. Daarnaast zullen een aantal kleinschalige veldsportcomplexen afgestoten worden en is het de bedoeling dat een beperkt aantal kwalitatief hoogwaardige centra tot stand komt.

In het landelijk gebied dient ingespeeld te worden op de verbetering van milieu-, natuur- en landschappelijke kwaliteiten, het versterken van het streekeigen karakter en het verbreden van de economische basis. In dit kader dienen een aantal recreatieve en ecologische verbindingzones ontwikkeld te worden.

5. VISIE OP RETAIL- EN LEISURESTRUCTUUR ZAANSTAD

Op het huidige functioneren van de verschillende locaties in Zaanstad is in de inventarisatie fase ingegaan, evenals op de trends die zich in het algemeen voordoen. In dit hoofdstuk zal op basis van deze bevindingen op hoofdlijnen een ontwikkelingsvisie worden uitgewerkt voor Zaanstad en daarbinnen de belangrijkste retail-, sport-, cultuur en recreatie-toeristische clusters. Hierbij is tevens rekening gehouden met de ligging van Zaanstad in de regio en het ambitieniveau zoals dat voor de gehele gemeente in de nota “Zaankanters in 2015” is beschreven.

5.1 Visie op Zaanstad

5.1.1 Algemeen

De basis voor de visie in dit hoofdstuk vormen de ambities. Het ambitieniveau van de gemeente Zaanstad is neergelegd in de nota Zaankanters in 2015. Bij het formuleren van de onderstaande visies wordt behalve hiermee, ook rekening gehouden met de ambities in ROA-verband, zoals is beschreven in het Kolpron-rapport, Structuurvisie commerciële voorzieningen ROA, februari 2001. In beide ambities staan een tweetal uitgangspunten centraal:

1. een brede en complete verzorgingsfunctie en
2. een gezond ondernemersklimaat.

Binnen het kader van de regionale positionering van Zaanstad, als gemeente die de noordelijke vleugel van het Grootstedelijk gebied Amsterdam en het ROA vormt, zal het centrum van Zaanstad (Zaancentrum) eenzelfde positie in dienen te nemen als de in Amsterdam aanwezige stadsdeelcentra en het centrum van Amstelveen. Dit betekent dat het Zaancentrum, zowel een recreatieve functie als ook een doelgerichte winkelfunctie dient te vervullen. Het huidige Zaancentrum heeft echter nog een te beperkte recreatieve functie. Dit geldt zeker voor de winkelfunctie waarbij de nadruk sterker ligt op het doelgericht kopen in plaats van het recreatieve winkelen. Een verdere ontwikkeling van het Zaancentrum tot een stadsdeelcentrum+ niveau, dient daarom in het gemeentelijk beleid absolute prioriteit te krijgen boven een verdere ontwikkeling van grootschalige perifere locaties. Een gevolg van deze prioriteitsstelling op Zaancentrum is dan ook dat een verdere ontwikkeling van grootschalige perifere winkellocaties zonder branchebeperkingen dient te worden voorkomen. Dit leidt immers tot ongewenste concurrentie met Zaancentrum.

Daarnaast zullen al dan niet gethematiseerde sport- en recreatie-toeristische locaties op daartoe geschikte locaties een duidelijke plaats in de retail- en leisurestructuur dienen te krijgen in de gemeente Zaanstad. Afhankelijk van het mobiliteitsprofiel en de ruimtebehoefte dienen, zowel in het centrum als de periferie hiervoor mogelijkheden te bestaan.

Tevens dienen in de diverse kernen, wijken en buurten voldoende voorzieningen aanwezig te zijn die voorzien in de primaire buurt- en wijkgebonden behoeften van de bewoners.

5.1.2 Niet meer van hetzelfde

Een van de belangrijkste constatering in het inventarisatiegedeelte is dat met name Zaandam een zeer omvangrijk detailhandelsaanbod heeft, verklaarbaar door het grote PDV-aanbod, maar dat dit zich in vergelijking met andere kernen in de regio niet sterk weet te onderscheiden. Daarnaast heeft de vrijetijdssector in de gemeente Zaanstad het nadeel dat deze dichtbij een groot aantal gebieden en steden ligt met een sterk ontwikkelde vrijetijdssector.

Het feit dat de gemeente Zaanstad deel uitmaakt van een groot stedelijk netwerk, pleit ervoor om nieuwe ontwikkelingen niet concurrerend maar onderscheidend te laten zijn. In dit licht bezien zullen nieuw toe te voegen functies daarom beoordeeld moeten worden op het onderscheidend vermogen en de mate waarmee de identiteit en de aantrekkelijkheid van de gemeente Zaanstad kan worden versterkt. Dit betekent dat toevoeging van aanbod van 'meer van hetzelfde' in de toekomst kritisch dient te worden bekeken.

5.2 Visie belangrijkste retail- en leisureclusters op hoofdlijnen

5.2.1 Zaancentrum

Regionaal maar ook binnen de gemeente heeft Zaancentrum geen sterke positie. Zaancentrum heeft een te weinig bindend karakter voor de eigen gemeente. De oorzaken liggen zowel in de functionele en ruimtelijke structuur van Zaancentrum als ook in de nabijheid van een groot aantal voorzieningen clusters, zoals de Amsterdamse Poort/Arena Boulevard, Osdorpplein (in de toekomst meer leisure en grootschalige detailhandel), Buikslotermeerplein (wordt in de toekomst herontwikkeld en uitgebreid met GDV- en leisurefuncties). Ook theaters en bioscopen, musea, Bijenkorf (Amsterdam, Amstelveen) en horeca dragen bij aan het onderscheidende vermogen van deze locaties en zijn hierdoor sterk concurrerend met Zaancentrum.



Het Zaantheater.

Zaancentrum dient het onderscheidend vermogen te versterken door vooral uit te gaan van de eigen kracht en de plaats binnen het eigen netwerk. Zaancentrum dient

in eerste instantie een belangrijkere rol te gaan spelen voor de eigen bevolking van vooral Zaandam en de rest van de gemeente Zaanstad. Het Zaancentrum zal daarom meer dan tot op heden een ontmoetings- en verblijfplaats moeten gaan worden, waar het prettig en leuk is en waar wat valt te beleven met een eigen identiteit, waar elke Zaankanter zich thuis voelt, en voortvloeiend hieruit ook elke gast. Waar niet alleen winkels maar ook horeca en andere voorzieningen een belangrijke rol spelen. Een goede functiemix staat hierbij voorop. Een goede functiemix zal niet alleen de sfeer verbeteren, maar ook de bestedingen en het gebruik van de voorzieningen doen toenemen.

Het stimuleren van het recreatieve karakter en de toevoeging van grootschalige functies grenzend aan de binnenstad dragen bij aan een toename van bezoekmotieven aan Zaancentrum. Hiermee wordt tevens voorkomen dat zich elders op perifere locaties in Zaanstad dergelijke functies zullen vestigen. Gezien de beperkte recreatieve functie van het centrum van Zaandam zou dit slechts leiden tot een verdere afzwakking van de aantrekkingskracht van het centrum van Zaandam. In bijlage 1 is aangegeven waarom toevoeging van grootschalige retail van extra toegevoegde waarde is voor het centrumgebied van Zaandam.



Verborgene kwaliteiten en identiteit.

Daarnaast zal veel aandacht uit moeten gaan naar de ruimtelijke structuur door een betere inrichting en aandacht voor historische elementen, bereikbaarheid, zichtlijnen, looproutes en architectuur. Behalve om gebouwen en functies en de openbare ruimte gaat het om het creëren van een omgeving, die motiverend en stimulerend werkt en die past bij de schaal en maat van het centrum. De eerder in Zaankanters 2015 geconstateerde verborgen kwaliteiten, maar ook de verborgen identiteit van deze belangrijke food-producerende stad en de historiciteit die hiermee samenhangt, zijn andere aanknopingspunten.

In het volgende hoofdstuk wordt op een groot aantal maatregelen ingegaan die dit proces mede in beweging kunnen zetten. Binnen de gemeente bestaan al een groot aantal plannen en maatregelen ter verbetering van Zaancentrum. Deze zullen zoveel mogelijk worden meegenomen en geplaatst worden in de context van de visie en de geformuleerde doelstellingen.

5.2.2 Visie op de belangrijkste dorpscentra Krommenie en Wormerveer

Zowel Krommenie-centrum als Wormerveer-centrum hebben een typisch dorps karakter, met een beperkte boven-lokale functie.

Het gemeentelijk adagium; 'De stad stadser en het dorp dorps', zou hier opgevat kunnen worden als een impuls om het dorps karakter te behouden en waar mogelijk te versterken. Dit zou betekenen dat zowel de ruimtelijke structuur als de functiemix verbeterd zou moeten worden, passend binnen de schaal en het karakter van beide dorpscentra. Ook hier zou het 'eigene', zoals bijvoorbeeld het dorps karakter of de relatie van Wormerveer met de Zaan, verder onderstreept en versterkt dienen te worden, zodat beide kernen sterk genoeg zijn om naast elkaar te kunnen bestaan. Belangrijk gezien de relatief korte onderlinge afstand, onnodige concurrentie door te veel overlap in met name het speciale aanbod, zou moeten worden vermeden. Ook kan hier aan toeristisch- en recreatieve functies worden gedacht waarmee de relatie met het landelijke gebied wordt verstevigd. Dit betekent dat ook hier sprake zal moeten zijn van thematisering of accentverschillen.

5.3 Visie op retail- en leisure buiten de traditionele winkellocaties

In deze paragraaf wordt aandacht besteed aan de gewenste toekomstige retail- en leisurestructuur buiten de traditionele retailcentra. Hierbij wordt ingegaan op zowel locaties met hoofdaccent op retail en locaties met hoofdaccent op leisure.

5.3.1 Locaties met hoofdaccent retail

Huidige structuur

De gemeente Zaanstad heeft ten aanzien van detailhandel buiten de traditionele winkelgebieden in de afgelopen decennia, voornamelijk een ad-hoc beleid gevoerd. Het vigerende Rijksbeleid ten aanzien van PDV- en GDV-vestigingen

heeft er toe geleid dat ontwikkelingen zich met name tot de PDV-branches⁶ hebben beperkt.



Op 't Spoor.

In de Gemeente Zaanstad zijn drie PDV-locaties aan te wijzen te weten, Op 't Spoor, Woonmall Assendelft en de meest recente locatie Noorderveld⁷ (gebundelde deconcentratie). Een nog niet genoemde locatie met een zeer beperkte perifere detailhandelsfunctie is het Novicenter in de wijk Westerspoor. De PDV-functie van de laatste locatie wordt overigens afgebouwd.

De drie eerstgenoemde PDV-locaties in Zaanstad vertonen qua thema en branchering een grote mate van overlap. Belangrijkste verschilpunt in branchering is het feit dat op de locatie Noorderveld geen meubelen en woninginrichting worden toegelaten. Het aanbod in Woonmall Assendelft is beperkt tot de branches meubelen en woninginrichting.

Toekomstige structuur

Theorie

In theorie verdient concentratie van functies die onder eenzelfde thema vallen de voorkeur. Hiervoor zijn een aantal redenen aan te voeren;

- beperking mobiliteit;
- efficiënt ruimtegebruik;
- sterkere regionale uitstraling;
- herkenbaarheid;
- kritische massa;
- grotere aantrekkingskracht dan versnipperd aanbod;
- optimale benutting van mogelijkheden voor combinatiebezoek.

⁶ Zie voor definitie PDV-branches bijlage 4.

⁷ Momenteel in ontwikkeling.

Praktijk in Zaanstad

Van een optimale concentratie van perifere retail in Zaanstad is momenteel geen sprake. Dit betekent dat de voordelen die concentratie van perifere retail biedt niet optimaal worden benut.

Om een indruk te krijgen van de mogelijke toekomstige structuur zal in de onderstaande tabel een overzicht worden gegeven van mogelijke ontwikkelingsvarianten. Op basis hiervan kan de gemeente een keuze maken voor de gewenste ontwikkelingsrichting voor Zaanstad.

Tabel 5.1: Ontwikkelingsrichtingen retailstructuur buiten traditionele retaillocaties.

Varianten	Op 't Spoor	Woonmall Assendelft	Noorderveld
Huidige situatie	Alle PDV-branches	Meubelen/woninginrichting	Alle branches, behalve meubelen en won.inr.
A	Alle PDV-branches	X	X
	X	Alle PDV-branches	X
	X	X	Alle PDV-branches
B	Alle PDV-branches	X	Alle PDV-branches
	Alle PDV-branches	Alle PDV-branches	X
	X	Alle PDV-branches	Alle PDV-branches
C	Alle PDV-branches	Alle PDV-branches	Alle PDV-branches

Huidige situatie

Deze variant betreft (de handhaving van) de huidige situatie. Dit is niet de meest optimale situatie maar op korte termijn wel de meest reële. Nadeel hiervan is dat er in deze situatie drie locaties blijven bestaan met PDV-branches, waardoor de eerder genoemde voordelen van concentratie niet optimaal kunnen worden benut.

Variant A

Deze variant gaat uit van concentratie op één van de huidige drie locaties. Hierbij worden de eerder genoemde voordelen optimaal benut. Deze variant is tegelijkertijd het minst reëel, omdat dit betekent dat van de huidige drie locaties maar één locatie overblijft. Wellicht dat deze variant op de zeer lange termijn kan worden nagestreefd. Overigens biedt Op 't Spoor en omgeving als enige locatie voldoende fysieke uitbreidingsmogelijkheden voor deze variant. Noorderveld heeft na haar realisatie geen uitbreidingsruimte meer. Voor Woonmall Assendelft is de minder goede bereikbaarheid de belangrijkste reden waarom deze locatie minder geschikt is voor uitbreiding. Wel moeten , indien wordt besloten tot concentratie op één locatie, alle PDV-branches worden toegelaten. Hiermee ontstaat dan immers een volwaardige PDV-locatie.

Variant B

In deze variant wordt gekozen voor twee locaties. Het meeste voordeel wordt in deze variant behaald, indien de twee grootste locaties worden gekozen (voldoende kritische massa) als ook de locaties die goed bereikbaar zijn. Tevens is het gunstig indien deze locaties niet te dicht bij elkaar liggen. Hierdoor wordt het mogelijk om verschillende marktgebieden te bedienen, mits zij ook alle PDV-branches mogen voeren. Een nadeel is dat in deze variant een locatie zal moeten verdwijnen.

Variant C

In deze variant worden drie locaties qua branchering gelijk aan elkaar gesteld. Immers de keus voor drie, qua branchering sterk overlappende, locaties kan inhouden dat zij ook gelijke mogelijkheden dienen te krijgen om alle PDV-branches te mogen voeren. Het uitsluiten van meubels en woninginrichting in het bestemmingsplan Noorderveld zal dan vervallen en voor Woonmall Assendelft zal de branchebeperking ook komen te vervallen.

Conclusie

Realisatie van deze meest optimale variant A is gegeven de huidige situatie op korte termijn niet reëel. Op de langere termijn kan wellicht worden ingezet op het terugbrengen van het aantal locaties naar twee locaties. In ieder geval dient te worden voorkomen dat naast de huidige drie locaties nog nieuwe locaties met overlappende PDV-branches worden gerealiseerd. Binnen dit kader dient tevens te worden voorkomen dat zich op andere locaties in Zaanstad of op een van de hierboven genoemde locaties (in de detailhandelssfeer) andere detailhandelsfuncties (zoals bijvoorbeeld grootschalige sport- electro-, en speelgoedwinkels, mode, food e.d.) zullen gaan vestigen. Vestiging van dergelijke functies in de periferie zou slechts leiden tot een ongewenste concurrentie voor de binnenstad van Zaandam. In de visie over het centrumgebied van Zaandam is reeds aangegeven dat een dergelijke locatie is voorzien voor de binnenstad van Zaandam.

Voor- en nadelen samengevat

	Huidige variant	Variant A	Variant B	Variant C
Mobiliteit	+	+++	++	+
Efficiënt ruimte gebruik	+	+++	++	+
Sterke regionale uitstraling	+	+++	++	+
Herkenbaarheid	+	+++	++	+
Kritische massa	+	+++	++	+
Aantrekkingskracht	+	+++	++	+
Combinatiebezoek	+	+++	++	+

Uitzonderingsgevallen

Zeer grootschalige PDV-formules (>10.000 m² v.v.o.) zijn vaak niet inpasbaar op de daarvoor aangewezen perifere concentratiegebieden. Reden hiervoor is dat er eenvoudigweg geen fysieke ruimte meer te vinden is voor dergelijke formules bij de bestaande locaties. Realisatie van zeer grootschaligen in clusterverband met andere grootschaligen leidt tot grote problemen ten aanzien van ruimtebeslag en infrastructuur. Voor dergelijke grootschaligen is solitaire vestiging vaak een optie, respectievelijk de enige vestigingsmogelijkheid. De bovenstaande basisstructuur

zal in een aantal gevallen om uiteenlopende redenen geen mogelijkheden kunnen bieden voor de aanvraag van bijvoorbeeld zeer grootschalige aanbieders.

Bij de afweging over het al dan niet toelaten van zeer grootschalige formules buiten de gewenste retailstructuur dienen in ieder geval de volgende punten in ogenschouw te worden genomen:

- De formule is minimaal 10.000 m² v.v.o. en kan fysiek niet op of aansluitend op de bestaande locaties worden gevestigd
- De bestaande infrastructuur bij de bestaande locaties kunnen de bezoekersstromen van een dergelijke formule niet verwerken
- De formule is onderscheidend, 'niet meer van hetzelfde', ten opzichte van het bestaande aanbod
- De formule draagt bij aan de regionale aantrekkingskracht van Zaanstad
- De formule levert een aanzienlijke bijdrage aan de werkgelegenheid in de gemeente
- Een andere geschikte locatie moet voor handen zijn
- De invloed op de gewenste retailstructuur

Vooralsnog dient echter ingezet te worden op concentratie en dient zeer terughoudend te worden omgegaan met aanvragen voor dergelijke grootschaligen. Een belangrijk aspect dat hier voor de gemeente een rol speelt is de vraag of een dergelijk formule een versterking van de bestaande aanbodsstructuur betekent, door de toegevoegde waarde en onderscheidende en vernieuwende aspecten. Een zeer zorgvuldige afweging van de genoemde criteria is op zijn plaats.

5.3.2 Locaties met hoofdaccent leisure

Huidige structuur

De huidige structuur in Zaanstad concentreert zich rond een aantal leisuregroepen;

- Kunst en Cultuur bestaande uit musea, theater, bibliotheek, artotheek, bioscopen e.d. in zowel het centrum van Zaandam als erbuiten
- Sport & health, zwembad, sauna e.d.
- Horeca en uitgaan, met name de Dam en omgeving
- Spel en vermaak, bijvoorbeeld Ballorig
- Recreatie, bijvoorbeeld het Twiske
- Toerisme en zakelijk toerisme, (Zaanse schans!)
- Evenementen en festivals

Versterking van deze structuur

Voor wat betreft leisurefuncties op perifere locaties zullen er mogelijkheden dienen te bestaan om in te spelen op de in de eerste hoofdstukken beschreven trends en ontwikkelingen. Het potentieel van de voorzieningen en locaties dient verder te worden benut. Belangrijk in dit kader is dat een strategie wordt ontwikkeld, waarbij publieke investeringen strategisch worden ingezet. Dit betekent dat zoveel mogelijk aansluiting dient te worden gezocht met grotere ontwikkelingen om de kans op realisatie te vergroten. Dit heeft ook exploitatievoordelen tot gevolg, waardoor investeringen (deels) kunnen worden terugverdiend. Het aansluiten op grotere projecten maakt het daarnaast ook aantrekkelijker voor consument (gemak van concentratie van functies). Tenslotte

dient concentratie de versnippering van functies die binnen eenzelfde thema passen te worden tegen gegaan, de voldoende kritische massa die bij concentratie moet ontstaan draagt bij aan de hiervoor genoemde aspecten van slaagkans en exploitabiliteit van projecten.

Zeker in een grootstedelijk gebied als ROA dienen op een aantal goed bereikbare locaties mogelijkheden geboden te worden voor grootschalige ontwikkelingen. De Zaanse Schans is een voorbeeld van een bestaande locatie, evenals natuur- en recreatiegebied Het Twiske. Echter ook op andere gebieden zijn mogelijkheden aanwezig. Dit geldt met name voor sport. In dit verband kan het sportpark De Koog een belangrijke rol vervullen. Centraal gelegen in het verzorgingsgebied en aansluitend bij reeds bestaande functies biedt dit gebied goede mogelijkheden voor een uitbouw van een thema sport en health. In de toekomst kan op de Hembruglocatie ruimte worden gereserveerd voor nu nog onbekende ontwikkelingen.

Met nadruk wordt hier gesproken over het hoofdaccent op leisure. Voorkomen dient immers te worden dat zich op deze locatie grootschalige detailhandelsfuncties zullen vestigen. Detailhandel dient zich te beperken tot ondersteunend aan de gekozen thematisering. Dat wil zeggen dat zich bijvoorbeeld bij de sportlocatie bij het sportpark De Koog wel enige detailhandel mag vestigen, maar dat deze beperkt van omvang moet blijven en zich dient te richten op de momentbehoefte van de daar aanwezige sporter (consument). Grootschalige detailhandelsfuncties zijn hier dus uitgesloten.

Een beter recreatief gebruik van water in de gemeente Zaanstad is gezien de grote hoeveelheid aan waterwegen een ander belangrijk potentieel. Kanoën, schaatsen, rondvaarten sluiten hierop aan.

Tenslotte draagt een goede programmering en organisatie van evenementen en festivals (Dam tot Damloop!) bij aan de (regionale) aantrekkingskracht en imago van de Gemeente Zaanstad.

5.4 Visie op wijk- en buurtvoorzieningen

In deze paragraaf zal worden ingegaan op buurt- en wijkwinkelcentra in de gemeente Zaanstad en de huidige en toekomstig gewenste structuur. Gezien het buurt- en wijkkarakter is de nabijheid en compleetheid van voorzieningen die de consument op dit schaalniveau verwacht van belang.

De nadruk ligt hierbij op het bieden van een volwaardig foodaanbod en frequent non-food. De ontwikkelingen aan vraag- en aanbodzijde spelen hierbij een belangrijke rol, onder andere schaalvergroting en de vergroting van verzorgingsgebieden. De ruimtelijke spreiding van buurt en wijkwinkelcentra is een ander belangrijke aspect. Bij de eerder beschreven ruimtelijke structuur van Zaanstad, is al aangegeven dat Zaanstad geen compact stedelijk gebied is. Door barrières bestaan er veel 'wooneilanden'. Bij met name de kleinere 'eilanden' in met name Zaandam, Krommenie en Wormerveer is het de vraag of de buurt-wijkwinkelcentra nog voldoende draagvlak of schaalgrootte hebben. Het minimaal benodigde draagvlak voor een volledig buurtcentrum zal in de toekomst toenemen

tot circa 10.000-15.000 inwoners. Thans bedraagt dit nog circa 7.000-10.000 inwoners.

5.4.1 Basispakket

Bij buurt- en wijkwinkelcentra spelen een aantal aspecten een belangrijke rol. In eerste instantie gaat het hierbij om het aanbieden van een basispakket aan dagelijkse voorzieningen. Belangrijk is dat de wijk- en buurtwinkelcentra in ieder geval een full-service supermarkt hebben, eventueel aangevuld met een tweede supermarkt in een ander marktsegment (prijss attractief c.q. discount). Door de tendens van schaalvergroting betekent dit dat deze een oppervlakte van minimaal 1.000-1.500 m² v.v.o. zullen gaan krijgen. Daarnaast moet een basispakket aan dagelijkse artikelen, waartoe een slager, bakker, groentezaak en drogisterij behoren, aangeboden worden. Overige dagelijkse voorzieningen en frequent benodigde niet-dagelijkse voorzieningen, alsmede andere wijk- en buurtgerichte verzorgingsfuncties, zorgen voor een versterking van deze centra. De omvang van de wijk- en buurtwinkelcentra dient afgestemd te zijn op de verzorgingsfunctie en de omvang van het verzorgingsgebied.

5.4.2 Compactheid en mix van functies

De voorzieningen op wijk- en buurniveau dienen zoveel mogelijk geclusterd te worden, om een hart voor het stadsdeel, respectievelijk de wijk of de buurt te creëren. Het gaat niet alleen om retail, maar ook om gezondheidszorg, onderwijs, sociaal-culturele voorzieningen en dergelijke (wijkeconomie).

5.4.3 Aantrekkelijk en gemakkelijk

Wijk- en buurtwinkelcentra moeten op korte afstand van de woning liggen en vanuit de woning makkelijk bereikbaar zijn, zowel te voet, met de fiets, de auto als met het openbaar vervoer. Bovendien moeten deze centra voldoende parkeerplaatsen bieden en er aantrekkelijk uitzien. Doorgaans wordt voor een buurt- en wijkwinkelcentra een parkeernorm gehanteerd van circa vier parkeerplaatsen per 100 m² b.v.o. In dit kader kan aansluiting gezocht worden met vrije tijdsfuncties, zoals horeca, buurthuizen en buurtgericht entertainment, maar ook bij zorgcentra en scholen (kinderopvang!) Hierdoor krijgt het centrum een belangrijkere rol als ontmoetingsplaats in de wijk.

De bereikbaarheid van buurt- en wijkvoorzieningen maken deze locaties bij uitstek geschikt voor het realiseren van E-haltes (locaties in de buurt waar de consument zijn via E-commerce bestelde artikelen kan afhalen). E-haltes vormen een extra bezoeks-motief voor buurt- en wijkvoorzieningen.

5.4.4 De dynamiek

Ook in de stadsdeel-, wijk- en buurtcentra is de dynamiek hoog. Grootschalige supermarkten met een omvang van 3.000 m² doen hun intrede in de markt. Grootschalige supermarkten zien de traditionele stadsdeel-, buurt- en wijkcentra niet meer als het meest geschikte vestigingsmilieu en zoeken naar goed bereikbare vestigingslocaties aan de ringwegen van waaruit zij grote gebieden kunnen bedienen. Gericht onderzoek naar de geschiktheid van mogelijke vestigingslocaties en de consequenties hiervan voor het verzorgingsniveau in buurten en wijken zal echter wel moeten plaats vinden, alvorens deze grootschalige supermarkten te accommoderen. Elders in deze rapportage zal hierop nog nader worden ingegaan.

5.5 Visie op traffic locaties

Uitgangspunt is mogelijkheden te scheppen voor retailvoorzieningen bij traffic centra onder de voorwaarden dat deze niet concurreren met retailvoorzieningen elders.

Gedacht wordt aan retailvoorzieningen bij stations, benzinestations, ziekenhuizen, universiteiten, kantoorlocaties, recreatieve centra en transferia. Retailvoorzieningen op traffic locaties dienen in te spelen op de momentbehoefte van de consument.

Voorbeelden: bloemenwinkel, boekenwinkel, kleinschalige food, financiële dienstverlening, kapsalons, e.d. Om te voorkomen dat er concurrentie met het bestaande aanbod zal gaan ontstaan zullen ontwikkelingen bij traffic locaties kritisch gevolgd worden. Hierbij wordt met name gelet op branches en omvang van de vestiging.

Maken locaties zoals een centraal station integraal deel uit van een hoogwaardig en dicht stedelijk netwerk, zoals in Zaandam Centrum en op korte afstand van de binnenstad, dan geldt deze beperking in feite in veel mindere mate. De andere locaties zullen slechts een marginale rol dienen te krijgen, waarbij alleen de bovenstaande voorbeelden van kleinschalige functies die tegemoet komen aan de momentbehoefte een plaats krijgen. Immers concurrentie met andere locaties dient te worden vermeden. Hierop zal verder daarom niet worden ingegaan.



Het NS-station.

6. UITWERKING ZAANDAM

In dit hoofdstuk wordt op hoofdlijnen ingegaan op maatregelen die de in hoofdstuk vijf beschreven visie en doelstellingen kunnen realiseren. In paragraaf 6.1 wordt specifiek op Zaancentrum ingegaan, onderscheid wordt gemaakt naar versterking van de ruimtelijke structuur en het vergroten van de functiemix. In Zaancentrum hebben een groot aantal punten al volop aandacht, zoals versterking van de ruimtelijke structuur, zoals routing, ruimtelijke kwaliteit, bronpunten en bereikbaarheid etc, maar ook van de functiemix, zoals bijvoorbeeld door de realisatie van het Zaantheater. Het belang van versterking hiervan is dus al onderkend en actie wordt op veel fronten al ondernomen. Deze worden in de onderstaande paragraaf kort aangestipt en vervolgens per deellocatie verder uitgewerkt. Hetzelfde gebeurt vervolgens in paragraaf 6.2 voor onder andere Op 't Spoor en de belangrijkste locaties in de verschillende stadsdelen van de kern Zaandam.

6.1 Zaancentrum

Inzetten op een versterking van de verzorgingspositie van Zaancentrum voor de gemeente Zaanstad betekent dat een veelheid aan maatregelen genomen moet worden. Daarbij is het formuleren van een groeimodel voor de binnenstedelijke retail- en de vrije tijds- / leisurfunctie, uiteraard geen solitaire operatie, maar moet worden afgestemd op het behoud van een goede wijkvoorzieningenstructuur (boodschappen doen) en de uitbouw van een eigentijdse – op Zaanstad gerichte - perifere voorzieningenstructuur (doelgericht bezoek).

Het tot stand brengen van nieuwe projecten in de binnenstad zal vooral gebaseerd moeten zijn op marktontwikkelingen (nieuwe formules, aanpassing aan nieuwe leefpatronen) die een acceleratieproces op gang brengen in de binnenstad. Hierbij wordt er op gewezen dat veranderingen ook wel eens een keerzijde kunnen hebben, bijvoorbeeld extra parkeerbehoefte. Een gedegen afweging tussen de positieve en negatieve gevolgen van nieuwe ontwikkelingen zal hierbij dienen plaats te vinden, waarbij terdege rekening gehouden dient te worden met het belang en het ambitieniveau van de binnenstad. Nieuwe ontwikkelingen kunnen als het ware andere, aanvullende ontwikkelingen oproepen (multiplier effect).

Bij het handhaven en versterken van Zaancentrum als verzorgingscentrum voor de gemeente Zaanstad dient zoals eerder vermeld te worden uitgegaan van de eigen kracht. Dit betekent niet dat stilgezeten kan worden. Er zal blijvend geïnvesteerd moeten worden. Daarbij staan de volgende uitgangspunten centraal:

1. Versterking ruimtelijke structuur kernwinkelapparaat en bereikbaarheid
 - Versterken belevingsaspecten;
 - inzetten op ruimtelijke kwaliteitsverbreding.
2. Verbreden retail- en leisure functies leidt tot groei bestedingen in de binnenstad
 - Versterken multifunctionaliteit
 - Versterking onderscheidend vermogen

- De binnenstad is bij uitstek het milieu voor kleinschalige op vergelijkend en recreatief gerichte winkels. Daarnaast moet er ook ruimte zijn voor grootschalige formules.

3. Publieksverbreding

6.1.1 Versterking ruimtelijke structuur centrum en bereikbaarheid

Om de regionale positie te behouden, respectievelijk te versterken zal zowel aandacht besteed dienen te worden aan een versterking van de ruimtelijke structuur van het kernwinkelgebied als aan de bereikbaarheid. De gastvrijheid van de binnenstad wordt mede bepaald door de bereikbaarheid.

Aandacht voor de ruimtelijke structuur is van betekenis vanwege de volgende aspecten:

- een goede en evenwichtige verdeling van de passantenstromen;
- een maximale service aan de bezoekers door een goede routing en een prettige verblijfsomgeving;
- het creëren van spanningsbogen waarin economische ontwikkelingen tot stand komen;
- het aanbieden van onderscheidende deelmilieus.



De entree bij de Gedempte Gracht.

Een goede ruimtelijke structuur komt tot stand bij:

- een evenwichtige spreiding van bedrijven met grote trekkracht;
- een evenwichtige spreiding van de bronpunten, parkeerlocaties, OV haltes;
- de afgewogen plaatsing van bedrijven met een grootschalig vloeroppervlak.

Winkelcircuits vormen een belangrijke voorwaarde voor het tot stand brengen van een aantrekkelijk winkelmilieu. Winkelcircuits komen vooral tot stand door een afgewogen locatiekeuze van parkeergelegenheden, OV-haltes, bronpunten en trekkers. Winkelcircuits kunnen bovendien kleuring geven aan deelmilieus.

In het onderstaande kader wordt specifiek op de ruimtelijke structuur en bijpassende maatregelen voor Zaancentrum ingegaan. In de gemeente Zaanstad is in de afgelopen jaren in een groot aantal rapportages en nota's ingegaan op maatregelen ter verbetering van de ruimtelijke structuur van Zaancentrum. Veel goede aanbevelingen die aansluiten bij het bovenstaande advies. Inleidingen, toevoegingen en aanvullingen van Kolpron hierop zijn **vet** weergegeven.

De ruimtelijke structuur in Zaancentrum is niet optimaal. Het binnen dit kader geplaatste overzicht bevat een samenvatting van de belangrijkste voorstellen uit gemeentelijke onderzoeken en adviezen, alsook het behaalde resultaat. Genoemd worden de realisatie van de Rozenhofpassage en de herinrichting van de Gedempte Gracht. Inmiddels zijn het Zaantheater en hotel Inntel gerealiseerd. Op stapel staan het Stationsgebied en het Casino. Door de Rozenhofpassage zijn bijvoorbeeld de looproutes veranderd, maar het circuit dat hierdoor is ontstaan wordt in de praktijk nauwelijks gebruikt door de consument. Andere aandachtspunten ter verbetering van de ruimtelijke structuur zijn:

- Grote diversiteit aan sferen en ruimtelijke karakters, die tot op heden deels verborgen zijn (bijvoorbeeld sluisjes, historische gevels en zichtlijnen)
- De sferen worden functioneel niet ondersteund
- Het centrum loopt gevoelsmatig niet door tot het station, er ontbreekt een schakel
- De Gedempte Gracht kan in principe alleen op en neer worden gelopen, er is geen circuit dat een verbinding legt met andere winkels en voorzieningen in omliggende straten en de Dam
- De inrichting van de openbare ruimte is zeer divers van kwaliteit en karakter
- De parkeergarages en parkeerlocaties zijn niet evenwichtig verspreid en zijn slecht te bereiken
- Gebieden zijn te weinig onderscheidend

Voor het vergroten van de functiemix speelt het thematiseren van deelgebieden met een eigen sfeer en gezicht, met de nadruk op bijvoorbeeld winkels (Gedempte Gracht), horeca (Dam) en cultuur (Culturele Driehoek), wonen, een bronpunt (Station, busstations, parkeren: Rustenburg, Peperstraat etc.) een belangrijke rol. Hierna worden maatregelen aangegeven die de ruimtelijke structuur in Zaancentrum kunnen verbeteren.

Maatregelen per locatie:

Stationslocatie en Culturele Driehoek

In het Stationsgebied bestaan er plannen voor de ontwikkeling van een groot aantal functies aansluitend op het Ankersmidplein (zie voor uitgangspunten de Nota van Uitgangspunten, Stationsgebied Zaandam, april 1999). Hiermee dient een betere stedenbouwkundige overgang te worden gecreëerd richting de Gedempte Gracht.

De Stationslocatie dient vanuit het station de toegangspoort tot de binnenstad

te vormen. De barrières die de Provincialeweg, 't Trefpunt, het Ankersmidplein en Rustenburg vormen, zowel in termen van bereikbaarheid als zicht op de binnenstad, dienen te worden geslecht. De binnenstad moet volledig gaan aansluiten op het station. De Provincialeweg dient een stadsstraat te worden, een entree voor het centrum.

Niet alleen de ontwikkeling van de Stationslocatie maar ook die van de Culturele Driehoek met zowel retail als leisure is van belang voor de retail- en leisure-structuur van de binnenstad. De ontwikkeling van deze gebieden biedt de mogelijkheid om het A-1 milieu een impuls te geven, waardoor de wenselijke oprekking van de Gedempte Gracht in de richting van het station, kan worden gerealiseerd. Een goede aantakking op de bestaande voetgangersstromen wordt een belangrijk uitgangspunt.

Avondfuncties zijn momenteel sterk te vinden in de Culturele Driehoek met het Zaantheater, de bioscopen en de horeca.

Dagfuncties kunnen bij het Stationsgebied een plaats krijgen, zoals bijvoorbeeld de bibliotheek, het Stadhuis, winkels en daghoreca. Op deze locaties zal nog nader worden ingegaan.

Gedempte Gracht

Voor de Gedempte Gracht worden in verschillende onderzoeken de volgende maatregelen voorgesteld:

- Completeren van het basisaanbod met een aantal mode en schoenen winkels ter complementering van de stadsdeelplus-functie. Hiermee wordt voorkomen dat de eigen inwoners elders gaan shoppen.
- De verdeling van trekkers op de Gedempte Gracht zou evenwichtiger dienen te zijn, momenteel mist de Gedempte Gracht een 'spanningsboog'.
- Voorgesteld zijn maatregelen voor het creëren van een loopcircuit langs de Rozengracht en het thematiseren/vlekkenplan van deelgebieden. In dit beeld past ook de afronding van het zogenoemde haltermodel in de driehoek station, 't Trefpunt en het Ankersmidplein.
- De ontsluiting van de parkeerfaciliteiten dient te verbeteren. De voorstellen om de parkeergarage Rustenburg direct vanaf de Provincialeweg te ontsluiten passen hierin. De toevoeging van een nieuw bronpunt aan de Peperstraat doet dit eveneens, omdat hiermee tegemoet wordt gekomen aan de wens om ook aan de oostzijde een volwaardig parkeervoorziening te realiseren.
- Verbeteren van de kwaliteit van de openbare ruimte, zowel met betrekking tot de inrichting als in onderhoud en gebruik.
- Verwijderen van een of meer Paviljoens op de Gedempte Gracht. De zichtlijnen en de entree functie van de Gedempte Gracht worden hierdoor versterkt. Verder kunnen op de vrijgekomen locaties waterelementen worden toegevoegd, maar ook terrasfuncties en dergelijke. De sfeer en het verblijfsklimaat zullen hierdoor worden verbeterd.
- Sterke aandacht voor de gevelwanden, met speciale aandacht voor architectuur.

Het nabouwen van historische gevels past hier niet in, maar wel architectuur die toegevoegde waarde heeft voor de beleving van de

openbare ruimte.

- Creëren van nieuwe zichtlijnen, door een betere ontsluiting van bestaande kwaliteiten, zoals water (De Vaart), historie, het sluizencomplex en het stratenpatroon.
- Stimuleren wonen boven winkels.
- Verplaatsen van de markt naar een locatie met meer ruimte en sfeer.

Rol aanloopstraten

Een belangrijk aspect dat aan de gemeentelijke onderzoeken nog kan worden toegevoegd is de rol en het belang van aanloopstraten. De belangrijkste straten die hiertoe kunnen worden gerekend zijn de Westzijde voorbij de Stationstraat, de Peperstraat en in mindere mate de Zuiddijk.

Deze aanloopgebieden naar de binnenstad hebben vaak een eigen sfeer en karakter. De huren zijn vaak lager, waardoor hier vooral zelfstandige lokale ondernemers met specifieke speciaalzaken een plek hebben gevonden.

De locatie speelt een minder grote rol in vergelijking met de landelijke ketens. Vaak lopen hier verschillende functies, zoals wonen, ateliers en winkels door elkaar heen.

Ook dergelijke locaties dienen in een stad aanwezig te zijn, met als groot voordeel de broedplaatsfunctie voor nieuwe ondernemers. Deze locaties moeten het daarom vooral van de eigen dynamiek hebben en behoeven daarom niet veel sturing. Dit neemt niet weg dat wel enige accenten gelegd en gestimuleerd kunnen worden. De Zuiddijk zou zich dan bijvoorbeeld wat meer kunnen onderscheiden door clustering van antiekwinkels en dergelijke. De Peperstraat zou zich kunnen onderscheiden door de vestiging van baliefuncties en een nieuwe bronpuntfunctie voor het centrumgebied. De Westzijde zou het huidige karakter kunnen behouden, waarbij de aanwezige landelijke ketens wellicht meer richting het centrum kunnen worden verplaatst (indikking).

6.1.2 Verbreden retail- en leisure functies leidt tot groei bestedingen in de binnenstad

Verhoging van de bestedingen in de binnenstad van Zaandam is een van de belangrijkste doelstellingen voor het centrumgebied. Hierbij wordt niet alleen gedoeld op een verhoging van de detailhandelsbestedingen, ook bestedingen op het gebied van leisure en vrijetijd moeten worden bevorderd. De consument vraagt daarom, echter het aanbod en de kwaliteit hiervan in Zaancentrum is hier nog niet voldoende op afgestemd. Het aanwezige bestedingspotentieel is groter dan men vermoedt (zie bijlage 2).

Inzetten op verbreding retail

Van belang is dat het voorzieningenaanbod van de binnenstad van Zaancentrum van goede kwaliteit (goede uitstraling en alle prijsniveaus) is, zodat alle consumentencategorieën hun aankopen en andere bestedingen naar tevredenheid kunnen verrichten.

Gerichtheid op kwaliteit betekent dat er oog moet zijn voor de actualiteit van het aanbod. Producten, formules en het openbaar gebied moeten voortdurend worden vernieuwd, zodat geen slijtage optreedt en de klant steeds weer opnieuw wordt verrast. De economische levensduur van het product 'binnenstad' wordt steeds korter. Van belang is voorts dat de volledige productrange in Zaancentrum beschikbaar is en dat dus ook bijzondere en exclusieve artikelen verkrijgbaar zijn. Ondanks het feit dat het merendeel van het publiek het aankoopgedrag richt op 'main stream products', wordt de aanwezigheid van meer bijzondere artikelen en aantrekkelijke hoogwaardige vrije tijdsfuncties gewaardeerd.

Bij uitstek geschikt voor kleinschalig en op recreatief en vergelijkend winkelen gerichte winkels

De binnenstad is bij uitstek het milieu voor kleinschalige op recreatief en vergelijkend winkelen gerichte functies. Daarnaast zal er ook ruimte moeten worden gecreëerd voor grootschalige formules. Niet alle grootschalige formules opteren voor een locatie in de periferie. Schaalvergroting vindt immers niet alleen plaats in de periferie, ook in binnensteden doet zich dit proces voor. Een zorgvuldige inpassing van grootschaligheid in de binnenstad op de juiste locaties is gewenst. Het bieden van entertainment in binnenstedelijke winkelfuncties is daarnaast een steeds belangrijker verschijnsel.

Versterking van het onderscheidend vermogen ten opzichte van andere winkelgebieden

Voor Zaancentrum is het niet alleen van belang om aan de landelijke filiaalbedrijven een vestigingsplaats te bieden (de consument vraagt hier immers ook om), maar ook aan bedrijven die juist het onderscheidend vermogen, het 'aparte', van de stad Zaancentrum bepalen. In belangrijke mate bepalen deze bedrijven de aantrekkelijkheid van de binnenstad. Voorbeelden van onderscheidende elementen kunnen zijn:

- de grote warenhuizen in de grote steden die een grote aantrekkingskracht genereren. Hierbij gaat het niet om de kleinere warenhuizen zoals we die ook in kleinere en middelgrote steden aantreffen, maar veel meer om de grote warenhuizen in de grote steden (de grote V&D's, de Bijenkorf, Marks & Spencer, e.d.);
- bijzondere bedrijven als pilot-stores, meer exclusieve ketens en trendy thema winkels. Een gerichte attentie van de gemeente, ondernemers, makelaars en andere betrokkenen kan een bijdrage leveren in de vestiging van deze zaken in Zaancentrum;
- lokale bedrijven. Deze bedrijven hebben doorgaans een geheel eigen uitstraling en aantrekkingskracht. Straten als de Zuidoost en de Westzijde hebben hun aantrekkingskracht met name aan deze 'eigen' winkels te danken.

In de huidige financieel-economische constellatie is het echter niet eenvoudig om een eigen winkelconcept te ontwikkelen, een geschikte locatie te verwerven en de middelen voor een (door-)start te vinden. Dwaalgebieden in de binnenstad, zoals smalle straatjes op soms bijzondere locaties, vormen een geschikt milieu voor dit type bedrijvigheid.

- typisch Zaanse kenmerken. In samenwerking met lokale partijen zou gezocht kunnen worden naar onderscheidende kenmerken van het Zaancentrum. Ook op andere locaties in Nederland komen dergelijke initiatieven tot stand. In Den Bosch hebben deze inmiddels geleid tot een reconstructie van de Binnendieze, die jaarlijks duizenden toeristen de Bossche binnenstad in trekt en daar vervolgens ook bestedingen (zowel in de detailhandel als in andere sectoren) verrichten.
- Toevoegen van leisure-elementen in winkels, zoals 'try and buy', evenementen etc.

Levensmiddelen image-store

Een ideale mogelijkheid voor Zaanstad is dat de levensmiddelen-industrie zich gaat presenteren aan de wereld op een locatie in de binnenstad van Zaandam. De eerste image-stores in Nederland op het gebied van levensmiddelen zouden een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan het onderscheidend vermogen van Zaanstad. Fabrikanten creëren hier een beleveniswereld rond het eigen merk.

Een betere reclame kunnen de fabrikanten, zoals Honig, Verkade, Duyvis, Albert Heijn en een aantal andere levensmiddelenfabrikanten en de gemeente Zaanstad zich niet wensen.

Een ontwikkeling, waar de lokaal geproduceerde merken gekocht en geproefd kunnen worden.

Attracties waarin zien, voelen, proeven en ruiken centraal staan. Koffiebranden en zien hoe chocolade wordt gemaakt, of specialiteitenwinkels in chocolade, cake, koekjes en pasta, of kookcursussen door beroemde koks die publiceren in de Aller Hande, het kan allemaal.

Verkade vertrekt uit de binnenstad. Dit is het moment om de sfeer van koekjes, chocolade, werken en levensmiddelenindustrie vast te houden. Behalve een bezoek aan de Zaanse Schans komen de toeristen nu ook naar de binnenstad om hier te genieten van de sfeer en geur van het verleden en heden. Zaandam wordt hiermee de levensmiddelenstad van Nederland. Internationaal plaatst Zaandam zich hiermee op gelijke hoogte als Cereal City USA (Kellogg, Battle Creek Michigan), Hershey's Chocolate World (Hershey, Pennsylvania) en Spamtown USA (Hormel Foods, Austin Minnesota).

Multi- mediacentrum Zaanstad

Bij het Stadhuis kan samen met het gemeentelijk informatiecentrum de bibliotheek worden gevestigd. De kunstuitleen past functioneel bij de bibliotheek. Behalve lezen kan hier ook een kopje koffie worden gedronken (qua ontmoetingsfunctie vergelijkbaar met het koffiepunt in een supermarkt, maar dan op de schaal van een Grand Café). Dit kan worden aangevuld met een multi-mediacentrum, waar behalve de uitleen ook artikelen zoals CD's, DVD's, boeken en computers en dergelijke gekocht kunnen worden in een grootschalige (qua imago Wastora-achtige) winkel. Ook kan hier worden geïnternet. Veel ouderen, maar ook jongeren wensen dergelijke mogelijkheden, maar door de kosten kan dit vaak maar op een beperkt aantal locaties worden gerealiseerd. De Stationslocatie is goed bereikbaar en deze functie past heel goed in het multi-media thema.

Grootschalige detailhandel bij Zaancentrum

Om de aantrekkelijkheid van Zaancentrum te vergroten zou er naar moeten worden gestreefd om grootschalige detailhandel (zijnde niet PDV-branches) zoveel mogelijk direct aansluitend op de binnenstad te realiseren (zie ook bijlage 1). De ontwikkelingen bij het Stationsgebied bieden mogelijkheden om grootschalige formules direct in aansluiting op de binnenstad te realiseren. In ieder geval zullen grootschalige winkels buiten het centrum van Zaandam moeten worden tegengegaan. Indien de Stationslocatie geen mogelijkheden biedt voor grootschalige retail zal gezocht moeten worden naar andere mogelijke locaties aansluitend aan het centrumgebied. Hierbij dient echter wel vermeld te worden dat een goede integratie met het centrumgebied noodzakelijk is.

Inzetten op verbreding leisure

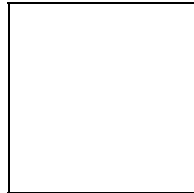
Niet alleen de detailhandelsbestedingen zijn daarom maatgevend voor het beschikbare potentieel, steeds meer gaat het ook om de bestedingen die de consument in zijn vrije tijd doet. Detailhandel is hierin niet meer dan een onderdeel en vindt plaats in samenhang met en/of in concurrentie met uitgaven op het gebied van vakanties, dagtrips, uitgaan en horecabezoek, sport, cultuur, enz. Het zal duidelijk zijn dat deze bestedingsverhoging niet zomaar tot stand komt. Nieuwe investeringen in het centrumgebied dienen daarvoor plaats te vinden.

In bijlage 2 is een kwantitatieve raming gegeven van het totale bestedingspotentieel in de vrije tijdssector. Uit deze bijlage kunnen de volgende conclusies getrokken worden:

- de omvang van de bestedingen in de vrije tijd groeit sneller dan de bestedingen in de detailhandel;
- de omvang van de bestedingen in de vrije tijd groeit sneller dan de bestedingen in de detailhandel in de binnensteden;
- detailhandel vormt slechts een onderdeel van de bestedingen in binnensteden. Vrije tijd neemt, gezien de groeipercentages, hierin een steeds prominentere plaats in;
- binnensteden (recreatief winkelen) profiteren slechts in bescheiden mate van de groei van de bestedingen tijdens dagtochten (onderdeel vrijetijdsbestedingen);

- voor binnensteden liggen er grote kansen op het gebied van de vrijetijdsbestedingen. Permanente openstelling van winkels op zondag kan hierin een stimulans vormen.

Vraag hierbij is natuurlijk hoe het toevoegen van leisure en vrijetijdsbestedingen aan de binnenstad gestalte wordt gegeven. Uitdrukkelijk zij vermeld dat het hierbij niet alleen gaat om het toevoegen van gebouwen met niet-detailhandelsfuncties. Leisure is veel ruimer.



Terrassen op de Dam.

Onder leisure worden in principe alle redenen verstaan die leiden tot een bezoek aan de Zaandamse binnenstad. In het ene geval is dat het kopen van artikelen, entertainment in winkels, in het ander geval is dat het bezoek aan de vele horecavoorzieningen die de stad rijk is, aan de film of het kennis maken met producten in 'image stores' (bijvoorbeeld een Nike store). Leisure is echter ook het decor waarin deze activiteiten plaats vinden, de kwaliteit van de openbare ruimte, de architectuur, de historiciteit, het water, het flaneren langs de Gedempte Gracht, terrasje pikken, het bezoeken van de markt op de Rozengracht etcetera. Ook toeristische attracties en commerciële publieksgerichte sportvoorzieningen vallen hieronder (zie ook begrippenlijst bijlage 4).

Leisure in winkelgebieden wordt steeds belangrijker. Enerzijds heeft dit te maken met de technologische vooruitgang; anderzijds met de eisen die de consument stelt om zijn/haar schaarse vrije tijd zo doeltreffend en zo intensief mogelijk te benutten. De consument stelt in zijn vrijetijdsbesteding geen prijs meer op monotone winkelgebieden. Hij wil niet alleen winkelen, de consument wil vermaakt worden (zowel in de gebouwen als tijdens zijn verblijf in de openbare ruimte).

De aantrekkelijkheid van de binnenstad wordt bepaald door een mix van elementen zoals:

- de historische stedenbouwkundige structuur, de gevarieerde architectuur en de hoogwaardige openbare ruimte;
- de aanwezigheid van een divers cultureel aanbod, tentoonstellingen en evenementen;
- de binnenstad als ontmoetingsplek;
- de binnenstad als winkelcentrum ;
- de binnenstad als uitgaanscentrum, voor eten, cafés en vrije tijd 'A place to be'.

Leisure kent ook een steeds groter wordende diversiteit. Een juiste mix van retail en leisure bepaalt in hoge mate de aantrekkelijkheid van een binnenstad, maar tegelijkertijd ook het onderscheidend vermogen. Onderzoek van de Technische

Universiteit Delft in 1998⁸ heeft aangetoond dat thans circa 70% van de beschikbare commerciële oppervlakte in binnensteden gebruikt wordt voor detailhandels-doeleinden. Verwacht wordt dat dit aandeel de komende 10 à 15 jaar zal afnemen tot circa 50%. De overige 50% worden dan in beslag genomen door leisure functies.

Een juiste mix van retail en leisure in winkelgebieden leidt tot:

- een vergroting van het verzorgingsgebied;
- hogere bestedingen per bezoek;
- een verlenging van de verblijfsduur;
- een betere afstemming van het gebied op de gewenste doelgroep;
- een vergroting van de aantrekkingskracht van het gebied;
- een versterking van het imago;
- herhalingsbezoek.

De juiste combinatie van retail en leisure elementen bepalen sfeer en imago voor de consument. De elementen zijn zodanig met elkaar verweven dat niet meer naar de afzonderlijke functies kan worden gekeken. Het beleid moet er dan ook op gericht zijn om de belevingswaarde van de binnenstad te versterken in zijn integraliteit. Dit betekent dat de nadruk moet worden gelegd op multifunctionaliteit: retail, horeca, vermaak, ambacht, dienstverlening en wonen bieden tezamen een 24-uurs levendigheid en vitaliteit.

Hierboven is reeds aangegeven dat het aanbieden van ontspanningsmogelijkheden en de keuzes die de consument daarin wil maken centraal staan, zowel bij winkelen als bij leisure. Daarbij moeten de vrije tijds- / leisurevoorzieningen verspreid worden over de binnenstad, waarbij aansluiting wordt gezocht bij deelmilieus.

Van bijzondere kwaliteit voor de binnenstad zijn de festivals, muziekevenementen, e.d. Tezamen bieden deze evenementen een belangrijke bijdrage aan de veelkleurigheid van de binnenstad. Uit diverse elders uitgevoerde onderzoeken is gebleken dat er een positieve synergie bestaat tussen dit soort evenementen en de economische effecten hiervan op de binnenstad.

Een ontmoetingscentrum bij het nieuwe stadhuis

Voor de eigen bevolking kan een nieuw ontmoetingscentrum worden gecreëerd in het gebied van de Stationslocatie. Het nieuwe stadhuis, en het station spelen hierin een centrale rol. Het stadhuis is een grootstedelijke functie die volgens de gestelde ambitie van de gemeente past in Zaancentrum en een bijdrage levert aan de levendigheid van het gebied. De ligging bij het station is ideaal doordat hier dagelijks duizenden mensen voorbij komen.

Culturele driehoek

De culturele driehoek kan als horeca en cultuurcluster een tegenpool in dit haltermodel van de Stationslocatie vormen. Het betreft de omgeving van de Dam, Peperstraat en De Burcht. Deze locatie moet verder worden ontwikkeld en biedt goede mogelijkheden voor zowel een bioscoop als een theater. Het huidige bioscoopaanbod kan worden geclusterd in een nieuwe grootschaliger

⁸ Bron: TU Delft, Werk aan de Winkel, maart 1998.

ontwikkeling. Dit is overigens afhankelijk van de marktmogelijkheden, waarnaar in een later stadium onderzoek zou kunnen worden verricht. Wel verdient een dergelijke ontwikkeling in het centrum, aansluitend op de culturele driehoek de voorkeur. Immers hiermee worden verschillende, hoofdzakelijk avondfuncties geclusterd, waaronder de theaters, de bioscopen en de horeca op de Dam.

De Dam en het gebied rond de sluizen in de Zaan dienen verder ontwikkeld te worden tot een kwalitatief hoogwaardig uitgaansmilieu met meer restaurants en culturele voorzieningen. Op het gebied van cultuur wordt ingezet op een kwaliteitsimpuls in het Filmhuis en een verbreding van de samenwerking tussen de in dit gebied gevestigde podia. Het centrum voor kunstzinnige vorming als ook andere culturele activiteiten, waaronder een muziekschool dienen zoveel mogelijk in dit gebied te worden samengebracht.

Grote projecten en identiteitsdragers (zoals de jachthaven, Czaar Peterhuisje, Casino, Zaantheater, Dam, A1 winkelgebied) kunnen aanhakingspunten zijn voor de vestiging van additionele leisure activiteiten.

6.1.3 Publieksverbreding

Een toekomstige positieversterking van de binnenstad zal gepaard moeten gaan met de binding van een breed publiek. Hoewel op dit ogenblik alle publiekscategorieën in principe worden bediend, ligt er een nadruk op Zaandammers. Doelgroepen die in het kader van publieksverbreding van belang zijn, betreffen jongeren, gezinnen en ouderen⁹ alsmede toeristen en zakelijke bezoekers. Het lijkt wenselijk om per doelgroep te inventariseren welke specifieke faciliteiten kunnen worden geboden en welke marketinginstrumenten aanwezig zijn om hen te bereiken. Van belang is ook de trends per doelgroep te traceren om zo actueel mogelijk in te spelen op de behoeftes.

⁹ Het belang van ouderen in de samenleving neemt toe. Niet alleen qua aantal (vergrijzing) maar ook als gevolg van hun hoge inkomens, hoge mobiliteit en hun beschikbare vrije tijd.

Gerichtheid op doelgroepen betekent ook dat er herkenbare functionele deelmilieus aanwezig moeten zijn: winkelen in A1-gebied, alternatief, hoogwaardig kwalitatief, aanloopstraten, rustgebieden en gebieden met een nadruk op zakelijke diensten. Geen gebied is exclusief en een zekere menging is wenselijk. Tegelijkertijd geeft de aanwezigheid van functionele deelgebieden herkenbaarheid en binding, waardoor er een hogere bezoekfrequentie ontstaat.

6.2 Op 't Spoor

Zoals reeds in paragraaf 5.3 is aangegeven is de locatie Op 't Spoor een van de drie PDV-locaties in Zaanstad. Op 't Spoor heeft van de drie genoemde locaties fysiek ook de meeste mogelijkheden om eventueel in de toekomst uit te kunnen breiden. In de directe omgeving hiervan liggen immers een groot aantal verouderde bedrijvenlocaties die in de toekomst (deels) voor herontwikkeling in aanmerking kunnen komen. Het betreft panden bij zowel Op 't Spoor als op de Hembruglocatie en Bruynzeellootatie, als ook mogelijke inbrei-locaties binnen Op 't Spoor. Over de exacte invulling van deze locaties kan thans nog niets met zekerheid gezegd worden, doch een reservering van deze locaties voor toekomstige – binnen het PDV-thema passende – uitbreidingen, dan wel uitbreidingen op het gebied van entertainment, sportbeoefening en recreatie lijkt op zijn plaats. Toekomstige uitbreiding van deze locaties kan echter alleen plaats vinden onder de voorwaarde dat de bereikbaarheid sterk wordt verbeterd. Essentieel hierbij zijn een verbreding en doortrekking van de Dr. Den Uylweg en de -brug. Te meer ook omdat de zuidelijke randweg de bedrijventerreinen die achter Op 't Spoor liggen, waaronder Westerspoor-Zuid en de Westzanerpolder, gaat ontsluiten en de druk op het kruispunt bij de Provincialeweg alleen maar verder zal vergroten.

6.3 Novi-centrum

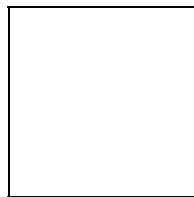
Voor het Novicentrum wordt voorgesteld om in het kader van de concentratie gedachte binnen het PDV-thema 'woninginrichting en vrije tijd', hier geen uitbreiding van detailhandel toe te staan. Verder zal op termijn de winkelfunctie op deze locatie dienen te worden afgebouwd. Het vertrek van Trendhopper is hiertoe een belangrijke eerste zet. Hoewel Ballorig goed lijkt te functioneren kan hiervoor indien dit gewenst is ook een andere meer centraal en beter bereikbare locatie worden gevonden.

6.4 Buurt- en wijkwinkelcentra

In deze paragraaf wordt nader ingegaan op het verzorgingsniveau in buurten en wijken. Voorts wordt nagegaan in hoeverre hier in de toekomst wijzigingen noodzakelijk zijn om dit verzorgingsniveau ook in de toekomst te kunnen handhaven.

De buurt- en wijkwinkelcentra hebben te kampen met een verouderde structuur. Deze bestaat uit veel (te) kleine centra. Veel supermarkten zijn eveneens aan de kleine kant. Daarnaast is de bereikbaarheid en de parkeersituatie vaak niet

optimaal. Deze aspecten hebben ertoe geleid dat een aantal centra slecht functioneert.



Het Rosariumplein in Krommenie.

In dit kader is een herstructurering noodzakelijk, waarvoor de maatregelen in dit hoofdstuk een basis kunnen vormen. Het doel is om te komen tot een optimale spreiding van retailconcentraties. Realisatie van deze voorstellen is voor een groot deel afhankelijk van marktpartijen. De gemeente heeft hierin slechts een ‘voorwaarden scheppende’ rol.

Vermeld zij voorts dat de voorstellen die in deze paragraaf gegeven worden slechts een globaal karakter hebben. In specifiek op de locatie gerichte studies zal nagegaan moeten worden hoe groot de winkelcentra dienen te zijn, welke branches aanwezig dienen te zijn en in hoeverre er mogelijkheden zijn om het winkelaanbod uit te breiden met eventuele niet detailhandelsfuncties.

In paragraaf 6.5.1 wordt de ideale structuur weergegeven op basis van globale berekeningen. Voor deze aanpak is gekozen om een onderbouwing te kunnen geven aan de richting waarin per buurt of wijk kan worden gedacht bij herontwikkeling en concentratie van het huidige aantal buurt- en wijkwinkelcentra in Zaandam. Hierbij is nog geen rekening gehouden met een eventuele komst van een grootschalige supermarkt. In paragraaf 6.5.2 wordt kort een beschrijving gegeven van de huidige situatie in de verschillende delen van Zaandam.

6.4.1 Ideale buurt- en wijkwinkelstructuur in Zaandam

Bij de vaststelling van een ideale buurt- en wijkwinkelstructuur is gekozen voor een top-down-benadering, waarbij een volledig overzicht wordt verkregen. Bij de gehanteerde topdown-benadering wordt op basis van berekeningen per stadsdeel duidelijk welk draagvlak aanwezig is, hoeveel winkelvoorzieningen bij benadering hiervoor aanwezig dienen te zijn en in hoeverre de bestaande structuur hierbij aansluit. Een bijkomend voordeel is dat hiermee in een later stadium ook het effect van de komst van een eventuele grootschalige supermarkt kan worden berekend.

Bij het bepalen van het aantal binnen de structuur passende buurt- en wijkwinkelcentra is rekening gehouden met trends in de markt, zoals schaalvergrotingstendensen en het minimaal benodigde verzorgingsdraagvlak voor een volwaardige buurt- en wijkwinkelcentra. In bijlage 6 is de uitgebreide berekening opgenomen.

Bij de berekeningen is uitgegaan van bestedingen van f 4.231,- in de dagelijkse sector per hoofd van de bevolking en een gemiddelde vloerproductiviteit van

f 14.000,-/m² v.v.o. De binding per stadsdeel is verondersteld op 80%¹⁰. Dit is het percentage dat normaal bereikt kan worden indien er een volledig aanbod van voorzieningen is. De uitkomsten van de berekeningen geven aan hoeveel retailcentra nodig zouden zijn in een optimale situatie, waarbij sprake is van een volledig aanbod en goede exploitatiemogelijkheden voor ondernemers.

Tabel 6.1 Dagelijks aanbodspotentieel buurt- en wijkwinkelcentra, op basis bevolkingsaantal 2010.*

	Aantal inwoners 2010	M ² v.v.o.	Mogelijk aantal centra	Huidig aantal centra
Zaandam-Noord	6.700	1.600	1	1
Zaandam-Zuidoost	41.600	10.000	4	10
Zaandam-Nieuw west	11.400	2.750	1	1
Zaandam-Zuidwest	11.100	2.700	1	1
Totaal	70.800	17.000	7	13

*Cijfers zijn afgerond.

Op basis van deze berekeningen kan worden geconcludeerd dat in Zaandam ruimte is voor circa 7 buurt- en wijkwinkelcentra. Onder een volwaardig en levensvatbaar buurt- en wijkwinkelcentrum wordt verstaan een centrum met minimaal een supermarkt van circa 1.000 m² à 1.500 m² v.v.o. met aanvullend dagelijks aanbod en frequent benodigd niet-dagelijks aanbod. De grootte van deze centra kan afhankelijk van het draagvlak variëren tussen circa 1.500 m² v.v.o. en 4.000 m² v.v.o. Dit is exclusief baliefuncties en andere voorzieningen zoals bijvoorbeeld zorgvoorzieningen en dergelijke.

De gemeente zal in samenwerking met marktpartijen een proces moeten ingegaan om tot een versterking en concentratie van buurt- en wijkwinkelcentra in vooral Zaandam-Zuidoost over te gaan. De gemeente zal het initiatief moeten nemen om voor zowel de ondernemers als de consumenten een optimaal functionerende buurt- en wijkwinkelstructuur te realiseren.

De levensvatbaarheid van centra en het kunnen aanbieden van een volledig pakket voorzieningen op buurt- en wijkniveau zullen hierbij centraal staan.

Ten aanzien van de verspreide bewinkeling in woongebieden wordt een ‘koude sanering’ voorgesteld. Immers door de toenemende schaalvergroting en tendenzen tot clustering van winkelvoorzieningen is de toekomst voor verspreid liggende winkelvoorzieningen zeer twijfelachtig.

Voorgesteld wordt derhalve geen maatregelen meer te nemen gericht op instandhouding van het verspreid liggende winkelaanbod. Het beleid dient gericht te zijn op een zo hoog mogelijke concentratie van winkelvoorzieningen in de daarvoor te benoemen winkelgebieden.

Dit neemt echter niet weg dat in een aantal gevallen uitzonderingen op deze regel noodzakelijk zijn. Met name geldt dit voor startende ondernemers en allochtone ondernemers die in de nieuwe retailstructuur – mede vanwege de te verwachten hogere huren - geen plaats meer kunnen bemachtigen in de te benoemen voorzieningencentra. Om ook in de vraag te kunnen voorzien van deze ondernemers wordt voorgesteld om rondom de te realiseren voorzieningencentra

¹⁰ Deze cijfers zijn gebaseerd op landelijk geaccepteerde gemiddelden.

locaties te realiseren waar deze ondernemers zich ‘onder gunstige omstandigheden’ kunnen vestigen. Ten aanzien van de ligging, omvang en spreiding van deze alternatieve locaties worden echter wel enige beperkingen voorgesteld teneinde geen al te grote concurrentie te vormen met de wenselijke retailstructuur. Genoemd kunnen worden:

- De locaties dienen te liggen binnen een straal van 150 meter rond een bestaand buurt- of wijkwinkelcentrum;
- De locaties dienen te liggen aan een doorgaande weg (aanlooproute naar het winkelcentrum);
- De vestiging mag niet groter zijn dan 100 m² v.v.o.;
- Het totaal te realiseren winkelvolumen in het gebied mag niet meer zijn dan 10% van het totaal winkeloppervlak van het betreffende buurt- of wijkwinkelcentrum.

6.4.2 Huidige situatie

Zaandam-Noord

De winkelstructuur in Zaandam-Noord is versnipperd. In de Drielse Wetering/’t Kalf bevindt zich een tweetal kleine supermarkten (Coop van 500 m² en een Dekamarkt van 515 m²). Het aanbod op het gebied van dagelijkse artikelen is volledig te noemen, d.w.z. alle basisvoorzieningen zijn aanwezig.

De toekomst voor de winkelvoorzieningen in Zaandam-Noord ziet er niet gunstig uit. Het draagvlak (circa 6.000 à 7.000 inwoners) lijkt in eerste instantie onvoldoende om een levensvatbaar centrum in stand te kunnen houden. Echter vanwege de solitaire ligging van dit stadsdeel en ter voorkoming van een onaanvaardbare aantasting van het woonklimaat in Zaandam-Noord is een herstructurering van de winkelvoorzieningen meer dan noodzakelijk. Overigens geeft Blokker al langere tijd aan in het centrum een kleine vestiging te willen openen en is hiermee nog steeds een serieuze gegadigde

Voor de Drielse Wetering/’t Kalf bestaan reeds plannen tot renovatie en uitbreiding van het supermarktaanbod met als doel handhaving van de buurt- en wijkvoorzieningen in Zaandam-Noord. Getracht dient te worden het te realiseren buurtcentrum uit te breiden met andere buurtgerichte functies.

Conclusie

Concentreren en handhaven huidige functie Drielse Wetering/’t Kalf en uitvoeren renovatie en uitbreiding van het bestaande aanbod.

Zaandam-Zuidoost/Midden

In het gebied Zaandam-Zuidoost/Midden zijn momenteel diverse kleine buurt- en wijkwinkelcentra aanwezig. Het aanbod in deze centra bestaat voornamelijk uit dagelijkse artikelen en zeer beperkt aanbod van niet dagelijkse artikelen. Hiervan is het winkelcentrum aan de Vermiljoenweg verreweg het grootste winkelcentrum met een grote vestiging van Albert Heijn van circa 2.500 m² vvo.

In Zaandam-Zuidoost/Midden bestaan reeds lange tijd discussies over een herstructurering van het aantal buurt- en wijkwinkelcentra. Het draagvlak voor winkelvoorzieningen in Zaandam Zuidoost/Midden ligt ruim boven de 40.000 inwoners. Dit betekent dat bij een minimaal benodigd draagvlak van circa 10.000 à 15.000 inwoners in totaal maximaal vier volledige winkelcentra met een ruim supermarktaanbod en een ruim aanbod van foodspeciaal noodzakelijk zijn. Momenteel zijn er in Zaandam-Zuidoost/Midden op een tiental locaties concentraties van buurtverzorgende functies aanwezig.

Zilverschoonplein en Oostzijderveld

In de wijk Kogerveld bevindt zich het winkelcentrum Zilverschoonplein met daarin een kleine supermarkt van 530 m² v.v.o., aangevuld met een tweetal food speciaalwinkels. Het aanbod is zeker niet volledig te noemen, terwijl het bevolkingsdraagvlak in dit deel van Zaandam, dat ingeklemd wordt door de Sportlaan en de A8 zeer beperkt is (circa 4.500 mensen). Het toekomstperspectief van de winkelvoorzieningen aan het Zilverschoonplein is verre van ideaal. Gevreesd moet worden voor een terugloop van het aantal winkelvoorzieningen in Kogerveld en het verdwijnen van het verzorgingsniveau in de wijk. Daarbij komt dat een eventuele realisatie van een grootschalige supermarkt op de locatie Oostzijderveld het toekomstperspectief van het Zilverschoonplein in zijn huidige vorm verder onder druk zal zetten. Overigens heeft B&W besloten de eerst komende drie jaren geen plannen te maken voor Oostzijderveld, waardoor hier in ieder geval de eerste vijf jaar geen nieuwe ontwikkelingen te verwachten zijn.

Lobeliusstraat, De Bloemkorf, Gibraltar en Vermiljoenweg

De buurtstrip Lobeliusstaat en het overdekte centrum de Bloemkorf liggen beide in de wijk Poelenburg. Het buurtwinkelcentrum Gibraltar ligt in de wijk Peldersveld. De trekkers Albert Heijn (Lobeliusstraat), Vomar (De Bloemkorf) en Super de Boer (Gibraltar) hebben relatief kleine oppervlakten van respectievelijk 710, 600 en 775 m² v.v.o. De drie centra hebben een onvolledig aanbod en zijn zeker niet sterk te noemen. Deze locaties liggen ook geen van allen aan doorgaande wijkwegen en kennen slechts beperkte parkeerruimte. De Vermiljoenweg kenmerkt zich door een zeer grote Albert Heijn supermarkt van ruim 2.600 m² v.v.o., geflankeerd door twee andere food-winkels. Een supermarkt met een ongebruikelijke maat voor een woonwijk zoals de Hoornseveld en gelegen naast functies zoals een sporthal en zwembad. Op de verdieping is een bibliotheek gevestigd.

Thorbeckeplein, Klaas Kanstraat, Spitsbergen, Kepplerstraat

Het Thorbeckeplein heeft momenteel geen duidelijke winkelfunctie meer. Het Thorbeckeplein komt door haar decentrale ligging in de buurt, het ontbreken van een supermarkt, leegstand, beperkte grootte en de zeer gedateerde uitstraling in aanmerking om te worden afgebouwd, waarbij geen nieuwe voorzieningen terugkomen op deze locatie.

Buurtsteunpunt Spitsbergen heeft een kleine Coop supermarkt van 550 m², welke onlangs is begonnen met uitbreiden. Tevens bevinden zich hier een slijter en bloemist. Aan de Kepplerstraat ligt een tweetal kleine strips, met dagelijks aanbod,

bakker en slager en overige voorzieningen. Deze strips en een aantal verspreide winkels in de buurt zouden meer toekomst hebben bij concentratie op één locatie.

De Klaas Kanstraat kent een nieuwe Dekamarkt van 1.560 m² en enkele kleinere zaken zoals een kapper en een snackbar. Verplaatsing op termijn naar een buurt- of wijkwinkelcentra verdient de voorkeur maar is niet waarschijnlijk omdat het een nieuwe Dekamarkt betreft. Tevens voor de Aldi (450 m²) geldt dat verplaatsing op termijn de beste oplossing vormt.

Roggeplein, Oostzijde

Aan het Roggeplein ligt een solitair functionerende kleine Coop supermarkt van circa 700 m². De Oostzijde heeft met de 1.230 m² grote Dekamarkt een volwaardige supermarkt. De Dekamarkt is hier onlangs nieuw gebouwd en vervult behalve een rol voor de buurt ook een rol voor de watersport.

De solitaire Coop zou op termijn wellicht kunnen worden uitgewisseld tegen een andere locatie in Zaandam, waardoor elders een volwaardige Coop kan worden gerealiseerd.

Conclusie

Op basis van de geconstateerde negatieve ontwikkeling van het draagvlak in de komende jaren, de algemeen geldende schaalvergrotingstendensen in de markt, de huidige versnipperde structuur (tien centra), het onvolledige aanbod in een aantal centra, als ook de gedateerde uitstraling van de meeste centra, dient een algehele herstructurering in Zaandam-Zuidoost/Midden te worden overwogen.

Bij een herontwikkeling staat samenvoeging en clustering centraal. Een optimale structuur ontstaat indien het aantal locaties wordt terug gebracht van tien naar drie tot vijf grote volwaardige wijkwinkelcentra met een goede onderlinge spreiding. Hierin dient een optimaal supermarktaanbod te zijn opgenomen. De keuze hiervoor zal de uitkomst zijn van intensief overleg tussen de gemeente en betrokkenen. Een nadeel is dat de afstand tot deze wijkwinkelcentra voor de bewoners gemiddeld toe neemt, maar hier staat tegen over dat een aantal moderne (levensvatbare) centra met voldoende parkeergelegenheid en een breder en dieper aanbod en een prettiger winkelomgeving dit ruimschoots moeten compenseren. Toevoeging van andere functies, zoals scholen, buurthuizen en zorgcentra kunnen de kracht van een centrum als ontmoetingsplaats in de wijk verder vergroten. De centra dienen centraal in de wijken te liggen op goed bereikbare locaties.

6.4.3 Zaandam-Nieuw West

Het draagvlak voor winkelvoorzieningen (circa 11.000 a 12.000 inwoners) in Nieuw West biedt mogelijkheden voor de in standhouding van een volledig buurtwinkelcentrum. De winkelvoorzieningen zijn momenteel geconcentreerd aan de Westerwatering in de nieuwbouwwijk Westerwatering. Het wijkwinkelcentrum heeft een Albert Heijn (1.000 m²) en aanvullend dagelijks en frequent niet-dagelijks aanbod.

De AH kan en wil uitbreiden, maar een probleem is dat hier niet voldoende fysieke ruimte kan worden gevonden. De solitaire ligging van de wijk en het aanwezige

draagvlak pleit voor het handhaven of indien fysiek mogelijk uitbreiden van de wijkfunctie van dit centrum.

Conclusie

Handhaven huidige functie in Westerwating en uitvoeren van uitbreiding indien mogelijk.

6.4.4 Zaandam-Zuidwest

Zaandam-Zuidwest betreft het gebied waarin het centrum van Zaandam is gelegen. In dit gebied bevindt zich een ruim aanbod van zowel dagelijkse als niet dagelijkse artikelen. Een inschatting van het noodzakelijke winkelaanbod, zoals dat in de vorige subparagrafen is gebeurd is hier niet op zijn plaats. Zaancentrum heeft immers niet alleen voor het direct omliggende gebied een verzorgingsfunctie, het verzorgingsgebied strekt zich uit over de gehele Zaanstreek.

In de binnenstad (draagvlak) zijn drie supermarkten gevestigd, de Vomar (950 m²), Albert Heijn (1.095 m²) en Aldi (375 m²). De supermarkten liggen verspreid aan de rand van het centrum. Alleen de Aldi heeft een klein oppervlak.

Aan de Westzijde zijn een Lidl (700 m²), Dekamarkt (1.000 m²) en een Dirk van de Broek (2.400 m²) gevestigd. Geadviseerd wordt om de huidige situatie te handhaven.

Conclusie

Geadviseerd wordt om de huidige situatie te handhaven, waarbij de genoemde supermarkten, aan de rand van het centrum, deel uitmaken van de verzorgende functie van het centrum.

7. UITWERKING KROMMENIE

De winkelstructuur in Krommenie wordt in grote lijnen gevormd door Krommenie-centrum, het Rosariumplein en twee zeer kleine buurtsteunpunten aan de Uranuslaan en de Eikenlaan. Concentratie zal voorop moeten staan om de structuur van Krommenie op termijn een betere marktpositie te kunnen geven. Het centrum en Rosariumplein dienen de ankers van de toekomstige structuur te worden. Concentratie en versterking van het centrum en het wijkwinkelcentrum Rosariumplein zal naast een afbouw respectievelijk verplaatsing naar het centrum of Rosariumplein van de verspreide bewinkeling (9binnen de criteria gesteld in paragraaf 6.5.1), waaronder de Uranuslaan en de Eikelaan, voorop moeten komen te staan. De Coop bij de Uranuslaan heeft een te kleine schaalgrootte. Dit geldt ook voor de Basismarkt en de strip aan de Eikenlaan.

Tabel 7.1 Dagelijks aanbodspotentieel buurt- en wijkwinkelcentra, op basis bevolkingsaantal 2010.*

	Aantal inwoners 2010	M ² v.v.o.	Mogelijk aantal centra	Huidig aantal centra
Krommenie	17.100	4.000	2	5 (incl. Centrum)

*Cijfers zijn afgerond.

Het bevolkingsdraagvlak in Krommenie schommelt rond de 16.000 à 17.000 inwoners. Bij een sterke oriëntatie van de bevolking op de eigen winkelvoorzieningen is dit voldoende voor het in stand houden van een sterk dorpshart en een volledig buurtcentrum.

7.1 Krommenie-centrum

De voorzieningen in Krommenie concentreren zich hoofdzakelijk op de as Vlietsend en Zuiderhoofdstraat¹¹. De Zaanse-stijl van de bebouwing en het besloten karakter versterken hier het dorpse karakter. Winkels worden hier afgewisseld met woningen, een garage en aan het eind bij de overgang naar de Noorderhoofdstraat de kerk en het postkantoor. Haaks op deze overgang van Zuider- naar Noorderhoofdstraat ligt de Heiligeweg met op het gedeelte tot de Weverstraat winkels. Het meest opvallend bij de Heiligeweg is de strip met de Blokker en Zeeman. Hier tegenover ligt enig versnipperd aanbod. Buiten het centrumgebied, eveneens aan de Heiligeweg, ligt een klein cluster met een Scapino, bouwmarkt en Komart. In het inventarisatie gedeelte (deel 1) van dit onderzoek is geconstateerd dat het centrum in principe goed functioneert, maar dat een aantal verbeteringen het functioneren maar ook het dorpse karakter verder kunnen versterken. Het betreft zowel ruimtelijk als functionele maatregelen. De belangrijkste punten worden hieronder kort uiteengezet en komen deels uit eerder uitgevoerd onderzoek.

¹¹ Een uitgebreide analyse van het winkelgebied is in 1999 uitgevoerd door D&P, 'Krommenie-centrum in de toekomst, een onderzoek naar de optimale structuur'.

Ruimtelijk:

- De ruimtelijke structuur kan versterkt worden door het lang gerekte karakter beter te benutten, het winkelgebied dient compacter te worden (aanloopgebieden inkorten).
- Door het vestigen van trekkers op de uiteinden ontstaat een spanningsboog
- Indikken van de winkelvoorzieningen door 'gaten' in te vullen met voorzieningen. Het centrum zal compacter moeten worden.
- Een aantal jaar geleden zijn er plannen ontwikkeld voor het toevoegen van een nieuwe, voor de schaal van Krommenie, grootschalige winkelontwikkeling bij de Heiligeweg. Dit project zou aansluiting op de Zuiderhoofdstraat moeten krijgen via een doorsteek over het water. Deze ingreep bleek echter veel tegenstand op te roepen, onder andere doordat er maar beperkt fysieke ruimte was. Minder ingrijpende nieuwbouwontwikkelingen die aansluiten bij de schaal en het dorps karakter kunnen echter wel voorzien in de behoefte, van nieuwe en bestaande formules, naar ruimte die voorkomt uit de algemene trend van schaalvergroting. Gedacht kan worden aan een herontwikkeling van de locatie bij bijvoorbeeld de garage. Hier zal nader naar onderzoek moeten worden verricht naar geschikte locaties en dergelijke.
- Bereikbaarheid van het centrum, met name vanuit het noorden en oosten verbeteren. Uitbreiden van het aantal parkeerplaatsen.

Functioneel:

- Trekkers, met name de supermarkten vergroten, zodat deze voldoen aan het minimum aan m², die tegenwoordig bij supermarkten wordt aangetroffen (1.000-1.500 m² v.v.o.)
- Verplaatsen van de Komart en Scapino richting het centrum
- Kleine winkels kans geven om uit te breiden
- Toevoegen levensmiddelen speciaalzaken en een beperkt aantal modewinkels op een schaal die past bij een dorps karakter
- Horeca verbeteren en uitbreiden

De hierboven voorgestelde aanpassingen kunnen bijdragen aan een versterking van het centrum. De in eerdere onderzoeken geconstateerde uitbreidingsruimte biedt mogelijkheden om naast deze maatregelen ook een beperkt aantal functies toe te voegen aan Krommenie-centrum. Dit ook in verband met de uitbreidingen van woonwijken, waardoor de behoefte toeneemt.

7.2 Rosariumplein

Het ruime dagelijkse aanbod, met onder andere de Albert Heijn, de schaalgrootte en de centrale ligging met een goede bereikbaarheid, pleiten voor een verdere versterking van dit buurtwinkelcentrum. Verplaatsing van de Basismarkt (450 m²) en de Coop aan de Uranuslaan (700 m²), naar het centrum of het Rosariumplein kan de voorgestelde structuur verder versterken.

8. UITWERKING WORMERVEER

Wormerveer kent naast het centrum nog een drietal solitair functionerende supermarkten. De Komart aan de Zaandijkerweg (1.500 m²) en de Dekamarkt aan Plein 13 (1.600 m²) liggen beide op een bedrijventerrein, functioneren goed en zijn goed bereikbaar en hebben een meer dan voldoende schaalgrootte onder andere verklaarbaar door de bovenlokale verzorgingsfunctie die zij innemen. Deze formules kunnen in de huidige situatie worden gehandhaafd. De Komart aan de C. Bruijnweg meet circa 500 m² en is aan de kleine kant, waardoor wellicht in de toekomst aansluiting bij het centrum kan worden gezocht.

De ambitie is door de gemeente uitgesproken dat de Zaanbocht in Wormerveer zich kan ontwikkelen tot een aantrekkelijke concentratie voor detailhandel en horeca, mede dankzij de toeristische activiteiten die rondom dit gebied in ontwikkeling zijn.

Tabel 8.1 Dagelijks aanbodspotentieel buurt- en wijkwinkelcentra, op basis bevolkingsaantal 2010.*

	Aantal inwoners 2010	M ² v.v.o.	Mogelijk aantal centra	Huidig aantal centra
Wormerveer	11.100	2.700	1	1

*Cijfers zijn afgerond.

Wormerveer telt momenteel ruim 11.000 inwoners. In de komende jaren zal dit enigszins afnemen tot iets boven de 10.000. Op basis van de berekening kan worden vastgesteld dat er mogelijkheden bestaan voor maximaal één centrum met dagelijks aanbod. Dit betekent dat alleen Wormerveer-centrum met haar huidige dagelijkse aanbod voldoende potentie heeft om een volwaardige centrumfunctie met aanvullend frequent benodigd niet-dagelijks aanbod te vervullen. De solitaire supermarkten kunnen door de ligging ten opzichte van Wormerveer-centrum en de overige kernen van Zaanstad en de voldoende schaalgrootte worden gehandhaafd in de huidige situatie.

8.1 Wormerveer-centrum

Het centrumgebied van Wormerveer kent eveneens een dorps karakter. Het centrum-gebied bestaat uit drie deelgebieden die sterk van elkaar verschillen qua ruimtelijke structuur en karakter.

Het gedeelte aan de Zaanweg (aangeduid als de Zaanbocht en gelegen tussen Stationsstraat en Marktstraat) heeft de meest authentieke uitstraling. De ligging aan het water met panden in de Zaanse-stijl en het uitzicht op nieuwe woontorens en oude fabriekspanden aan de overzijde, geven het gebied een geheel eigen uitstraling. Het watertoerisme draagt hieraan ook bij. Bij de Zaanbocht is geen sprake van een aaneensluitend winkelfront. Niet-dagelijks aanbod, woningen, baliefuncties en horeca kenmerken het gebied.

De Marktstraat heeft een zeer beperkte winkelfunctie, waarbij de Aldi (noordzijde) en Dekamarkt (zuidzijde) het meest in het oog springen. De Marktstraat heeft aan de zuidzijde overwegend een woonfunctie afgewisseld met winkels, de noordzijde kent met name een werkfunctie, waarbij het oude in onbruik geraakte Boon-terrein het meest opvalt.

De Krommenierweg en het Marktpluin tenslotte kenmerken zich vooral door de recente nieuwbouwontwikkeling, met winkels en daarboven woningen. Het oude gedeelte van de Krommenierweg heeft nog een historisch dorps karakter en kenmerkt zich door de aanwezigheid van foodspeciaalzaken en baliefuncties en heeft een functie als aanloopgebied. Het nieuwbouwgedeelte aan het Marktpluin heeft overwegend dagelijks winkelaanbod, waaronder twee supermarkten. Verder ligt hier natuurlijk nog de markt. De Kerkstraat achter het Marktpluin heeft tenslotte met een winkelstrip ook het karakter van een 'aanloopgebied'. De Zaanbocht heeft overigens wel geleden onder de verplaatsing van aanbod naar het Marktpluin.

Het nieuwbouwproject aan het Marktpluin heeft niet geleid tot het ontstaan van een aaneengesloten centrumgebied. De vraag is nu hoe hiermee in de toekomst mee om dient te worden gegaan. De afstand tussen De Zaanbocht en het Marktpluin is dusdanig dat geen succesvolle verbinding middels winkelfuncties kan worden verwacht. De lengte van de Marktstraat en het verschil in karakter tussen De Zaanbocht en het Marktpluin rechtvaardigt dan ook de vraag of wel een verbinding moet worden nagestreefd. Door de langgerektheid van het totale gebied is dit zonder grootschalige toevoeging van functies niet goed mogelijk. Aangezien dit niet goed past bij het dorpse karakter, maar tevens de langgerekte structuur niet zal veranderen, ligt de beste oplossing in het zoveel mogelijk thematiseren van de deelgebieden, waarbij de winkelfunctie in Marktstraat wordt geconsolideerd of waar mogelijk wordt afgebouwd.

Het Marktpluin heeft dan vooral dagelijks aanbod. Het thema voor deze locatie lijkt hiermee duidelijk. De Zaanbocht kenmerkt zich meer door niet-dagelijks aanbod, horeca onder andere gericht op het watertoerisme en speciaal aanbod (bijvoorbeeld antiek).

Zowel het food-karakter van het Marktpluin en het non-food karakter van De Zaanbocht zouden kunnen worden versterkt. Van de Kerkstraat zouden een aantal niet-dagelijkse winkels wellicht kunnen worden verplaatst naar de Zaanbocht, waarbij tevens wordt ingezet op watergerelateerde horeca en dergelijke. Hetzelfde geldt voor de Marktstraat. Niet-dagelijks aanbod zou zoveel mogelijk naar de Zaanbocht dienen te worden verplaatst. Het hoofddoel zal zijn om zoveel mogelijk in te zetten op het Marktpluin e.o (dagelijks) en de Zaanbocht (niet-dagelijks, horeca en speciaal aanbod), waarbij verspreide bewinkeling zoveel mogelijk wordt geconcentreerd binnen de criteria die eerder zijn gesteld in paragraaf 6.5.1.

8.2 PDV-Noorderveld

De locatie Noorderveld ontwikkeld zich momenteel tot een PDV-locatie, echter met uitsluiting van de branches meubels en woninginrichting. Na realisatie van Noorderveld zal deze locatie fysiek niet verder kunnen uitbreiden. Zie ook paragraaf 5.3.

9. UITWERKING KOOG AAN DE ZAAN

Koog aan de Zaan biedt gezien haar bevolkingsdraagvlak in de meest optimale situatie slechts ruimte voor een volwaardig buurt/wijkcentrum. Het bevolkingsdraagvlak ligt in de toekomst op 11.000 a 12.000 inwoners.

Tabel 9.1 Dagelijks aanbodspotentieel buurt- en wijkwinkelcentra, op basis bevolkingsaantal 2010.*

	Aantal inwoners 2010	M ² v.v.o.	Mogelijk aantal centra	Huidig aantal centra
Koog a/d Zaan	11.700	2.800	1	1

*Cijfers zijn afgerond.

Op basis van de berekening zou in principe een volwaardig centrum mogelijk moeten zijn. In Koog a/d Zaan betekent dit echter gezien de fysiek geografisch ligging van Koog a/d Zaan en Westerkoog dat hier een groter (wijkwinkelcentrum Westermolen) en een kleiner centrum (Koog a/d Zaan-centrum) dienen te worden gehandhaafd. Voor de verspreide bewinkeling wordt ook hier weer verwezen naar de criteria genoemd in paragraaf 6.5.1.

9.1 Westerkoog

Centraal in de nieuwbouwwijk Westerkoog ligt het winkelcentrum Westermolen, met twee supermarkten, Dekamarkt (1.050 m²) en Coop (500 m²). Het winkelcentrum is wijkverzorgend en dient te worden gehandhaafd, respectievelijk versterkt te worden.

9.2 Koog-centrum/Guisweg

Beperkt niet-dagelijks aanbod, met vier winkels. Geadviseerd wordt om hier geen uitbreidingen toe te staan en de huidige situatie te handhaven.

10. UITWERKING ZAANDIJK

In de kern Zaandijk is ruimte voor slechts een buurt/wijkwinkelcentrum. Het bevolkingsdraagvlak schommelt rond de 9.000 inwoners.

Tabel 10.1 Dagelijks aanbodspotentieel buurt- en wijkwinkelcentra, op basis bevolkingsaantal 2010.*

	Aantal inwoners 2010	M ² v.v.o.	Mogelijk aantal centra	Huidig aantal centra
Zaandijk	8.800	2.100	1	1

*Cijfers zijn afgerond.

Op basis van de berekening is maximaal een buurtwinkelcentrum haalbaar.

10.1 Rooswijk

In de nieuwbouwwijk Rooswijk (aantal inwoners) is een klein nieuw winkelcentrum gerealiseerd met een Albert Heijn (1.140 m²), bakker, drogist en bloemen. De AH heeft hier kunnen uitbreiden en heeft nu voldoende schaalgrootte, waardoor het winkelcentrum goed in de huidige situatie kan worden gehandhaafd.

10.2 Sportlocatie De Koog

Deze locatie is gelegen langs de A8 bij de afrit Zaandijk-West. Enige jaren geleden is bij het sportpark een nieuw zwembad gerealiseerd; 'de Zaangolf'. Momenteel bestaan er plannen voor uitbreiding van deze goed bereikbare locatie, waarbij het thema sport en gezondheid centraal staat. Functies zijn een IJsbahn, een klimhal, skibaan, squash, lasergames etc. De verdere realisatie van een sportcluster aan sportlocatie De Koog past prima binnen de eerder in de visie beschreven thematisering van specifieke gebieden. Verdere uitbouw van dit thema dient daarom te worden nagestreefd.

Thematische detailhandel, bijvoorbeeld een kleinschalige gespecialiseerde sportwinkel, zou een element van het totaalconcept kunnen vormen, maar dient geen hoofdrol te spelen. Niet bij het thema passende detailhandel dient te worden tegengegaan. Het dient enkel te gaan om detailhandel die een ondergeschikte positie inneemt en niet concurrerend zal werken ten opzichte van het centrum van Zaandam. Concreet betekent dit dat de detailhandelsfunctie slechts een bescheiden omvang mag gaan innemen en uitsluitend dienst zal doen als ondersteuning van de sportfuncties.

11. UITWERKING ASSENDELFT

De huidige structuur van winkels in Assendelft (aantal inwoners) bestaat uit de Dorpsstraat en de Woonmall Assendelft. Het aantal inwoners van Assendelft bedraagt momenteel ruim 10.000. Door de nieuwbouw van de wijk Saendelft zal dit aantal de komende jaren sterk toenemen. Over een tiental jaren wordt een totale bevolkingsomvang verwacht van circa 24.000 inwoners.

Tabel 11.1 Dagelijks aanbodspotentieel buurt- en wijkwinkelcentra, op basis bevolkingsaantal 2010.*

	Aantal inwoners 2010	M ² v.v.o.	Mogelijk centra	aantal	Huidig centra	aantal
Assendelft	24.100	5.800	2		2	

*Cijfers zijn afgerond.

Gezien de sterke bevolkingstoename de komende jaren ontstaat er ruimte voor twee volwaardige centra in Assendelft. De eerste heeft betrekking op het bestaande aanbod in de Dorpsstraat dat dient te worden gehandhaafd en de tweede op het nieuw te ontwikkelen wijkwinkelcentrum in de nieuwbouwwijk Saendelft.

11.1 Dorpsstraat

Assendelft heeft in de Dorpsstraat een beperkt, met name dagelijks aanbod. Geadviseerd wordt om dit te handhaven in de huidige situatie. Nieuwe uitbreidingsplannen in vooral de supermarktbranche moeten met de nodige reserves worden benaderd. Dit in verband met de nieuwbouw van een wijkwinkelcentrum in Saendelft (5.500 m² b.v.o.). Voorkomen dient te worden dat door uitbreidingen van het winkelaanbod in de Dorpsstraat, afvloeiing van koopkracht zal gaan plaats vinden van de nieuwbouwlocatie Saendelft naar de Dorpsstraat in Assendelft.

11.2 Winkelcentrum Saendelft

In de nieuwbouwwijk Saendelft worden de komende jaren circa 6.500 woningen gebouwd. In dit gebied zullen circa 15.000 à 17.500 mensen komen te wonen. De hier te realiseren winkelvoorzieningen zullen volgens de bestaande plannen een omvang hebben van circa 5.500 m² b.v.o.

11.3 Woonmall Assendelft

De vernieuwde Woonmall Assendelft meet 17.500 m² v.v.o. en heeft een aantal hoogwaardige winkels. Een nadeel van deze locatie is dat deze in de huidige situatie minder goed bereikbaar en zichtbaar is en niet aan een doorgaande weg binnen de gemeente Zaanstad ligt. Onlangs hebben zich tegenover de Woonmall een aantal meubelwinkels met een oppervlak van naar schatting 2.500 m², gevestigd in oudere panden. Dit kan ook met andere panden gaan plaats vinden. De gemeente dient hiervoor adequate regelingen te treffen als deze ontwikkeling als ongewenst wordt beschouwd, zie ook paragraaf 5.3.

12. UITWERKING WESTZAAN

Het bevolkingsdraagvlak in Westzaan is beperkt en schommelt rond de 4.000 à 4.500 inwoners.

Tabel 12.1 Dagelijks aanbodspotentieel buurt- en wijkwinkelcentra, op basis bevolkingsaantal 2010.*

	Aantal inwoners 2010	M ² v.v.o.	Mogelijk aantal centra	Huidig aantal centra
Westzaan	4.400	1.000	1	1

*Cijfers zijn afgerond.

Gezien het draagvlak van Westzaan kan hier maximaal één buurtsteunpunt worden gehandhaafd. De huidige situatie dient daarom te worden geconsolideerd.

Centrum Westzaan

Westzaan telt slechts een beperkt aantal inwoners, te weinig voor het in stand houden van een volledig buurt/wijkwinkelcentrum. In het centrum van Westzaan bevindt zich een Coop supermarkt van circa 600 m² v.v.o.. Daarnaast zijn er nog enkele winkels op het gebied van dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen.

Voor het handhaven van het verzorgingsniveau in Westzaan zal het huidige centrum (dat het karakter heeft van een buurtsteunpunt) gehandhaafd dienen te blijven. Ter versterking van het centrum zal moeten worden gestreefd naar afbouw van de verspreid in Westzaan gelegen winkels.

13. INSTRUMENTARIUM

In dit hoofdstuk wordt aangegeven welke middelen de gemeentelijke overheid ten dienste staan om de door haar gewenste retailstructuur ook daadwerkelijk te realiseren. De gemeente spreekt zich (los van beleidsontwikkelingen op Rijksniveau) duidelijk uit voor een prioriteit voor een verdere ontwikkeling van Zaancentrum als centrum voor de Gemeente Zaanstad. Een ontwikkeling die dient te passen in het streven naar een recreatieve binnenstad voor iedereen, waarin naast detailhandel ook andere aspecten (cultuur, vermaak, horeca, entertainment, openbaar gebied, enz.) de attractiewaarde bepalen. Het moge duidelijk zijn dat het niet alleen mag blijven bij het formuleren van beleid, doch dat zij aan de handhaving en realisatie hiervan aandacht schenkt.

Dit betekent dat de gemeente regelmatig overleg dient te voeren met marktpartijen om goed op de hoogte te blijven van nieuwe ontwikkelingen op het gebied van retail en op het gebied van retail in Zaanstad in het bijzonder. Een in te stellen Gemeentelijke Commissie Winkelplanning¹² zou deze ontwikkelingen kunnen vertalen naar eventuele nieuwe activiteiten in Zaanstad, respectievelijk gericht beleid om ongewenste ontwikkelingen te voorkomen. Deze Commissie heeft een adviserende functie richting gemeentebestuur.

In paragraaf 13.1 zal eerst ingegaan worden op algemene beleidsmaatregelen gericht op een verdere versterking van de binnenstad¹³, in paragraaf 13.2 komen de gevolgen van de binnenkort te verschijnen Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening aan de orde en de gevolgen hiervan voor het gemeentelijk beleid ten aanzien van retail buiten de bestaande retailgebieden. In paragraaf 13.3 wordt ingegaan op de mogelijkheden van de gemeente om de verzorgende functie van stadsdeel-, wijk- en buurtcentra te handhaven respectievelijk te versterken. In de laatste paragraaf komen de trafficlocaties aan de orde.

13.1 De binnenstad

Zoals hierboven reeds geformuleerd zal de binnenstad ook in de toekomst in het te voeren retailbeleid prioriteit krijgen. Alle andere ontwikkelingen dienen een afgeleide te zijn van het na te streven ambitieniveau ten aanzien van het binnenstad.

13.1.1 Vooral een recreatief verblijfsmilieu

De gemeente zal voorwaarden moeten stellen om vooral kleinschalige en typisch binnenstedelijke functies op het gebied van retail en leisure in de binnenstad te situeren. Dit betekent dat zij zeer attent en kritisch zal zijn op typisch binnenstedelijke functies (zoals warenhuizen, mode, casino, e.d.) die wensen te verplaatsen naar locaties elders c.q. zich nieuw willen vestigen.

¹² Met daarin vertegenwoordigd gemeente en marktpartijen.

¹³ De projectgroep binnenstad zal zich meer gedetailleerd met deze problematiek dienen bezig te houden.

Met het Rijks- en gemeentelijk beleid op het gebied van PDV/GDV is de gemeente thans nog in staat hieraan uitvoering te geven. Met de mogelijke beleidswijzigingen in het verschiet zal deze mogelijkheid in de toekomst niet meer bestaan.

Wel is het mogelijk om in de randvoorwaardelijke sfeer in de toekomst enige ‘natuurlijke’ sturing te verrichten. Dit kan als volgt plaats vinden:

- overleg met marktpartijen;
- streven naar een breed gedragen retail- en leisurevisie (deze ligt nu voor);
- investeren in een recreatief verblijfsmilieu, waardoor in feite investeringen in de binnenstad op recreatief en vergelijkend winkelen gebaseerde functies op ‘natuurlijke’ wijze worden afgedwongen. De binnenstad kan daarmee ‘op eigen kracht’ koersen.

13.1.2 Marketing, promotie en communicatie

De hier gegeven zienswijze op de ontwikkeling van de binnenstad biedt een concept voor de verdere groei van de retail- en leisure voorzieningen. Dit concept zal vermarkt moeten worden waarbij aan de bevolking in de gemeente, de regio en daarbuiten duidelijk wordt gemaakt welke kwaliteiten Zaanstad te bieden heeft. Dit betekent dat er een marketingstrategie moet worden gemaakt die de verschillende doelgroepen aanspreekt en hen overtuigt dat een geregeld bezoek aan Zaanstad de moeite meer dan waard is. Dit marketingconcept zal behalve aan Zaanstad, ook aandacht moeten geven aan andere regionaal verzorgende functies. Belangrijk vanuit de voorliggende benadering van de binnenstad is de keuze om de binnenstad als één product te verkopen. Binnen dit product zijn er weliswaar deelmarkten, maar de optelsom ervan heeft een zodanige meerwaarde en attractiviteit dat deze het argument is voor bezoek.

Een bijzondere doelgroep in de promotie van Zaanstad zijn de toeristen, waarbij met name kansen liggen in het dagbezoek van toeristen die in de regio verblijven en het toerisme, waarbij de aanwezigheid van een hoog cultureel aanbod en de historische setting, attractiefactoren zijn.

13.1.3 Beheer en handhavingsbeleid

Het is van belang de kwaliteit hiervan permanent hoog te houden en zorg te dragen voor een adequaat beheer van de openbare ruimte. Aan het beheer van de openbare ruimte moet dan ook evenveel gewicht worden toegekend als aan het beheer en management van de binnenzijde van gebouwen.

Een punt van aandacht blijft de overlast die wordt veroorzaakt door verschillende groepen. Het gevoel van veiligheid en geborgenheid is van groot belang voor doelgroepen als ouderen en gezinnen. Aandacht hiervoor is van groot belang voor de beeldvorming van de stad als gastvrij domein. Dit betekent dat overlast moet worden tegengegaan door gericht toezicht en wellicht uitplaatsing van bepaalde functies.

13.1.4 Centrummanagement en samenwerking met ondernemers

In Zaanstad is geen detailhandelsconvenant van kracht tussen de gemeente en de ondernemers, wel bestaat er een horecaconvenant gericht op veiligheid voor het uitgaande publiek 'Stappen zonder klappen'. Samenwerking is waardevol vanwege de afstemming die er plaats vindt en de initiatieven die het genereert. Na het afsluiten van een convenant dient dit te worden uitgebouwd, waarbij een samenwerkingsverband tussen gemeente en ondernemers uitgroeit tot een gebiedsautoriteit voor bepaalde aangelegenheden. Hiermee ontstaat ook een kader in relatie tot de marketing en het beheer/management. Dit wordt versterkt door de liberalisering die voorkomt uit onder andere het MDW-rapport en de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening.

13.1.5 Instellen Waarborgfonds en/of ontwikkelingsmaatschappij

Instellen van een Waarborgfonds voor bevordering van het zelfstandig ondernemerschap in Zaanstad. Bevordering van het zelfstandig ondernemerschap, voor zowel detailhandel, horeca als op vrijetijdsgebied, kan er tevens toe leiden dat in de Zaanse binnenstad meer gelegenheden komen voor de vestiging van Zaanse ondernemers. Het MKB, HBD en Vendex hebben onlangs een landelijk fonds opgericht. Een vergelijkbaar fonds voor niet-detailhandelsondernemingen in bijvoorbeeld het innovatieve MKB (webdesigners), wordt momenteel in de gemeente Zaanstad opgezet onder de naam AanZet.

Bezien kan voorts worden of het mogelijk is om een ontwikkelingsmaatschappij op te richten die kwalitatief goede initiatieven kan steunen door raad, venture capital en huisvesting. Een mogelijkheid die daarbij overwogen kan worden is het creëren van een incubator, waar nieuwe lokale initiatieven een start kunnen maken in binnenstedelijk gebied, waarbij er na een opstartperiode elders onderdak moet worden gezocht. Het lijkt interessant om te bezien of marktpartijen kunnen worden benaderd voor support voor een dergelijk initiatief.

13.2 Loketfunctie is noodzaak

Een van de belangrijkste constatering tijdens de interviews met ondernemers en vertegenwoordigers van belangenverenigingen is dat de communicatie tussen de gemeente en marktpartijen zeer slecht verloopt. Een duidelijk herkenbaar loket op het terrein van detailhandel, horeca en vrijetijd, waar men terecht kan met vragen, plannen en het plegen van geregeld overleg ontbreekt. Het dringende voorstel is daarom om binnen de gemeenteorganisatie een organisatiestructuur te realiseren per kern en locatie, welke niet gebonden is aan personen maar aan functies binnen de daartoe aangewezen afdelingen van de gemeente. Hierdoor kan op langere termijn voorkomen worden dat de belangen van de ondernemers en belangenverenigingen onvoldoende of soms in het geheel geen aandacht krijgen en veel positieve energie omslaat in frustratie. Het resultaat hiervan is dat initiatieven en goede ideeën en plannen geen vervolg krijgen of veel onnodige vertraging oplopen, met schadelijke gevolgen voor betrokkenen en de economie van Zaanstad in haar totaliteit.

13.3 Retail buiten de bestaande retailgebieden en de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening

Op weg naar de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening heeft het Rijksbeleid ten aanzien van perifere detailhandel verschillende stadia doorlopen. Van een strak regulerend beleid (waarin slechts bij hoge uitzondering perifere ontwikkelingen mogelijk waren) is het beleid in de loop der jaren steeds liberaler geworden. De huidige beleidsregels zijn gebaseerd op het in het begin van de jaren '90 opgestelde PDV- en GDV beleid.

Vooruitlopend op de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening heeft de regering inmiddels haar voorlopige gedachten geformuleerd omtrent het in de toekomst te voeren beleid ten aanzien van perifere detailhandel. Deze zijn verwoord in de nota 'Meer met minder' zoals deze medio maart 2000 door de regering is gepresenteerd en de PKB1 versie van de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening. In het inventarisatierapport zijn de contouren van zowel het huidige PDV- en GDV-beleid als de mogelijke beleidswijzigingen op dit gebied geschetst.

In het thans overwogen beleid wordt niet langer een separaat beleid voor perifere detailhandel aanbevolen, maar veel meer *een* detailhandelsbeleid op rijksniveau. De verschuiving in het rijksbeleid zal grote gevolgen hebben voor de ontwikkeling van planwetgeving en beleidsregels op provinciaal en regionaal niveau, waarbij met name provinciale, regionale of gemeentelijke retailstructuurvisies richtinggevend zullen zijn. Gemeenten, regio's en provincies krijgen een grotere beleidsvrijheid in de sturing van detailhandel.

Dit betekent dat gemeenten, regio's en provincies niet meer kunnen terugvallen op de ijkpunten van het vigerende beleid en meer dan voorheen dienen te investeren in de conceptie van retailbeleid en planwetgeving op gemeentelijk en provinciaal niveau. Een grotere verantwoordelijkheid derhalve voor gemeenten, regio's en provincies.

Met het oog op de kernpunten van het nieuwe rijksbeleid – open ruimte, mobiliteit, milieu en de kwaliteit van de stad – valt te verwachten dat structuur- en mobiliteitseffecten bij de motivering van beleid en planwetgeving voor de retailstructuur, in toenemende mate van belang zullen zijn. Een en ander betekent dat het nieuwe *ruimtelijke* beleid langs de volgende hoofdlijnen tot stand dient te komen:

- Het juiste bedrijf op de juiste plaats;
- detailhandel dient zich uitsluitend te vestigen in stedelijke of te verstedelijken gebieden;
- detailhandel zoveel mogelijk gebundeld, primair aansluitend op bestaande detailhandelsconcentraties binnen de gemeente, respectievelijk binnen haar verstedelijkte of te verstedelijken gebied;
- naast de bestaande retailstructuur zijn ook mobiliteitsaspecten (afhankelijk van het mobiliteitsprofiel van de branche) van belang;
- detailhandelsinitiatieven met gemeentegrensoverschrijdende effecten dienen regionaal te worden afgestemd.

Nadrukkelijk wordt gesteld dat het beleid slechts een ruimtelijke invalshoek mag hebben. Dit betekent dat het beperken van branches of assortimenten in beginsel in strijd is met de wet, tenzij voor zo'n beperking op grond van een goede ruimtelijke motivering aanleiding of een ruimtelijke noodzaak bestaat. Toetsing kan en mag derhalve uitsluitend plaats vinden op grond van ruimtelijk relevante overwegingen. Hiertoe kunnen behoren:

- mobiliteit en milieu (milieubelasting, verkeersdruk, verkeersaantrekkende werking, parkeerproblematiek, shophoppen);
- stedenbouw (omvang winkels in relatie tot omgeving);
- distributieve structuur (aantasting - duurzame ontwrichting - of versterking van de distributieve structuur).

Het is aan de gemeente Zaanstad om bovenstaande overwegingen middels deze structuurvisie te vertalen in een beleidskader, waarin op de eerste plaats duidelijk prioriteit gelegd wordt bij een verdere ontwikkeling van de binnenstad en daaraan gekoppeld een ontwikkeling van andere vormen van detailhandel die markttechnisch en ruimtelijk niet te realiseren zijn in de binnenstad. Afhankelijk van de ontwikkelingsmogelijkheden die de gemeente Zaanstad voor ogen staan ten aanzien van retail buiten de bestaande retail- en leisurelocaties zal zij haar *ruimtelijke* beleidskaders op basis van de onderliggende visie dienen te formuleren.

13.3.1 Het toekomstige bestemmingsplan

Het toekomstige beleid op het gebied van retail buiten de bestaande retailgebieden zal via het bestemmingsplan moeten lopen. Daarbij is uitgegaan dat er bij de implementatie van het Rijksbeleid geen branchebeperkingen opgenomen worden.

Landelijke beleidsregels inzake retail buiten de bestaande retailgebieden zullen zoals reeds aangegeven naar verwachting vervallen in het kader van de MDW-operatie. De huidige bestemmingsplannen blijven echter gewoon geldend planologisch recht: de beleidsherziening op Rijksniveau verandert daar niets aan.

In het algemeen geldt dat in een bestemmingsplan rekening gehouden moet worden met bijvoorbeeld het regionale structuurvisie, een gemeentelijk structuurplan en een door de gemeenteraad vastgestelde beleidsvisie op een algemeen c.q. specifiek terrein. De retailnota moet worden aangemerkt als zo'n gemeentelijke beleidsvisie.

Bestemmingsplantechnisch kan deze retailnota als vaste bijlage bij een aantal (te herziene of te wijzigen) bestemmingsplannen worden gevoegd of kan hiernaar worden verwezen, namelijk die bestemmingsplannen waarin een thematisch geconcentreerde grootschalige retail is gelegen. De doelstellingen die in een nota naar voren worden gebracht kunnen worden vertaald in een bestemmingsplan. Van bijzonder belang is daarbij dat niet in elk bestemmingsplan alle beleidsdoelen uit de retailnota behoeven te worden gerealiseerd ten aanzien van een grootschalige retaillocatie, maar dat de gemeente binnen die beleidsdoelen per bestemmingsplan een rangorde of nadere keuze kan maken.

De grens van deze laatstbedoelde keuze- en beleidsvrijheid is gelegen in de aard van de voorschriften die met een bestemmingsplan worden geregeld: het betreft regels van ruimtelijke ordening en planologische aard. Een bestemmingsplan beoogt de ruimtelijke structuur optimaal te regelen, b.v. inzake ontsluiting, infrastructuur, aangeven bebouwingsvlakken met een bepaalde bestemming en relatie tot de overige gebouwde omgeving. Ook ligt er een relatie met de verkeers- en vervoerplannen van de gemeente. Binnen de grootschalige retailbestemmingen voor de diverse gronden speelt de aanpak van de retailnota een sturende rol, in die zin, dat de gewenste PDV-thematisering wordt ondersteund door de innige koppeling van bestemmingsplan en retailnota.

Het beleidsterrein wordt verder tot uitdrukking gebracht in de toelichting (in de onderdelen: samenhang met andere bestemmingsplannen, begrenzing van het plangebied, overige regelgeving) en in de voorschriften (in de: begripsbepalingen, de algemene beschrijving in hoofdlijnen, de bestemming grootschalige retail, en de vrijstellingsbevoegdheden).

Bij de bestemming retail wordt per bestemmingsplan gedifferentieerd: bestemming is uitsluitend voor een conform de retailnota omschreven categorie grootschalige retail, met een uiterst beperkte vrijstellings-bevoegdheid inzake bebouwingsvoorschriften en gebruiksvoorschriften. Hiermee wordt de thematisering mogelijk gemaakt.

Overigens is het aan te raden om de beperkingen in het vrijstellingsbeleid expliciet te maken in de bezwaarprocedure of bij de vaststelling van het bestemmingsplan door de gemeenteraad. Daarmee wordt het belangrijkste aangrijpingspunt geschapen voor een goed handhavingsbeleid. Dat begint immers de bevoegdheid om thematisch niet-passende vestigingen uit hoofde van planologische regels te kunnen weigeren.

Met een expliciete uitspraak van de gemeenteraad tijdens de bestemmingsplan-procedure over de thematisering en de hiervoor schetsmatig aangegeven opname van de regels in het bestemmingsplan voor een plangebied waarin een grootschalige retaillocatie is opgenomen, wordt het kader geschapen voor het toestaan (of weigeren) van bedrijven die wel (of niet) aan de gewenste thematisering voldoen. Als derde pijler dient daarbij wel de bestuurlijk/politieke bereidheid aanwezig te zijn om aan een strak beleid van thematisering vast te houden.

Verder is het raadzaam om de verschillende thema's gezamenlijk te presenteren, en daarbij aan te geven welk bestemmingsplan er daadwerkelijk wordt aangevat, en welke op een later moment worden uitgewerkt. Anders dreigt de volle druk van marktpartijen met een grootschalige retailvestiging op de eerste locatie tot uiting te komen, met toename van het risico dat het hier beschreven instrument onder vuur wordt genomen en wellicht onderuitgaat.

Alvorens tot uitwerking van het hiervoor bedoelde instrument (koppeling retailnota en bestemmingsplannen, beperkte vrijstellingsruimte) over te gaan, wordt geadviseerd ook overleg met de provincie te voeren, teneinde vast te stellen of later in de procedure de provincie zal instemmen met een aldus uitgewerkt voorontwerp- c.q. ontwerp-bestemmingsplan, waarbij de retailnota een vaste bijlage is. Het in de vorige alinea genoemde risico kan daarmee worden beperkt.

13.3.2 Nakijken van bestaande bestemmingsplannen

Op grond van het bovenstaande zal een aantal bestemmingsplannen in het onderzoeksgebied wellicht herzien moeten worden. Van belang is derhalve dat alle huidige bestemmingsplannen, waarin regelgeving is opgenomen ten aanzien van retail, nagekeken worden op eventuele mogelijkheden van ‘lekkage’. Aan te bevelen is om met de inventarisatie van de regels van de bestemmingsplannen voor die locaties waar retail mogelijk is, zo snel mogelijk te beginnen. Met het oog op het inwerking treden van het Rijksbeleid zou duidelijk moeten zijn waar problemen verwacht kunnen worden zodat zo snel mogelijk actie ondernomen kan worden, voordat ongewenste ontwikkelingen ontstaan. Bij het evalueren van het bestemmingsplan kunnen bepaalde elementen van het toetsingskader benut worden.

De vigerende bestemmingsplannen regelen in het algemeen de bestemming ‘detailhandel’ in de binnenstad en de bestaande winkelcentra door het toekennen van deze bestemming. Voor bedrijventerreinen en PDV-locaties is over het algemeen detailhandel verboden of uitgesloten, tenzij de detailhandel betrekking heeft op de in de PDV-regels genoemde branches (ABC, bouwmarkten, meubels, tuincentra e.d.). Indien deze bedrijven zijn toegelaten via een vrijstelling of ontheffing van B&W, is er voor de bestaande situatie geen probleem. Met het in werking treden van de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening kan dit wel een probleem worden, namelijk indien zich bij het vrijkomen van een bedrijfsgebouw (doordat de bestaande PDV-branche vertrekt) een bedrijf als gegadigde voor het gebouw meldt dat niet tot de PDV-branches behoort en vanuit de visie ongewenst is op die locatie. Het is niet zeker of een gemeente in dat geval een vrijstelling of ontheffing voor dit nieuwe bedrijf kan weigeren. De PDV-regels zullen zijn vervallen en artikel 10, eerste lid, tweede volzin WRO, bepaalt dat een bestemmingsplan geen voorschriften mag bevatten die het meest doelmatige gebruik beperken. Het is de vraag of een vrijstellings- of ontheffingsbeleid krachtens het bestemmingsplan het meest doelmatige gebruik (detailhandel) mag en kan verbieden in het geval er een niet-wenselijk geachte branche zich meldt voor een PDV-locatie.

Er zal nader onderzocht moeten worden in welke gevallen een gemeente gebruik kan maken van een zogenaamde koepelverordening, waarbij detailhandel op het grondgebied van de gemeente tijdelijk uitgesloten kan worden, met uitzondering van die locaties die de in het vigerende bestemmingsplan aangewezen detailhandelslocaties.

13.3.3 Toetsingskader vestigingsaanvraag

Het toetsingskader van een vestigingsaanvraag of aanvraag voor uitbreiding zal binnen het kader van ruimtelijke overwegingen vormgegeven moeten worden. Aanvragen voor nieuwe of uit te breiden vestigingen moeten beoordeeld worden op grond van een aantal kenmerken die aangegeven moeten worden door de vastgoedpartij of het bedrijf die voornemens is een retailproject buiten de bestaande retailgebieden te realiseren. Het betreft de volgende kenmerken:

- de situering van de beoogde vestigingsplaats;
- de branche van de vestiging;
- de te voeren winkelformule(s) binnen het project;
- de omzetverwachting, indien van belang gespecificeerd naar assortimentsgroep en naar het verwachte patroon van omzetopbouw in de eerste jaren;
- indien het een verplaatsing betreft, zullen de effecten voor bestaande vestigingen aangetoond moeten worden (omzetbehoud/groei, herinvulling vrijkomende panden);
- een uitwerking van de geografische reikwijdte van de markt-impact (omzetherkomst over afstand; koopkrachtclaim na realisatie van het voorstel; raming van de omzetmutaties voor de gevestigde detailhandel);
- indiening van een beeldkwaliteitsplan;
- de voorziene verkeerseffecten (modal split bezoekers, noodzakelijke, direct beschikbare parkeercapaciteit voor bezoekers en personeel; wenselijkheid met betrekking tot toegankelijkheid via het openbaar vervoer; intensiteit vrachtbewegingen, voorstellen voor de afhandeling van vrachtbewegingen);
- onderzoek zal moeten aantonen in hoeverre de retailstructuur in Zaanstad en de regio gevolgen zal ondervinden van de nieuwe toevoegingen, in hoeverre er bereikbaarheids- en parkeerproblemen zullen gaan optreden, en wat de toegevoegde waarde is voor de bestaande retail in de stad respectievelijk regio.

Bij de beoordeling van de aanvraag zal bekeken moeten worden wat de gevolgen zijn van een toevoeging van een dergelijke formule aan de retailstructuur in Zaanstad. Hierbij zal conform de richtlijnen uit het voorlopige kabinetsstandpunt voornamelijk getoetst dienen te worden op:

- open ruimte;
- mobiliteit en milieu en
- kwaliteit van de stad.

De reeds eerder genoemde Commissie Winkelplanning (waarin zowel gemeentelijke als provinciale ambtenaren vertegenwoordigd zijn) zou zich hierover kunnen buigen en adviseren aan de verantwoordelijke bestuurders.

13.4 De stadsdeel-, wijk- en buurtcentra

De gemeente zal zich sterk inzetten om het voorzieningenniveau voor de dagelijks benodigde artikelen in de verschillende stadsdelen, wijken en buurten in stand te houden. Dat wil zeggen dat zij initiatieven die deze verzorgingsfunctie kunnen versterken zal ondersteunen. Aan initiatieven die het voortbestaan van centra in andere wijken in gevaar brengen zal zij geen medewerking verlenen.

Dit geldt ook voor grootschalige supermarkten. Grootschalige supermarkten zullen zich – onder de voorwaarde dat zij het verzorgingsniveau in buurten en wijken niet in gevaar brengen, geen overlast bezorgen aan aanpalende voorzieningen – alleen mogen vestigen in of aansluitend aan bestaande winkelveorzieningen, danwel op goed bereikbare locaties aan doorgaande wegen in Zaanstad. Aanvragen voor grootschalige supermarkten zullen eenzelfde toets moeten ondergaan als andere vormen van retail.

13.5 Voorzieningen op trafficlocaties

Voorzieningen op trafficlocaties kunnen concurrerend worden voor het winkelaanbod elders. Aanbeveling verdient het derhalve de ontwikkeling hiervan nauwgezet te volgen en beperkingen op te leggen daar waar dat nodig is. Het winkelaanbod op deze locaties zal derhalve niet mogen uitgroeien tot een substantieel onderdeel van de voorzieningenstructuur. Voorts zullen ten aanzien van de branchering voorwaarden gesteld moeten worden.

Toetsingscriteria:

- inkadering binnen gemeentelijke voorzieningenstructuurvisie;
- kleinschalig van opzet; maximeren oppervlakte per verzamellocatie: maatwerk;
- alleen op trafficlocaties van consumenten;
- gericht op momentaankopen;
- gericht op passanten.

13.6 Draagvlak

Een ontwikkelingsvisie voor een retail- en leisurestructuur in een gemeente respectievelijk regio wordt aanzienlijk sterker wanneer deze ook gedragen wordt door belanghebbende partijen, waarbij ook over de gemeente, wijk- en buurtgrenzen wordt heen gekeken. De gevolgde werkwijze bij het tot stand komen van deze nota heeft hiervoor al een belangrijke stap in de gewenste richting gezet. Dit wil echter niet zeggen dat hiermee volstaan kan worden. Verdere communicatie over de wenselijke structuur in de vorm van aandacht in de plaatselijke pers, informatiebulletins e.d. kunnen een nieuwe bijdrage aan versterking van het draagvlak geven.

13.7 Evaluatie

In het vervolg zal regelmatig evaluatie dienen plaats te vinden omtrent de gewenste positionering op retailgebied van de Zaanstad in haar regio. Enerzijds om te kunnen bezien in hoeverre de gewenste retail- en leisurestructuur (visie) ook daadwerkelijk geëffectueerd wordt en de beoogde beleidsvoorstellen ook resulteren in de beoogde effecten, anderzijds om de vinger aan de pols te houden teneinde adequaat te kunnen reageren op de dynamiek in de detailhandel en andere gelieerde functies. De eventueel in te stellen Commissie Winkelpanning kan hierin sturend optreden. Een tussentijdse evaluatie om de 5 jaar ligt in dit verband voor de hand.

Voorts is het een gedachte om met de belangrijkste marktpartijen (zowel Zaanse retailers als nationale en internationale ketens) regelmatig van gedachten te wisselen omtrent algemene ontwikkelingen in de retail en ontwikkelingen in Zaanstad in het bijzonder.

14. INPASSING NIEUWE RETAIL- EN VRIJETIJDSE FUNCTIES

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de vraag hoe om te gaan met concrete nieuwe initiatieven op het gebied van zowel detailhandel als vrijetijds- en publieksfuncties. Vragen die hier gesteld kunnen worden zijn: Waar kunnen deze initiatieven worden gealloceerd?

Op basis van de eerder geformuleerde visies zal hierop een antwoord worden gegeven.

14.1 Inpassing van perifere aanvragen in de ruimtelijke structuur

14.1.1 Grootschalige supermarkt Albert Heijn

In de supermarktbranche heeft zich de afgelopen decennia een flinke schaalvergroting voorgedaan. Dit proces is nog lang niet ten einde, getuige de plannen van Albert Heijn om zich met formules van 3.000 à 4.000 m² vvo te vestigen op locaties buiten de traditionele buurt- en wijkcentra. De filosofie van deze ketens is dat grote supermarkten in buurten en wijken het functioneren van de hier gelegen centra kunnen belemmeren. Verder heeft de regionale trekkracht van grote supermarkten een grote omvang en is de autoafhankelijkheid zeer groot. De hieruit resulterende verkeersbelasting voor kleinere centra (die niet ingericht zijn voor een regionaal verzorgende functie) is veel te groot om dit soort functies te kunnen accommoderen. Bezoek aan grootschalige supermarkten vindt zeer doelgericht plaats en wordt nauwelijks gecombineerd met bezoek aan andere voorzieningen. Traditionele buurt- en wijkcentra zijn daarom in de filosofie van Albert Heijn niet meer geschikt voor de vestiging van grootschalige supermarkten. Dit betekent overigens niet dat de specifiek voor buurt- en wijkwinkelcentra ontwikkelde supermarkten (circa 1.500 m²) zullen gaan verdwijnen. Wel zullen zij teruggedrongen worden naar de functie die zij in een dergelijk centrum dienen te vervullen: een verzorgingsfunctie voor de wijk en niet voor een stadsdeel of regio. De juiste winkel op de juiste plaats begint ook in de supermarktenwereld ingang te vinden.

Grootschalige supermarkten hebben een regionale functie, waarbij binnen een rijafstand van 10 minuten circa 75.000 mensen wonen. Grootschalige supermarkten zoeken naar goed bereikbare locaties direct gelegen in of aansluitend aan grote woongebieden.

In Zaanstad heeft Albert Heijn een aanvraag ingediend voor een solitaire vestiging van 3.500 m² op Oostzijderveld. Op deze locatie zijn op dit moment nog geen winkelvoorzieningen aanwezig. Binnen het kader van de discussies die omtrent grootschalige supermarkten zijn gevoerd binnen ROA verband is geadviseerd aan gemeenten:

- Om grootschalige supermarkten alleen in – of direct aansluitend op – bestaande of nieuw te ontwikkelen winkelgebieden in principe in detailhandelsclusters te accommoderen. Ook clustering met leisure-voorzieningen is in principe mogelijk;
- Ongewenste bovenlokale effecten dienen vermeden te worden en
- Solitaire vestigingen zijn ongewenst.

Voor wat betreft de gevolgen voor de retailstructuur in Zaanstad zij vermeld dat van de totaal te realiseren omzet van een grootschalige supermarkt op de locatie Oostzijderveld (circa fl. 50 miljoen) circa 15 à 20% afkomstig zal zijn van buiten de kern Zaandam. Op een totaal bestedingspotentieel van circa f 300 miljoen in de kern Zaandam betekent dit dat de beoogde grootschalige supermarkt op de locatie Oostzijderveld met een omzet van circa f 42 miljoen uit Zaandam een marktaandeel zal realiseren van circa 10 à 15%. Voor zover thans nagegaan kan worden zullen de omzeteffecten vooral merkbaar zijn bij andere grootschalige supermarkten, die in grote mate afhankelijk zijn van autoconsumenten. Deze zijn;

- De Albert Heijn vestiging aan de Vermiljoenweg (deze vestiging zal verkleind worden van 2.850 m² tot 1.500 m²);
- elders in Zaandam gelegen grote supermarkten, zoals bijvoorbeeld in Wormerveer.

Opgemerkt zij voorts dat de omzeteffecten in kleinere supermarkten in buurten en wijken aanzienlijk geringer zullen zijn. Deze supermarkten zijn veel minder gericht op de autoconsument dan de grotere supermarkten. De effecten op het verzorgingsniveau in buurten en wijken lijkt derhalve binnen aanvaardbare proporties te blijven.

Gebaseerd op berekeningen naar marktruimte in de dagelijkse sector zonder toevoeging van een grootschalige supermarkt en een variant waarbij wel rekening is gehouden met de komst van een grootschalige supermarkt is in tabel 14.1 een overzicht gegeven van de effecten. In bijlage 7 is de berekening uitgebreid weergegeven. In het rekenmodel is ook de factor afstand meegenomen. Om hiermee te kunnen rekenen is er in de berekening van uitgegaan dat een grootschalige supermarkt zich in de omgeving van Oostzijderveld zal vestigen. Verder gelden dezelfde aannames zoals vermeld in paragraaf 6.5.1.

Op basis van deze berekening blijkt dit slechts een beperkt effect te hebben op het totaal aantal mogelijke buurt- wijkwinkelcentra (na herstructurering zoals voorgesteld in paragraaf 6.5.1.) in Zaandam.

Op basis hiervan kan worden geconcludeerd dat:

- Het fenomeen grootschalige supermarkten niets anders is dan een volgende exponent van schaalvergroting in de retail. Schaalvergrotingsprocessen zijn reeds lang gaande;
- Schaalvergrotingsprocessen leiden op diverse locaties tot een noodzakelijke herstructurering van buurt- en wijkvoorzieningen;
- Het effect van grootschalige supermarkten in het herstructureringsproces van buurt- en wijkwinkelvoorzieningen in Zaandam Zuidoost is beperkt en heeft nagenoeg geen gevolgen voor het voorzieningenniveau in de buurten en wijken;
- Grootschalige supermarkten geven een versnelling aan de noodzaak tot herstructurering van buurt- en wijkvoorzieningen.

Tabel 14.1: Dagelijks aanbodspotentieel buurt- en wijkwinkelcentra met en zonder de invloed van toevoeging van een grootschalige supermarkt, op basis bevolkingsaantal 2010.*

	Aantal inwoners 2010	Zonder effect van een grootschalige supermarkt		Met effect van een grootschalige supermarkt	
		M ² v.v.o.	Aantal centra	M ² v.v.o.	Aantal centra
Zaandam-Noord	6.700	1.600	1	1.250	1
Zaandam-Zuidoost	41.600	10.000	4	8.000	3
Zaandam-Nieuw west	11.400	2.750	1	2.500	1
Zaandam-Zuidwest	11.100	2.700	1	2.300	1
Totaal Zaandam	70.800	17.000	7	14.000	6
Krommenie	17.100	4.000	2	4.000	2
Wormerveer	11.100	2.700	1	2.600	1
Koog a/d Zaan	11.700	2.800	1	2.600	1
Zaandijk	8.800	2.100	1	2.000	1
Assendelft	24.100	5.800	2	5.800	2
Westzaan	4.400	1.000	1	1.000	1

*Cijfers zijn afgerond.

14.1.2 IKEA en Morres

Zowel IKEA als Morres zijn momenteel op zoek naar een locatie in de gemeente Zaanstad. In deze paragraaf zal worden ingegaan op de mogelijkheden hiertoe in de gemeente Zaanstad. Beide formules hebben een boven-regionale impact. De berekeningen voor de meubelbranche die in bijlage 3 zijn bijgevoegd kunnen daarom ook in grote lijnen op Morres worden betrokken. Indien IKEA en Morres zich in Zaanstad gaan vestigen betekent dit dat zij de berekende marktruimte vrijwel geheel zullen invullen.

IKEA

IKEA kan zowel solitair functioneren als naast een woonboulevard, waardoor zowel Op 't Spoor (Hembruglocatie) als Noorderveld hiervoor in aanmerking komen.

Beide locaties zijn vanuit de optiek van de gewenste thematisering in principe geschikt voor IKEA. Voor de locatie Op t' Spoor en de Hembruglocatie geldt dat hierbij wel voldaan dient te worden aan een sterk verbeterde bereikbaarheid (verbreding Dr. J. den Uylweg en verbreding van de den Uylbrug). De Hembruglocatie komt bovendien pas over enkele jaren beschikbaar.

Binnen het kader van haar vestigingseisen geeft IKEA sterk de voorkeur aan de locatie Oostzijderveld. Andere locaties zoals Op 't Spoor, de Hembruglocatie en Noorderveld worden door IKEA afgewezen. Ontwikkelingen op deze locatie betekenen dat er een ontwikkeling gaat plaats vinden buiten de in deze visie vastgestelde structuur en dienen in principe te worden afgewezen, waarbij wordt verwezen naar de toetsingcriteria die in paragraaf 5.3.1. zijn opgesteld. Overigens zijn de ontwikkelingen op de locatie Oostzijderveld door B&W voor drie jaar bevroren.

Morres

Morres heeft onlangs te kennen gegeven zich op Noorderveld te willen vestigen met een vestiging van 12.000 m² v.v.o. Morres heeft evenals IKEA een boven-regionale functie. Aangezien vestiging op Noorderveld past binnen de hiervoor beschreven visie kan hierop in principe positief worden geadviseerd¹⁴. In eerder onderzoek van Kolpron is voor Noorderveld in het verzorgingsgebied Zaanstad-Noord marktruimte voor de meubelbranche geconstateerd van circa 7.000 m² v.v.o. Indien een ruimer verzorgingsgebied voor geheel Zaanstad wordt gehanteerd, kan worden verwezen naar de geconstateerde marktruimte in de berekening voor de meubelbranche in IKEA-rapportage (bijlage 3).

Conclusie

Op basis van voorgaande kan tegemoet worden gekomen aan de vestigingseisen van Morres voor Noorderveld. IKEA zal echter op Oostzijderveld niet passen binnen de huidige structuur, hierop zal dan op basis van de criteria in paragraaf 5.3.1 een gedegen besluit moeten worden genomen. Echter met dien verstande dat duidelijk met de markt gecommuniceerd wordt dat het hier een uitzonderingssituatie betreft.

14.1.3 Ijsbaan

In Zaanstad is een aanvraag ingediend voor een ijsbaan. Binnen het kader van de in deze nota gewenste retailstructuur dient deze ijsbaan gelocaliseerd te worden bij het Sportpark de Koog. Andere op sport gerichte activiteiten (zoals bijvoorbeeld een sporthotel, sportcafé, andere sportvoorzieningen) dienen op deze locatie geconcentreerd te worden.

14.1.4 Casino en mega-bioscoop

Vestiging van een Casino en een mega-bioscoop dient plaats te vinden in het centrum van Zaandam. Dergelijke voorzieningen betekenen een aanzienlijke versterking van het leisure gehalte van de binnenstad. Aangezien het grotendeels avondfuncties betreft is de Culturele Driehoek hiervoor het aangewezen gebied (zie paragraaf 6.2).

14.1.5 Grootschalige detailhandel

Grootschalige detailhandel buiten de thema's woninginrichting, vrijetijd, kamperen en sportoutdoor dient zich te concentreren in of zo dicht mogelijk tegen het centrum van Zaandam. Als zodanig wordt prioriteit gelegd bij het Ankersmidterrein en in tweede instantie de locatie van de Houthaven.

¹⁴ Tevens kan hier worden verwezen naar de Kolrpn-rapportage, Heroverweging branchering PDV-locatie Noorderveld Wormerveer, gemeente Zaanstad, 2000 (K00.0066).

BIJLAGE 1

UITWERKING BELANG GROOTSCHALIGE DETAILHANDEL BIJ DE BINNENSTAD

Grootschalige detailhandel heeft een grote aantrekkingskracht

Grootschalig aanbod met een (boven)regionale functie trekt consumenten. Ervaringen elders tonen deze verhoogde aantrekkingskracht aan. Onderzoek in Rotterdam naar het functioneren van Alexandrium II (de megastores) en III (de woonmall) heeft aangetoond dat een groot deel van de bezoekers niet uit Rotterdam respectievelijk Capelle aan de IJssel komt. Van de bezoekers van de megastores kwam 35% van buiten Rotterdam/Capelle aan de IJssel, van de bezoekers van de woonmall was dat 55%. Tevens werd geconstateerd dat van de megastores tussen de 10 en 20% zelfs van buiten het stadsgewest¹⁵ Rotterdam kwamen. De reikwijdte van de woonmall ging zelfs tot aan Utrecht en Leiden.

Ook in het recent door BRO uitgevoerde koopstromenonderzoek voor de provincie Zuid Holland kwam een sterke aantrekkingskracht van Alexandrium naar voren. Uit dit onderzoek bleek dat ongeveer 48% van de hier gerealiseerde omzet (inclusief het stadsdeelcentrum Oosterhof) van buiten Rotterdam kwam. Van de in de binnenstad van Rotterdam gerealiseerde omzet was dat 46%. Op zich geen groot verschil met de aantrekkingskracht van Alexandrium, doch opgemerkt dient te worden dat in de cijfers van Alexandrium ook de grotendeels lokaal bepaalde omzet van het stadsdeelcentrum verdisconteerd is. De werkelijke van buiten Rotterdam afkomstige omzet in Alexandrium II en III zal derhalve aanzienlijk hoger zijn als de genoemde 48%.

Ook voor een aantal andere perifere locaties is nagegaan hoe groot de regionale omzetcomponent is, vergeleken met de regionale omzetcomponent in de binnenstad. In onderstaande tabel is hiervan een overzicht gegeven.

Omzetaandeel afkomstig van buiten de eigen gemeente zowel van perifere concentraties als van binnensteden.

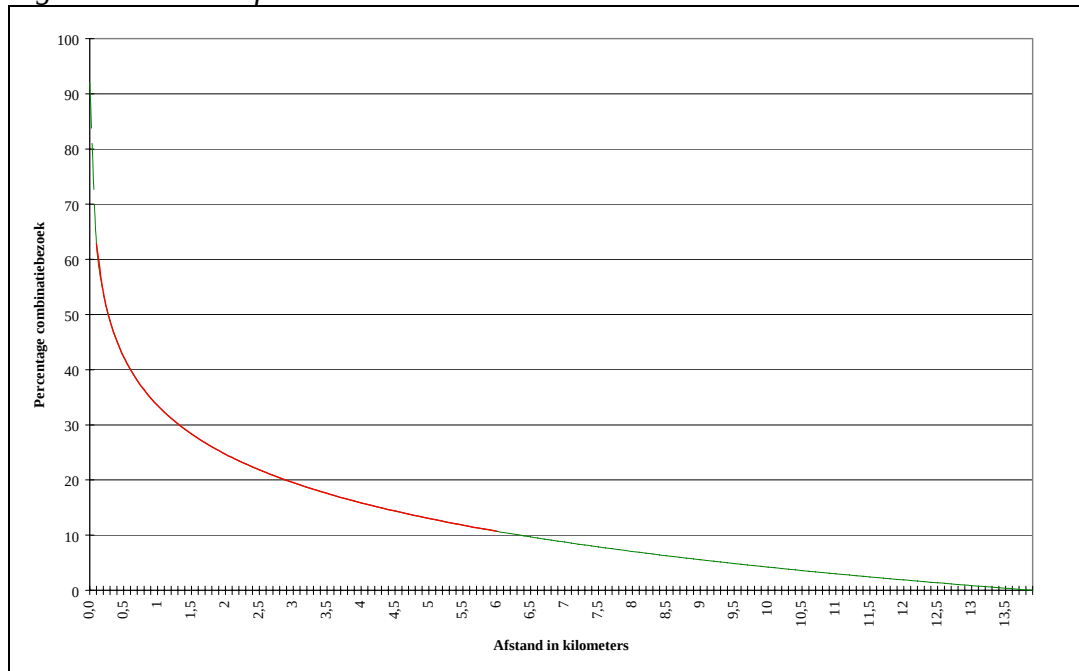
Locatie	Omzetaandeel 1999
Alexandrium I, II en III	48%
Rotterdam Centrum	46%
In de Cramer Heerlen	82%
Centrum Heerlen	60%
Ekkersrijt Eindhoven	65%
Centrum Eindhoven	50%
Woonboulevard Drachten	60%
Centrum Drachten	43%

¹⁵ Als stadsgewest is genomen het gebied met de postcodes 2600 t/m 3199, dwz Zuid Holland Zuid, benoorden de Oude Maas, inclusief Delft e.o., Zoetermeer e.o., en Gouda e.o., exclusief het Drechtstedengebied.

Door combinatiebezoek kan ook het overige centrumgebied profiteren

Op basis onderzoeksresultaten naar het combinatiebezoek tussen grootschalige winkelconcentraties en binnensteden kan het volgende verloop van combinatiebezoek worden vastgesteld. Hieruit blijkt dat het percentage combinatiebezoeken hoger is als de afstand tussen de verschillende locaties kleiner is.

Figuur 1: Relatie afstand - combinatiebezoek



Bron: Kolpron, 1997

De binnenstad van Zaanstad kan derhalve sterk profiteren van de aantrekkingskracht die grootschalige detailhandel in het centrumgebied kan genereren. De bovenstaande tabel toont aan dat circa 40 à 50% van de bezoekers van een eventueel te realiseren cluster met grootschalige detailhandel ook het centrum van Zaandam zal bezoeken.

BIJLAGE 2

DETAILHANDELS EN VRIJETIJSBESTEDINGEN PER HOOFD VAN DE BEVOLKING in f,-

Categorie	1994	1999	groei in %
TOTALE BINNENL. CONS. BEST.	23712	29513	24%
in winkels	7859	9393	18%
- dagelijks	3560	4023	13%
- niet-dagelijks	4299	5280	27%
w.v. kernwinkelapparaten¹⁶	1646	1986	20%
Vrijetijdsbestedingen:			
- eten buitenshuis	516	640	24%
- drinken buitenshuis	555	703	26%
- logies	185	225	21%
- sport, recreatie, attractiepark	438	551	26%
- bioscoop, theater, gezelsch.	44	63	43%
- omroepen, biblioth, musea	144	169	17%
- kappers, schoonheidsinst.	140	167	19%
TOTAAL	2022	2518	25%
DAGTOCHTEN	1991	1996	groei
Bestedingen dagtochten	734	954	30%
- uitgaan	310	418	35%
- recreatief winkelen	80	89	11%
- sport, recreatie	167	222	32%
- attractieparken	70	123	75%
- overige	110	103	-7%

Bron: EIM, Bestedingen en marktaandelen, deel A, 1999

Conclusies:

1. De omvang van de bestedingen in de vrije tijd groeit sneller dan de bestedingen in de detailhandel.
2. De omvang van de bestedingen in de vrije tijd groeit sneller dan de bestedingen in de detailhandel in de binnensteden.
3. Detailhandel vormt slechts een onderdeel van de bestedingen in binnensteden. Vrijetijd neemt, gezien de groeipercentages, een steeds prominenter plaats in.
4. Binnensteden (recreatief winkelen) profiteren slechts in bescheiden mate van de groei van de bestedingen tijdens dagtochten (onderdeel vrijetijdsbestedingen). Voor vacaties zijn deze gegevens niet bekend, doch hier wordt eveneens een bescheiden groei verwacht van het recreatieve winkelen tijdens vacaties.
5. Voor binnensteden liggen grote kansen op het gebied van vrijetijdsbestedingen. Openstelling op zondag kan hierin een stimulans zijn.

¹⁶ Verondersteld is dat 10% van de dagelijkse en 30% van de niet-dagelijkse artikelen in binnensteden besteed worden.

BIJLAGE 3

SAMENVATTING EN CONCLUSIE, KOLPRON RAPPORTAGE MARKTONDERZOEK VESTIGINGSMOGELIJKHEDEN IKEA ZAANDAM, 2000.

IKEA BV wil zich vestigen in de regio ten noorden van het Noordzeekanaal. De IKEA formule opende de eerste vestiging in 1978 in Sliedrecht. Sindsdien zijn er in Nederland in totaal 8 vestigingen geopend. De formule onderscheidt zich in Nederland van andere formules door haar schaalgrootte van gemiddeld 21.500 m² v.v.o. Daarnaast worden designmeubelen aangeboden tegen aantrekkelijke prijzen. Dit is onder andere mogelijk gemaakt doordat de klant deze zelf thuis dient te monteren.

De onderzochte IKEA-locatie Zaandam ligt bij de Prins Bernhardrotonde op het huidige terrein van sportpark Oostzijderveld, vanaf de A7/A8 bereikbaar via de Prins Bernhardweg. De locatie voldoet in grote lijnen aan zowel de eisen van de gemeente Zaanstad als IKEA en is hierdoor geschikt voor een IKEA-vestiging. De belangrijkste ruimtelijke aspecten die van belang zijn worden hieronder samengevat:

- Fysieke ruimte: De voorgestelde kavel biedt qua oppervlakte in de huidige context voldoende fysieke ruimte om de IKEA-vestiging en de parkeerplaatsen te kunnen bergen.
- Zichtbaarheid: De zichtbaarheid vanaf de Prins Bernhardweg is goed, vanaf de A7/A8 is geen zichtrelatie aanwezig.
- Ontsluiting en bereikbaarheid: de locatie wordt vanaf de A7/A8 ontsloten via knooppunt Zaandam en de afrit via de Prins Bernhardweg.
- Openbaar vervoer: momenteel zeer bescheiden (busverbinding). Het NS-station Kogerveld ligt op enige honderden meters van de genoemde locatie.
- Bij de locatie van IKEA zal mogelijk andere detailhandel worden gevestigd, alsook een ijsbaan en een brandweerkazerne.

IKEA-vestigingen hebben doorgaans een ruim verzorgingsgebied. Binnen dit gebied wordt een primair (tot 15 km), secundair (15 tot 25 km) en tertiair verzorgingsgebied (verder dan 25 km) onderscheiden. Van een eventuele nieuwe IKEA-vestiging in Zaandam wordt verwacht dat deze een deel van het huidige verzorgingsgebied van IKEA Amsterdam-Zuidoost zal overlappen, waarbij de natuurlijke grens grotendeels langs het IJ en het Noordzeekanaal zal lopen.

De totale omzet van IKEA in Zaandam wordt voor 2003 (stel jaar van opening) ingeschat op circa f 95 miljoen. In 2005 zal de omzet aangegroeid zijn tot circa f 107 miljoen. Het onderzoek richt zich hierbij met name op de branches meubelen (incl. verlichting), woningtextiel en keukens, samen goed voor 94% van de omzet van een IKEA-vestiging. Van de door IKEA gerealiseerde omzet zal circa 55% uit het primaire verzorgingsgebied afkomstig zijn, circa 30% uit het dichtbevolkte secundaire verzorgingsgebied en circa 15% uit het tertiaire verzorgingsgebied.

In het primaire en secundaire verzorgingsgebied wonen respectievelijk 256.000 inwoners en 314.000 inwoners. In de toekomst (2010) zullen deze inwonertallen toenemen tot respectievelijk ruim 266.000 inwoners en 334.000 inwoners. Het

omzetpotentieel in de relevante branches is in het primaire verzorgingsgebied voor 2003 berekend op circa f 251 miljoen, f 259 miljoen in 2005 en op f 265 miljoen in 2010. In het dicht bevolkte secundaire verzorgingsgebied komt dit uit op circa f 316 miljoen in 2003, bijna f 330 miljoen in 2005 en ruim f 337 miljoen in 2010. Confrontatie van het bestedingspotentieel met het aanwezige aanbod van circa 72.000 m² v.v.o. in het primaire verzorgingsgebied, heeft aangetoond dat anno 2003 een marktruimte aanwezig is in de branche meubelen, woningtextiel en keukens van respectievelijk circa 16.000 m², 1.000 m² en 1.600 m². In 2005/2010 zal deze marktruimte als gevolg van de demografische ontwikkeling en een toename van de bestedingen in de betreffende branches, en een synchrone toename van het aanbod stabiel blijven of licht afnemen tot respectievelijk circa 15.000/17.000 m², circa 800/1.000 m², en bijna 1.600 m²/ruim 1.900 m² v.v.o. In de meubel-, woningtextiel- en keukenbranche is dus marktruimte geconstateerd. In de berekeningen van 2005/2010 is al rekening gehouden met de toename van de omzetclaim van het bestaande aanbod met 10% ten opzichte van het hedendaags aanbod, waaronder de ontwikkeling van PDV Noorderveld en de uitbreidingen van Klaprozenweg en PDV Op het Spoor. De groei van de hierboven geconstateerde marktruimte in 2005/2010 komt hier dus nog eens bij. Het marktaandeel van IKEA in het primaire verzorgingsgebied bedraagt ruim 20%.

Geconcludeerd kan worden dat de komst van een IKEA-vestiging in Zaandam niet zal leiden tot een onevenredige aantasting van de verzorgingsstructuur. De marktruimte nu en in de toekomst is dermate dat er naast de realisatie van IKEA ook voor het bestaande aanbod voldoende uitbreidingsruimte overblijft. De verwachte omzeteffecten bij het bestaande aanbod zullen gering zijn en zich met name manifesteren bij winkels die in hetzelfde prijssegment vallen als IKEA en gelegen zijn op perifere locaties.

Uit tabel 1 blijkt dat ook het bestaande aanbod, bovenop de al eerder genoemde 10% groei, zal profiteren van de omzetgroei met een toename van f 9 miljoen, waardoor de vestiging van IKEA te Zaandam niet tot een duurzame ontwrichting van de bestaande detailhandelsstructuur zal leiden.

Ontwikkeling omzetclaim relevante branches van het bestaande aanbod en IKEA in het primaire verzorgingsgebied.

	2003	2005	Toename
Totaal omzetpotentieel	f 250	f 260	f 10
Omzetclaim IKEA	f 49	f 55	f 6
Omzet bestaand aanbod (+5%)	f 208	f 217	f 9
Marktruimte	f 43	f 42	f -1

Daarnaast dient in ogenschouw te worden genomen dat de te verwachten omzetverliezen op macroniveau lang niet opwegen tegen de versterking die in de detailhandelsstructuur in de regio Zaandam zal optreden door de komst van IKEA. Geconcludeerd wordt dat de komst van een IKEA-vestiging in Zaandam niet zal leiden tot een onevenredige verstoring van de verzorgingsstructuur in het primaire verzorgingsgebied. Naast de beperkte omzeteffecten op de bestaande detailhandel dienen ook werkgelegenheids-effecten en de stimulans voor een verdere vernieuwing in beschouwing te worden meegenomen.

BIJLAGE 4

Definities PDV en GDV binnen het huidige Rijksoverheidsbeleid:

PDV- locaties en -branches

Tot de branches die zich op perifere locaties¹⁷ mogen vestigen worden gerekend:

- Detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen.
- Winkelformules, die door de omvang en aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlakte nodig hebben voor de uitstalling: auto's, boten, caravans, tuincentra, bouwmarkten, grove bouwmaterialen, keukens en sanitair en woninginrichting waaronder meubelen.
- In de loop van de tijd zijn hier ook kampeer- en outdoorartikelen aan toegevoegd. De oorzaak ligt in het grote benodigde oppervlakte en de combinatie van verkoop met PDV –branches zoals bijvoorbeeld caravans en boten.

GDV- locaties en -branches

- Een GDV-locatie is een locatie met meerdere¹⁸ grootschalige detailhandelsvestigingen waarbij de branchebeperkingen van het PDV-beleid niet gelden. Gemeenten bepalen zelf welke branchebeperkingen zij opleggen. GDV-locaties mogen alleen ontwikkeld worden in de dertien stedelijke knooppunten¹⁹.
- Een GDV-locatie mag alleen ontwikkeld worden op een zogenaamde B-locatie, dat is een locatie die met zowel de auto als met het openbaar vervoer goed bereikbaar is. Voor vestiging op een GDV-locatie wordt een eis aan de winkeloppervlakte gesteld van bijvoorbeeld $\geq 1.500 \text{ m}^2$ bvo.
- Een voorwaarde voor het ontwikkelen van een GDV-locatie is dat een Regionale Detailhandelsstructuurvisie wordt gemaakt, waarin de effecten van de komst van een GDV-locatie op de bestaande winkelcentra zijn weergegeven.
- Stedelijke knooppunten dienen bij de opzet en de uitwerking van een GDV-locatie zowel de provincie als de Inspectie RO van VROM en het Rijksconsulentschap van EZ te betrekken, naast uiteraard lokale en regionale belanghebbenden.

Het verschil tussen PDV-locaties en GDV-locaties is dat:

1. PDV-winkels bepaald zijn naar met naam genoemde branches.
2. PDV-winkels niet behouden zijn aan een minimummaat.
3. PDV-winkels ook buiten de stedelijke knooppunten voorkomen.
4. PDV-winkels niet gehouden zijn aan het criterium 'B'-locatie.
5. Er voor PDV geen regionale structuurvisie wordt vereist.

¹⁷ Perifere locatie: alle terreinen of locaties binnen de bebouwde kom, die niet binnen een bestaand of gepland winkelgebied of het onmiddellijk daaraan grenzende gebied liggen.

¹⁸ In het rijksbeleid wordt gesproken over “geconcentreerde grootschalige detailhandel”. Het aantal detailhandelsvestigingen dat onder de term “geconcentreerd” moet worden verstaan dat minimaal nodig is om van een concentratie te spreken, is niet nader omschreven.

¹⁹ De dertien stedelijke knooppunten zijn: Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Groningen, Leeuwarden, Tilburg, Breda, Eindhoven en Zwolle. En daarnaast drie dubbelknooppunten bestaande uit: Arnhem/Nijmegen, Maastricht/Heerlen en Hengelo/Enschede.

Retail

Onder retail worden alle commerciële winkelgeïsoleerde functies verstaan die op de consument zijn gericht, en die doorgaans kunnen worden aangetroffen in de winkelgebieden. De functies liggen nabij elkaar, en zijn met name geopend tijdens de winkeluren. Voorbeelden zijn de winkels, daghoreca, dienstverlening (persoonlijke en baliediensten) en ambacht (kapsalon, hakkenbar, en dergelijke).

Leisure

Leisure is een breder begrip. Leisure betreft commerciële publieksvoorzieningen die behalve in combinatie met detailhandel ook zelfstandig kunnen functioneren. Het gaat om alle vormen van horeca, vermaak, cultuur en sport. Voorbeelden zijn de bioscoop / multiplex, theater, popzaal / disco, musea, toeristische attracties, sportvoorzieningen en dergelijke. Ook het openbare gebied architectuur, grachten, pleinen, verblijfsruimte kunnen hiertoe worden gerekend.

Definitie traffic-locaties:

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

Definitie bronpunt:

Een bronpunt heeft een entree functie voor een bepaald gebied. Dit kunnen parkeergarages, parkeergebieden alsook OV-stations voor bus of trein zijn.

BIJLAGE 5

Tabel: Overzicht detailhandelsaanbod in de Gemeente Zaanstad

	Centrum		Krommenie-centrum		Wormerveer		Buurt-/wijkwinkelcentra		Op 't Spoor		Woonmall Assendelft		Verspreid		Totaal	
Branches	v.k.p.	v.v.o.	v.k.p.	v.v.o.	v.k.p.	v.v.o.	v.k.p.	v.v.o.	v.k.p.	v.v.o.	v.k.p.	v.v.o.	v.k.p.	v.v.o.	v.k.p.	v.v.o.
Leegstand	57	-	5	-	2	-	2	-	-	-	-	-	2	-	68	-
Dagelijks	64	8.986	23	4.022	15	3.653	78	21.223	-	-	-	-	46	7.586	226	45.470
• VGM	51	7.404	19	3.395	11	3.296	61	19.139	-	-	-	-	42	7.047	184	40.281
• Pers. verzorging	13	1.582	4	627	4	557	17	2.084	-	-	-	-	4	539	42	5.189
Niet-dagelijks	253	48.624	53	9.587	39	4.657	60	7.409	29	45.610	16	17.400	88	16.437	538	149.724
• Warenhuis	2	6.110	1	460	-	-	1	150	-	-	-	-	-	-	4	6.720
• Kleding en mode	61	10.847	13	1.836	7	880	6	497	-	-	-	-	9	392	96	14.539
• Schoenen/lederwaren	19	3.742	3	927	3	350	1	80	-	-	-	-	3	219	29	5.318
• Juwelier en optiek	14	972	5	312	3	185	3	210	-	-	-	-	1	45	26	1.724
• Huish en luxe art.	15	3.704	2	454	3	453	4	746	-	-	-	-	-	-	24	5.357
• Antiek en kunst	5	430	3	1.100	-	-	-	-	-	-	-	-	5	196	13	1.726
• Sport en spel	11	2.443	1	108	4	552	6	916	-	-	-	-	4	665	26	4.684
• Hobby	14	1.085	4	335	3	68	7	173	-	-	-	-	6	424	34	2.085
• Media	16	1.721	2	444	3	291	5	424	1	95	-	-	3	310	30	3.285
• Plant en dier	14	841	3	271	5	191	12	1.419	1	3.425	-	-	12	5.923	47	12.070
• Bruin- en witgoed	23	4.167	2	234	2	292	2	245	1	1.600	-	-	11	1.007	41	7.545
• Fiets/autoaccessoires	8	1.427	2	290	1	100	2	260	-	-	-	-	2	50	15	2.187
• Doe-het-zelf	3	340	3	1.046	2	624	7	1.566	5	18.653	-	-	15	4.735	35	27.059
• Wonen	35	9.166	8	1.695	2	220	3	628	20	19.837	16	17.400	7	893	91	49.839
• Overig	13	1.629	1	75	1	251	1	53	1	2.000	-	-	10	1.578	27	5.586
TOTAAL	374	57.610	81	13.609	56	8.310	140	28.632	29	45.610	16	17.400	136	24.023	832	195.194
Bron:	Locatus		Retailverkenner,		2001,		bewerkt		door		Kolpron		Consultants			

DETAILHANDELSAANBOD IN DE BUURT-/WIJKWINKELCENTRA

Winkelgebied	Dagelijks aanbod		Niet-dagelijks aanbod		Totaal aanbod		(Sub)Trekking (Supermarkten in m ² v.v.o.)	Volledigheid van het aanbod
	v.k.p.	v.v.o.	v.k.p.	v.v.o.	v.k.p.	v.v.o.		
Zaandam Noord Zaandam Drielse Wetering / Het Kalf	8	1.358	1	65	9	1.407	COOP (515), Dekamarkt (501)	2 kleine supermarkten, bakker, slager, groenteboer, slijter, viswinkel, drogist, beperkt niet-dagelijks
Zaandam Zuidoost Zaandam, Kepplerstraat	2	30	-	-	2	30	-	Bakker, sigarenboer
Zaandam, Spitsbergen	2	615	1	65	3	630	COOP (550)	Kleine supermarkt, slijter, beperkt niet-dagelijks (bloemist)
Zaandam, Sparrestraat	1	50	-	-	1	50	-	Bakker
Zaandam, Thorbeckeplein	-	-	-	-	-	-	-	
Zaandam, Prinsenstraat	1	1563	-	-	1	1589	Dekamarkt (1.575)	Middelgrote supermarkt
Zaandam, Beethovenstraat	1	500	-	-	1	500	Aldi (450)	Kleine supermarkt
Zaandam, Morgensterstraat	1	150	-	-	1	150	-	drogist
Zaandam, L.T Roggeplein	1	658	-	-	1	658	COOP (650)	Kleine supermarkt
Zaandam, Oostzijde	2	1332	-	-	2	1332	Dekamarkt (1225)	Middelgrote supermarkt, slijter
Zaandam Lobeliusstraat	3	1.090	5	367	8	1.457	Albert Heijn (700)	Kleine supermarkt, bakker, drogist, beperkt niet-dagelijks
Zaandam De Bloemkorf	6	893	6	485	12	1.378	Vomar Voordeelmarkt (600), Blokker, Etos	Kleine supermarkt, bakker, slager/kaasboer, viswinkel, drogist, beperkt niet-dagelijks
Zaandam Gibraltar	6	1.248	2	400	8	1.648	Super de Boer (775)	Kleine supermarkt, bakker, slager, slijter, drogist, sigarenboer, beperkt niet-dagelijks
Zaandam, Vermiljoenweg	3	2.866	1	80	4	2.958	Albert Heijn (2.650), Etos	Zeer grote supermarkt, slijter, drogist, beperkt niet-dagelijks
Zaandam, Zilverschoonplein	4	790	1	70	5	860	COOP (530)	Kleine supermarkt, bakker, groenteboer, drogist
Zaandam Nieuw West Zaandam, Westerwetering / Langeweide	6	1.317	2	90	8	1.407	Albert Heijn (1.000)	Middelgrote supermarkt, bakker, slager, groenteboer, drogist, apotheek, beperkt niet-dagelijks
Zaandam Zuidwest Zaandam, Behouden Haven	2	2522	-	-	2	2522	Dirk van de Broek (2400)	Grote supermarkt, drogist
Zaandam, Westzijde	1	705					Lidl (700)	
Zaandam, Westzijde	2	1.057	1	75	3	1.144	Dekamarkt (1.000)	Middelgrote supermarkt, slijter, beperkt niet-dagelijks
Zaandam, Ankersmidplein							Albert Heijn (1.100)	Middelgrote supermarkt
Zaandam, Zeemanstraat							Aldi (375)	Kleine supermarkt
Zaandam, Czaar Peterstraat							Vomar (950)	Kleine supermarkt

VERVOLG DETAILHANDELSAANBOD IN DE WIJK-/BUURTCENTRA

Winkelgebied	Dagelijks aanbod		Niet-dagelijks aanbod		Totaal aanbod		(Sub)Trekkers (Supermarkten in m ² v.v.o.)	Volledigheid van het aanbod
	v.k.p.	v.v.o.	v.k.p.	v.v.o.	v.k.p.	v.v.o.		
Krommenie								
Krommenie, Eikenlaan	1	500	-	-	1	500	Basismarkt (500)	Kleine supermarkt
Krommenie, Rosariumplein	6	1.069	5	364	11	1.433	Albert Heijn (950)	Kleine supermarkt, bakker, slager, slijter, drogisterij, beperkt niet-dagelijks
Krommenie, Uranuslaan	1	700	-	-	1	600	COOP (700)	Kleine supermarkt
Wormerveer								
Wormerveer, Plein 13	3	1.975	3	899	6	2.874	Dekamarkt (1.575)	Middelgrote supermarkt, slijter, drogist, 1 leeg, beperkt niet-dagelijks
Wormerveer, Cor Bruynweg	2	619	-	-	2	619	Komart (475)	Kleine supermarkt, drogist
Wormerveer, Zaandikerweg	4	1.486	-	-	4	1.486	Komart (1.400)	Middelgrote supermarkt, bakker, slijter, kaasboer
Assendelft								
Assendelft, Centrum	14	2.102	9	1.320	23	3.422	Komart (750), COOP (1.000), Garantmarkt (200), Trekpleister	3 kleine supermarkten, 2 groenteboeren, slagerij, 2 bakkers, kaaswinkel, 2 slijters, 3 drogisterijen, beperkt niet-dagelijks
Zaandijk								
Zaandijk, Rooswijk	4	1.556	2	100	6	1.266	Albert Heijn (1.150), Etos	Kleine supermarkt, bakker, drogist, beperkt niet-dagelijks
Zaandijk, Guisweg	-	-	4	454	3	454		Beperkt niet-dagelijks
Koog aan de Zaan								
Koog aan de Zaan, Centrum	9	951	21	2.603	30	3.554	Albert Heijn (550)	Kleine supermarkt, 2 slaggers, 3 bakkers, kaasboer, viswinkel, relatief uitgebreid niet-dagelijks aanbod
Westerkoog								
Koog aan de Zaan, Westerkoog	9	2.210	7	549	16	2.759	Dekamarkt (1.050), COOP (750), Blokker	2 kleine supermarkten, bakker, groenteboer, slijter, drogist, beperkt niet-dagelijks
Westzaan								
Westzaan, Centrum	2	570	4	250	6	820	COOP (550)	Kleine supermarkt, bakker, beperkt niet-dagelijks

Bronnen: Locatus, Retail Verkenner, april 2001, Levensmiddelenkrant, de Supermarktgids, april 2001

BIJLAGE 6

Tabel herstructurering buurt- en wijkwinkelcentra zonder de invloed van een grootschalige supermarkt op de locatie Oostzijderveld.

BIJLAGE 7

Leden van de begeleidingscommissie:

M. Bosch	Gemeente Zaanstad
D. Overheul	Gemeente Zaanstad
I. Grondstra	Gemeente Zaanstad
Y. van de Berg	Gemeente Zaanstad
C. van Gijn	Hoofdbedrijfsschap Detailhandel
R. Verweij	Kamer van Koophandel
T. Kolen	Kolpron
R. Zijderveld	Kolpron

Interviews:

J. van Hoven	Meubelplein Assendelft
J. Klooster	Klooster Meubelen
R. Verweij	Kamer van Koophandel
C. van Gijn	Hoofdbedrijfsschap Detailhandel
R. de Vink	OV Zaancentrum, Hotel Inntel Zaandam
J. Pasman	OV Zaancentrum, Ahold Vastgoed
F. Kuijper	DOKA
R. Moes	Bouwbedrijf Moes
K. Bakker	Gemeente Zaanstad