**Detailhandelsvisie Zaanstad**

**Een vitaal en dynamisch winkelklimaat**

Versterking van winkelgebieden die sterk of kansrijk zijn, dat is waar de gemeente Zaanstad op inzet. Er zijn voldoende kansen voor ontwikkeling, maar om die te kunnen benutten moeten er goed afgewogen keuzes gemaakt worden. Daarom heeft de gemeente, op verzoek van politiek én ondernemers, en gebaseerd op huidige ontwikkelingen en veranderend winkelgedrag, een nieuwe visie op detailhandel opgesteld. De basis is een zogeheten hoofdstruc­tuur voor de detailhandel, een kader voor het toetsen van nieuwe vestigings­aanvragen en ondersteuning voor het midden- en kleinbedrijf. Dit alles is te lezen in de detailhandelsvisie die de raad heeft vastgesteld.

**Hoofdstructuur**

De visie gaat uit van een hoofdstructuur met drie hoofdwinkelgebieden: stadshart Zaandam, Krommenie-centrum en Wormerveer-centrum, tien ondersteunende centra, twee perifere vestigingen (Noorderveld en Zuiderhout), en een speciaal winkelgebied: de zorgboulevard van het Zaans Medisch Centrum. Deze gebieden krijgen prioriteit waar het gaat om het inzetten van gemeentelijke middelen. Andere gebieden en locaties kunnen in het nieuwe beleid, dat gericht is op focus en kwaliteit, geen prioriteit krijgen.

**Tien jaar**

De visie biedt duidelijkheid aan de betrokken ondernemers en aan de inwoners die op een prettige manier gebruik kunnen blijven maken van het aanbod, en is opgesteld met de blik op de komende tien jaar. Omdat de ontwikkelingen snel gaan, maken we over vijf jaar alvast een eerste balans op. Dan wordt bekeken of bijstelling van de visie nodig is.

**Schouders eronder**

De gemeente vindt het belangrijk om, samen met winkeliers, de schouders eronder te zetten. Daarbij heeft de gemeente de verantwoordelijkheid om de juiste voorwaarden te scheppen, zoals een goede bereikbaarheid, handhaving en een prettige openbare ruimte. Zodat winkeliers hun taak als ondernemer goed kunnen invullen. Ondernemers kunnen inspelen op de wensen en behoeften van de consument, maar ook onderling de handen ineen slaan. Tijdens een inspirerende bijeenkomst in 2014 over ‘de winkel van de toekomst’ wees professor Molenaar erop dat winkeliers vandaag de dag moeten samenwerken om de concurrentie met zowel internet als met andere winkelgebieden aan te kunnen gaan. Er liggen kansen voor verbinding met het toerisme en de horeca en het historische erfgoed binnen Zaanstad.

**Veranderende consumenten**

Vandaag de dag hebben consumenten een andere manier van winkelen dan voorheen. Het gemak van thuis internetwinkelen speelt hierin een grote rol. Maar ook is de totale beleving van het ‘buiten’ winkelen belangrijker geworden. De economische stagnatie van de afgelopen jaren heeft de consument voorzichtig gemaakt. Vaker wordt de hand op de knip gehouden of kiest men voor goedkoop. Dit alles is buiten, op straat, terug te zien: veel winkelruimte staat momenteel leeg.

**Leegstand meer dan gemiddeld**

Zaanstad ontspringt de dans niet. Als het gaat om winkelruimte is de leegstand tien procent. Dat is meer dan gemiddeld in onze regio. Op de ene locatie is er meer leegstand dan op de andere. Bovendien is de omzet die per vierkante meter winkel behaald wordt laag. Kijkend naar de ontwikkelingsmogelijkheden kunnen we stellen dat er in onze gemeente sprake is van overaanbod.

**Kansen**

Er liggen wel degelijk kansen. Maar om die ten volle te kunnen benutten zijn de kwaliteit en een juiste locatie van de winkels belangrijk. Er wordt in onze gemeente nog altijd bevolkingsgroei verwacht. Nieuwe ondernemers blijven geïnteresseerd in Zaanstad, en de meeste Zaankanters zijn tevreden over de winkelvoorzieningen in hun buurt.

**Compact, sterk en kansrijk**

Een winkelaanbod in compacte centra die sterk of kansrijk zijn, draagt bij aan een gezonde detailhandel in Zaanstad. Dit betekent dat de bestaande gebieden kleiner worden. Ieder winkelgebied dient daarbij een eigen profiel te krijgen.

Zo’n profiel stelt het belangrijkste motief van de bezoeker centraal: (dagelijkse) boodschappen, doelgerichte aankopen, of recreatief winkelen.

**Profielen**

Recreatief winkelen gebeurt in de hoofdwinkelgebieden.

Dit zijn de grootste en belangrijkste winkelgebieden van een woonplaats. Hier komt een duidelijk onderscheid tussen de kern en het aanloopgebied. In een aantal ondersteunende winkelcentra in de wijk worden de dagelijkse boodschappen gedaan. Eén of twee supermarkten zijn de dragers van deze centra. In zogeheten perifere vestigingen is ruimte voor doelgerichte aankopen. Deze vestigingen liggen niet in de kern of in wijkwinkelcentra maar op plaatsen waar winkels (bijvoorbeeld een bouwmarkt of meubelbedrijf) een groot winkeloppervlak tot hun beschikking hebben.

**Prioriteit**

In onze visie kiezen we voor een hoofdstructuur met drie hoofdwinkelgebieden: stadshart Zaandam, Krommenie-centrum en Wormerveer-centrum. Gezien de trends in de markt is de verwachting dat ze moeten ‘indikken’. Er zijn tien ondersteunende centra en twee perifere vestigingen (Noorderveld en Zuiderhout). Ook is er een speciaal winkelgebied: de zorgboulevard van het Zaans Medisch Centrum. Dit alles krijgt prioriteit waar het gaat om het inzetten van gemeentelijke middelen.

Gebieden en locaties die hier niet toe behoren zijn te klein, te geïsoleerd of hebben anderszins niet genoeg toekomstperspectief. Dat betekent niet dat ze onbelangrijk zijn. Maar ze kunnen in het nieuwe beleid, dat gericht is op focus en kwaliteit, geen prioriteit krijgen.

**Nieuwe initiatieven**

Nieuwe initiatieven zijn welkom binnen de hoofdstructuur. Initiatiefnemers moeten dan wel het nut en de noodzaak ervan kunnen aantonen. Buiten de hoofdstructuur zijn ze niet gewenst. Voor nieuwe supermarkten, verhuizing of uitbreiding van supermarkten is een speciaal toetsingskader ontwikkeld. Ze moeten passen bij de schaal van het winkelgebied en nut en noodzaak ervan moeten aangetoond zijn.

**De hoofdwinkelgebieden**

**Stadshart Zaandam**

Kernwinkelgebied: Gedempte Gracht, Westzijde vanaf Gedempte Gracht tot Stationsstraat en Rozenhof.

Aanloopstraten: Rozengracht, Westzijde vanaf Klokbaai

tot Stationsstraat en Beatrixbrug. Peperstraat en Zuiddijk maken geen onderdeel uit van het winkelgebied. De horeca op de Dam versterkt de winkelfunctie.

Perspectief: meer bezoekers, meer herhaalbezoek, grotere spreiding van bezoekers over het gebied, toename van de bestedingen.

Strategie (onder meer):

• positie van Westzijde versterken (zuidelijk deel ervan beter verbinden met het A1-winkelgebied van de Gedempte Gracht);

• leegstand in Rozenhof verminderen;

• mogelijkheden tot fietsparkeren verbeteren;

• hoog kwaliteitsniveau voor de openbare ruimte

handhaven;

• winkelaanbod veelzijdiger en kwalitatief beter maken;

• versterken van de relatie tussen toerisme en bezoek

aan de binnenstad;

• herhaalbezoek vergroten door steeds iets nieuws

te bieden;

• versterken van het organiserend vermogen van betrokken ondernemers.

**Wormerveer-centrum**

Kernwinkelgebied: Zaanweg tussen Stationsstraat en Marktstraat, Marktplein en Krommeniërweg/pad ten noorden van de brug, Krommeniërweg tussen Marktplein en 3e Kruisstraat, Marktstraat.

Perspectief: boodschappencentrum en winkelgebied met een recreatieve invulling voor het noordelijk deel van de Zaanstreek. Ligging aan de Zaan, historisch erfgoed, branchering in hoger marktsegment en enthousiast ondernemerschap bieden kansen voor het toevloeien van grotere koopkracht.

Strategie (onder meer):

• door concentratie de kwaliteit van het gebied versterken en leegstand tegengaan;

• het gebied verlevendigen door het organiseren van evenementen, waarbij marketing noodzakelijk is;

• Marktplein: behoud van de bestaande boodschappenfunctie;

• Marktstraat: aanpak van leegstand, mogelijk gevel-

verbetering;

• de Zaanbocht: profiteren van toenemend toerisme,

met name bij de Zaanse Schans.

**Krommenie-centrum**

Kernwinkelgebied: Zuiderhoofdstraat, Kerkplein,

Heiligeweg tot Weverstraat/Eikenlaan, Noorderhoofdstraat, het noordelijk deel van Vlietsend.

Perspectief: boodschappencentrum en recreatief winkel-

gebied voor het noordelijk deel van Zaanstad (Krommenie, Saendelft). Dorps karakter, historische bebouwing, gratis parkeren, diversiteit in aanbod en lokaal ondernemerschap bieden voor koopkrachtbinding.

Strategie (onder meer):

• door concentratie de kwaliteit van het gebied versterken en leegstand tegengaan;

• mogelijk verkaveling van grote panden;

• pandverbetering;

• het creëren van een ontmoetingsplek in de omgeving van Kerkplein en Durgsloot;

• betere kwaliteit van Heiligeweg door gezelliger

aankleding en opnieuw onderzoek naar uitbreiding blauwe zone.

Ondersteunende winkelcentra

Perspectief: De ondersteunende centra zijn compleet, compact en comfortabel.

Strategie algemeen:

• behoud of versterking van functie;

• minstens één goed functionerende supermarkt;

• een compleet pakket aan dagelijkse benodigdheden;

• goede bereikbaarheid voor langzaam verkeer en auto;

• goede parkeergelegenheid;

• prettig verblijfsklimaat.

Het gaat hierbij onder meer om winkelcentra als het Rosariumplein, De Saen, Dorpsstraat en Communicatieweg Assendelft, maar bijvoorbeeld ook over Het Kalf en de Vermiljoenweg. De uitwerking verschilt per winkelgebied. Voor de een is een betere branchering wenselijk, voor

de ander een beter verblijfsklimaat of uitbreiding van parkeermogelijkheden.