

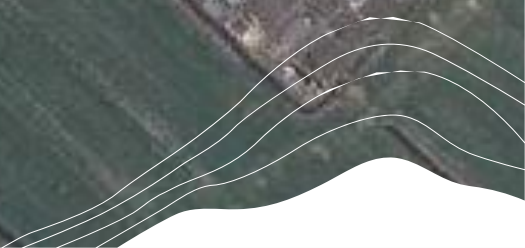


ALDI DORPSSTRAAT 707 ASSENDELFT

Ruimtelijk-economisch onderzoek

18 juni 2021

RHO ADVISEURS



RHO ADVISEURS

DATUM 18 juni 2021
KENMERK 401110_20170830JB

PROJECT Aldi Assendelft
PROJECTLEIDER ir. R.J.M.M. Schram

OPDRACHTGEVER Van der Gragt B.V.
PROJECTNUMMER 20170830

AUTEUR Julia Breukelman
STATUS Definitief





INHOUD

Samenvatting

Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.

1. Inleiding	6
1.1 Aanleiding	6
1.2 Vraagstelling	6
1.3 Leeswijzer	8
2. Beleidskader	9
2.1 Provincie Noord-Holland	9
2.1.1 Omgevingsvisie NH2050 (2018)	9
2.1.2 Omgevingsverordening NH2020 (2020)	9
2.1.3 Detailhandelsbeleid Noord-Holland 2015-2020 (2015)	10
2.2 (Stads)regio Amsterdam	11
2.2.1 Regionaal detailhandelsbeleid Stadsregio Amsterdam (2016)	11
2.3 Gemeente Zaanstad	12
2.3.1 Detailhandelsvisie Zaanstad 2015-2025 (2015)	12
2.4 Conclusie	14
3. Behoeftte en te verwachten effecten	15
3.1 Verzorgingsgebied	15
3.2 Analyse dagelijkse goederensector Assendelft	16
3.3 Positionering Aldi	18
3.4 Spreiding harddiscountaanbod gemeente Zaanstad	20
3.5 Distributieplanologische marktanalyse	21
3.5.1 Uitgangspunten analyse	22
3.5.2 Distributieplanologische marktanalyse	23
3.5.3 Te verwachten ruimtelijk-economische effecten	24
3.6 Conclusie	25
4. Locatieafweging Dorpsstraat 707 Assendelft	26
4.1 Beleidsuitgangspunten	26
4.2 Formule-uitgangspunten Aldi	26
4.3 Inpassing Aldi binnen de bestaande winkelstructuur	27
4.4 Locatieafweging Assendelft	30
4.5 Conclusie	31
5. Conclusie en samenvatting	32
5.1 Is er behoefte aan de ontwikkeling van Aldi?	32
5.2 Wat zijn de te verwachten effecten op de bestaande dagelijkse winkelstructuur in Assendelft?	32
5.3 Is de locatie Dorpsstraat 707 een geschikte vestigingslocatie rekening houdend met het vigerende beleid en de bestaande winkelstructuur?	33
5.4 Conclusie	33



Bijlage 1	Locatieanalyse leegstand Assendelft	34
Bijlage 2	Inventarisatie aangeboden winkelpanden gemeente Zaanstad	36



1. INLEIDING

1.1 Aanleiding

De afgelopen jaren heeft Aldi haar formulebeleid aangepast ten aanzien van haar winkels. Aldi streeft met haar formulebeleid naar economisch-duurzame vestigingslocaties. Enerzijds om tegemoet te komen aan de veranderende wensen van de consument (bredere gangpaden, ruime presentatie van het assortiment en een lichtere inrichting van de winkels). Anderzijds heeft Aldi aandacht voor een zo duurzaam mogelijke exploitatie van de winkel. De nieuwe winkels worden zo klimaatneutraal mogelijk ontwikkeld. Dit is onder meer terug te zien bij het filiaal aan de Doctor H.G. Scholtenstraat in Zaandam. De nieuwe winkels zijn dus meer toekomstbestendig en duurzaam door zowel in te spelen op veranderende wensen van consumenten als op energie- en klimaatvraagstukken.



Figuur 1 Impressie nieuwe winkels Aldi (Foto's: Rho adviseurs; links Aldi Drunen, rechts Aldi Enkhuizen)

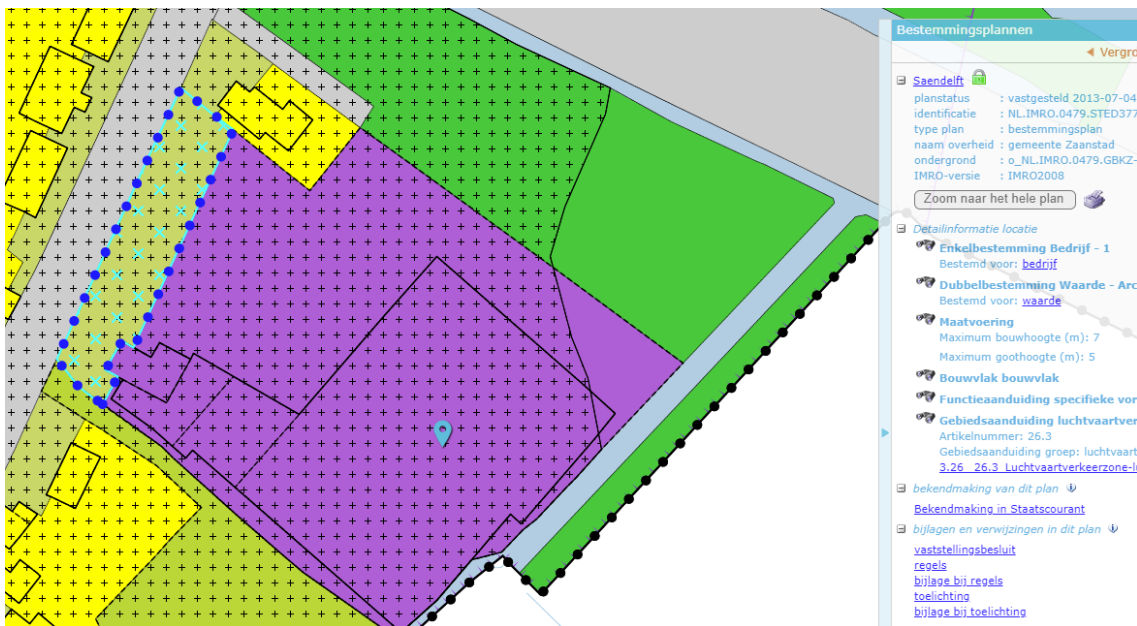
Om dit te realiseren zijn winkels nodig met een groter winkelvloeroppervlak (wvo), goede bereikbaarheid ten opzichte van het verzorgingsgebied en met voldoende parkeren. Aldi-winkels worden namelijk veel met de auto bezocht omdat de nadruk ligt op inkoop in grote hoeveelheden.

Aldi streeft naar een optimale spreiding van haar winkels over de gemeente Zaanstad. Op de locaties Beethovenstraat 6 (600 m² bruto-vloeroppervlak; bvo) in Zaandam en Zuideinde 146 (734 m² bvo) in Koog aan de Zaan waren voorheen Aldi-supermarkten gevestigd. Deze winkels zijn inmiddels gesloten omdat ze niet meer voldeden aan de wensen van de moderne consument en de vestigingseisen van Aldi. Met de gemeente Zaanstad is overeengekomen dat, ter vervanging van de genoemde supermarktvestigingen, één grotere, moderne Aldi mag worden gerealiseerd (1.779 m² bvo; 1.272 m² winkelvloeroppervlak). Hiervoor is de locatie aan de Dorpsstraat 707 in Assendelft beoogd. Op de voormalige locatie Zuideinde wordt naast de voormalige supermarkt van Aldi ook de naastgelegen winkelstrip (339 m² bvo) planologisch gesaneerd. Beide locaties worden getransformeerd naar woningbouw. Op de beoogde locatie in Assendelft kan in de toekomst mogelijk worden aangesloten op de te ontwikkelen wijk De Overhoeken (woningbouwontwikkeling van circa 120-150 woningen).

De beoogde supermarktontwikkeling (1.779 m² bvo; 1.272 m² wvo) is momenteel niet mogelijk op basis van het vigerende bestemmingsplan. In dit rapport wordt de beoogde supermarktontwikkeling getoetst aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking.

1.2 Vraagstelling

Aldi wil graag een nieuwe vestiging realiseren op de locatie Dorpsstraat 707 in Assendelft. Op basis van het vigerende bestemmingsplan 'Saendelft' (2013) zijn de gronden bestemd voor een bedrijfsfunctie (figuur 2).



Figuur 2 Uitsnede vigerend bestemmingsplan 'Saendelft' (gemeente Zaanstad, 2013)

Binnen deze functie is geen detailhandel toegestaan, waardoor een planologische afwijkingsprocedure doorlopen moet worden. In dit kader moet de ontwikkeling getoetst worden aan de ladder voor duurzame verstedelijking (artikel 3.1.6 lid 2 Besluit ruimtelijke ordening). Omdat het gaat om een nieuwe detailhandelsontwikkeling moet ook voldaan worden aan de Europese Dienstenrichtlijn (zie kader).

Ladder voor duurzame verstedelijking

De ladder schrijft voor dat de toelichting bij een bestemmingsplan, dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, een beschrijving bevat van de behoefte aan die ontwikkeling. Mocht de ontwikkeling buiten bestaand stedelijk gebied zijn voorzien dan moet ook gemotiveerd worden waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.

Dienstenrichtlijn

In een recente uitspraak door het Europees Hof (31 januari 2018) is bevestigd dat 'detailhandel' wordt beschouwd als een 'dienst' conform de Europese Dienstenrichtlijn. Deze richtlijn schrijft voor dat overheden zich niet mogen mengen in concurrentieverhoudingen. Alleen ruimtelijke motieven, zoals een evenwichtige spreiding van het winkelaanbod, concentratie van winkelaanbod en het voorkomen van onaanvaardbare leegstand zijn relevant bij de overweging voor het al dan niet toestaan van nieuwe detailhandel.

Het College van B&W van de gemeente Zaanstad heeft eerder een positief standpunt ingenomen ten aanzien van de beoogde ontwikkeling op basis van een eerder rapport (d.d. 21 april 2016). Deze rapportage betreft een actualisatie naar aanleiding van actuele informatie en beleidsinzichten.

De hoofdvraag van dit onderzoek is of de beoogde vestiging van Aldi in Assendelft past binnen de kaders van duurzame verstedelijking, zoals geformuleerd in artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening. In het onderzoek worden de volgende onderzoeksvragen beantwoord:

- Is er behoefte aan de ontwikkeling van Aldi?
- Wat zijn de te verwachten effecten op de bestaande dagelijkse winkelstructuur in Assendelft?
- Is de locatie Dorpsstraat 707 een geschikte vestigingslocatie rekening houdend met het vigerende beleid en de bestaande winkelstructuur?

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 staat het relevante provinciale -, regionale en gemeentelijke beleidskader uitgewerkt, welke relevant is voor de beoogde ontwikkeling. In hoofdstuk 3 is de behoefte aan de beoogde ontwikkeling van Aldi in Assendelft onderbouwd. In dit hoofdstuk komen ook de te verwachten economische effecten van de ontwikkeling aan bod. In hoofdstuk 4 is de keuze voor de locatie Dorpsstraat 707 in Assendelft gemotiveerd. Tot slot zijn in hoofdstuk 5 de belangrijkste conclusies opgenomen en zijn de onderzoeksvragen beantwoord.

2. BELEIDSKADER

Omdat de beoogde vestigingslocatie van Aldi aan de Dorpsstraat 707 in Assendelft aangemerkt kan worden als nieuwe (solitaire) detailhandelslocatie is het vigerende beleidskader het uitgangspunt voor dit onderzoek. In dit hoofdstuk worden de relevante provinciale, regionale en gemeentelijke beleidsstukken uitgewerkt.

2.1 Provincie Noord-Holland

2.1.1 Omgevingsvisie NH2050 (2018)

Op 19 november 2018 is de Omgevingsvisie voor de provincie Noord-Holland vastgesteld. De hoofddambitie in de Omgevingsvisie is als volgt: “Noord-Holland heeft een relatief hoog welvaarts- en welzijnsniveau. Om deze ook voor de toekomst vast te kunnen houden, richten we ons op een goede balans tussen economische groei en leefbaarheid. Zodanig dat bij veranderingen in het gebruik van de fysieke leefomgeving de doelen voor een gezonde en veilige leefomgeving overeind blijven”.

De provincie heeft vijf samenhangende bewegingen geschetst. Deze bewegingen laten zien hoe de provincie omgaat met opgaven die op onze samenleving afkomen en die ze willen faciliteren. Dat wordt gedaan door een aantal ontwikkelprincipes en randvoorwaarden mee te geven om de beweging naar de toekomst te kunnen maken.

Binnen de beweging sterke kernen, sterke regio's zet de provincie in op het zoveel mogelijk binnenstedelijk realiseren en concentreren van wonen en werken (transformeren, bundelen, verdichten). Nieuwe ontwikkelingen van voorzieningen worden geconcentreerd in kernen, passend bij de rol van die kernen in het regionale netwerk. Een van de uitgangspunten is het op peil houden van het voorzieningenniveau en de bereikbaarheid. Er worden in regionaal verband keuzes gemaakt over welke dorpskernen als voorzieningencentra (blijven) fungeren. Dit kan bijdragen aan het behoud van voorzieningen en de leefbaarheid in deze gebieden. Een van de uitgangspunten is het op peil houden van het voorzieningenniveau en de bereikbaarheid.

RELATIE MET INITIATIEF ASSENDELFT

De ontwikkeling van de Aldi in Assendelft ligt binnen het bestaand stedelijk gebied. Met de ontwikkelingen is sprake van stedelijke verdichting en optimalisatie van het gebruik. Daarnaast draagt het plan bij aan het versterken van de voorzieningstructuur en vitaliteit van de kern. Door het toevoegen van een harddiscounter aan het supermarktaanbod worden meer keuzemogelijkheden voor de consument geboden. Het plan is daarnaast zo opgezet dat tegelijkertijd de eigen identiteit van het gebied behouden kan worden. Geconcludeerd wordt dat het bestemmingsplan in overeenstemming is met de Omgevingsvisie NH2050.

2.1.2 Omgevingsverordening NH2020 (2020)

In de omgevingsverordening is geregeld dat bij een nieuwe stedelijke ontwikkeling de wettelijke toepassing van de Ladder voor duurzame verstedelijking wordt gevolgd zoals geformuleerd in het Besluit ruimtelijke ordening. Voorliggende rapportage betreft de toets aan de ladder. Voor detailhandel is het opstellen van regionale visies verplicht. Voor deze opgave is de regionale detail handelsvisie Stadsregio Amsterdam vigerend.

RELATIE MET INITIATIEF ASSENDELFT

De ontwikkeling betreft een nieuwe stedelijke ontwikkeling die regionaal is afgestemd. De ladder voor duurzame verstedelijking is positief doorlopen (zie paragraaf 3.2.3). Geconcludeerd wordt dat het plan voldoet aan artikel 6.3 van de verordening.

De ontwikkeling voorziet in het wegbestemmen van twee voormalige supermarktlocaties en de ontwikkeling van een vestiging op één nieuwe locatie. De locatie van de nieuwe supermarkt betreft een solitair bedrijfsperceel en is niet gelegen op een bedrijventerrein of een kantorenlocatie. De nieuwe locatie van de supermarkt ligt binnen het werkingsgebied landelijk

gebied. In deze onderbouwing aan de hand van de ladder voor duurzame verstedelijking is gemotiveerd dat deze ontwikkeling niet leidt tot ruimtelijk relevante leegstand van bestaande winkelgebieden. Daarom wordt voldaan aan artikel 6.13 lid 3 van de verordening.

2.1.3 Detailhandelsbeleid Noord-Holland 2015-2020 (2015)

De provincie Noord-Holland wil ruimte blijven bieden aan de verdere ontwikkeling van detailhandel, om ook op langere termijn een vitale, dynamische en concurrerende structuur te huisvesten. Bij het ontwikkelen van detailhandelsbeleid hebben overheden vaak een dilemma. Aan de ene kant is er de wens om de bestaande fijnmazige structuur te behouden en overaanbod te voorkomen die leegstand en verpaupering kan veroorzaken. Aan de andere kant moet de dynamiek van de markt de ruimte krijgen, om zo nieuwe impulsen een kans te geven. Nieuwe impulsen zijn nodig om te voorkomen dat een winkelgebied juist verpaupert omdat het te statisch is en de winkeliers daardoor onvoldoende in staat zijn in te spelen op veranderende wensen en gedrag van consumenten. Ook in het provinciaal beleid gaat het om de juiste balans tussen het behouden van dat wat al sterk is, met name de centrumgebieden, en het accommoderen van vernieuwingsimpulsen. Specifiek voor detailhandel is de opgave om de juiste randvoorwaarden te scheppen die het mogelijk maken dat de sector, en daarbij de detailhandelsstructuur, zich verder kan ontwikkelen en versterken, afgestemd op regionale behoefte. In het kader van het versterken van de detailhandelsstructuur in Noord-Holland staan de volgende drie hoofddoelstellingen centraal:

- een detailhandelsstructuur die uitgaat van duurzaam ruimtegebruik;
- een detailhandelsstructuur die bijdraagt aan een vitale regionale economie;
- een detailhandelsstructuur die bijdraagt aan een aantrekkelijke woon- en leefomgeving.

De hoofddoelstellingen zijn uitgewerkt in zes beleidsdoelen:

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

De provincie stelt een drietal regels die om ruimtelijke redenen noodzakelijk zijn om de doelstellingen te behalen. Zo is het verboden om weidewinkels te vestigen. Hiermee wil de provincie voorkomen dat het landelijk gebied onder druk komt te staan. Verder is het verboden om detailhandel te vestigen op bedrijventerreinen, behalve branches met een lage bezoekfrequentie. De derde regel is dat de ontwikkeling van nieuwe detailhandel regionaal moet worden afgewogen.

De provincie Noord-Holland heeft sinds 2010 twee regionale adviescommissies die zorgdragen voor de regionale afstemming van nieuwe plannen. Alle plannen groter dan 1.500 m² vvo moeten daarom conform het geactualiseerde detailhandelsbeleid worden afgestemd met de RAC's (Regionale Advies Commissies). Voor Zaanstad is de Adviescommissie Detailhandel Noord-Holland Zuid (ADZ) het adviesorgaan voor regionale afstemming. Bij een regionale afweging komen de volgende randvoorwaarden aan de orde:

- **Mobiliteit en bereikbaarheid.** De beoogde voorziening mag niet leiden tot congestie. De parkeerbehoefte mag niet worden afgewenteld op de omgeving.
- **Bundeling van detailhandelsvestigingen.** Detailhandelsvestigingen moeten worden gebundeld. Voor de winkelcategorie 'dagelijkse boodschappen' (supermarkten) zijn solitaire vestigingen soms noodzakelijk, omdat het wenselijk is dat deze in woongebieden zijn gevestigd. In kleine woongebieden is niet altijd marktruimte voor een winkelcluster.
- **Eerlijke concurrentieomstandigheden.** De provincie streeft ernaar de concurrentiekracht van de sector te versterken. Belangrijke voorwaarde daarbij is dat er sprake is van gelijke concurrentieomstandigheden ('one level playing field').

RELATIE MET INITIATIEF ALDI ASSENDELT

Een van de provinciale belangen van Noord-Holland is duurzaam ruimtegebruik. Nieuwe stedelijke ontwikkelingen, zoals een supermarktontwikkeling, moeten getoetst worden aan de ladder voor duurzame verstedelijking. Daarnaast moet de

ontwikkeling voldoen aan de regionale afspraken die zijn gemaakt ten aanzien van detailhandel. Aangezien de ontwikkeling kleiner is dan 1.500 m² wvo hoeft de ontwikkeling niet regionaal afgestemd te worden. Wel moet de behoefte aan de nieuwe stedelijke ontwikkeling aangetoond worden. De behoefteonderbouwing is opgenomen in hoofdstuk 3 van dit onderzoek. Verder kan de beoogde ontwikkeling van Aldi aan de Dorpsstraat 707 aangemerkt worden als solitaire vestigingslocatie. In hoofdstuk 4 is een uitgebreide locatieafweging opgenomen, waarbij rekening wordt gehouden met de vestigingsmogelijkheden binnen de bestaande winkelstructuur. Hierbij is gekeken naar de relevante randvoorwaarden: mobiliteit en bereikbaarheid, bundeling van detailhandelsvestingen en eerlijke concurrentieomstandigheden.

2.2 (Stads)regio Amsterdam

2.2.1 Regionaal detailhandelsbeleid Stadsregio Amsterdam (2016)

Voor het Regionaal detailhandelsbeleid Stadsregio Amsterdam (2016) wordt, net als bij de provinciale visie, uitgegaan van het principe dat initiatieven boven de 1.500 m² wvo regionaal afgestemd moeten worden met het RAC. Ook het onderbouwen van nieuwe detailhandelsinitiatieven conform de systematiek van de ladder voor duurzame verstedelijking wordt onderschreven in het Regionaal detailhandelsbeleid Stadsregio Amsterdam (2016).

SPEERPUNTEN

Een belangrijk speerpunt van het regionaal detailhandelsbeleid is de keuze voor een fijnmazige detailhandelsstructuur. Om deze structuur te behouden zullen kansrijke locaties behouden moeten blijven en zal soms verspreide bewinkeling of een niet goed lopend (deel)centrum moeten worden afgebouwd. De fijnmazigheid komt daarmee wellicht deels onder druk te staan, maar het behoud van een netwerk aan goede en goed bereikbare winkelgebieden in de nabijheid van de consument blijft daarmee wel gewaarborgd. Een dergelijke detailhandelsstructuur impliceert dat afspraken nodig zijn die deze structuur in stand houden of verder versterken:

- vasthouden aan het op aanvaardbare afstand hebben van winkels in dagelijkse artikelen;
- vasthouden aan terughoudendheid ten aanzien van nieuwe (perifere) locaties;
- vasthouden aan terughoudendheid van brancheverruiming, zeker op perifere locaties;
- vasthouden aan het weren van dagelijkse artikelen op bedrijventerreinen en perifere winkellocaties;
- behoud en versterking van kansrijke winkelgebieden staat centraal;
- weidewinkels zijn niet toegestaan.

De consequentie van de speerpunten is dat gemeenten in de Stadsregio, waaronder gemeente Zaanstad, uiterst terughoudend zullen zijn tegenover ontwikkelaars die nieuwe detailhandelslocaties willen ontwikkelen. Als er sprake is van significante stadsuitbreiding en bevolkingstoename is dat een ander verhaal, maar ook zo'n nieuwe ontwikkeling is alleen mogelijk als de ladder voor duurzame verstedelijking succesvol kan worden doorlopen.

Een ander belangrijk speerpunt is het principe 'nieuw voor oud'. Waar mogelijk dienen gemeenten als voorwaarde voor de (her)ontwikkeling van nieuwe winkelmeters te stellen dat elders oude vierkante meters op minder kansrijke locaties uit de markt worden gehaald, het principe van 'nieuw voor oud'.

UITGANGSPUNTEN VOOR HET REGIONALE DETAILHANDELSBELEID

Op basis van het voorgaande komt de Stadsregio Amsterdam tot de volgende uitgangspunten voor het regionale detailhandelsbeleid, relevant voor de dagelijkse goederensector:

- Inwoners van de Stadsregio Amsterdam moeten op aanvaardbare afstand hun (dagelijkse) boodschappen kunnen doen (fijnmazige detailhandelsstructuur).
- Het beleid is er op gericht om vraag en aanbod in evenwicht te brengen in de (fysieke) retailsector.
- Detailhandelsvestigingen zijn louter gevestigd in verstedelijkt of nog te verstedelijken gebied: passend in de structuur van de hoofdwinkel-, stadsdeel- of wijkcentra, alsook op specifiek benoemde locaties op bedrijventerreinen. Solitaire vestigingen buiten en binnen woongebieden zijn uitgesloten.
 - Nieuwe ontwikkelingen moeten de huidige structuur versterken.

- Nieuwe ontwikkelingen die uitbreiding van het ruimtegebruik vergen, zijn alleen mogelijk als de ontwikkeling niet op een bestaande winkellocatie mogelijk is.
- Bij nieuwe ontwikkelingen moet duidelijk zijn wat de impact op de lokale en regionale winkelstructuur is.
- Clustering van detailhandel is een leidend principe, al dan niet met andere commerciële en/of maatschappelijke voorzieningen.
- Gemeenten streven ernaar om leegstand zoveel als mogelijk te voorkomen. Nieuwe initiatieven worden daarom altijd bekeken en beoordeeld vanuit het principe 'nieuw voor oud'. Dat wil zeggen dat eventuele nieuwe initiatieven en uitbreiding van bestaand winkelareaal gepaard gaan met maatregelen om de bestemming detailhandel elders te beperken. Door proactief beleid werken gemeenten aan voorzienbaarheid, zodat planschade voorkomen kan worden bij het daadwerkelijk verminderen van het aantal m² detailhandel.
- Gemeenten moeten (ook in het kader van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking) goed beschrijven wat de regionale behoefte is van de winkelplannen die voorzien zijn.
- Gemeenten kunnen via het bestemmingsplan aanvullende eisen voor branchering stellen. Dit dient op ruimtelijke aspecten gebaseerd te zijn.
- Indien er een bestemmingsplanwijziging nodig is bij nieuwe winkelinitiatieven moet iedere gemeente dit initiatief voorleggen aan de Adviescommissie Detailhandel Noord-Holland Zuid (ADZ). Dit geldt voor alle initiatieven boven de 1.500 m² wvo. Bij winkelcentra van meer dan 25.000 m² wvo (Hoofddorp, Amstelveen, Purmerend, Zaanstad en Amsterdam, plus in Amsterdam het Buikslotermeerplein en de Amsterdamse Poort) geldt dit voor initiatieven van meer dan 3.000 m² wvo. Deze grenzen gelden voor het totale winkelgebied en niet per winkel.
- Iedere gemeente legt de lokale detailhandelsstructuur in ruimtelijke termen vast in de gemeentelijke structuurvisie of in een gemeentelijke detailhandelsvisie. Deze visie past binnen het regionale detailhandelsbeleid en binnen het kader dat is vastgesteld in het provinciale detailhandelsbeleid uit 2014.

RELATIE MET INITIATIEF ALDI ASSENDELFT

De beoogde ontwikkeling van Aldi aan de Dorpsstraat in Assendelft hoeft niet voorgelegd te worden aan de ADZ. De ontwikkeling is kleiner dan 1.500 m² wvo. Net als voor het provinciale beleid is voor het regionale beleid de bestaande (fijnmazige) winkelstructuur het uitgangspunt. Onder voorwaarden kan worden afgeweken van het beleid. De locatie is aan te merken als solitaire winkellocatie, binnen bestaand stedelijk gebied. Met de ontwikkeling wordt rekening gehouden met de uitbreiding van de wijk Saendelft en met de (toekomstige) woningbouwlocatie De Overhoeken. Daar worden 120 tot 150 woningen gerealiseerd. Met de ontwikkeling, en het bijbehorende bestemmingsplan, wordt daarnaast invulling gegeven aan het principe 'nieuw voor oud' door twee niet courante winkellocaties in de gemeente Zaanstad te herbestemmen in ruil voor één duurzame vestigingslocatie (zie hoofdstuk 1). Om tot een verdere zorgvuldige ruimtelijke afweging te komen wordt de ontwikkeling getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking, waarbij expliciet wordt ingegaan op de behoefte (hoofdstuk 3) en de locatieafweging (hoofdstuk 4).

2.3 Gemeente Zaanstad

2.3.1 Detailhandelsvisie Zaanstad 2015-2025 (2015)

Het doel van de Detailhandelsvisie Zaanstad (2015) is om een bijdrage te leveren aan een vitaal en dynamisch winkelklimaat en daarmee een leefbare stad. Een belangrijke stap daartoe is het vaststellen van een geactualiseerde hoofdwinkelstructuur. Subdoelen zijn verder:

- de kwaliteit van kansrijke winkelgebieden versterken door concentratie;
- ruimte geven aan nieuwe initiatieven voor detailhandel;
- een toetsingskader vaststellen voor nieuwe aanvragen voor detailhandel;
- versterken van het MKB en faciliteren van werkgelegenheidsgroei.

De gemeente Zaanstad heeft door de ruimtelijke structuur een historisch gegroeid fijnmazig netwerk van winkelgebieden. Er zijn zeven kernen met ieder hun eigen (hoofd)winkelgebied. Assendelft valt onder de kleinere centra die overwegend

gericht zijn op dagelijkse boodschappen. De Saen is een klein wijkverzorgend centrum met een compleet pakket in Assendelft-Noord. Het winkelaanbod in Assendelft-Zuid is verdeeld over twee locaties. Het gaat om een cluster met twee supermarkten aan de zuidzijde van de Dorpsstraat. Het aantal winkelveorzieningen langs de straat is in de loop der jaren door schaalvergroting en concentratie verminderd. De tweede locatie is te vinden bij het kruispunt Dorpsstraat-Communicatieweg. Hier is één supermarkt gevestigd.

De ondersteunende centra onttrekken zich in grote lijnen aan het algemene beeld en landelijke trends, mits het verzorgingsgebied voldoende groot is, deze centra op de goede plekken liggen (goed bereikbaar en voldoende parkeren) en ze voldoende keuze bieden voor het doen van de dagelijkse boodschappen.

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

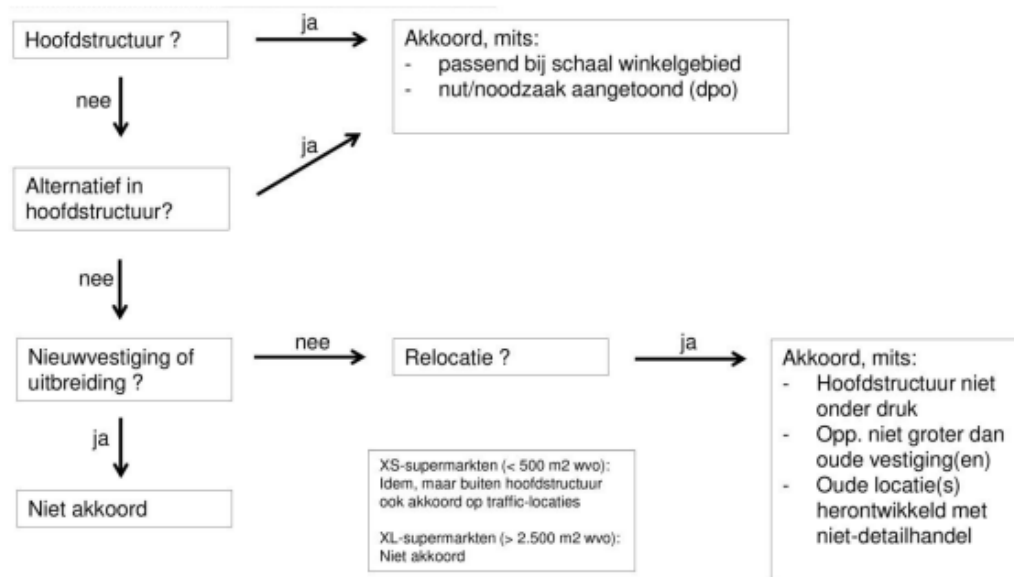
- Bouw vooral voort op de (boodschappen)centra die sterk en/of kansrijk zijn. Dit verdient de voorkeur boven het mogelijk maken van winkelaanbod buiten de bestaande winkelstructuur of in (delen van) centra die onvoldoende perspectief hebben.
- Supermarkten zijn meer en meer de drager van de ondersteunende winkelgebieden. De eisen die aan supermarkten worden gesteld zijn steeds hoger: voldoende oppervlak (1.200 m² wvo is de minimale norm), goed en gratis parkeren en goed bereikbaar.
- Sterke ondersteunende winkelcentra met sterk functionerende supermarkten moeten voldoende bevolkingsdraagvlak hebben.
- Bied ruimte voor nieuwe, innovatieve ontwikkelingen en zorg dat deze in de bestaande winkelstructuur worden ingepast.
- Kies voor elk winkelgebied een duidelijk profiel, en vertaal dat in branchering, winkelgrootte, maar ook in ruimtelijke randvoorwaarden ten aanzien van bijvoorbeeld bereikbaarheid, parkeren en de inrichting van de openbare ruimte.
- Zorg zo veel mogelijk voor clustering van qua bezoekmotief gelijksoortige detailhandel.

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

TOETSINGSKADER INITIATIEVEN

Voor reguliere supermarkten wordt binnen de hoofdstructuur gekeken of het initiatief past bij de schaal van het winkelgebied en of nut en noodzaak middels een distributieplanologisch onderzoek (dpo) kan worden aangetoond. Voor aanvragen buiten de hoofdstructuur wordt eerst gezocht naar alternatieve mogelijkheden binnen de hoofdstructuur. Nieuwvestigingen en uitbreidingen buiten de hoofdstructuur worden niet toegestaan. Relocatie is toegestaan onder de volgende voorwaarden (figuur 2.2):

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



Figuur 2.2 Toetsingskader supermarktiniciatieven (Detailhandelsvisie Zaanstad 2015-2025, 2015)

Voor initiatieven die in de geest van dit afwegingskader vallen, een toegevoegde waarde voor de kern hebben, maar om onvoorziene redenen niet aan alle voorwaarden voldoen, kan het College na integrale belangenafweging besluiten om af te wijken. Voor deze initiatieven geldt het nee-tenzij principe. Deze worden in beginsel niet gehonoreerd, met dien verstande dat alleen een uitzondering wordt gemaakt voor initiatieven die:

- in fysieke zin niet ingepast kunnen worden in de hoofdstructuur;
- een wezenlijke bijdrage leveren aan de attractiviteit van Zaanstad in termen van woon-, leef-, bezoekers- en ondernemersklimaat;
- geen nadelige gevolgen hebben op de hoofdstructuur.

RELATIE MET INITIATIEF ALDI ASSENDELFT

De beoogde ontwikkeling van Aldi aan de Dorpsstraat 707 in Assendelft voorziet in een nieuwe solitaire winkellocatie en past in beginsel niet binnen het gemeentelijke detailhandelsbeleid. In dit ruimtelijk-economisch onderzoek wordt daarom het toetsingskader 'nee-tenzij' doorlopen door de beoogde ontwikkeling te toetsen aan de ladder voor duurzame verstedelijking. Het initiatief geeft invulling aan het principe 'nieuw voor oud'. De locaties Beethovenstraat 6 (circa 600 m² bvo) in Zandam en Zuideinde 146 (circa 1.100 m² bvo) in Koog aan de Zaan zijn inmiddels gesloten en worden herbestemd met woningbouw. Het oppervlak van de nieuwe winkel (1.779 m² bvo) is beperkt groter dan die van de twee oude vestigingen in verband met de minimale eis voor een moderne supermarkt: 1.200 m² wvo. In dit ruimtelijk-economisch onderzoek wordt de behoefte en locatiekeuze nader onderzocht.

2.4 Conclusie

Zowel de provincie Noord-Holland, stadsregio Amsterdam als de gemeente Zaanstad heeft beleid ten aanzien van duurzaam ruimtegebruik en ruimtelijke concentratiebeleid ten aanzien van nieuwe detailhandelslocaties. De beoogde locatie aan de Dorpsstraat 707 is momenteel geen onderdeel van deze hoofdstructuur en wordt daarom aangemerkt als solitaire winkellocatie. Hoewel de beoogde ontwikkeling van Aldi in Assendelft niet regionaal afgestemd hoeft te worden, moet wel voldaan worden aan de toetsingskaders 'nieuw voor oud' en 'nee-tenzij principe'. Om tot een zorgvuldige ruimtelijke afweging te komen wordt de ontwikkeling in de navolgende hoofdstukken getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking, waarbij expliciet wordt ingegaan op de behoefte en te verwachten effecten (hoofdstuk 3) en de locatieafweging (hoofdstuk 4).

3. BEHOEFTE EN TE VERWACHTEN EFFECTEN

De beoogde supermarktontwikkeling van Aldi aan de Dorpsstraat 707 in Assendelft wordt aangemerkt als ‘nieuwe stedelijke ontwikkeling’ in de zin van de ladder voor duurzame verstedelijking. In het kader van uitvoerbaarheid moet onder andere aandacht worden besteed aan de behoefte aan de ontwikkeling. Een onderzoek naar de behoefte dient slechts tot doel te hebben na te gaan of de vestiging van de dienst in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening. De behoefte aan de beoogde ontwikkeling kan op de volgende wijze in beeld worden gebracht:

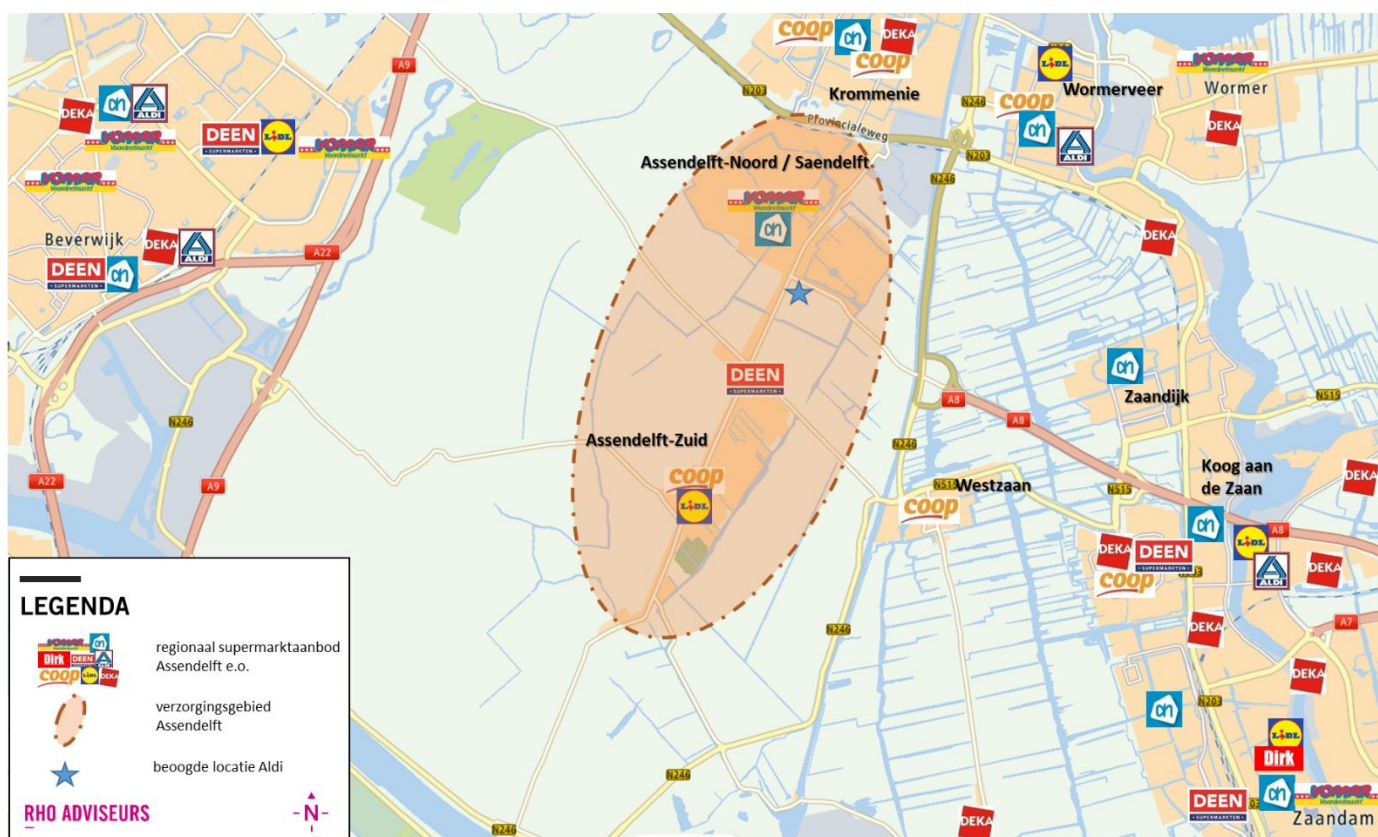
- Een analyse van de dagelijkse goederensector in Assendelft met het bijbehorende verzorgingsgebied.
- Vervolgens wordt de behoefte geschetst met de kwalitatieve beoordeling van de segmentering van het supermarktaanbod en de positionering van Aldi binnen de supermarktstructuur.
- Vanuit kwantitatief oogpunt wordt een distributieplanologische marktanalyse uitgevoerd voor de huidige situatie, maar ook voor de komende periode (inclusief bevolkingsontwikkeling).
- Tot slot wordt een effectanalyse gemaakt voor de beoogde vestiging van Aldi in Assendelft.

3.1 Verzorgingsgebied

De eerste stap voor het behoefteonderzoek is de afbakening van de relevante onderzoeksregio. De aard en omvang van de ontwikkeling zijn leidend voor het schaalniveau waarop de ruimtebehoefte moet worden afgewogen. Bij detailhandel bieden koopstromen vaak goede handvatten voor de afbakening van het verzorgingsgebied. Uit het Koopstromenonderzoek Randstad (2018) kan worden afgeleid dat het overgrote deel van de bestedingen aan dagelijkse goederen in Assendelft uit de eigen kern/gemeente komt.

Voor het doen van boodschappen is in het algemeen de afstand tot een supermarkt de belangrijkste reden om een bepaalde supermarkt te bezoeken (Deloitte Consumentenonderzoek, 2020). Assendelft-Noord (16.255 inwoners) beschikt over twee supermarkten: Albert Heijn en Vomar. Assendelft-Zuid (7.705 inwoners) beschikt over drie supermarkten: Coop, Deen en Lidl. Rekening houdend met het koopstromenonderzoek en de inventarisatie van de regionale supermarktstructuur (figuur 3.1) wordt Assendelft als geheel (23.960 inwoners) tot het primaire verzorgingsgebied gerekend voor het plan-initiatief van Aldi. Binnen dit verzorgingsgebied is nog geen harddiscounter aanwezig. Kenmerkend voor harddiscounters is dat ze als secundaire/tertiaire supermarkt worden gebruikt. Consumenten komen hier minder vaak, maar besteden wel relatief veel. Hiervoor zijn ze ook bereid om verder te reizen. De locatie Dorpsstraat zal voor heel Assendelft de dichtstbijzijnde harddiscounter zijn en tot het primair verzorgingsgebied behoren. De winkelgebieden binnen Assendelft zijn goed bereikbaar via de Dorpsstraat, hoewel de interne verkeersstructuur in Assendelft aandacht behoeft. De beoogde locatie ligt tussen Assendelft-Noord en Assendelft-Zuid en zal consumenten uit beide wijken bedienen.

Naast het feit dat de omliggende woonconcentraties beschikken over een ruim voorzieningenaanbod, en daardoor niet binnen het primair verzorgingsgebied voor Aldi vallen, wordt het verzorgingsgebied ook fysiek afgebakend door de provinciale wegen N203 in het noorden, de N246 in het oosten en de snelweg A9 aan in het westen. Ten zuiden wordt het verzorgingsgebied afgebakend door het Noordzeekanaal.



Figuur 3.1 Inventarisatie regionaal supermarktaanbod Assendelft e.o. (ondergrond: TomTom Maps, 2020)

3.2 Analyse dagelijkse goederensector Assendelft

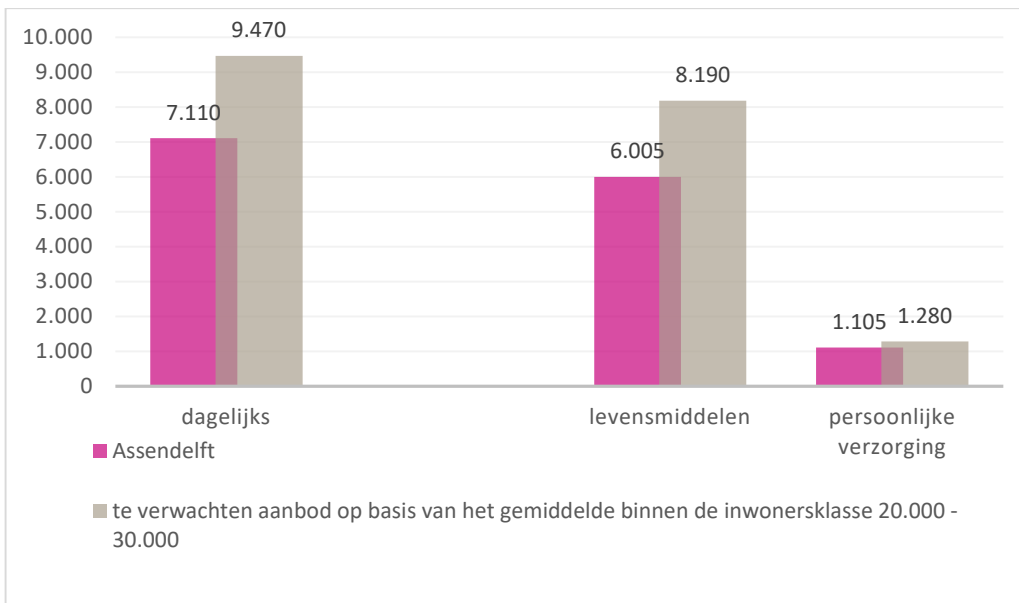
Het dagelijkse winkelaanbod bestaat uit de hoofdbranches levensmiddelen (supermarkten en voedingsspeciaalzaken) en persoonlijke verzorging (apotheken en drogisterijen). In tabel 3.1 is te zien dat het dagelijkse winkelaanbod in Assendelft grotendeels wordt ingevuld door de supermarktbranche als het gaat om winkelmeters. In Assendelft zijn 5 supermarkten gevestigd. 86% van de winkelmeters in de levensmiddelenbranche wordt ingevuld door supermarkten en 14% door speciaalzaken. Landelijk ligt deze verhouding op 80%/20%. Assendelft heeft dus in oppervlakte een bovengemiddeld aandeel supermarkten.

Tabel 3.1 Opbouw dagelijkse goederensector Assendelft (Locatus, 2020)

	m ² wvo	verkooppunten
supermarkten	5.160	5
speciaalzaken	845	16
levensmiddelen	6.005	21
persoonlijke verzorging	1.105	6
totaal dagelijks	7.110	27

VERGELIJKING OMVANG DAGELIJKS WINKELAANBOD ASSENDELFT

Als het dagelijks winkelaanbod van Assendelft wordt afgezet tegen het landelijke gemiddelde in kernen met een vergelijkbaar inwoneraantal dan wordt geconcludeerd dat Assendelft een benedengemiddeld dagelijks winkelaanbod heeft. Op basis van de vergelijking wordt een groter dagelijks winkelaanbod verwacht, zowel in de levensmiddelenbranche als de branche persoonlijke verzorging (figuur 3.2).



Figuur 3.2 Benchmark dagelijks winkelaanbod Assendelft (Locatus, 2020)

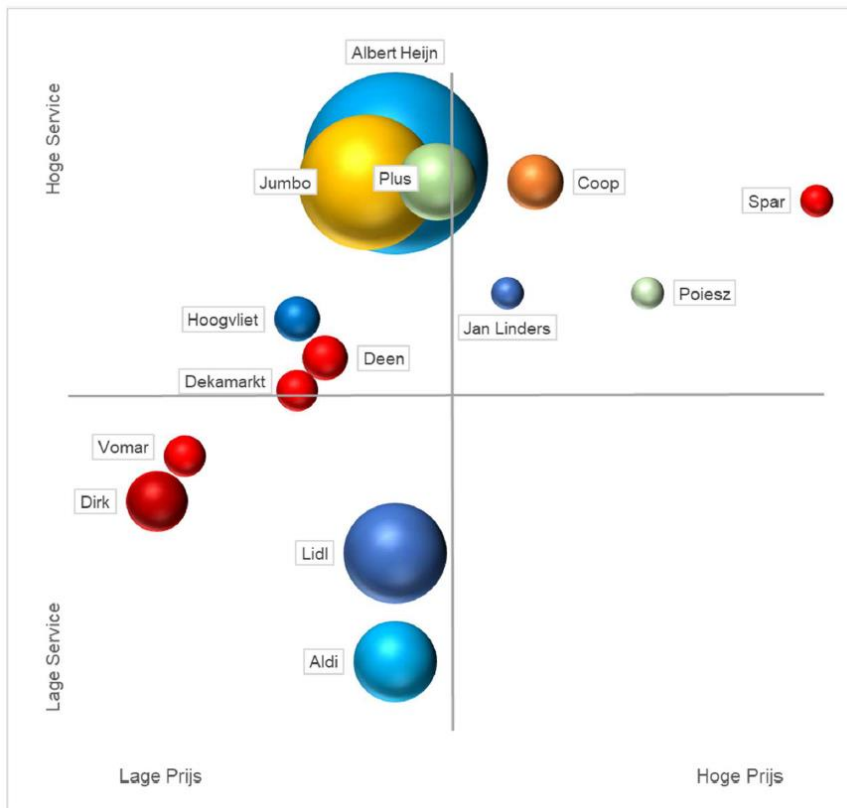
Het supermarktaanbod in Assendelft is evenwichtig verspreid over de kern. Assendelft heeft de langste Dorpsstraat (dorpslint) van Nederland en loopt vanaf Krommenie tot het Noordzeekanaal (ruim 7 kilometer). In Assendelft-Noord ligt winkelcentrum Saendelft. In dit winkelcentrum zijn twee supermarkten gevestigd. In het 'oude' centrum van Assendelft in Assendelft-Zuid zijn twee supermarkten gevestigd: Coop en Lidl. Nabij de kruising Dorpsstraat / Communicatieweg Oost is supermarkt Deen gevestigd (figuur 3.3).



Figuur 3.3 Winkelgebieden en supermarktstructuur Assendelft (Locatus, 2020)

SUPERMARKTSEGMENTEN ASSENDELFT

Momenteel beschikt Assendelft over 5 supermarkten: Albert Heijn, Coop, Deen, Lidl en Vomar. Supermarkten kunnen op basis van functie en kenmerken worden ingedeeld in 5 categorieën (figuur 3.4).



Figuur 3.4 Segmentatie supermarktaanbod (Marshoek Benchmark Supermarkten, 2019)

Uit de inventarisatie wordt geconcludeerd dat Assendelft over 4 full-servicesupermarkten beschikt (Albert Heijn, Coop, Deen en Vomar). In bepaalde gevallen vertegenwoordigt Coop het buurtsupermarktsegment, maar de vestiging in Assendelft heeft een omvang van meer dan 1.000 m² wvo, waardoor deze gezien kan worden als volwaardige supermarkt. Lidl wordt in toenemende mate beschouwd als goedkope-servicesupermarkt. Lidl betrad de Nederlandse markt als harddiscounter, maar analisten zien Lidl de laatste jaren uitgroeien tot een 'no nonsense' service supermarkt. Door het lage prijsniveau in vers vormt de keten een directe concurrent voor de grote service supers. Met het vertrek van voormalige supermarktformules Edah en C1000 is er een gat in de markt ontstaan waar Lidl induikt (Distrifood formule-overzicht, 2018). Aldi wordt gezien als enige harddiscounter in Nederland. Rekening houdend met het bestaande supermarktaanbod zou de formule van Aldi een aanvulling zijn op het dagelijkse winkelaanbod in het verzorgingsgebied van Assendelft.

3.3 Positionering Aldi

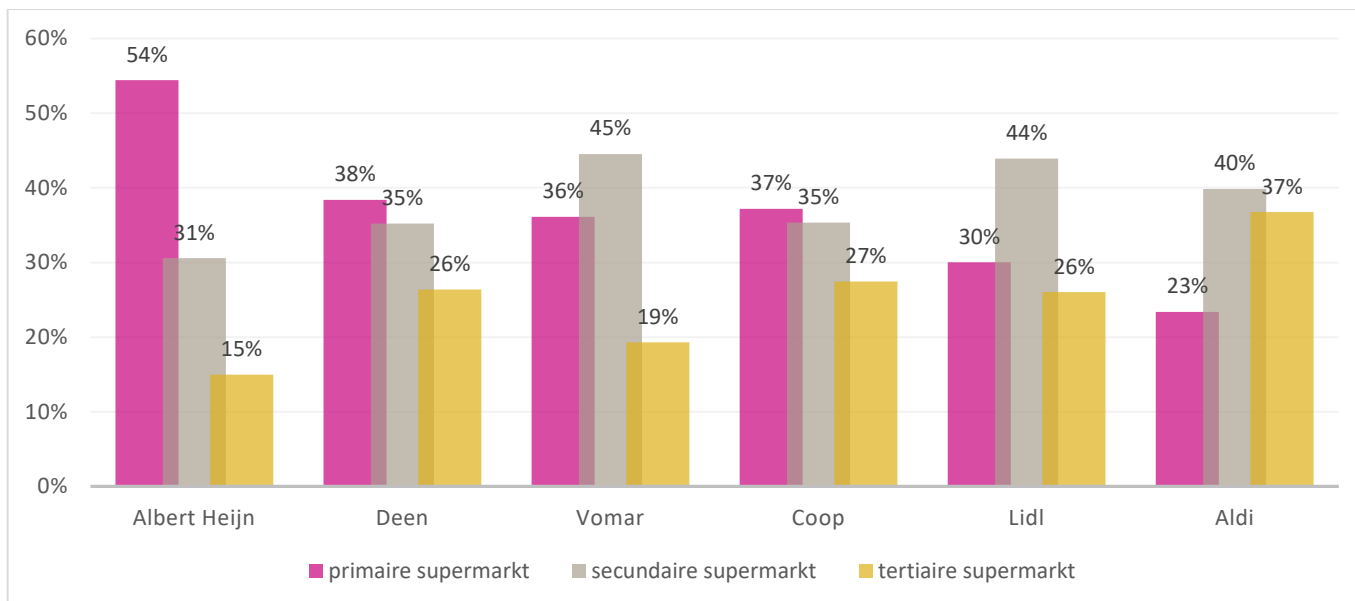
Aldi wordt gezien als de enige overgebleven harddiscounter binnen de Nederlandse supermarktstructuur. Een harddiscounter wordt aanvullend bezocht door de consument, vaak voor specifieke producten op basis van het motief prijs. Het credo van Aldi is dan ook: 'Hoge kwaliteit – lage prijs'.

ASSORTIMENT

Om een hoge kwaliteit voor een lage prijs aan te kunnen bieden is een hoge omloopsnelheid van producten, lage kosten voor distributie en een optimale efficiency in de winkel belangrijk. Discounters realiseren dit onder andere door het voeren van een relatief klein assortiment. Aldi heeft momenteel circa 1.300 artikelen, terwijl een gewone full-service supermarkt 20.000 tot 30.000 artikelen heeft.

BEZOEK MOTIEF

Aldi wordt vooral bezocht als aanvulling op de reguliere full-service supermarkten en speciaalzaken. Dit blijkt uit het jaarlijkse Consumentenonderzoek van Deloitte (2020; zie figuur 3.5). Uit het onderzoek blijkt dat Aldi het laagste aandeel primaire klanten heeft (klanten die het grootste deel van hun aankopen bij de betreffende supermarkt kopen). Bovendien geeft 77% van de Aldi-klanten aan Aldi te zien als hun aanvullende supermarkt (secundaire – en tertiaire supermarkt).



Figuur 3.5 Bezoekmotief supermarkten (bron: Deloitte, 2020)

VERZORGINGSGEBIED

Door de aanvullende functie en het daarmee samenhangende lage aandeel in de wekelijkse bestedingen heeft Aldi een relatief groot verzorgingsgebied: 15.000 tot 25.000 consumenten. Het verzorgingsgebied voor een normale full-servicesupermarkt is circa 5.000 inwoners. Hierdoor is de afstand die men aflegt naar een Aldi relatief groot en daarmee is ook het autogebruik onder Aldi klanten relatief hoog.

Uit onderzoeken (Rho Adviseurs, 2015; Deloitte, 2017) blijkt dat:

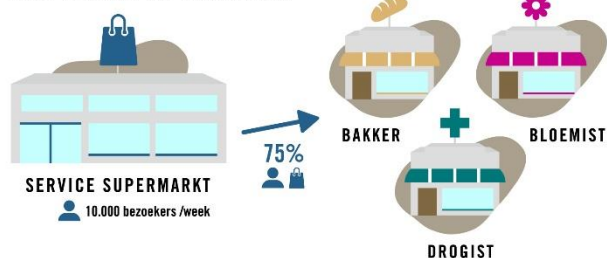
- de gemiddelde afstand die de consument aflegt naar de winkel bij Aldi bijna 5 kilometer is en bij een gemiddelde (vooral full-service) supermarkt 2 kilometer;
- het gemiddelde autogebruik bij Aldi tussen de 75% en 80% ligt en bij een gemiddelde (vooral full-service) supermarkt tussen de 40% en 60%.

COMBINATIEBEZOEK

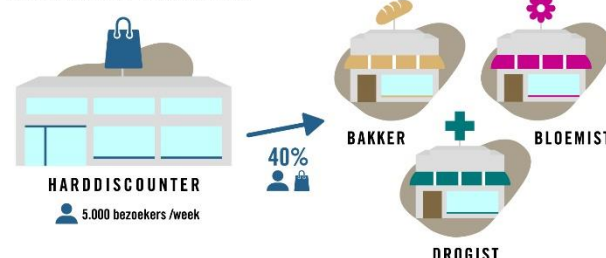
Een ander opvallend kenmerk van Aldi is de mate van combinatiebezoek met speciaalzaken. Consumenten bezoeken een discounter relatief doelgericht. Hierdoor combineren bezoekers van discountsupermarkten dit bezoek minder vaak met een bezoek aan speciaalzaken (bij vergelijkbare omstandigheden) dan bezoekers van full-service supermarkten (DTNP, 2016):

- gemiddeld combineert 45% tot 75% van de bezoekers van een reguliere supermarkt dit bezoek met een bezoek aan de nabijgelegen speciaalzaken (afhankelijk van de locatie ten opzichte van elkaar);
- bij een discounter combineert slechts gemiddeld 20% tot 40% van de bezoekers dit bezoek met een bezoek aan de nabijgelegen speciaalzaken (afhankelijk van de locatie ten opzichte van elkaar).

FULL-SERVICE SUPERMARKTEN



DISCOUNTSUPERMARKTEN



Figuur 3.6 Mate van combinatiebezoek bij service-supermarkten versus discountsupermarkten (DTNP 2016; bewerking Rho Adviseurs)

Samenvattend zijn de onderscheidende kenmerken van Aldi in onderstaande tabel gepresenteerd met de kenmerken van reguliere full-service supermarkten.

Tabel 3.2 Overzicht kenmerken Aldi ten opzichte van reguliere (full-)service supermarkten

Kenmerk	Aldi	(Full)-service supermarkt
Omvang assortiment	Circa 1.300 artikelen	10.000 – 25.000 artikelen
Overwegend bezoekmotief	Secundair/tertiair	Primair
Gemiddeld autogebruik consument	75% - 80%	40% - 60%
Gemiddelde afstand tot supermarkt	4,5 – 5 kilometer	Circa 2 kilometer
Gemiddelde omvang verzorgingsgebied	15.000 – 25.000 inwoners	Circa 5.000 inwoners
Gemiddelde omvang winkel	1.100 m ² wvo	1.200 – 2.500 m ² wvo

3.4 Spreiding harddiscountaanbod gemeente Zaanstad

In hoofdstuk 1 is beschreven dat Aldi momenteel werkt aan de optimalisatie van haar winkelbestand in de gemeente Zaanstad. Onderdeel daarvan is de ontwikkeling van de locatie Dorpstraat 707 in Assendelft. Aldi hanteert doorgaans een verzorgingsgebied van 15.000 tot 25.000 inwoners per winkel. De gemeente Zaanstad heeft 156.794 inwoners (CBS, 2020; gegevens over 2020). Theoretisch is er ruimte voor 6 Aldi filialen op basis van het inwonertal. Momenteel heeft Aldi drie vestigingen in de gemeente Zaanstad (figuur 3.7):

- Westzanerdijk 118c, Zaandam (590 m² wvo);
- Marktstraat 44, Wormerveer (805 m² wvo);
- Doctor H.G. Scholtenstraat 5b, Zaandam (1.010 m² wvo).

In 2016 is de nieuwe moderne winkel geopend aan Doctor H.G. Scholtenstraat 5b in Zaandam. De winkel heeft een omvang van 1.100 m² wvo en is goed bereikbaar voor meerdere wijken in het noordelijke deel van Zaandam. Rekening houdend met de het formulebeleid van Aldi wordt nog altijd gewerkt aan de optimalisatie van het winkelbestand in de gemeente Zaanstad. Er wordt gestreefd naar 4 moderne Aldi-filialen, verspreid over de gemeente. Voor een optimale spreiding van het harddiscountaanbod wordt gestreefd naar:

- één moderne Aldi winkel voor het verzorgingsgebied Krommenie / Wormerveer;
- één moderne Aldi winkel voor het verzorgingsgebied Assendelft;
- één moderne Aldi winkel voor het verzorgingsgebied Zaandam-Noord;
- één moderne Aldi winkel voor het verzorgingsgebied Zaandam-Zuid.

In dit kader wil Aldi graag een winkel openen aan de Dorpsstraat 707 in Assendelft. Deze ontwikkeling is momenteel niet mogelijk op basis van het vigerende bestemmingsplan. Rekening houdend met het regionale - en gemeentelijke detailhandelsbeleid is Aldi bereid om de winkelmeters van de reeds gesloten vestigingen aan de Beethovenstraat 6 (Zaandam) en Zuideinde 146 (Koog aan de Zaan) te saneren voor de beoogde relocatie in Assendelft. Deze winkels waren sterk verouderd en zijn geen duurzame vestigingslocaties voor Aldi, maar ook niet voor andere supermarkten.



Figuur 3.7 Ruimtelijke spreiding harddiscountaanbod gemeente Zaanstad (bron: Locatus, bewerking Rho)

Met de relocatie van Aldi binnen het verzorgingsgebied van de gemeente Zaanstad wordt gestreefd naar een meer evenwichtige spreiding van het harddiscountaanbod. Hierdoor is er in mindere mate sprake van een overlap in de verzorgingsgebieden en neemt de afstand voor de consument naar de dichtstbijzijnde Aldi filiaal af. Hierdoor blijft een economisch-duurzame exploitatie voor de afzonderlijke filialen ook naar de toekomst mogelijk. Zoals beschreven hanteert Aldi doorgaans een verzorgingsgebied van 15.000 tot 25.000 inwoners per winkel. Assendelft heeft met meer dan 23.000 inwoners voldoende draagvlak voor een 'eigen' harddiscount in dit verzorgingsgebied.

3.5 Distributieplanologische marktanalyse

In deze paragraaf wordt een distributieplanologische marktanalyse uitgevoerd. Uit de berekening kan een inschatting worden gemaakt van de economische effecten van de relocatie van Aldi naar Assendelft. In het kader van de Europese Dienstenrichtlijn moeten de effecten vertaald worden naar ruimtelijke effecten. Een verslechterde concurrentiepositie c.q. minder omzet bij andere aanbieders is ruimtelijk geen relevant argument.

3.5.1 Uitgangspunten analyse

Een distributieplanologische marktanalyse is het resultaat van berekeningen die zijn gebaseerd op meerdere aannames en uitgangspunten. De uitgangspunten zijn hieronder nader uitgewerkt.

INWONERTAL VERZORGINGSGBIED

Momenteel heeft Assendelft 23.660 inwoners (CBS, 2020). Op basis van de gemeentelijke bevolkingsprognose gaat het inwonertal de komende planperiode (tot 2030) stijgen met 4,3% (Bevolkingsprognose gemeente Zaanstad, 2018). Deze groei wordt vooral voorzien in Assendelft-Noord, waar een aantal woningbouwontwikkelingen gepland zijn. Het gaat om het project De Overhoeken (120 tot 150 woningen) ten zuiden van Saendelft / Assendelft-Noord. Deze woningbouwontwikkeling is gesitueerd naast de projectlocatie van Aldi. De andere woningbouwontwikkeling is het project Kreekrijk, ten noordwesten van Saendelft / Assendelft-Noord. Hier zijn circa 950 nieuwbouwwoningen voorzien. Als de bevolkingsprognose van de gemeente Zaanstad wordt doorberekend dan zijn er circa 24.990 inwoners in 2030.

GEMIDDELDE BESTEDING DAGELIJKSE GOEDEREN ASSENDELFT

De gemiddelde winkelomzet aan dagelijkse goederen bedraagt in Nederland over 2019 € 2.602,- per persoon (Notitie omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2019). Deze landelijke gemiddelden moeten worden gecorrigeerd op inkomen. Voor de dagelijkse goederensector geldt een inkomenselasticiteit van 0,4. Het gemiddeld inkomen in Assendelft ligt ruim 3% hoger dan het Nederlandse gemiddelde. De gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen Assendelft is daardoor circa 1,42% hoger dan het Nederlandse gemiddelde en bedraagt € 2.639,-.

KOOPKRACHTBINDING

Het Koopstromenonderzoek Randstad 2018 heeft geen koopstroomgegevens op kernniveau. Wel zijn in het Koopstromenonderzoek Randstad van 2016 de koopstroomgegevens voor de aankoopplaats winkelcentrum Saendelft berekend. De koopstroomgegevens zijn niet op kernniveau beschikbaar. Op basis van het KSO (2016) wordt geconcludeerd dat 99% van de dagelijkse bestedingen in winkelcentrum Saendelft uit de eigen gemeente komt. Dit gegeven zegt weinig over de daadwerkelijke koopstromen, maar als bestedingen in de dagelijkse goederensector in winkelcentrum Saendelft worden afgezet tegen het bestedingspotentieel van de inwoners uit Assendelft-Noord (aantal inwoners in 2016 x gemiddelde besteding aan dagelijkse goederen) kan de koopkrachtbinding ingeschat worden. Verwacht wordt dat ook de koopkrachtbinding in Assendelft-Zuid (3 supermarkten) hoog zal zijn. Voor de kern Assendelft is de koopkrachtbinding beredeneerd op 91%.

Als rekening wordt gehouden met de komst van Aldi naar Assendelft ontstaat een completer supermarktaanbod. Aldi is als harddiscounter een aanvulling op het reguliere supermarktaanbod. De consument hoeft hierdoor niet meer uit te wijken naar andere kernen in de gemeente Zaanstad voor zijn/haar discountaankopen, en kan in de eigen kern de dagelijkse aankopen doen. Vooral ook nu de benoemde Aldi-vestigingen gesloten zijn (figuur 3.7). Hierdoor is een stijging van de koopkrachtbinding met 2%-punt naar 93% haalbaar voor de kern Assendelft.

KOOPKRACHTTOEVLOEIING

Op basis van de koopstroomgegevens uit het KSO (2016) voor winkelcentrum Saendelft wordt verwacht dat de koopkrachttoevloeiing laag is voor de kern Assendelft. Het dagelijks winkelaanbod is vooral gericht op de eigen kern. De omliggende kernen: Krommenie, Wormerveer en Zaandam beschikken zelf over een compleet dagelijks winkelaanbod. Vanuit Westzaan wordt een beperkte koopkrachttoevloeiing verwacht, bijvoorbeeld naar de Lidl in Assendelft-Zuid. De koopkrachttoevloeiing wordt ingeschat op 5%.

Met de vestiging van Aldi in Assendelft wordt verwacht dat de koopkrachttoevloeiing beperkt gaat toenemen met 2%-punt naar circa 7%. Dit zal met name consumenten uit Westzaan betreffen. Voor inwoners in Westzaan zal Aldi goed bereikbaar zijn, en voor de discountaankopen een goed alternatief zijn ten opzichte van het aanbod in Zaanstad. Datzelfde geldt, in iets mindere mate, voor de inwoners in het zuidelijk deel van Krommenie. Voor discountaankopen kunnen zij ook in Wormerveer terecht, maar de nieuwe Aldi zal wel een meer moderne omvang hebben met een goede bereikbaarheid en parkeermogelijkheden.

De verwachte toename in koopkrachttoevloeiing bedraagt 2 procentpunt. Uitgedrukt in euro's is dit een toename van circa €1,6 miljoen. Dit betekent een toename van circa 600 extra inwoners in een jaar die bestedingen doen in het marktgebied. Dit zal deels een toename zijn op basis van bovenstaande veranderende koopstromen, maar ook als gevolg van de verwachte bevolkingsgroei in de gemeente.

OMVANG WINKELAANBOD EN RELEVANTE ONTWIKKELINGEN

Het dagelijkse goederenaanbod in Assendelft heeft een omvang van 7.110 m² wvo (Locatus, 2020). Voor de komende planperiode wordt rekening gehouden met de ontwikkeling van Aldi. De beoogde nieuwe winkel heeft een omvang van 1.272 m² wvo.

GEMIDDELDE OMZET PER M² WVO DAGELIJKSE GOEDEREN

De gemiddelde vloerproductiviteit voor de dagelijkse goederensector in Nederland is € 7.564,- (Notitie Omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2015-2019).

3.5.2 Distributieplanologische marktanalyse

Op basis van de uitgangspunten uit subparagraaf 3.5.1 is in tabel 3.3 de distributieplanologische marktanalyse gepresenteerd.

Tabel 3.3 Distributieplanologische marktanalyse Assendelft

	2020	2030	bron
inwonertal marktgebied	23.960	24.990	CBS, 2020; bevolkingsprognose gemeente Zaanstad 2018
gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. BTW)	€ 2.639	€ 2.639	Omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2019
bestedingspotentieel	€ 63.230.000	€ 65.360.000	
koopkrachtbinding (%)	91%	93%	inschatting Rho o.b.v. KSO 2016
gebonden bestedingen €	€ 57.540.000	€ 61.330.000	
koopkrachttoevloeiing (%)	5%	7%	inschatting Rho o.b.v. KSO 2016
koopkrachttoevloeiing €	€ 3.030.000	€ 4.620.000	
totale omzet in marktgebied	€ 60.570.000	€ 65.950.000	
gemiddelde vloerproductiviteit per m ² wvo (excl. BTW)	€ 7.564	€ 7.564	Omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2019
te verwachten omvang winkelaanbod (m ² wvo)	8.010	8.720	
omvang winkelaanbod (m ² wvo)	7.110	7.110	Locatus, 2020
berekende vloerproductiviteit (excl. BTW)	€ 8.520	€ 9.280	
omzetclaim marktgebied	€ 53.780.000	€ 53.780.000	
omzet ten opzichte van het gemiddelde	13%	23%	
ruimte voor ontwikkeling in €	€ 6.790.000	€ 12.170.000	
ruimte voor ontwikkeling (m ² wvo)	900	1.610	
Ontwikkeling Aldi		1.272	
ruimte voor ontwikkeling (m ² wvo)	900	338	
toekomstige omzet ten opzichte van het gemiddelde	13%	4%	

Op basis van de analyse wordt geconcludeerd dat er zowel in huidige – als toekomstige marktsituatie voldoende ontwikkelingsruimte is voor het planinitiatief van Aldi. De marktruimte neemt de komende planperiode toe als gevolg van de positieve bevolkingsontwikkeling in Assendelft (+340 m²). Daarnaast zorgen de verwachte veranderingen in koopstromen ook voor een toename van de marktruimte (+370 m²). Dit betekent dat ook na de ontwikkeling van Aldi er marktruimte overblijft voor andere ondernemers in de dagelijkse goederensector van Assendelft op het dagelijkse winkelaanbod te optimaliseren. De toekomstige verwachte vloerproductiviteit blijft bovengemiddeld (+4%).

3.5.3 Te verwachten ruimtelijk-economische effecten

Het marktaandeel van Aldi is te berekenen op basis van de te verwachten omzet en het bestedingspotentieel in Assendelft. De gemiddelde vloerproductiviteit van Aldi is relatief laag in vergelijking met het gemiddelde van Nederlandse supermarkten. De gemiddelde vloerproductiviteit van Aldi is € 6.200,- (berekening Rho; op basis van Maatschappelijk jaarverslag Aldi Nord, 2016 en de Omzetkengetallen van destijds: 2017; gegevens over 2016). Op basis van dit gegeven is de omzetclaim van Aldi binnen het primair verzorgingsgebied van Assendelft berekend op circa €87 miljoen. Het marktaandeel van Aldi komt daarmee op 13%. Ter vergelijking, het gemiddelde marktaandeel voor de overige supermarkten is 16%. Dit marktaandeel per supermarkt neemt slechts met 2 procentpunt af ten opzichte van de huidige situatie, zonder Aldi (tabel 3.4).

Tabel 3.4 Omzetclaim Aldi en te verwachten effecten op het verzorgingsgebied

	<i>huidig</i>	<i>na ontwikkeling Aldi</i>	<i>bron</i>
inwoners Assendelft	23.960	24.990	CBS, 2020; bevolkingsprognose gemeente Zaanstad 2019
gemiddelde winkelomzet per persoon levensmiddelen	€ 2.398	€ 2.398	Omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2019, <i>gecorrigeerd op inkomen</i>
bestedingspotentieel	€ 57.500.000	€ 59.900.000	
oppervlak Aldi (m² wvo)	-	1.272	
omzet Aldi per m² wvo	-	€ 6.200	Omzetkengetallen, 2017; berekening Rho jaarverslag Aldi Nord, 2016
jaaronzet Aldi	-	€ 7.900.000	
aandeel omzet vanuit primair verzorgingsgebied	-	91%	inschatting Rho
omvang omzet vanuit primair verzorgingsgebied	-	€ 7.200.000	
marktaandeel Aldi binnen primair verzorgingsgebied	-	12%	
ontwikkeling marktaandeel Aldi	-	12%	
marktaandeel speciaalzaken verzorgingsgebied	12%	10%	
gemiddeld marktaandeel overige supermarkten	18%	16%	

De uitbreiding heeft naar verwachting slechts een gering effect op het overige supermarktaanbod in het verzorgingsgebied. Het gemiddeld marktaandeel van de overige supermarkten, maar ook de speciaalzaken blijft nagenoeg stabiel. In het marktgebied is voldoende omzet te verdelen voor een duurzame exploitatie van alle winkels in de dagelijkse goederensector. Dit blijkt uit het distributieplanologisch onderzoek (tabel 3.3). Er is voldoende marktruimte voor het planinitiatief van Aldi. Als gevolg van de ontwikkeling van Aldi worden bij dergelijke marktomstandigheden geen onaanvaardbare (leegstand)effecten verwacht op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Assendelft. Na de ontwikkeling van Aldi in Assendelft zullen de consumenten uit het verzorgingsgebied dan ook de reguliere winkelgebieden, supermarkten en de speciaalzaken blijven bezoeken voor de aanschaf van het grootste deel van hun boodschappen. Combinatiebezoek blijft mogelijk.



Als gevolg van de ontwikkeling van harddiscounter Aldi hoeven geen winkels te sluiten in Assendelft en de gemeente Zaanstad. Met de ontwikkeling kunnen de inwoners van Assendelft en de Zaanstad net als voorheen op aanvaardbare afstand voorzien blijven worden in hun eerste levensbehoeften met behoud en versterking van een complementaire winkelvoorziening.

3.6 Conclusie

Het dagelijks winkelaanbod in Assendelft is primair gericht op de eigen kern (Assendelft-Noord en Assendelft-Zuid). De variatie in supermarktsegmenten is momenteel beperkt. De consument is gebaat bij een zo compleet mogelijk dagelijks winkelaanbod. Vanuit kwalitatief oogpunt is harddiscounter Aldi een aanvulling op het dagelijkse winkelaanbod in het verzorgingsgebied van Assendelft. De ontwikkeling draagt bij aan een meer evenwichtige spreiding van het harddiscountaanbod over de gemeente Zaanstad. De vestigingen aan de Beethovenstraat 6 in Zaandam en Zuideinde 146 in Koog aan de Zaan zijn reeds gesloten ten behoeve van de beoogde ontwikkeling in Assendelft, waardoor invulling wordt gegeven aan het beleidskader 'nieuw voor oud'. Op basis van de marktanalyses wordt geconcludeerd dat ook vanuit kwantitatief oogpunt er voldoende ontwikkelruimte/marktruimte is voor het planinitiatief van Aldi. Als gevolg van de ontwikkeling worden geen onaanvaardbare effecten verwacht op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Assendelft.

4. LOCATIEAFWEGING DORPSSTRAAT 707 ASSENDELFT

In het beleidskader (hoofdstuk 2) is geconcludeerd dat de beoogde locatie aan de Dorpsstraat 707 in Assendelft is aan te merken als solitaire winkellocatie. Het beleid is echter gericht op het behoud en de versterking van de bestaande winkelstructuur. In dit hoofdstuk wordt de locatiekeuze nader onderbouwd om te komen tot een zorgvuldige ruimtelijke afweging.

4.1 Beleidsuitgangspunten

In hoofdstuk 2 zijn de relevante beleidsuitgangspunten beschreven. Conform het regionale – en gemeentelijke detailhandelsbeleid is een fijnmazige winkelstructuur het uitgangspunt. Behoud en versterking van de bestaande winkelstructuur staat centraal. Consumenten moeten op aanvaardbare afstand voorzien kunnen worden in hun dagelijkse boodschappen. Uit de beleidsvisies wordt geconcludeerd dat terughoudendheid is gewenst met het toevoegen van nieuwe detailhandelslocaties. Waar mogelijk dienen gemeenten als voorwaarde voor de (her)ontwikkeling van nieuwe winkelmeters te stellen dat elders oude vierkante meters op minder kansrijke locaties uit de markt worden gehaald, het principe van ‘nieuw voor oud’.

Voor initiatieven die een toegevoegde waarde voor de kern hebben, maar om onvoorziene redenen niet aan alle voorwaarden voldoen, kan het College van B&W van de gemeente Zaanstad, na integrale belangenafweging, besluiten om af te wijken. Voor deze initiatieven geldt het ‘nee-tenzij principe’.

Deze worden in beginsel niet gehonoreerd, met dien verstande dat alleen een uitzondering wordt gemaakt voor initiatieven die:

- in fysieke zin niet ingepast kunnen worden in de hoofdstructuur;
- een wezenlijke bijdrage leveren aan de attractiviteit van Zaanstad in termen van woon-, leef-, bezoekers- en ondernemersklimaat;
- geen nadelige gevolgen hebben op de hoofdstructuur.

4.2 Formule-uitgangspunten Aldi

Om de mogelijkheid te onderzoeken zoeken voor de inpassing binnen de hoofdstructuur worden in deze paragraaf allereerst de formule-uitgangspunten van Aldi uiteengezet, inclusief het benodigde ruimtebeslag. Aldi is landelijk bezig met een ombouw van al haar winkels naar een moderne winkelmaat. Doelstelling is om alle filialen om te bouwen naar de gemoderniseerde formule (zie aanleiding hoofdstuk 1). De in het voorgaande beschreven kenmerken en positionering van Aldi (hoofdstuk 3) leiden ertoe dat Aldi specifieke locatie uitgangspunten (tabel 4.1) heeft voor haar winkels die samenhangen met het specifieke winkelgedrag van de consument bij Aldi:

- **Bereikbaarheid:** omdat Aldi een functie heeft voor een groot verzorgingsgebied (15.000 tot 25.000 inwoners, vaak meerdere kernen/wijken) is een goed bereikbare locatie centraal binnen dit verzorgingsgebied van belang.
- **Parkeren:** het hoge autogebruik (bijna 80% van de bezoekers komt met de auto) leidt tot de noodzaak voor een relatief hoge parkeernorm en dus relatief veel parkeerplaatsen (minimaal 75 parkeerplaatsen). Daarnaast heeft Aldi als uitgangspunt om relatief brede parkeerplaatsen te realiseren, waardoor het ruimtebeslag per parkeerplaats (inclusief rijbanen e.d.) relatief groot is (27,5 m² i.p.v. 25 m²).
- **Omgevingsaspecten:** om negatieve omgevingseffecten te voorkomen wordt gestreefd naar bevoorrading op eigen terrein, ook in het kader van het efficiënt laden en lossen.
- **Ruimtebeslag:** op basis van deze locatie-uitgangspunten is het ruimtebeslag voor een moderne Aldi discountsupermarkt tussen de 5.000 en 6.000 m².

Tabel 4.1 Overzicht locatie-uitgangspunten Aldi

Locatie-uitgangspunten Aldi	
Gemiddelde omvang winkel	1.100 – 1.200 m ² wvo (1.350 – 1.500 m ² bvo)
Bereikbaarheid locatie	Centraal in een verzorgingsgebied van minimaal 15.000 tot 25.000 inwoners
Aantal parkeerplaatsen	75 tot 100 parkeerplaatsen
Omvang per parkeerplaats	27,5 m ²
Bevoorrading	Op eigen terrein, los van de consumentenstroom
Totaal ruimtebeslag	5.000 – 6.000 m ²

4.3 Inpassing Aldi binnen de bestaande winkelstructuur

Naast de inschatting van de ruimtelijke effecten (waaronder leegstand) van het planinitiatief (hoofdstuk 3) is het bij een zorgvuldige ruimtelijke afweging van belang dat wordt onderzocht of een nieuwe stedelijke ontwikkeling ingepast kan worden binnen de bestaande leegstand of bestaande winkelgebieden. Dit is ook het eerste criterium voor het ‘nee-tenzij principe’ conform het gemeentelijke detailhandelsbeleid.

LEEGSTANDSANALYSE

De actuele leegstandscijfers laten zien dat de leegstand in Assendelft relatief laag is in vergelijking tot het provinciale – en gemeentelijke gemiddelde (tabel 4.2). Ook in vergelijking tot het landelijke gemiddelde in kernen met een vergelijkbaar inwoneraantal is de leegstand in Assendelft benedengemiddeld. Een leegstandspercentage van 3% à 4% wordt aangemerkt als frictieleegstand. Dit is leegstand die noodzakelijk is om de detailhandelsmarkt naar behoren te doen functioneren. Frictieleegstand biedt ondernemers de mogelijkheid om te verhuizen naar een ander winkelpand als deze een uitbreidingsbehoefte heeft, of juist wenst te beschikken over een kleinere winkel.

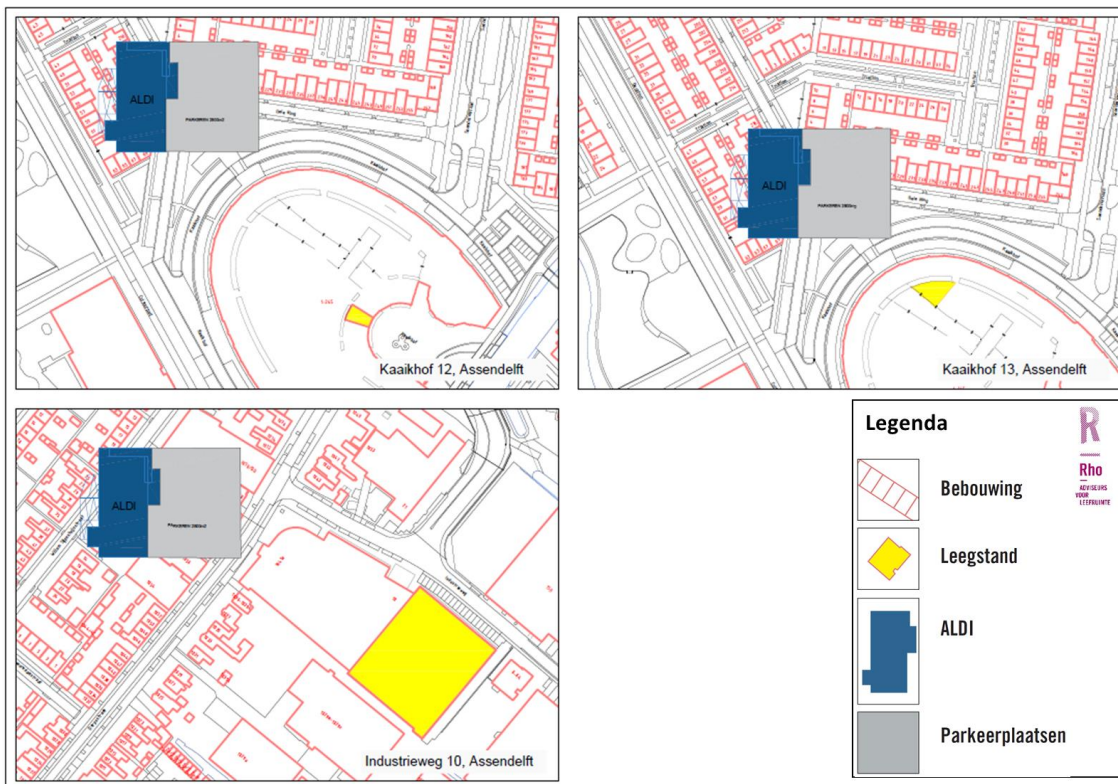
Tabel 4.2 Leegstandsanalyse gemeente Zaanstad en kern Assendelft (Locatus, 2020)

	winkelruimte (m ² wvo)			verkooppunten		
	totaal (N)	leegstand (N)	leegstand (%)	totaal (N)	leegstand (N)	leegstand (%)
provincie Noord-Holland	6.849.304	369.090	4%	39.165	1.751	4%
gemeente Zaanstad	448.958	37.630	6%	1.699	116	7%
Assendelft	21.418	3.260	11%	116	4	3%
te verwachten omvang op basis van het gemiddelde binnen de inwoners-klasse 20.000 - 30.000	66.400	4.600	5%	290	20	7%

Momenteel (december 2020) zijn er 3 leegstaande panden in Assendelft. Het gaat om de locaties:

- Industrieweg 10;
- Kaaikhof 12;
- Kaaikhof 13.

Voor deze locaties is onderzocht of deze ontwikkelingsmogelijkheden biedt voor Aldi (figuur 4.1 en Bijlage 1). Met de locatie-analyse is de leegstand afgezet tegen het benodigde ruimtegebruik van Aldi ten aanzien van de winkel, maar ook voor het parkeren.



Figuur 4.1 Locatie-analyses leegstand Assendelft

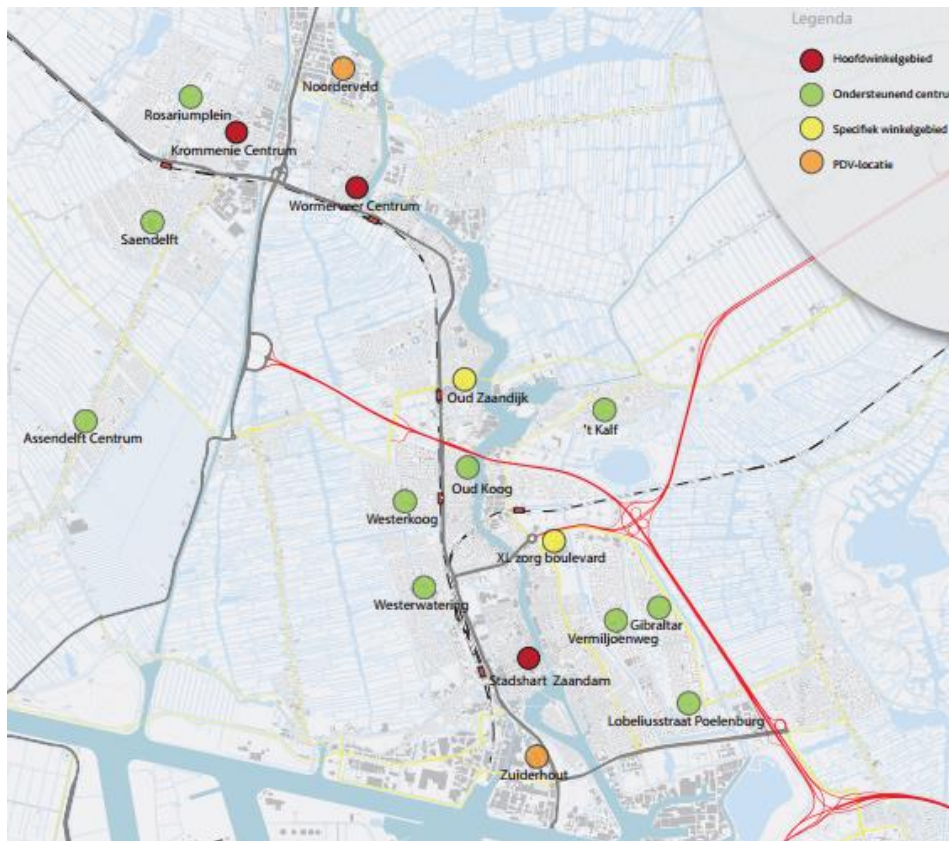
Uit de analyse wordt geconcludeerd dat zowel de leegstaande locaties zelf als de directe omgeving van deze locaties geen ontwikkelingsruimte biedt voor harddiscounter Aldi. De winkelpanden aan de Kaaikhof 12 en 13 betreffen het voormalige pand van Bart Smit en Zeeman in het winkelcentrum van Saendelft. Het winkelcentrum is compact van opzet (figuur 4.2). Het winkelpand is te klein voor de formule van Aldi. Vanuit stedenbouwkundig oogpunt is sloop-nieuwbouw of het betrekken van meerdere winkelruimtes niet haalbaar. Ook zou de eventuele vestiging van Aldi betekenen dat de parkeerdruk in en rond het winkelcentrum toeneemt. In het winkelcentrum zijn al twee supermarkten gevestigd. In de parkeergarage zijn slechts 127 parkeerplaatsen gesitueerd (aangevuld met beperkt maaiveld parkeren). Los van het feit dat er fysiek geen winkelruimte beschikbaar is voor Aldi, is ook het aantal parkeerplaatsen onvoldoende voor 3 supermarkten. Tot slot is er nog een leegstaand winkelpand aan de Industrieweg 10. Deze locatie is te klein en beleidsmatig zijn supermarkten op een bedrijventerrein uitgesloten.



Figuur 4.2 Impressie winkelcentrum Saendelft (Google Maps, 2018)

INPASSING BINNEN BESTAANDE WINKELGEBIEDEN ELDERS IN DE GEMEENTE ZAASTAD

Hoewel de ontwikkeling van Aldi is gericht op het verzorgingsgebied van Assendelft wordt vanuit het oogpunt voor zorgvuldig ruimtegebruik ook de mogelijkheden verkend voor een eventuele andere locaties binnen de gemeente Zaanstad. In figuur 4.3 zijn de winkelgebieden binnen de gemeente Zaanstad weergegeven. De gemeente Zaanstad kent drie hoofdwinkelgebieden: stadshart Zaandam, Krommenie-Centrum en Wormerveer-Centrum. Daarnaast kent de gemeente 10 ondersteunende winkelgebieden die vooral gericht zijn op de dagelijkse boodschappen: Assendelft (Dorpsstraat en Saendelft), Koog aan de Zaan (Oud Koog en Westerkoog), Krommenie (Rosariumplein), Zaandam (Gibraltar, Het Kalf, Lobeliusstraat Poelenburg, Vermiljoenweg en Westerwating). De gemeente kent twee specifieke winkelgebieden (Oud Zandijk in Zandijk en XL zorgboulevard in Zaandam). Tot slot kent de gemeente twee PDV-locaties (Noorderveld in Wormerveer en Zuiderhout in Zaandam).



Figuur 4.3 Hoofdwinkelstructuur gemeente Zaanstad (Detailhandelsvisie Zaanstad 2015-2025, 2015)

Uit de leegstandsanalyse komt naar voren dat ook de leegstand in de gemeente Zaanstad relatief kleinschalig is. De gemiddelde omvang per leegstaand verkooppunt is circa 324 m² wvo (berekening op basis van tabel 4.2). Binnen de winkelstructuur van de gemeente Zaanstad worden momenteel 24 panden aangeboden voor de verkoop of verhuur (bijlage 2). Het grootst aangeboden winkelpand betreft Stormhoek 24 op het PDV-terrein 'METERS Zaandam' met 5.000 m² bvo. Beleidsmatig zijn supermarkten hier niet toegestaan. Daarnaast is dit pand ook erg groot voor een supermarkt, en is de ligging op de eerste verdieping ook niet ideaal voor een supermarkt. Geconcludeerd wordt dat er binnen de bestaande winkelstructuur van Zaanstad momenteel geen geschikte winkelpanden worden aangeboden voor het planinitiatief van Aldi.

RELEVANTE PLANCAPACITEIT

Tot slot zijn nog de mogelijkheden verkend voor Aldi op basis van plancapaciteit. Het is mogelijk dat er nog bestemmingsplan capaciteit in de markt zit die momenteel niet wordt gebruikt. Uit deze analyse wordt geconcludeerd dat de bestemmingsplan mogelijkheden voor de bestemming detailhandel/supermarkt zeer beperkt zijn en alleen mogelijk is binnen de bestaande winkelstructuur. Uit de voorgaande analyses blijkt dat hier geen geschikte locatie voor Aldi is gevonden.

4.4 Locatieafweging Assendelft

STEDENBOUWKUNDIGE STRUCTUUR ASSENDELFT

Assendelft is een lintdorp in de provincie Noord-Holland. Het dorp heeft de langste dorpsstraat van Nederland, deze loopt van het Noordzeekanaal tot aan Krommenie, een lengte van 7,2 kilometer. De lintbebouwing is vooral kleinschalig van aard. De locatie Dorpsstraat 707 vormt hier een uitzondering op als bedrijfslocatie. Vanuit ruimtelijk oogpunt is deze locatie geschikt voor een transformatie naar een supermarktlocatie. Met de herontwikkeling wordt grotendeels aangesloten bij het bestaande bouwvlak en het bouwvolume op deze zichtlocatie neemt nauwelijks toe. Omdat het gaat om een zichtlocatie kan met de herontwikkeling worden bijgedragen aan een kwalitatieve impuls van het gebied. Als de woonwijk De Overhoeken wordt gerealiseerd kan worden aangesloten bij modernere architectuur in plaats van een verouderde bedrijfslocatie. De locatie voldoet aan het uitgangspunt van duurzaam ruimtegebruik door bestaande stedelijke gronden te transformeren.

BEOORDELING LOCATIE DORPSSTRAAT 707

De beoogde ontwikkeling van Aldi aan de Dorpsstraat 707 in Assendelft voorziet in een nieuwe solitaire winkellocatie en past in beginsel niet binnen het gemeentelijke detailhandelsbeleid. Voor de beoordeling van de locatie wordt het toetsingskader 'nee-tenzij' doorlopen, conform het gemeentelijke detailhandelsbeleid.

Kan de ontwikkeling fysiek worden ingepast binnen de hoofdstructuur?

Conform het relevante beleid moeten detailhandelsinitiatieven zoveel mogelijk worden gefaciliteerd binnen de bestaande hoofdstructuur aan winkelgebieden. Uit de analyse blijkt echter dat er geen geschikte locaties voor handen zijn, niet in de hoofdstructuur van de gemeente Zaanstad, maar ook niet in Assendelft.

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

In hoofdstuk 3 is de behoefte aan de beoogde ontwikkeling van Aldi aangetoond. Harddiscounter Aldi is een complementaire supermarktketen, die momenteel ontbreekt in Assendelft. De consument in Assendelft heeft behoefte aan een zo compleet mogelijk dagelijks winkelaanbod op aanvaardbare afstand. Daarbij is met een distributieplanologisch onderzoek aangetoond dat de marktomstandigheden ruimte bieden voor ontwikkeling. Ook wordt met de beoogde ontwikkeling invulling gegeven aan het 'nieuw voor oud' principe. Naast de principes 'nieuw voor oud' en 'nee-tenzij' staat in het regionale detailhandelsbeleid (Stadsregio Amsterdam, 2016) beschreven dat het toevoegen van een nieuwe detailhandelslocatie mogelijk is als er sprake is van een significante uitbreiding van de kern of een positieve bevolkingsprognose. De beoogde ontwikkeling van harddiscounter Aldi maakt onderdeel uit van de (integrale) gebiedsontwikkeling van woonwijk 'De Overhoeken'. De woningbouwontwikkeling bestaat uit circa 150 woningen. Daarbij wordt de milieuocontour van het huidige aannekersbedrijf wegbestemd, waardoor (nieuwe) geluidsgevoelige functies (zoals wonen) geen hinder meer ondervinden van de bedrijfsactiviteiten. Daarbij zal de bevolkingsomvang van Assendelft de komende (plan)periode (2030) toenemen met circa 4% (Bevolkingsprognose Zaanstad, 2016). De beoogde ontwikkeling van Aldi in Assendelft voorziet in zowel de kwantitatieve - als kwalitatieve behoefte van consumenten uit Assendelft aan een complete voorzieningsstructuur op aanvaardbare afstand.

Leidt de ontwikkeling tot nadelige gevolgen voor de hoofdwinkelstructuur?

In hoofdstuk 3 is aangetoond dat er als gevolg van de ontwikkeling van Aldi geen significant nadelige effecten verwacht worden op het ondernemersklimaat in Assendelft, en daarmee op de hoofdwinkelstructuur van Assendelft. De huidige marktomstandigheden zullen als gevolg van de beoogde ontwikkeling van Aldi niet substantieel wijzigen. Het marktaandeel van de overige supermarkten en speciaalzaken blijft nagenoeg stabiel, waardoor geen significant nadelige ruimtelijke effecten te verwachten zijn, zoals leegstand.

Met de ontwikkeling wordt verwacht dat de bestaande fijnmazige winkelstructuur van Assendelft niet wordt verstoord. Harddiscounter Aldi wordt relatief doelgericht bezocht, waardoor het combinatiebezoek van de Aldi-consument relatief beperkt is. De consument zal voor het complete boodschappenpakket nog steeds de overige supermarkten en speciaalzaken blijven bezoeken. Bij Aldi wordt vooral een beperkt aantal producten gekocht, vaak in grotere hoeveelheden. Verwacht



wordt dan ook dat als gevolg van de beoogde ontwikkeling van de harddiscounter geen winkels hoeven te sluiten. De inwoners van Assendelft kunnen daarom op aanvaardbare afstand blijven voorzien in hun eerste levensbehoeften met een versterking van het huidige dagelijks winkelaanbod met een complementaire winkelvoorziening.

4.5 Conclusie

In dit hoofdstuk is de locatiekeuze van Aldi voor de Dorpsstraat 707 in Assendelft uitgebreid onderzocht. Omdat het gaat om een solitaire winkellocatie moet deze getoetst worden aan het 'nee-tenzij principe' uit het gemeentelijke detailhandelsbeleid. Op basis van de locatie-analyse wordt geconcludeerd dat Aldi niet binnen de bestaande winkelleegstand of winkelstructuur van Assendelft ingepast kan worden. Ook is er geen relevante plancapaciteit beschikbaar voor de beoogde ontwikkeling. Gezien de verspreide ligging van de winkellocaties in Assendelft en de marktruimteberekeningen uit hoofdstuk 3 worden geen nadelige effecten verwacht op het ondernemersklimaat. De beoogde ontwikkeling voorziet in zorgvuldig ruimtegebruik conform het 'nee-tenzij principe'. De ontwikkeling voorziet in het principe van duurzaam ruimtegebruik door een verouderde bedrijfslocatie te transformeren naar een duurzame vestigingslocatie voor een supermarkt. De supermarkt kan op deze locatie een integraal onderdeel worden van de nieuw te bouwen woonwijk De Overhoeken.

5. CONCLUSIE EN SAMENVATTING

Op basis van de analyses in dit onderzoek worden hieronder de belangrijkste conclusies getrokken en de onderzoeksvragen beantwoord.

5.1 Is er behoefte aan de ontwikkeling van Aldi?

Het dagelijks winkelaanbod in Assendelft is primair gericht op de eigen kern (Assendelft-Noord en Assendelft-Zuid). Het overgrote deel van het dagelijkse winkelaanbod bestaat uit supermarkten (qua omvang). Momenteel zijn er 5 supermarkten gevestigd in Assendelft. De variatie in supermarktsegmenten is momenteel beperkt. 4 van 5 supermarkten wordt aangemerkt als full-service supermarkt. Lidl vertegenwoordigt het goedkope service-segment. Aldi wordt gezien als harddiscounter binnen de Nederlandse supermarktstructuur. Een harddiscounter wordt aanvullend bezocht door de consument, vaak voor specifieke producten op basis van het motief prijs. Aldi wordt vooral bezocht als aanvulling op de reguliere full-service supermarkten en speciaalzaken. De consument is gebaat bij een zo compleet mogelijk dagelijks winkelaanbod. Vanuit kwalitatief oogpunt is harddiscounter Aldi een aanvulling op het dagelijkse winkelaanbod in het verzorgingsgebied van Assendelft. De ontwikkeling draagt bij aan een meer evenwichtige spreiding van het harddiscountaanbod over de gemeente Zaanstad. De vestigingen aan de Beethovenstraat 6 in Zaandam en Zuideinde 146 in Koog aan de Zaan zijn reeds gesloten ten behoeve van de beoogde ontwikkeling in Assendelft. Deze winkels waren sterk verouderd en zijn geen duurzame vestigingslocaties voor Aldi. Met de ontwikkeling wordt ingespeeld op de beleidsmatige behoefte aan het saneren van winkelmeters alvorens een nieuwe ontwikkeling mogelijk te maken. De voormalige locaties worden dan ook herbestemd voor woningbouw.

Assendelft heeft met meer dan 23.000 inwoners voldoende draagvlak voor een 'eigen' harddiscounter in dit verzorgingsgebied. Op basis van de benchmarkanalyse (vergelijking met het landelijke gemiddelde in kernen binnen de inwonersklasse 20.000 – 30.000) en de distributieplanologische marktanalyse wordt geconcludeerd dat het aanbod aan dagelijkse goederen benedengemiddeld is. Anders gezegd, ook vanuit kwantitatief oogpunt is er voldoende ontwikkelruimte/marktruimte voor het planinitiatief van Aldi. Geconstateerd wordt dat er zowel een kwalitatieve – kwantitatieve behoefte is aan de ontwikkeling van Aldi in Assendelft.

5.2 Wat zijn de te verwachten effecten op de bestaande dagelijkse winkelstructuur in Assendelft?

Op basis van distributieplanologisch onderzoek wordt geconcludeerd dat er zowel in huidige – als toekomstige marktsituatie voldoende ontwikkelruimte is voor het planinitiatief van Aldi. De marktruimte neemt de komende planperiode toe als gevolg van de positieve bevolkingsontwikkeling in Assendelft (als gevolg van de woningbouwontwikkelingen De Overhoeken en Kreekrijk), c.q. het draagvlak voor supermarkten wordt groter. Uit de analyse blijkt dat ook na de ontwikkeling van Aldi ontwikkelruimte overblijft voor andere ondernemers in de dagelijkse goederensector van Assendelft, om bijvoorbeeld hun winkel te moderniseren. Daarbij is de gemiddelde vloerproductiviteit van Aldi relatief laag in vergelijking met het gemiddelde van Nederlandse supermarkten. Op basis van dit gegeven is een inschatting gemaakt van de omzetclaim van Aldi binnen het primair verzorgingsgebied.

Na de ontwikkeling van Aldi neemt het gemiddeld marktaandeel van de overige supermarkten en speciaal slechts beperkt af en blijft nagenoeg stabiel. Als gevolg van de ontwikkeling van Aldi worden bij dergelijke marktomstandigheden geen onaanvaardbare (leegstands)effecten verwacht op het ondernemersklimaat in Assendelft. Het aantal leegstaande winkels is met 3% lager dan het provinciale gemiddelde. Daarnaast is het lager dan nationaal is te verwachten voor kernen met 20.000 tot 30.000 inwoners. Met deze marktomstandigheden worden geen onaanvaardbare effecten verwacht op het woon-, leef- en ondernemersklimaat als gevolg van de ontwikkeling van Aldi.

5.3 Is de locatie Dorpsstraat 707 een geschikte vestigingslocatie rekening houdend met het vigerende beleid en de bestaande winkelstructuur?

Omdat de locatie Dorpsstraat 707 in Assendelft is aan te merken als solitaire winkellocatie moet deze voldoen aan de beleidsprincipes 'nieuw voor oud' en 'nee-tenzij principe' uit het detailhandelsbeleid van de gemeente Zaanstad. Ten behoeve van de beoogde ontwikkeling zijn de winkellocaties Beethovenstraat 6 in Zaandam en Zuideinde 146 in Koog aan de Zaan gesloten en getransformeerd naar woonlocaties. Het 'nee-tenzij principe' is het toetsingskader voor initiatieven die om onvoorziene redenen niet aan alle voorwaarden kan voldoen aan het toetsingskader van het gemeentelijke detailhandelsbeleid. Uitzondering op het toetsingskader kunnen onder voorwaarden worden toegestaan voor initiatieven die:

- in fysieke zin niet ingepast kunnen worden in de hoofdstructuur;
- een wezenlijke bijdrage leveren aan de attractiviteit van Zaanstad in termen van woon-, leef-, bezoekers- en ondernemersklimaat;
- geen nadelige gevolgen hebben op de hoofdstructuur.

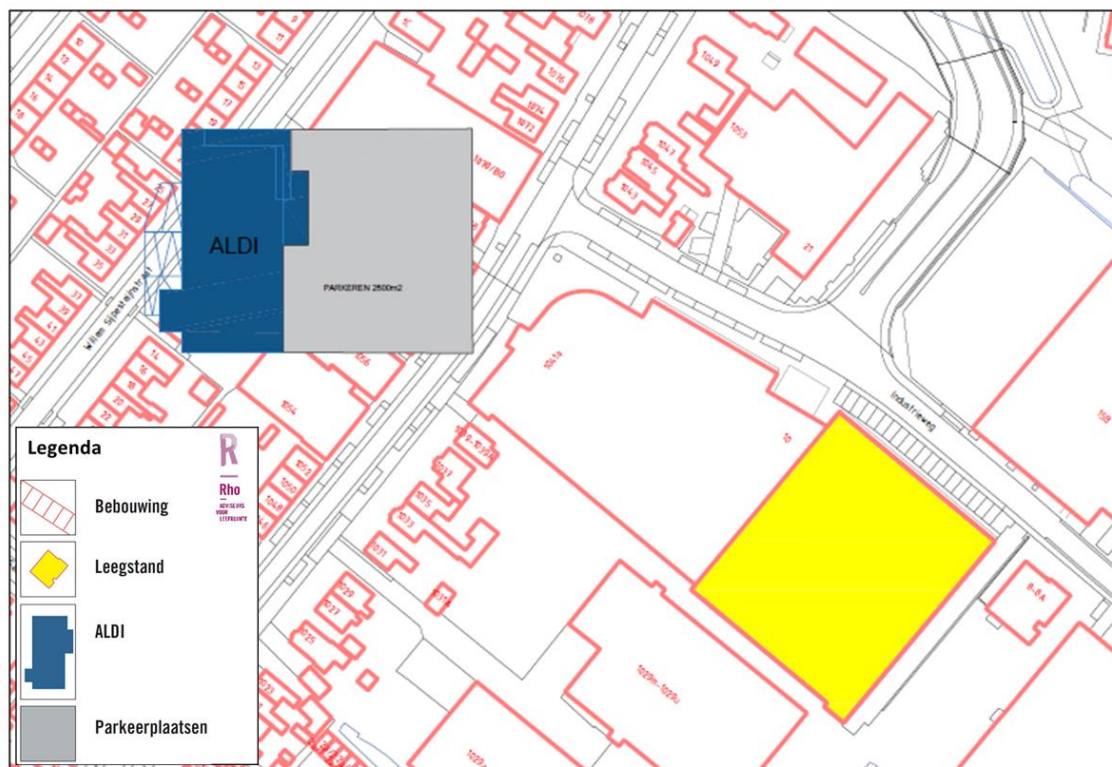
Op basis van de locatie-analyse wordt geconcludeerd dat Aldi niet binnen de bestaande winkelleegstand of winkelstructuur van Assendelft ingepast kan worden. Ook is er geen relevante plancapaciteit beschikbaar voor de beoogde ontwikkeling. In het voorgaande is beschreven dat sprake is van zowel een kwalitatieve – als kwantitatieve behoefte aan het initiatief van Aldi. Ook worden geen nadelige gevolgen verwacht op de bestaande winkelstructuur. De beoogde ontwikkeling voorziet in zorgvuldig ruimtegebruik conform het 'nee-tenzij principe'.

Vanuit ruimtelijk oogpunt is de locatie aan de Dorpsstraat 707 geschikt. De ontwikkeling voorziet in het principe van duurzaam ruimtegebruik door een verouderde bedrijfslocatie te transformeren naar een duurzame vestigingslocatie voor een supermarkt. De locatie ligt binnen bestaand stedelijk gebied en stedenbouwkundig sluit de ontwikkeling aan op de bestaande situatie. De supermarkt kan op deze locatie een integraal onderdeel worden van de nieuw te bouwen woonwijk De Overhoeken. De inwoners van Assendelft kunnen daarom op aanvaardbare afstand blijven voorzien in hun eerste levensbehoeften met een versterking van het huidige dagelijks winkelaanbod met een complementaire winkelvoorziening op een ruimtelijk geschikte locatie.

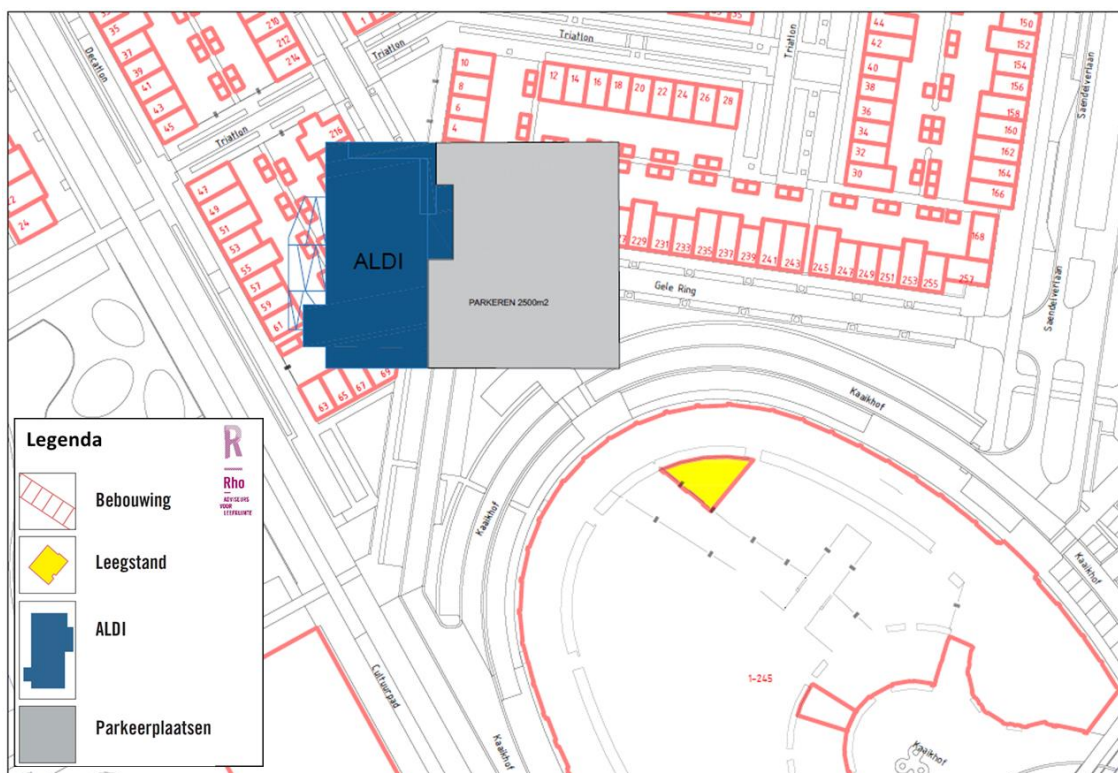
5.4 Conclusie

Geconcludeerd wordt dat de consumenten in Assendelft behoefte hebben aan een zo compleet mogelijk dagelijks winkelaanbod. Harddiscount Aldi is complementair aan het bestaande aanbod. Bij gebrek aan vestigingslocaties binnen de bestaande winkelstructuur is de locatie Dorpsstraat 707 een geschikt alternatief en wordt invulling gegeven aan de beleidsprincipes 'nieuw voor oud' en 'nee-tenzij'. Daarbij kan de ontwikkeling worden geïntegreerd binnen de woningbouwontwikkeling De Overhoeken. Met de beoogde ontwikkeling van Aldi aan de Dorpsstraat 707 is sprake van zorgvuldig ruimtegebruik in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking.

Bijlage 1 Locatieanalyse leegstand Assendelft



Figuur B1.1 Locatie-analyse Industrieweg 10 Assendelft



Figuur B1.2 Locatie-analyse Kaaikhof 13 Assendelft

Bijlage 2 Inventarisatie aangeboden winkelpanden gemeente Zaanstad



Cornelis Ouweweg 11 25, Zaandam
Winkel met showroom
Huurprijs op aanvraag
10.000 m² / 10.000 m² • Units vanaf 1.200 m²
Creating Retail Parks B.V.



Westzijde 11, Zaandam
Winkel met showroom
€ 176 /m²/jaar
170 m² / 170 m²
Gunther bedriffsmaakelaars



Kaikhof 13, Assendelft
Winkel met showroom | Kantoor
€ 250 /m²/jaar
229 m² / 229 m² • Units vanaf 110 m²
Brantjes Bedriffsmaakelaars



Stormhoek 24 *, Zaandam
Winkel met showroom
€ 69 /m²/jaar
5.000 m² / 5.000 m²
Gunther bedriffsmaakelaars



Krommenieerweg 10 10A, Wormerveer
Winkel met showroom
€ 325.000 k.k.
116 m² / 116 m²
Cornelis Aten BV



Vermiljoenweg 11, Zaandam
Winkel
€ 200 /m²/jaar
100 m² / 100 m²
Hoekstra & Van Eck Amsterdam-Noord



Zuiderhoofdstraat 41, Krommenie
Winkel met showroom
€ 160 /m²/jaar
435 m² / 435 m² • Units vanaf 125 m²
Brantjes Bedriffsmaakelaars



Koningin Julianaplein 38, Zaandam
Winkel
€ 170 /m²/jaar
150 m² / 616 m² • Units vanaf 154 m²
Kuijs Reinder Kakes Bedriffsmaakelaar Zaandam



Damstraat 3-5, Zaandam
Winkel met showroom
€ 158 /m²/jaar
340 m² / 340 m²
Meerdere makelaars betrokken



A.F. de Savornin Lohmanstraat 19, Zaandam
Winkel
€ 147 /m²/jaar
170 m² / 175 m² • Units vanaf 55 m²
Kuijs Reinder Kakes Bedriffsmaakelaar Zaandam



Gedempte Gracht 3, Zaandam
Winkel
€ 75 /m²/jaar
852 m² / 852 m²
Kuijs Reinder Kakes Bedriffsmaakelaar Zaandam



Kaikhof 12, Assendelft
Winkel met showroom | Kantoor
€ 250 /m²/jaar
302 m² / 302 m²
Brantjes Bedriffsmaakelaars



Samsonweg 13 B, Wormerveer
Bedriffsal | Horeca | Kantoor | Winkel
€ 68 /m²/jaar
1.100 m²
Kuijs Reinder Kakes Bedriffsmaakelaar Zaandam



Provincialeweg 170, Zaandam
Winkel met showroom | Kantoor
€ 100 /m²/jaar
68 m² / 121 m²
Gunther bedriffsmaakelaars



Zuiddijk 9, Zaandam
Winkel met showroom | Horeca
€ 106 /m²/jaar
282 m² / 282 m² • Units vanaf 121 m²
Prismaat Makelaars Zaanstad



Westzijde 70-72, Zaandam
Winkel met showroom
€ 171 /m²/jaar
175 m² / 175 m²
Gunther bedriffsmaakelaars



Stadhuisplein 84, Zaandam
Winkel met showroom
€ 248 /m²/jaar
1.610 m² / 1.610 m²
KroesePaternotte



Spitsbergen 1, Zaandam
Winkel
€ 95 /m²/jaar
1.084 m² / 1.084 m² • Units vanaf 500 m²
Kuijs Reinder Kakes Bedriffsmaakelaar Zaandam



Gedempte Gracht 66, Zaandam
Winkel
Prijs op aanvraag
Huurprijs op aanvraag
225 m² / 239 m²
[Bouman Visscher van Limbeek](#)



Zuiderkerkstraat 2 -4, Zaandam
Winkel met showroom
€ 148 /m²/jaar
63 m² / 129 m² • Units vanaf 63 m²
[Prismaat Makelaars Zaanstad](#)



Vlietsend 63, Krommenie
Winkel met showroom
€ 133 /m²/jaar
144 m² / 144 m²
[Beudeker Makelaars](#)



Hermitage 8, Zaandam
Winkel
€ 285 /m²/jaar
385 m² / 385 m²
[KroesePaternotte](#)



Gedempte Gracht 12, Zaandam
Winkel
€ 416 /m²/jaar
180 m² / 180 m²
[City Real Estate](#)

Figuur B2.1 Inventarisatie aangeboden winkelpanden gemeente Zaanstad (Funda in Business, per 16 december 2020)