

stec
groep

Regionale Detailhandelsvisie IJmond

Visierapport

2 december 2025

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
1.1 Waaron een regionale detailhandelsvisie?	4
1.2 Leeswijzer	5
2. Hoe staat regio IJmond ervoor?	6
2.1 Hoe ziet de huidige structuur eruit?	7
2.2 Wat kenmerkt de detailhandel in de gemeenten?	8
2.3 Wat zijn de belangrijkste thema's en opgaven in IJmond?	10
2.4 Welke beleidsuitgangspunten zijn er?	12
3. Waar zetten we op in?	14
Pijler 1: Een sterke en compacte hoofdstructuur	15
Pijler 2: Functieverbreiding voor levendige winkelgebieden	17
Pijler 3: Supermarkten als dragers van onze centra	18
Pijler 4: Lokaal ondernemerschap als visitekaart voor onze centra	18
Pijler 5: Zorgvuldig programmeren in gebiedsontwikkelingen	19
Onze strategie per type winkelgebied	20
4. Menukaart uitvoeringsacties	22
4.1 Uitvoeringsacties	23
5. Welke uitgangspunten hanteren we?	25
5.1 Uitgangspunten visie	26
5.2 Toetsingskader nieuwe initiatieven	30
Bijlage 1 Planvoorraad	33
Bijlage 2 Supermarkten	34

1. Inleiding



1.1 Waarom een regionale detailhandelsvisie?

In de regio IJmond – met Beverwijk, Heemskerk en Velsen – is de detailhandel diep verweven met het dagelijks leven. Onze inwoners komen er samen. Het biedt werk aan duizenden mensen, van scholieren tot ondernemers. Het zorgt voor levendige straten en draagt bij aan de identiteit van onze kernen. Ouderen ontmoeten elkaar bij de groenteboer, jongeren halen een broodje bij de lokale bakker en gezinnen maken op zaterdag een rondje door het centrum. Onze ondernemers zijn betrokken. Ze kennen hun klanten, zijn betrokken bij de buurt en dragen bij aan het karakter van de omgeving.



De wereld verandert echter. De detailhandel in de IJmondregio wordt geconfronteerd met structurele uitdagingen: online winkelen, consumenten die andere eisen stellen, demografische verschuivingen en een groeiende druk op de ruimte. Ook staat de regio aan de vooravond van gebiedsontwikkelingen, zoals de Spoorzone in Beverwijk, Pont tot Park in IJmuiden en de stationsomgeving in Heemskerk. Deze ontwikkelingen brengen kansen met zich mee; meer inwoners betekent immers meer bestedingspotentieel. Tegelijkertijd zien we dat sommige winkelgebieden onder druk staan, denk aan leegstand of verschraling van het aanbod. Met deze opgaven omgaan vraagt om keuzes, om samenwerking, om visie.

Om deze reden werken de IJmondgemeenten samen aan een regionale detailhandelsvisie. Niet om alles dicht te regelen, maar om richting te geven en een gezamenlijke koers te bepalen. Om te zorgen dat winkelgebieden elkaar versterken in plaats van beconcurreren. Dat supermarkten op de juiste plekken zitten en dat er ruimte blijft voor de bakker, boetiek en repairshop die onze centra kleur geven. Dat we nieuwe vormen van detailhandel een plek kunnen geven, zonder de balans te verliezen.

De schaal waarop consumenten zich bewegen en marktpartijen opereren, stopt bovendien niet bij gemeentegrenzen. Economische dynamiek en consumentengedrag zijn regionaal. Dat vraagt om een gezamenlijke visie, met duidelijke kaders en gedeelde uitgangspunten. De regionale detailhandelsvisie biedt deze basis. Ze helpt gemeenten, ondernemers en andere stakeholders om keuzes te maken: waar is ruimte voor versterking, waar moeten we terughoudend zijn, en hoe zorgen we dat centra vitaal blijven? De visie richt zich op het afstemmen van nieuwe winkelinitiatieven, het concentreren van voorzieningen in hoofdcentra en het stellen van kaders voor volumineuze of solitaire vestigingen. Tegelijkertijd biedt ze ruimte voor lokale invulling en maatwerk.



Aansluiting bij provinciaal beleid

Het provinciale beleid (detailhandelsbeleid 2025-2033) vormt de basis voor de regionale detailhandelsvisie IJmond. Het hoofddoel van het provinciale detailhandelsbeleid is:

“Inzetten op een detailhandelsstructuur die uitgaat van duurzaam ruimtegebruik, die bijdraagt aan een vitale economie en aan een aantrekkelijke woon- en leefomgeving.”

Daar staan vier beleidsdoelen onder:

- 1 Winkels clusteren zich in winkel- en centrumgebieden. Solitaire ontwikkelingen zijn niet toegestaan.
- 2 Voor de binnensteden en andere centrumgebieden zet de provincie in op een vitale, duurzame en toekomstbestendige detailhandelsstructuur die zowel voor de bewoners als de bezoekers bereikbaar, aantrekkelijk en onderscheidend is.
- 3 De provincie zet in op een toekomstbestendige detailhandelsstructuur, die voor de primaire levensbehoeften (de dagelijkse boodschappen) fijnmazig is in stedelijk gebied en tegelijkertijd ook op het platteland voorziet in voldoende kleine kernen met dagelijks aanbod.
- 4 Voor clusters op perifere locaties geldt dat deze alleen bedoeld zijn voor winkels in volumineuze goederen; reguliere winkels zijn hier niet toegestaan.

1.2 Leeswijzer

Deze regionale detailhandelsvisie bestaat uit vijf hoofdstukken:

- **Hoofdstuk 1: inleiding.** Hierin beschrijven we de aanleiding, het doel en de opbouw van de visie.
- **Hoofdstuk 2: hoe staat IJmond ervoor?** Dit hoofdstuk beschrijft de Ausgangssituatie van detailhandel in de regio IJmond. We beschrijven de huidige structuur en geven een omschrijving per gemeente. Ook geven we een overzicht van de belangrijkste opgaven voor de IJmondregio en om welke strategie dit vraagt. Het hoofdstuk eindigt met een overzicht van de bestaande beleidskaders.
- **Hoofdstuk 3: waar zetten we op in?** Hier wordt de strategische koers voor de regio uiteengezet. Het hoofdstuk is opgebouwd rondom vijf pijlers die richting geven aan de toekomst voor detailhandel in de regio.
- **Hoofdstuk 4: hoe gaan we dit bereiken?** In dit hoofdstuk staat een uitvoeringsparagraaf opgenomen. Dit zijn acties waarmee we de gewenste doelen en ambities willen bereiken.
- **Hoofdstuk 5: welke kaders hanteren we?** Het laatste hoofdstuk dient als richtinggevend kader. Hierin staan de richtlijnen, uitgangspunten en kaders voor detailhandel in de regio opgenomen.

Regionale detailhandelsvisie bestaat uit een visierapport en een bijlagerapport

De regionale detailhandelsvisie voor de regio IJmond is opgebouwd uit een visierapport en een bijlagerapport. In het bijlagerapport is de Ausgangssituatie van de regio uitgebreid in kaart gebracht. Het bijlagerapport bevat analyses naar het functioneren van de huidige structuur en de ruimtelijk-functionele ontwikkeling ervan. Het bijlagedocument is de basis geweest voor de strategische keuzes in deze visie.

2. Hoe staat regio IJmond ervoor?

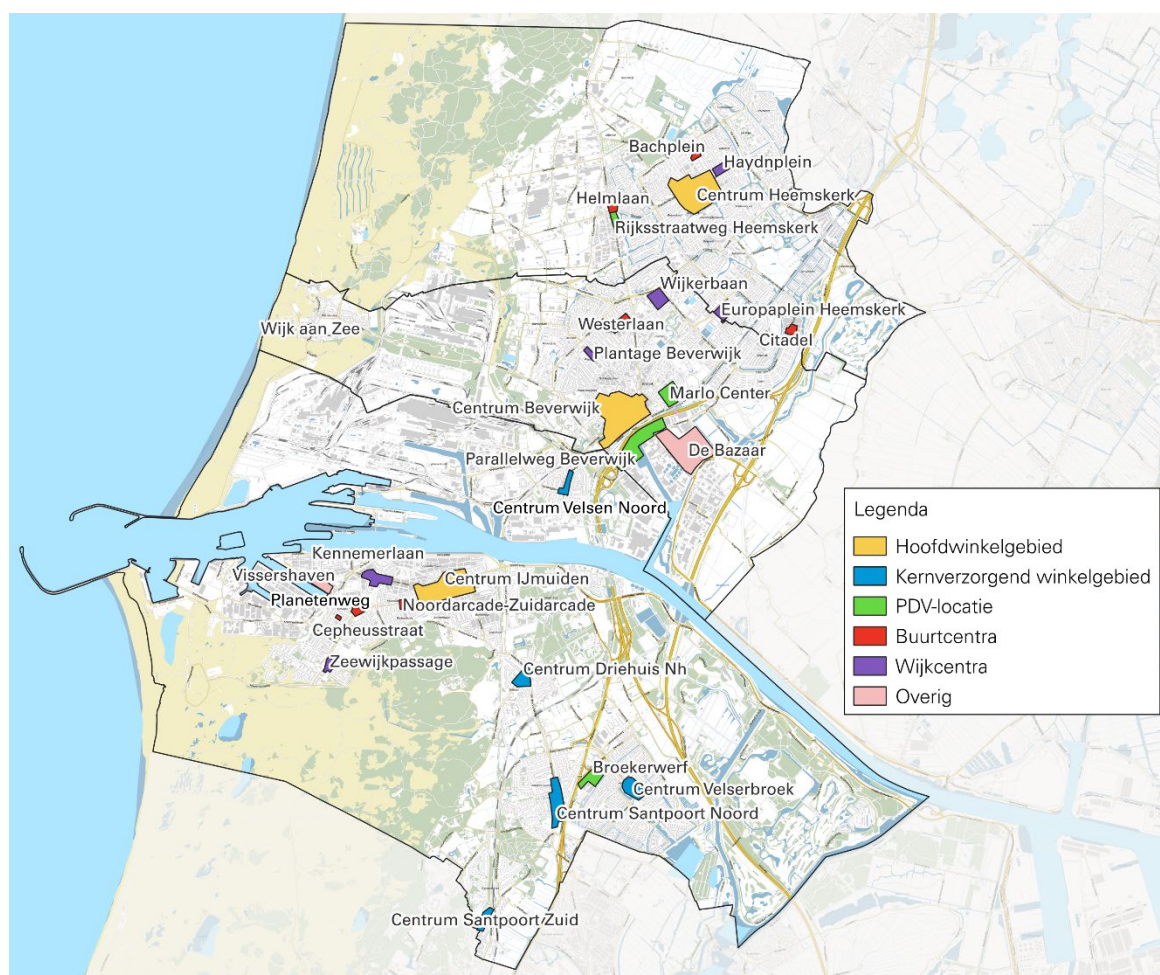


In dit hoofdstuk brengen we de uitgangssituatie van de detailhandel in de regio IJmond in kaart. We starten met het uiteenzetten van de huidige structuur. Er is uitgebreid marktonderzoek gedaan naar detailhandel in de regio. De resultaten hiervan zijn te vinden in het bijlage-rapport. In het tweede gedeelte van dit hoofdstuk lichten we de belangrijkste resultaten hieruit toe.

2.1 Hoe ziet de huidige structuur eruit?

De regio IJmond kent een fijnmazige winkelstructuur. De regio beschikt over een breed palet aan winkelgebieden met uiteenlopende omvang en verzorgingsfunctie. In de huidige situatie zijn er 25 winkelgebieden die te onderscheiden zijn in hoofdwinkelgebieden, dorps-, wijk- en buurtcentra, PDV-locaties en overige centra. Figuur 1 toont de spreiding van de winkelgebieden in de regio. Onder figuur 1 staat een beknopte toelichting per winkelgebied.

Figuur 1: Spreiding winkelgebieden regio IJmond



Bron: Locatus, 2025. Bewerking: Stec Groep, 2025.

Beknopte toelichting per winkelgebied

- Er zijn drie hoofdwinkelgebieden: **centrum Beverwijk, centrum Heemskerk en centrum IJmuiden**. Deze centra beschikken over een ruim en divers detailhandelsaanbod. Het zijn de grootste centra in de regio. Beverwijk en Heemskerk hebben een regionaal profiel. Het centrum van IJmuiden is vooral lokaal verzorgend.
- In de regio IJmond zijn zes kernverzorgende centra: **centrum Driehuis, centrum Santpoort-Noord, centrum Santpoort-Zuid, centrum Velsen-Noord, centrum Velsbroek en Wijk aan**

Zee. Dit zijn de vijf centra van dorpen in de gemeente Velsen, inclusief Wijk aan Zee in Beverwijk. Deze centra vervullen een belangrijke lokale verzorgingsfunctie en hebben een kleinere reikwijdte dan de hoofdwinkelgebieden.

- Er zijn zes wijkcentra in de regio IJmond. Het gaat om de **Kennemerlaan** en **Zeewijkpassage** in Velsen, het **Europaplein** en **Haydnplein** in Heemskerk en de **Plantage** en **Wijkerbaan** in Beverwijk. Elk van deze centra vervult een ondersteunende rol ten opzichte van een groter hoofdcentrum. Het belangrijkste bezoekmotief is boodschappen doen.
- Er zijn zeven buurtcentra in regio IJmond. Dit zijn de **Westerlaan** in Beverwijk, het **Bachplein**, **Helmlaan** en de **Citadel** in Heemskerk en **Noordarcade-Zuidarcade**, **Cepheusstraat** en **Planetenweg** in Velsen. Ook voor buurtcentra is boodschappen doen het belangrijkste bezoekmotief. Buurtcentra zijn kleiner dan de wijkcentra.
- Er zijn twee overige winkelgebieden. Dit zijn de **Bazaar** en **Vissershaven**. Hier is slechts een aantal winkels te vinden. De Bazaar bestaat verder uit een combinatie van (overdekte) markten, outlets, kramen en horeca. Het gebied heeft een bovenregionale aantrekkingskracht. Vissershaven is een kleinschalig winkelgebied met een toeristisch karakter. Het aanbod is vooral gericht op de haven in IJmuiden.
- Er zijn vier PDV-locaties in de regio IJmond. Twee locaties zijn gelegen in Beverwijk, aan de A22. Het gaat om het **Marlo Center** en **Parallelweg/Woonboulevard Beverwijk**. De woonboulevard is hoofdzakelijk gericht op doelgericht winkelen, het Marlo Center heeft ook dagelijks aanbod. In Velsen is er één PDV-locatie: **Broekerwerf**. Ook Heemskerk beschikt over één PDV-locatie: de **Rijksstraatweg**. Hier is ook dagelijkse detailhandel te vinden.
- Tot slot is er een aanzienlijke groep winkels te vinden op **verspreide locaties** in de regio IJmond. Deze voorzieningen bevinden zich buiten de bestaande winkelstructuur. Het gaat hoofdzakelijk om perifere detailhandelsvestigingen.



2.2 Wat kenmerkt de detailhandel in de gemeenten?

2.2.1 Beverwijk: recreatief winkelen in het centrum Beverwijk, in Wijk aan Zee vooral horeca

De gemeente Beverwijk bestaat uit de gelijknamige stad en het dorp Wijk aan Zee. Beverwijk heeft het grootste aanbod recreatieve detailhandel in de regio. In het centrum zit een grote groep landelijke winkelketens; dit is een onderscheidende kwaliteit van het centrum. Het centrum is opgebouwd als lintstructuur met de Breestraat als ruggengraat. Met de terugloop van winkels zijn er ook andere functies opgekomen, zoals kantoren en diensten. De leegstand in het centrum vraagt om aandacht. Om leegstand tegen te gaan zet de gemeente in op concentratie van het aanbod in de Breestraat. De aanloopstraten bieden ruimte voor transformatie. Winkelcentrum Beverhof is volledig gevuld en functioneert goed. In Wijk aan Zee ligt het accent vooral op horeca. De centra Plantage en Wijkerbaan beschikken over een volwaardig dagelijks aanbod, het winkelaanbod in buurtcentrum Westerlaan glijdt echter af.

Beverwijk: doelgericht winkelen op perifere clusters; uniek dagje uit bij de Bazaar

Beverwijk beschikt ook over een ruim aanbod doelgericht winkelen. Dit komt door de aanwezigheid van twee PDV-locaties: Marlo Center en de Parallelweg/Woonboulevard. Het Marlo Center beschikt over twee supermarkten, goede bereikbaarheid en ruime parkeermogelijkheden. Het heeft daarmee een grote aantrekkingskracht. De Woonboulevard heeft wat van haar glans en aantrekkingskracht verloren. Voor dit gebied bestaan plannen voor revitalisering (als onderdeel van de grotere gebiedsontwikkeling genaamd Spoorzone). Tot slot kent Beverwijk een speciaal winkelgebied genaamd de Bazaar. Dit gebied heeft een uniek profiel en DNA, bestaande uit markten, winkels, horeca en outlets. Het gebied heeft een regionale tot landelijke aantrekkingskracht en functioneert zelfstandig, zonder te concurreren met de overige centra. De Bazaar is alleen in het weekend geopend.

2.2.2 Heemskerk: het winkelrondje, de populaire weekmarkt en lokale boetiekjes

De gemeente Heemskerk heeft een overzichtelijke detailhandelsstructuur bestaande uit het centrum van Heemskerk, een aantal ondersteunende wijk- en buurtcentra en PDV-locatie de Rijksstraatweg. Het centrum van Heemskerk functioneert goed. Sterke eigenschappen zijn de historische stedenbouwkundige opzet van het winkelrondje, karakteristieke lokale boetiekjes, kwalitatieve horeca en de populaire weekmarkt. Centrum Heemskerk heeft van de hoofdwinkelgebieden de laagste leegstand in de regio. Om het centrum (en het winkelrondje) levendig en compact te houden wordt er in de uitlopers van het centrum meegewerkt aan transformatie-initiatieven. In het centrum zet de gemeente in op verdichting.

De centra Citadel en Haydnplein functioneren goed. De centra zijn bijna volledig gevuld en voorzien in een lokale verzorgingsbehoefte. Het Europaplein is recent opgeknapt. Dit heeft een positief effect gehad op de leefbaarheid in de wijk. Tot slot beschikt Heemskerk over PDV-locatie de Rijksstraatweg en een relatief grote hoeveelheid (doelgerichte) winkels op bedrijventerreinen.

2.2.3 Velsen: fijnmazige winkelstructuur met veel lokale winkelgebieden

De gemeente Velsen bestaat uit meerdere dorpen en kernen en beschikt over een groot aantal winkelgebieden. Het hoofdwinkelgebied is het centrum van IJmuiden. Dit centrum heeft het hoogste leegstandspercentage in de regio. Dit komt mede doordat er in IJmuiden nog veel andere winkelgebieden zijn (zes stuks). De oorsprong hiervan gaat terug naar ontwerper Dudok, die per buurt een centrum creëerde als voorziening voor inwoners. Aangezien de detailhandelsfunctie is teruggelopen, zet Velsen in op het compact houden van de kernwinkelgebieden en het reduceren van winkelmeters erbuiten. Bovendien wordt het centrum van IJmuiden verdicht in de gebiedsontwikkeling van Pont tot Park.

De overige kernen hebben een eigen karakter. In totaal zijn er vijf dorpscentra. Santpoort-Noord en centrum Velsersbroek functioneren goed, hebben een significante omvang en beschikken over een weekmarkt die zorgt voor extra aantrekkingskracht. Dit zijn toekomstbestendige winkelgebieden waar wordt ingezet op versterking. In de overige dorpscentra (Driehuis, Velsen-Noord, Santpoort-Zuid) is het aanbod beperkt. Hier wordt ingezet op het behoud van voorzieningen voor de inwoners uit de dorpen.



2.3 Wat zijn de belangrijkste thema's en opgaven in IJmond?

In onderstaande tabel staat een overzicht van de belangrijkste thema's en bijbehorende opgaven die spelen in de regio IJmond. Deze bevindingen komen voort uit het bijlage rapport.

Tabel 1: Belangrijkste opgaven en strategie detailhandel regio IJmond

Thema	Wat zien we?	Om welke strategie vraagt dit?
Aanbod en ontwikkeling 	1. Het winkelaanbod krimpt. Het aantal vierkante meters is met bijna 7.000 m ² vvo afgenomen sinds 2015 (meetdatum vorige regionale detailhandelsvisie). Deze afname is in lijn met de landelijke trend. Vooral winkels in het recreatieve segment hebben het zwaar gehad, net als de doelgerichte branche in Beverwijk (woonboulevard). De dagelijkse detailhandel is juist gegroeid.	De onder druk staande winkelmarkt in regio IJmond vraagt om gericht concentratiebeleid . Detailhandel is gebaat bij clustering: winkels profiteren van elkaars klanten en combinatiebezoeken worden gestimuleerd. Daarnaast is functieverbreding gewenst wanneer winkels wegvallen, zodat centra extra bezoekmotieven krijgen en bredere doelgroepen aanspreken.
	2. Het aantal zelfstandige winkeliers is fors gedaald. Daarbij neemt het aantal zelfstandigen sterker af dan het aantal winkelketens. De afgelopen vijf jaar bleef het aantal ketens stabiel, terwijl er twintig winkels van zelfstandige ondernemers zijn verdwenen (-5%).	Het is belangrijk om startend (en lokaal) ondernemerschap te stimuleren . Zelfstandig ondernemerschap geeft winkelgebieden kleur en karakter. Waar ketens een groot publiek bedienen, zorgen zelfstandigen voor diversiteit en onderscheidend vermogen.
	3. Leegkomende winkels worden vooral ingevuld met woningen. Terwijl het aantal winkels daalt, nemen functies als dienstverlening en horeca niet toe. Elders in het land komen vaak andere functies zoals diensten en horeca op als het aantal winkels daalt.	Het is belangrijk om aantrekkelijke, levendige en economische vitale centra te houden. Daarom moeten consumentgerichte functies behouden blijven en/of versterkt worden. Succesvolle winkelgebieden beschikken over een brede functiemix, bestaande uit winkels, horeca, cultuur, leisure, diensten en werkfuncties.
	4. Detailhandel is op veel plekken buiten de hoofdstructuur aanwezig. Dit zijn locaties buiten de centra, zoals in woonwijken of op bedrijventerreinen. Specifieke doelgerichte branches passen gezien de aard en omvang niet altijd in de centra, maar beter op een plek met meer ruimte. Er zijn echter ook recreatieve en dagelijkse winkels buiten de structuur.	De opgave is om de hoofdstructuur te versterken door verspreide bewinkeling af te bouwen . Het is cruciaal om zorgvuldig om te gaan met solitaire ontwikkelingen. Nieuwe initiatieven dienen de hoofdstructuur te versterken en bestaande aanbieders dienen gestimuleerd te worden om te verplaatsen naar de hoofdstructuur.
	5. Er zijn steeds meer supermarkten en de bestaande supermarkten worden steeds groter. Dit past bij de landelijke trend van schaalvergroting van supermarkten. Bovendien komen in iedere gemeente uit de IJmondregio momenteel supermarktinitiatieven op.	De supermarktbranche is sterk in beweging. Om de supermarktstructuur in de regio gezond te houden is gericht beleid nodig. Niet alle ontwikkelingen kunnen plaatsvinden. Initiatieven dienen de hoofdstructuur te versterken . Regionale afstemming is noodzakelijk.
Leegstand	1. Het leegstandspercentage in de regio is zo'n 7% (in panden). Dit is boven het landelijk gemiddelde (6%) en boven een gewenst frictieniveau van 4 à 5%. De afgelopen tien jaar is de leegstand in de regio afgenomen. De leegstand is het	Voor de hoofdwinkelcentra is het belangrijk om de afbakening van het (kern)winkelgebied onder de loep te houden. Ook is functieverbreding naar andere consumentgerichte functies wenselijk. Daarnaast is concentratie van

	hoogst in de hoofdwinkelgebieden en enkele wijkcentra. 2. Gemeente Beverwijk kampt al jaren met de meeste leegstand: 9% (in panden). De leegstand in gemeente Heemskerk kent schommelingen maar bevindt zich momenteel net boven frictie (6%). De leegstand in gemeente Velsen is het meest stabiel en beweegt al jaren rond een niveau van 6%.	detailhandel in de meest kansrijke centra binnen de structuur gewenst. In centrum IJmuiden en Beverwijk zijn de leegstandspercentages het hoogst. Continueren van de leegstands aanpak is hier nodig. Het centrum van Heemskerk functioneert goed wat betreft leegstand. Om leegstand in IJmond te verminderen dienen mogelijkheden voor detailhandel buiten de structuur beperkt te worden.
Koopstromen 	Uit het Koopstromenonderzoek blijkt dat Beverwijk consumenten trekt uit omliggende regio's. Dit geldt voor het doelgerichte en recreatieve segment. Redenen hiervoor zijn de aanwezigheid van de Woonboulevard en landelijke winkelketens in het centrum. De Bazaar heeft bovendien een bovenregionale aantrekkingskracht. Ook Heemskerk ontvangt relatief veel bestedingen uit de regio. Dit komt mede door de populaire weekmarkt en het goed functionerende winkelrondje. De winkels in Velsen leunen voor het grootste deel op bestedingen van eigen inwoners. Er is weinig toevloeiing. Inwoners uit Beverwijk en Heemskerk gaan niet of nauwelijks naar Velsen om te winkelen. Dit komt mede door het relatief versnipperde winkelaanbod.	Lokale binding is zeer belangrijk. Dit vraagt om gerichte versterking van het lokale aanbod, een goede functiemix en het aantrekkelijker maken van centra. Zo blijven consumenten georiënteerd op eigen winkelgebieden en zijn ze minder geneigd om elders bestedingen te doen. Voor de regionaal verzorgende centra Beverwijk en Heemskerk is het belangrijk om de regionale aantrekkingskracht te behouden. Dit door de onderscheidende kwaliteiten te behouden, zoals de aanwezigheid van landelijke winkelketens in Beverwijk en de populaire weekmarkt in Heemskerk. De gemeente Velsen kent weinig toevloeiing. Hier ligt een opgave om consumenten meer te binden. Dit kan bijvoorbeeld door het verhogen van de verblijfskwaliteit van openbare ruimte en het toevoegen van nieuwe functies.
Marktruimte dagelijks 	De marktruimte voor dagelijkse detailhandel is voor alle drie de gemeenten verzadigd. Zo zijn er meer supermarktmeters dan de markt theoretisch kan 'dragen'. Het aanbod per 1.000 inwoners loopt ver voor op het landelijke gemiddelde. Vooral in Heemskerk en Beverwijk is de marktruimte fors negatief. In Velsen is de dagelijkse marktruimte licht negatief.	De opgave is om zorgvuldig om te gaan met het toevoegen van extra meters dagelijkse detailhandel. Met name wanneer het gaat over supermarkten. Toekomstige supermarktinitiatieven dienen op regionaal niveau afgestemd te worden. Daarnaast worden er afspraken gemaakt over maximale oppervlaktes van supermarkten in de regio IJmond.
Marktruimte recreatief 	De marktruimte voor recreatieve detailhandel verschilt per gemeente. De grootste klappen in dit segment zijn geweest en de markt is redelijk in evenwicht. In Beverwijk is de marktruimte in balans. De recreatieve bestedingen in het centrum zijn relatief hoog. In Heemskerk is de marktruimte positief. Het aanbod functioneert goed door een aantal sterke kwaliteiten van het centrum. Recreatief aanbod in Velsen is in balans, maar blijft kwetsbaar. Dit komt onder andere door de beperkte aantrekkingskracht op consumenten van buiten de gemeente.	In Beverwijk ligt de nadruk op het aanpakken van leegstand en het vernieuwen van winkelaanbod. De focus ligt niet op uitbreiding, maar doorontwikkeling en vernieuwing van het aanbod. In Heemskerk is sprake van enige positieve marktruimte. Gezien de kwetsbaarheid van dit segment, zetten we de marktruimte in voor doorontwikkeling en vernieuwing van het bestaande aanbod. In Velsen is de marktruimte in balans. Het winkelaanbod is hier echter wel versnipperd. De opgave is om meer te clusteren en sterke winkelgebieden te creëren.
Marktruimte doelgericht	De marktruimte voor doelgerichte detailhandel is op regioniveau in balans. Wel zijn er verschillen tussen de gemeenten. In Beverwijk is de	Aangezien het aanbod op regioniveau in balans is, zien we geen aanleiding om aanbod toe te voegen. Doelgerichte detailhandelszaken worden vaak op



marktruimte negatief. Het doelgerichte aanbod is de afgelopen jaren flink afgenomen. Dit hangt samen met de verminderde aantrekkingskracht van de woonboulevard. In Heemskerk is de marktruimte voor doelgerichte detailhandel in balans. De marktruimte in Velsen is positief. Dit komt onder andere doordat het aanbod in de gemeente ondergemiddeld is in verhouding tot het inwoneraantal. Er is geen grote PDV-locatie in Velsen.

bovenlokaal tot regionaal niveau bezocht. Het is belangrijk dat er **voldoende ruimte beschikbaar blijft voor dit type detailhandel**. Er moeten echter wel duidelijke regels zijn. Daarom wijzen we perifere clusters aan waar doelgerichte detailhandel gewenst is. Ook stellen we kaders op voor deze clusters. Hierin staat welke detailhandel en andere voorzieningen/bedrijven hier gewenst zijn en welke niet.

Demografie



1. De regio IJmond maakt een **lichte inwonersgroei** door. De komende vijftien jaar stijgt het aantal inwoners met circa 4% van 152.595 in 2025 naar 158.420 in 2040 (bron: Primos Prognose, 2024). De grootste stijging vindt naar verwachting plaats in de gemeente Velsen (+3.400), gevolgd door Beverwijk (+2.100) en Heemskerk (+300).

Het winkelaanbod en bredere voorzieningenniveau dient **in balans** te blijven met het aantal inwoners. Dit vraagt om helder inzicht in de kwalitatieve en kwantitatieve **ruimtevrage** naar winkels. We benutten de extra bestedingspotentie die ontstaat doordat het inwoneraantal groeit vooral voor versterking van hoofdstructuur.

2. De **demografische samenstelling** van de bevolking in IJmond **verschuift**. Uit de bevolkingsprognose (Primos, 2024) blijkt dat er **steeds meer ouderen** komen, **minder jongeren** zijn en de gemiddelde huishoudensgrootte afneemt. Deze ontwikkeling is volledig in lijn met het landelijke beeld.

De verandering in leeftijdsopbouw zorgt voor kansen en uitdagingen. Het **winkelaanbod dient zich aan te passen aan de behoefte van de bevolking**. Mensen met een hogere leeftijd besteden over het algemeen minder in de detailhandel en meer in de vrijetijdsbesteding.

2.4 Welke beleidsuitgangspunten zijn er?

Aansluiting op bestaande beleidskaders

De regionale detailhandelsvisie sluit aan op bestaande beleidskaders van de IJmondse gemeenten. Hieronder staat een beknopte samenvatting van de belangrijkste beleidsstukken die betrekking hebben op detailhandel:

Omgevingsvisie Heemskerk 2040: in Heemskerk is sprake van een sterk centrum met relatief lage leegstand, een goede mix van winkels en een aantrekkelijke weekmarkt. Het behoud en de versterking van het centrum staat centraal, met een focus op verblijfskwaliteit en ontmoeting. De gemeente stimuleert functiemenging: in het centrum is naast winkelen, horeca en diensten ook ruimte voor maatschappelijke en culturele functies. Kansrijke buurtcentra de Citadel en Europaplein worden behouden als buurtverzorgende functie. Kansarme centrumlocaties kunnen geleidelijk verkleuren naar andere functies (zoals wonen). Grootschalige detailhandel is toegestaan op een strook van de Trompet en op de Waterwegen.

Economisch perspectief Heemskerk: aantrekkelijke winkelgebieden van morgen zijn compact en divers qua functies. De nadruk ligt op het verbeteren van de kwaliteit en het onderscheidend vermogen van bestaande winkelgebieden, in plaats van uitbreiding. Om haar winkelgebieden aantrekkelijk te houden heeft Heemskerk zich in de regio ook gecommitteerd aan het schrappen en herbestemmen van winkelmeters in de gemeente. Daarmee kan de gemeente haar centrum versterken, inzetten op een sterke(re) kruisbestuiving met de aanwezige toerisme- en recreatiesector en de wijkwinkelcentra en GDV/PDV-locaties tot hun kernfunctie beperken.

Coalitieakkoord 2022 Heemskerk: het coalitieakkoord benadrukt het belang van regionale samenwerking. Sommige kansen en problemen overstijgen de gemeentegrenzen, net als de oplossingen daarvoor. Daarom is het noodzakelijk om in de regio samen te werken, bijvoorbeeld op het gebied van detailhandel. Daarnaast zet Heemskerk in op het behoud van een levendig centrum. Er wordt geïnvesteerd in de verblijfswaarde en de gemeente gaat aan de slag met een toekomstvisie voor het centrum en de lokale economie.

Visie op Velsen 2050: Velsen richt zich op een duurzame en verbonden toekomst. Voor de detailhandel betekent dit een focus op het versterken van lokale winkels en het bevorderen van een divers winkelaanbod. De gemeente streeft naar een levendige en aantrekkelijke winkelomgeving die bijdraagt aan de sociale cohesie en de leefbaarheid van de wijken. Innovatie en digitalisering spelen een belangrijke rol. Daarnaast wordt er ingezet op duurzaamheid, waarbij winkels worden gestimuleerd om milieuvriendelijke praktijken te omarmen. De visie benadrukt ook het belang van samenwerking tussen ondernemers, gemeente en inwoners om een veerkrachtige en toekomstbestendige detailhandelssector te creëren. Tot slot is er aandacht voor het behoud van het unieke karakter van de verschillende kernen binnen Velsen.

Economische Agenda gemeente Velsen 2020-2025: Velsen zet in op het versterken van compacte, toekomstige winkelgebieden. Samenwerking met ondernemers wordt gestimuleerd. De gemeente speelt in op de structurele afname van winkels door transformatie te faciliteren en in te zetten op functiemenging. Ook is er aandacht voor het aantrekkelijker maken van winkelgebieden door meer groen, bredere functiemix en betere verbinding tussen de winkelgebieden. Tot slot benadrukt de economische agenda het belang van het uitdragen van het DNA van een gebied.

Ontwikkelperspectief van Pont tot Park: dit perspectief richt zich op de transformatie van het gebied tussen de Kanaaldijk, Minister van Houtenlaan, Heerenduinweg en het Stadspark in IJmuiden. Voor winkelgebieden, horeca en detailhandel ligt de focus op het creëren van een levendige en aantrekkelijke omgeving. Er wordt gestreefd naar een divers en kwalitatief hoogstaand winkelaanbod dat aansluit bij de behoeften van zowel inwoners als bezoekers.

Omgevingsvisie Beverwijk: we zorgen voor een gezond, krachtig en toekomstbestendig Beverwijk door het functioneren van het winkelbestand in de volle breedte te verbeteren en de leegstand te reduceren. We streven naar compacte(re) winkelgebieden; uitbreidingen buiten de hoofdwinkelstructuur zijn niet gewenst. Detailhandel op de begane grond blijft het uitgangspunt. In het centrum bevorderen we wonen boven winkels. De leefbaarheid van de woonwijken en de 'stadse uitstraling' van hartje Beverwijk willen we versterken. Dit doen we door in en rond het centrum op verschillende zogenaamde transformatielocaties een mix te creëren van wonen, werken, winkelen en horeca. Blurring (de vermenging van de winkelfunctie, met functies zoals dienstverlening en kleinschalige ondersteunende horeca) is mogelijk. Detailhandel hoort in het centrum en de kleine winkelcentra, grootschalige detailhandel op de Parallelweg en het Marlo terrein.

Detailhandelsbeleid gemeente Beverwijk 2018-2023: Beverwijk zet in op (1) minder en meer compacte(re) winkelgebieden. (2) Een hoofdwinkelstructuur bestaande uit het Stadscentrum, de Parallelweg, het Marlo terrein, De Bazaar, Wijkerbaan en Plantage. (3) Beperkte mogelijkheden voor detailhandel buiten de hoofdwinkelstructuur. (4) Reductie van het winkelareaal. (5) Concentratie van supermarkten in de hoofdwinkelstructuur. (6) Blurring, ofwel de vermenging van verschillende functies en kanalen.

In hoofdstuk 5 gaan we in op de provinciale kaders.

H
E
M
A



3. Waar zetten we op
in?

In dit hoofdstuk zetten we onze ambities voor de regionale detailhandelsstructuur in IJmond uiteen. Waar zetten we op in? Het hoofdstuk is opgebouwd rondom vijf pijlers:

- 1 Een sterke en compacte hoofdstructuur
- 2 Functieverbreding voor levendige winkelgebieden
- 3 Supermarkten als dragers van onze centra
- 4 Lokaal ondernemerschap als visitekaartje voor onze centra
- 5 Zorgvuldig programmeren in gebiedsontwikkelingen

We eindigen het hoofdstuk met een strategie per type winkelgebied.



Pijler 1: Een sterke en compacte hoofdstructuur

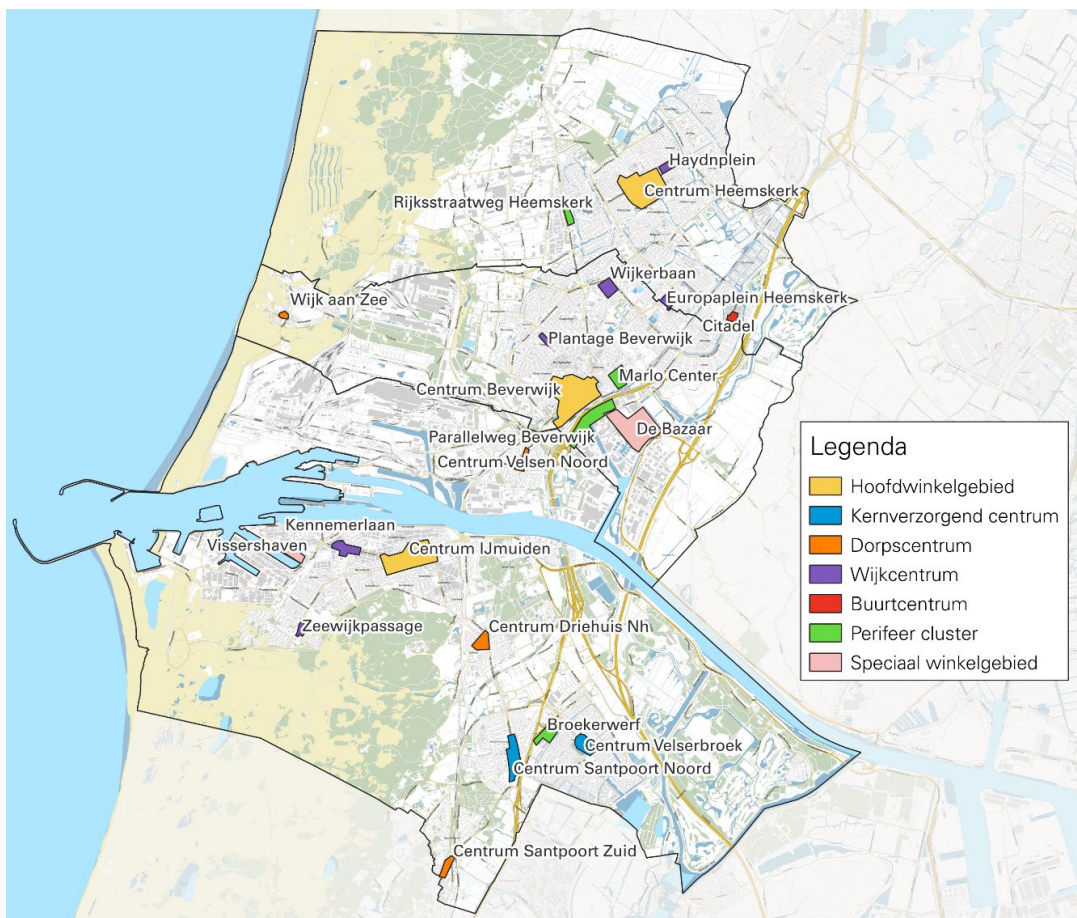
We kiezen voor een geconcentreerde en sterke detailhandelshoofdstructuur. Hierbinnen krijgt de detailhandel de ruimte zich door te ontwikkelen. We zetten in op verdere versterking van de gebieden binnen de hoofdstructuur, zodat de toekomstbestendige winkelgebieden aantrekkelijk en economisch vitaal blijven. Nieuwe winkelinitiatieven dienen bij te dragen aan de hoofdstructuur. De winkelgebieden in IJmond verschillen qua aard, omvang en aantrekkingskracht. We onderscheiden zeven verschillende winkelgebiedstypen:

- 1 **Hoofdwinkelgebied:** het grootste en meest relevante winkelgebied binnen een gemeente. Het is een primaire locatie voor recreatieve detailhandel. Belevingswaarde (funshoppen, rondkijken, ontspannen) en een brede functiemix (winkels, horeca, cultuur, bedrijvigheid) zijn belangrijk.
- 2 **Kernverzorgend centrum:** grootste winkelgebied binnen een woonplaats. Kleinere omvang en aantrekkingskracht dan hoofdwinkelgebieden, gericht op boodschappen en aanvullende voorzieningen. Belangrijk voor leefbaarheid en sociale cohesie in kernen.
- 3 **Dorpscentrum:** gericht op dagelijkse voorzieningen voor inwoners van het dorp en toerisme. Deze centra zijn beperkt in omvang. Behoud van voorzieningen is belangrijk voor leefbaarheid en sociale cohesie.
- 4 **Wijkcentrum:** winkelgebied ondersteunend aan een ander, relevanter winkelgebied in gemeente of woonplaats. Hoofdzakelijk gericht op wekelijkse boodschappen. Belangrijke voorziening voor inwoners uit de wijk.
- 5 **Buurtcentrum:** basisvoorziening voor inwoners uit de buurt, hoofdzakelijk gericht op boodschappen doen. Buurtcentra vormen net als wijkcentra een ondersteunend winkelgebied, maar zijn een slag kleiner. Buurtcentra leveren een bijdrage aan levendigheid in de buurt.
- 6 **Perifeer cluster:** primaire locatie voor doelgerichte, volumineuze detailhandel. Detailhandel die qua aard en omvang niet past in andere winkelgebieden. Voorbeelden van doelgerichte detailhandel: tuincentra, bouwmarkten, woninginrichting, auto-, boten- en caravanbedrijven.
- 7 **Speciaal gebied:** winkelgebieden met uniek/onderscheidend aanbod dat niet is onder te verdelen binnen de overige typologieën. Meestal gericht op een specifieke niche of doelgroep.

In figuur 2 staat de hoofdstructuur van de regio IJmond visueel weergegeven. We hanteren de volgende indeling:

- Hoofdwinkelgebied: centrum Beverwijk, centrum Heemskerk en centrum IJmuiden.
- Kernverzorgend centrum: Santpoort-Noord en Velsersbroek.
- Dorpscentrum: Driehuis, Santpoort-Zuid, Velsen-Noord en Wijk aan Zee.
- Wijkcentra: Europaplein, Haydnplein, Kennemerlaan, Plantage, Wijkerbaan en Zeewijkpassage.
- Buurtcentrum: Citadel.
- Perifere clusters: Marlo Center, Parallelweg Beverwijk, Rijksstraatweg en Broekerwerf.
- Speciale gebieden: De Bazaar en Vissershaven.

Figuur 2: Hoofdstructuur detailhandel regio IJmond



Bron: Stec Groep, 2025.

Bestaande winkels buiten de hoofdstructuur

In de volgende gebieden is sprake van een concentratie van winkels en/of overige voorzieningen. Deze gebieden behoren echter niet (meer) tot de hoofdstructuur:

- Bachplein, Cepheusstraat, Helmlaan, Hendrik Mandeweg, Noord- en Zuidarcade, Planetenweg en Westerlaan.

Ook de winkels buiten de hoofdstructuur vervullen een belangrijke rol, voorzien in een specifieke behoefte en hebben bestaansrecht. Ondernemers die actief zijn buiten de hoofdstructuur kunnen dan ook gewoon blijven ondernemen op de huidige locatie. Tegelijkertijd streven we naar een sterke en toekomstbestendige hoofdstructuur waar we detailhandel willen clusteren. Daarom willen we bestaande ondernemers wel verleiden om zich te vestigen binnen hoofdstructuur. Hier is de synergie en beleving het grootst. Gebieden buiten de hoofdstructuur versterken we niet. Dit betekent dat nieuwe solitaire ontwikkelingen niet zijn toegestaan en dat bestaande ondernemingen niet mogen uitbreiden.

Aanvullend kunnen gemeenten lokaal overwegen om de volgende maatregelen te nemen om detailhandel verder te concentreren binnen de hoofdstructuur:

- transformatie van leegkomende winkelpanden buiten hoofdstructuur naar woningen faciliteren;
- wegbestemmen van onbenutte plancapaciteit voor detailhandel buiten hoofdstructuur, bijvoorbeeld bij functiewijziging (naar bijvoorbeeld een woning of dienstverlener);
- matchmaker om winkeliers buiten de hoofdstructuur te verleiden naar een locatie in de hoofdstructuur



Pijler 2: Functieverbreiding voor levendige winkelgebieden

Een aantrekkelijk en levendig centrum bestaat tegenwoordig uit meer dan alleen winkels: het is een plek waar mensen samenkomen om te winkelen, te ontspannen, te werken en te genieten van cultuur en horeca. Daarom zetten we in de regio IJmond in op een mix van functies die aansluit bij de wensen van bewoners en bezoekers. Denk aan winkels, horeca, dienstverlening, cultuur, leisure, maatschappelijke voorzieningen, ambachten en wonen. Door functies slim te combineren, benutten we de beschikbare ruimte beter. In de afgelopen tien jaar zijn veel winkels verdwenen en vaak omgevormd tot woningen. Om onze centra aantrekkelijk te houden, stimuleren we de komende periode vooral transformatie naar publieksfuncties. Dit zorgt voor meer redenen om het centrum te bezoeken, trekt nieuwe doelgroepen aan en maakt combinatiebezoeken aantrekkelijker.

Functieverbreiding in de hoofdwinkelgebieden

In de hoofdwinkelgebieden van IJmond – de centra van Beverwijk, Heemskerk en IJmuiden – is functieverbreiding het uitgangspunt. Naast winkels en horeca is er ruimte voor maatschappelijke voorzieningen zoals zorg, fysiotherapie en tandartspraktijken, maar ook voor leisure, sport en kleinschalige kantoren. Uiteraard gebeurt dit op passende locaties binnen de centra, afgestemd op lokale behoeften. Deze gebieden hebben de schaal, bereikbaarheid en aantrekkingskracht om een gevarieerd aanbod te dragen. Andere winkelgebieden in de regio voorzien vaak in andere bezoekmotieven of vervullen een meer functionele, lokaal verzorgende rol.

Vernieuwing en innovatie in winkelgebieden

Om aantrekkelijk en relevant te blijven, moeten winkels blijven vernieuwen. Dat betekent meer aandacht voor beleving, een betere aansluiting op de wensen van de klant, uitstekende service en een sterke combinatie van fysieke en online verkoop (de zogenoemde omnichannelstrategie). Ook zien we steeds vaker ‘blurring’: het mengen van functies op de winkelvloer. Denk aan een kapper die ook schoenen verkoopt, of een meubelwinkel met een koffiebar. Waar mogelijk maken we dit soort vernieuwende combinaties mogelijk. Het winkelaanbod in IJmond moet zich blijven ontwikkelen om leegstand te voorkomen en aantrekkelijk te blijven voor bezoekers. Daarom stimuleren we innovatieve en vernieuwende (winkel)concepten. In hoofdstuk 5 gaan we hier dieper op in.

Consumentgerichte functies van bedrijventerreinen naar winkelgebieden

Op de bedrijventerreinen in IJmond zijn veel consumentgerichte functies die publiek trekken en tegelijkertijd weinig milieubelasting veroorzaken. Denk aan sportscholen, kleine ambachtelijke bedrijven, dienstverleners en kleinschalige kantoren. Deze functies passen vaak goed of zelfs beter in of tegen winkelgebieden. De ruimte op bedrijventerreinen is schaars en hard nodig voor bedrijven die daar écht thuishoren. Daarom willen we, waar mogelijk, consumentgerichte functies verplaatsen naar winkelgebieden. Daarmee slaan we twee vliegen in één klap: we maken ruimte vrij op bedrijventerreinen én we versterken de winkelgebieden. Dat zorgt voor meer levendigheid, extra bezoekredenen en een betere invulling van leegstaande panden. Dit sluit aan bij onze voorkeur om leegstaande panden vooral in te vullen met publieksfuncties in plaats van woningen.

Maatschappelijke voorzieningen programmeren in hoofdstructuur

In de regio IJmond willen we de integratie van maatschappelijke voorzieningen in de winkelgebieden stimuleren. Door ook maatschappelijke voorzieningen – zoals zorg, welzijn, onderwijs, bibliotheken en gemeentelijke loketten – een plek te geven in winkelgebieden, ontstaat een levendig en multifunctioneel centrum dat aansluit bij de dagelijkse leefwereld van inwoners. Deze voorzieningen zorgen voor extra bezoekersstromen, vergroten de sociale betrokkenheid en dragen bij aan de leefbaarheid van het gebied. Denk bijvoorbeeld aan een gezondheidscentrum naast een supermarkt, of een bibliotheek in hetzelfde gebouw als een horecagelegenheid. Zulke

combinaties maken het centrum aantrekkelijker en stimuleren combinatiebezoeken. Het gaat zowel om het programmeren van nieuwe voorzieningen als het faciliteren van verplaatsingsbehoeften van bestaande maatschappelijke voorzieningen. Voorzieningen worden op passende locaties ingepast, zoals tegen het kernwinkelgebied, in overleg maatschappelijke partners. Zo bouwen we aan toekomstbestendige centra die meer zijn dan alleen plekken om te consumeren; ze worden plekken om te ontmoeten, te zorgen en te verbinden.



Pijler 3: Supermarkten als dragers van onze centra

Supermarkten zijn cruciale publiekstrekkers en vervullen een belangrijke rol bij het in stand houden van overige (winkel)voorzieningen. Ook zijn supermarkten ontmoetingsplaatsen die belangrijk zijn voor de leefbaarheid van buurten. In lijn met het provinciale beleid concentreren we supermarkten in de hoofdstructuur. Daarnaast zien we dat de marktruimte voor supermarkten in de regio IJmond verzadigd is. Er zijn meer supermarktmeters dan de markt kan dragen en dat past bij het inwonersaantal. Daarom stellen we aanvullende richtlijnen op voor toekomstige supermarktinitiatieven.

Schaalvergroting supermarkten: bestaansrecht speciaalzaken en balans wijken van belang

Het supermarktlandschap is sterk in ontwikkeling en supermarkten worden steeds groter. Dit biedt consumenten meer gemak en een ruimer assortiment. Tegelijkertijd kan schaalvergroting het economisch draagvlak van dagelijkse speciaalzaken en lokale buurtwinkels onder druk zetten. Kleinschalige ondernemingen kunnen niet altijd op tegen de schaalvoordelen van grote supermarktketens. Bovendien vullen grotere supermarktformules boven een bepaalde omvang het assortiment vooral aan met versproducten, specialistisch assortiment (zoals biologisch, luxere varianten) en non-food, met als gevolg dat speciaalzaken minder bestaansrecht hebben. We zien lokaal ondernemerschap als visitekaart voor onze centra. Ook willen we een goede balans tussen onze wijken en centra, zodat voorzieningen bereikbaar blijven voor iedereen. Om deze redenen verkennen we de opties om de (planologische) mogelijkheden voor supermarkten nader in te kaderen (zie hoofdstuk 5.1.2).

Regionale afstemming van supermarktinitiatieven

In alle gemeenten in de regio IJmond komen supermarktinitiatieven op. Nieuwe initiatieven dienen op regionaal niveau afgestemd te worden. In een situatie met verzadiging van supermarktmeters, zoals gaande in IJmond, heeft uitbreiding van het aanbod directe impact op andere supermarkten en lokale speciaalzaken. We willen de balans in de regionale hoofdwinkelstructuur en de dragende functie van supermarkten voor centra overeind houden. Initiatieven zoals nieuwvestiging of uitbreiding kunnen leiden tot verschuivingen in de koopstromen tussen centra in elkaars nabijheid, maar ook tussen gemeenten. Daarom is het belangrijk om supermarktinitiatieven niet per gemeente te beoordelen, maar in samenhang met de regio. Zo creëren we een gelijk speelveld.



Pijler 4: Lokaal ondernemerschap als visitekaart voor onze centra

Winkelgebieden onderscheiden zich door de kracht van lokaal ondernemerschap. Landelijke winkelketens bedienen een groot publiek, lokale ondernemingen voegen diversiteit en karakter toe. Ze versterken elkaar, bestaan goed naast elkaar en bedienen diverse doelgroepen. De afgelopen jaren is het aantal lokale ondernemers in de IJmondregio afgenomen. Een goede balans tussen landelijke ketens en lokale ondernemers is gewenst. Dit betekent dat we startend ondernemerschap moeten stimuleren.

Ondersteunen, stimuleren en faciliteren van startend ondernemerschap

Het starten van een nieuw bedrijf (zoals een winkel, horecazaak, dienstverleningszaak, belevingsconcept) kent veel uitdagingen. Denk aan financiering, digitalisering, snel veranderende marktontwikkelingen en consumentenbehoeften. Met gerichte ondersteuning en coaching kan de slagingskans van nog te starten of startende ondernemers flink vergroot worden. Idealiter worden ondernemers die daar behoefte aan hebben ondersteund van ondernemersplan tot geschikte locatie, van huurvoorwaarden tot vergunning. Dit het liefst door lokale experts die goed bekend zijn met pandeigenaren, financiers en ruime ervaring hebben met ondernemen.

Startend ondernemerschap stimuleren in de praktijk: landelijke voorbeelden

Er is een brede set aan projecten in het land om het stimuleren van startend ondernemerschap concreet vorm te geven. In de uitvoeringsparagraaf doen we een aantal voorstellen. Enkele voorbeelden zijn:

- **Win een winkel:** startende ondernemers met een innovatief concept worden gestimuleerd in ondernemerschap door hen de kans te geven een eigen pand te openen. Denk bijvoorbeeld aan een prijsvraag waarbij de drie beste concepten een jaar huur van een (leegstaand) pand winnen. Diverse voorbeelden in het land zijn 'Win een winkel voor een euro' (zie hier voorbeelden van [Bussum](#) en [Lichtenvoorde](#)).
- **Matchmaking:** een matchmaker speelt een belangrijke rol in het verbinden van verschillende partijen, zoals ondernemers, pandeigenaren en de gemeente. Denk bijvoorbeeld aan het koppelen van ondernemers aan leegstaande panden in de winkelgebieden. Een matchmaker signaleert kansen, legt contact tussen partijen en zorgt ervoor dat knelpunten worden weggenomen. Matchmaking richt zich niet alleen op nieuwe invullingen, maar zorgt ook voor strategische verplaatsingen van bestaande winkels (of andere voorzieningen), optimaliseren van branchering en positionering van winkels en voorzieningen.
- **'Innovatiewinkel MKB IJmond':** de kernwinkelgebieden van Beverwijk, Heemskerk en IJmuiden bieden grote kansen voor ondernemers uit de regio die nu niet actief zijn in de winkelgebieden, maar op de bedrijventerreinen. Denk aan mogelijkheden voor klantbinding, het tonen van innovaties en producten, het aantrekken van nieuwe doelgroepen en merkbeleving. Een showroom in een winkelgebied kan hoge kosten met zich meebrengen. Een collectieve innovatiewinkel waar IJmondse ondernemers de kans krijgen om innovaties te tonen biedt kansen.



Pijler 5: Zorgvuldig programmeren in gebiedsontwikkelingen

Er staan diverse gebiedsontwikkelingen gepland in de regio IJmond. De grootste en meest relevante zijn Spoorzone in Beverwijk, Pont tot Park in IJmuiden en Stationsomgeving Heemskerk. Het is belangrijk om de positie van deze nieuwe gebieden te bepalen binnen de hoofdstructuur. Detailhandelsinitiatieven in nieuwe gebiedsontwikkelingen dienen geen afbreuk te doen aan de bestaande hoofdstructuur. Hieronder volgt een korte toelichting op de plannen.

Pont tot Park: vernieuwing van het kerngebied van IJmuiden

In het centrum van IJmuiden speelt een verdichtingsopgave. Met de gebiedsontwikkeling Pont tot Park transformeert het gebied naar een compacter en stedelijker centrum. Er worden zo'n 1.500 woningen gerealiseerd. Het doel is "een aantrekkelijke plaats met meer woningen en een levendig en bedrijvig centrum". Er zijn drie opgaven: meer woningen en meer verschillende typen woningen, verbetering van de openbare ruimte die uitnodigt tot ontmoeting en versterkingen van het voorzieningenaanbod. Winkels blijven geconcentreerd in het huidige centrum van IJmuiden en in het winkelgebied Kennemerlaan. Deze gebiedsontwikkeling biedt kansen voor versterking van het bestaande centrum. Er worden woningen toegevoegd en de verblijfskwaliteit krijgt een impuls. De ambitie is om het bestaande voorzieningenaanbod te versterken en te verrijken. Het project heeft een doorlooptijd van 25 jaar.

Stationsomgeving Heemskerk: natuurinclusief landschap met stedelijk wonen

Het stationsgebied in Heemskerk is aangemerkt als gebied waar verdichting naar een meer stedelijk milieu mogelijk is. De volledige potentie van het stationsgebied wordt nu nog niet benut. Er komen zo'n 300 woningen bij. In de huidige situatie zit er een kapper en een tankstation met wasstraat. In de toekomstige situatie staat 600 m² bvo (nader in te vullen) ruimte voor voorzieningen gepland. Gezien de locatie (buiten de hoofdstructuur) en het beperkte woningbouwprogramma worden hier uitsluitend kleinschalige detailhandel en/of andere voorzieningen gerealiseerd.

Spoorzone Beverwijk: stoer, duurzaam en prettig leefgebied

In de Spoorzone Beverwijk worden de komende 25 jaar zo'n 7.000 woningen en 5.000 extra arbeidsplaatsen gerealiseerd. Er is sprake van een gefaseerde ontwikkeling. De ambitie voor de Spoorzone: 'we ontwikkelen een stoer, duurzaam en prettig leefgebied'. Het gebied groeit uit tot een dynamisch stadsdeel met eigen identiteit op een uitstekend bereikbare locatie. De huidige winkelgebieden Parallelweg en De Bazaar vallen binnen het programma van de Spoorzone. Voor deze gebieden is extra ruimte voor commerciële voorzieningen voorzien (inclusief detailhandel). De gebiedsontwikkeling is dermate substantieel dat een dagelijks detailhandelsprogramma wenselijk is, gelet op leefbaarheid, levendigheid en beperken van mobiliteitsstromen. De exacte invulling van het voorzieningenprogramma is nog niet bekend. De gebiedsontwikkeling vindt pas op middellange termijn plaats. Daarom doen we in deze regionale detailhandelsvisie nog geen concrete uitspraak over een nieuw detailhandelsprogramma in de Spoorzone en de positie van een (eventueel) nieuw (wijk)centrum binnen de regionale hoofdstructuur. Wel dient een te realiseren detailhandelsprogramma gericht te zijn op de wijk zelf met een dagelijks karakter. De positie van de hoofdwinkelgebieden en andere winkelgebieden in de regio mag niet onder druk komen te staan als gevolg van een ontwikkeling.

Onze strategie per type winkelgebied

Binnen de gewenste hoofdstructuur (zie pijler 1) zijn verschillende typen winkelgebieden te onderscheiden. Deze winkelgebieden verschillen in schaal, functie en aantrekkingskracht. In totaal zijn er zeven verschillende winkelgebiedstypen. Onderstaande tabel beschrijft de strategie per type winkelgebied.

Tabel 2: Strategie per type winkelgebied regio IJmond

Type	Winkelgebied	Strategie
1. Hoofdwinkelgebieden	Centrum Beverwijk, centrum Heemskerk en centrum IJmuiden	Inzetten op een brede functiemix en hoge belevingswaarde. Focus op compacte kernwinkelgebieden, vernieuwing van het (winkel)aanbod, impuls van startend ondernemerschap en vergroten van de verblijfskwaliteit door vergroening en stimuleren van ontmoeting. Primaat voor recreatieve detailhandel ligt in deze centra.
2. Kernverzorgende centra	Santpoort-Noord en Velsbroek	Versterking en behoud van compleet aanbod aan (winkel)voorzieningen met nadruk op dagelijkse winkels en frequent benodigde artikelen. Geen grootschalige uitbreiding, maar gerichte kwaliteitsverbetering. Vergroten van de verblijfskwaliteit, ruimte voor functieverbreiding en stimuleren van startend ondernemerschap.

3. Dorpscentra	Driehuis, Santpoort-Zuid, Velsen-Noord en Wijk aan Zee	Inzetten op het behoud van bestaande winkels en voorzieningen voor leefbaarheid in kleine kernen. Enkel meewerken aan kleinschalige lokale detailhandelsinitiatieven passend bij maat en schaal van het dorp. Bundeling van maatschappelijke en zorgvoorzieningen waar mogelijk.
4. Wijkcentra	Europaplein, Haydnplein, Kennemerlaan, Plantage, Wijkerbaan en Zeewijkpassage	Behoud van breed dagelijks aanbod en frequent benodigde artikelen. Belangrijke verzorgings- en ontmoetingsfunctie als 'hart van de wijk'. Deze centra zijn praktisch en bieden gemak. Nieuwe initiatieven passen bij schaal en omvang van het buurtcentrum.
5. Buurtcentra	Citadel	Behoud van breed dagelijks aanbod en frequent benodigde artikelen. Belangrijke verzorgings- en ontmoetingsfunctie in de wijk. Deze centra zijn praktisch en bieden gemak. Nieuwe initiatieven passen bij schaal en omvang van het wijkcentrum.
6. Perifere clusters	Marlo Center, Rijksstraatweg, Parallelweg, Broekerwerf	Perifere clusters zijn dé plekken voor volumineuze detailhandel. Dit type detailhandel past niet in overige centra. Geen brancheverruiming: (verdere) uitbreiding van dagelijkse en recreatieve detailhandel is hier ongewenst. Uitzondering vormt een lopend initiatief van verplaatsing van een supermarkt naar Rijksstraatweg. Lichte uitbreiding van detailhandel zal hier niet per definitie worden verboden. Tot slot zetten we op deze locaties in op goede parkeermogelijkheden en bereikbaarheid.
7. Speciale centra	De Bazaar en Vissershaven	De speciale centra behouden hun unieke en onderscheidende profiel. Het aanbod in deze centra is complementair aan de overige winkelgebieden in de hoofdstructuur en vormt geen concurrentie. Nieuwe initiatieven sluiten aan bij het karakter van het centrum.



4. Menukaart uitvoeringsacties

4.1 Uitvoeringsacties

Dit hoofdstuk is een menukaart met diverse uitvoeringsacties en maatregelen waarmee de gemeenten de komende jaren concreet aan de slag kunnen. De acties zijn bedoeld om de regionale detailhandelsvisie lokaal in de praktijk te brengen. De menukaart biedt zowel korte- als langetermijnacties. Met deze acties werken we verder aan een toekomstbestendige en aantrekkelijke hoofdstructuur in de regio IJmond. De acties zijn gestructureerd rondom de pijlers uit hoofdstuk 3.

Tabel 3: Uitvoeringsacties

Pijler	Actie	Wat houdt het in?
1 	Aanpassen van omgevingsplan	In deze regionale detailhandelsvisie worden voorstellen gedaan en richtlijnen opgesteld voor het toestaan en beperken van bepaalde functies. Voorbeelden zijn supermarkten en consumentgerichte functies op bedrijventerreinen. Op middellange termijn kunnen bij vaststelling van het nieuwe omgevingsplan wijzigingen worden doorgevoerd waarmee dit soort voorstellen planologisch afgehecht kunnen worden.
	Afbouwen verspreide bewinkeling	In alle IJmondgemeenten zijn winkels op verspreide locaties (buiten de hoofdstructuur) die qua branchering en maat goed in de winkelgebieden passen. Via matchmaking kan worden ingezet op verplaatsing en pandeigenaren kunnen actief gewezen worden op de mogelijkheid voor transformatie naar woningen. Om te voorkomen dat er nieuwe verspreide bewinkeling komt, kunnen gemeenten lokaal aan de slag met het verminderen van onbenutte plancapaciteit voor detailhandel op verspreide locaties op een wijze waar voorzienbaarheid is gecreëerd (via lokaal detailhandelsbeleid) en daardoor nadeelcompensatie niet aan de orde is.
2 	Plintenstrategie voor hoofdwinkelgebieden	De hoofdwinkelgebieden in de regio IJmond (centrum Beverwijk, Heemskerk en IJmuiden) bestaan uit verschillende deelmilieus met een eigen karakter en kwaliteiten. Een goede functiemix en balans is van belang, zowel binnen als tussen de deelmilieus. Om meer te kunnen sturen op het 'juiste bedrijf op de juiste plek' is eerst een duidelijk (economisch) en wenkend toekomstperspectief nodig per deelgebied op het beoogde functieprofiel, DNA en flankerende maatregelen. Welk type functies passen hier? Waarom in dit gebied ondernemen en investeren als marktpartij? Welke functies zijn gewenst bij herontwikkelingen in het gebied? Met deze vastgestelde plintenstrategie als basis kunnen functionele keuzes planologisch vertaald worden. Daardoor kunnen gewenste functies worden gestimuleerd en ongewenste functies in de toekomst voorkomen worden.
	Verleiden consumentgerichte	Op de bedrijventerreinen in de regio IJmond zijn veel lichte, kleinschalige bedrijven met een consumentgerichte functie die ook goed, of zelfs beter, in de winkelgebieden passen. Enerzijds

	bedrijven op werklocaties naar winkelgebieden.	wordt ruimte vrijgespeeld op bedrijventerreinen. Anderzijds versterkt dit de winkelgebieden. Dat zorgt voor meer levendigheid, extra bezoeken en een betere invulling van leegstaande panden. Gerichte instrumenten om verplaatsing op gang te brengen zijn een actuele werklocatiestrategie, hanteren van minimale milieucategorieën of de inzet van een verplaatsingscoach. Daarnaast is het relevant om 'ruimte voor werken' op te nemen als vereiste bij nieuwe gebiedsontwikkelingen.
3 	Supermarkten specifiek bestemmen in omgevingsplan	Door supermarkten in het omgevingsplan een aparte bestemming 'supermarkt' te geven in plaats van een algemene detailhandelsbestemming, is uitbreiding of vestiging van nieuwe supermarkten op reguliere detailhandelslocaties niet rechtstreeks toegestaan. Hier is dan eerst een planologische procedure vereist. Bestaande supermarkten kunnen op het huidige bouwvlak ingetekend worden. Deze maatregel geeft gemeenten meer regie op supermarktinitiatieven.
	Uitwerking lokaal supermarktbeleid	Gemeenten kunnen lokaal supermarktbeleid opstellen waarin richtlijnen uit de regionale detailhandelsvisie IJmond vertaald worden naar gemeentelijke kaders. In de huidige situatie zijn er al veel supermarkten en is de theoretische marktruimte verzadigd. Door de sterke schaalvergroting onder supermarkten kunnen lokale speciaalzaken onder druk komen te staan. Bovendien spelen er allerlei nieuwe initiatieven. Met lokaal supermarktbeleid krijgen gemeenten de mogelijkheden om beter te sturen op een evenwichtige en toekomstbestendige supermarktstructuur.
4 	Verkennen mogelijkheid matchmaker	Een matchmaker is een verbindende schakel tussen ondernemers, vastgoedeigenaren, makelaars en de gemeente. Een matchmaker helpt ondernemers met het vinden van een geschikte locatie passend bij het profiel van het gebied of straat, het navigeren door regelgeving en het leggen van contact met relevante partners zoals pandeigenaren. De matchmaker kan ook actief op zoek gaan naar vernieuwende concepten die passen bij de ambities van gemeenten in de IJmondregio en deze koppelen aan beschikbare ruimte of ondersteuning
	Coaching en begeleiding van startende ondernemers	Om de slagingskansen van startende ondernemers te vergroten en nieuwe ondernemers te verleiden helpt coaching en begeleiding. Het gaat daarbij om informatie, advies en ondersteuning bij het starten, runnen en uitbreiden van het bedrijf. Met een startersplatform kunnen ondernemers van A tot Z worden begeleid: van ondernemersplan tot geschikte locatie, van huurvoorwaarden tot vergunningen. Dergelijke aanpakken zijn een bewezen succes, mits goed uitgevoerd. Een voorbeeld is Streetwise die met name in Limburg actief is, maar ook landelijk uitrolt in samenwerking met onderwijsinstellingen.

5. Welke uitgangspunten hanteren we?

Dit hoofdstuk dient als ruimtelijk kader. Hierin staan richtlijnen en uitgangspunten voor detailhandel in de regio IJmond opgenomen. Lokale detailhandelsvisies dienen in grote lijnen aan te sluiten bij de uitgangspunten en richtlijnen uit de regionale detailhandelsvisie.

5.1 Uitgangspunten visie

5.1.1 Uitgangspunten op structuurniveau

Heldere, compacte hoofdstructuur als basis

We zetten de vorige regionale detailhandelsvisie voort waarbij we inzetten op concentratie van detailhandel in de hoofdstructuur (zie figuur 2, hoofdstuk 3). Initiatieven zijn in de hoofdstructuur toegestaan, binnen de geldende bestemmingsplannen/omgevingsplannen. Het gaat om de volgende gebieden:

- Hoofdwinkelgebied: centrum Beverwijk, centrum Heemskerk en centrum IJmuiden.
- Kernverzorgend centrum: Santpoort-Noord en Velsersbroek.
- Dorpscentrum: Driehuis, Santpoort-Zuid, Velsen-Noord en Wijk aan Zee.
- Wijkcentra: Europaplein, Haydnplein, Kennemerlaan, Plantage, Wijkerbaan en Zeewijkpassage.
- Buurtcentrum: Citadel.
- Perifere clusters: Marlo Center, Parallelweg Beverwijk, Rijksstraatweg en Broekerwerf.
- Speciale gebieden: De Bazaar en Vissershaven.

Functiemenging binnen hoofdstructuur

Steeds vaker zien we combinaties van detailhandel met horeca, dienstverlening of ambachten. Dit noemen we functiemenging. Het uitgangspunt: functiemenging binnen de hoofdstructuur is gewenst. Hier bieden we ondernemers de ruimte voor innovatie, nieuwe verdienmodellen te creëren, beleving toe te voegen en in te spelen op veranderend consumentengedrag. Huidige bestemmingsplannen/omgevingsplannen staan dit vaak al toe en waar dit niet het geval is, faciliteren we dit.

Ondergeschikte detailhandel op bedrijventerreinen

Soms zien we ondergeschikte detailhandel bij reguliere bedrijven op bedrijventerreinen. We willen hier vanuit meerdere invalshoeken grenzen aan stellen. Ten eerste willen we dat detailhandel zich zoveel als mogelijk concentreert in de hoofdstructuur. Ten tweede willen we voorkomen dat bedrijventerreinen zich ontwikkelen als verblijfsgebieden. Dit raakt namelijk de bedrijfsvoering van aanwezige bedrijven en heeft impact op (verkeers)veiligheid van de bedrijventerreinen. Ten derde willen we, gelet op de schaarste aan bedrijfsruimte, de ruimte op bedrijventerreinen zoveel mogelijk behouden voor reguliere bedrijven.

In de basis willen we geen ondergeschikte detailhandel op bedrijventerreinen. Wel willen we maatwerk bieden voor bedrijven waar dit aantoonbaar ondergeschikt is en een beperkte publieksaantrekkende werking heeft. Dit kan in lokaal beleid worden uitgewerkt. Op dit moment verschillen de mogelijkheden voor ondergeschikte detailhandel per omgevingsplan en per gemeente. Wanneer gemeenten in lokaal beleid aan de slag willen met ondergeschikte detailhandel op bedrijventerreinen, kan als uitgangspunt worden opgenomen dat het assortiment direct moet aansluiten bij de hoofdfunctie van het bedrijf. Als richtlijn voor lokale uitwerking stellen we voor om maximaal 10% van het totale bedrijfsoppervlakte met een maximum van 50 m² wvo te hanteren. Een klein oppervlakte zorgt ervoor dat een bedrijf slechts een beperkt assortiment kan aanbieden en daarmee niet concurrerend wordt met reguliere winkels. Dankzij

het beperkte assortiment ligt de nadruk op verkoop van eigen producten (bijv. onderdelen, accessoires).

Perifere clusters zijn bestemd voor volumineuze detailhandel

Volumineuze detailhandel willen we graag concentreren op de perifere clusters in de regio, namelijk Marlo Center, Parallelweg, Rijksweg en Broekerwerf. Het gaat om de volgende volumineuze goederen: auto's, boten en caravans (ABC-goederen), bouwmarkten, tuinentra, meubelwinkels en winkels in keukens en sanitair.

Op twee perifere clusters zijn momenteel ook andere vormen van detailhandel aanwezig, zoals supermarkten, drogist en discounters. Het gaat om Marlo Center en Rijksweg. Deze perifere clusters zijn primair gericht op volumineuze detailhandel. Verdere uitbreiding van dagelijkse en recreatieve detailhandel is in principe ongewenst. Uitzondering vormt een lopend initiatief van verplaatsing van een supermarkt naar de Rijksweg, waaraan de gemeente Heemskerk meewerkt. Licht uitbreiding van detailhandel zal hier niet per definitie worden verboden.

Provinciaal beleid bedrijventerreinen, kantoorlocaties en landelijk gebied

Voor detailhandel op bedrijventerreinen en kantoorlocaties zijn regels opgenomen in de Omgevingsverordening NH2022. Een omgevingsplan kan alleen nieuwe detailhandel mogelijk maken op bedrijventerrein of kantoorlocaties, indien sprake is van detailhandel in de vorm van:

- a) een afhaalpunt ten behoeve van internethandel;
- b) detailhandel die zowel bedrijfseconomisch als ruimtelijk ondergeschikt is aan de toegelaten bedrijfsuitoefening en daarop nauw aansluit;
- c) brand- of explosiegevaarlijke detailhandel; of
- d) volumineuze detailhandel indien deze in winkelgebieden uit een oogpunt van hinder, veiligheid of verkeersaantrekkende werking niet inpasbaar is.

Als het totaal winkelvloeroppervlak van de nieuwe volumineuze detailhandel meer dan 1.500 m² bedraagt, geldt aanvullend dat: 1) dit aantoonbaar niet leidt tot ruimtelijk relevante leegstand in bestaande winkelgebieden; 2) de regionale adviescommissie detailhandel hierover advies heeft uitgebracht.

Ook voor detailhandel in landelijk gebied zijn aanvullende regels opgenomen in de Omgevingsverordening NH2022. Een omgevingsplan maakt ter plaatse van het werkingsgebied Landelijk gebied geen nieuwe detailhandelsbedrijven mogelijk, tenzij a) deze onderdeel vormt van een nieuw winkelgebied in een grootschalige stads- of dorpsontwikkeling; b) wordt gemotiveerd dat dit niet leidt tot ruimtelijk relevante leegstand van bestaande winkelgebieden; en c) bij nieuwe detailhandel meer dan 500 m² winkelvloeroppervlak de regionale adviescommissie detailhandel hierover advies heeft uitgebracht.

Nieuwe detailhandel bij gebiedsontwikkelingen en grootschalige woningbouw

Het versterken van de hoofdstructuur is één van de belangrijkste uitgangspunten uit deze regionale detailhandelsvisie. Nieuwe inwoners in de regio door woningbouw en gebiedsontwikkeling worden bediend door de bestaande winkels in de hoofdstructuur. Alleen wanneer een gebiedsontwikkeling voldoende substantieel is, kan er aanleiding zijn voor een aanvullend dagelijks en wijkgericht winkelgebied. In het algemeen geldt voor een supermarkt een ondergrens van 3.000 nieuwe woningen voor voldoende omzetpotentieel, zonder dat de bestaande hoofdstructuur onevenredig onder druk wordt gezet. Een ruimtelijke toets op de behoefte en effecten op de hoofdstructuur en regionale afstemming is daarbij vereist.

5.1.2 Specifieke uitwerkingen

Supermarkten

Supermarkten concentreren zich binnen de hoofdstructuur (zie hoofdstuk 3), in aansluiting op het provinciale beleid. De regio IJmond beschikt al over relatief veel supermarktmeters. Tegelijkertijd zetten diverse bestaande supermarkten in op schaalvergroting en zijn er diverse initiatieven, terwijl de marktruimte voor supermarkten verzadigd is. Om supermarkten optimaal de hoofdstructuur te laten versterken geven we richtlijnen mee voor lokaal supermarktbeleid. We doen dit vanuit de volgende argumenten:

- **Synergie met andere voorzieningen:** concentratie zorgt voor levendige winkelgebieden met voldoende kritische massa. Supermarkten trekken immers veel bezoekers. Dit komt ten goede aan omliggende speciaalzaken en horeca en vergroot de leefbaarheid in centra. Supermarkten zorgen voor veel aanloop en hebben vaak goede parkeervoorzieningen. Dit zorgt voor een win-winsituatie. Zo kan het faciliteren van nieuwe supermarktinitiatieven zorgen voor een kwaliteitsimpuls in een centrum. Voorwaarde is wel dat er goed wordt nagedacht over de integrale en lange termijn consequenties.
- **Beperking van versnippering:** door het beperken van versnippering voorkomen we dat winkelveorzieningen zich verspreiden over te veel locaties, wat leidt tot leegstand en verzwakking van bestaande centra.
- **Dichtbij voor iedereen:** (zeer) grote supermarkten of centra met veel supermarkten kunnen andere winkelgebieden verdringen. Door supermarkten te spreiden over woonwijken in de huidige hoofdstructuur, wordt dagelijkse boodschappen doen toegankelijker voor mensen zonder auto, zoals ouderen, jongeren en mensen met een beperking.
- **Winkeldiversiteit en lokaal ondernemerschap:** een overaanbod aan supermarkten leidt tot onderlinge concurrentie. Dit kan impact hebben op lokaal ondernemerschap. Supermarkten breiden hun assortiment steeds verder uit (vers, maaltijden, non-food), waardoor ze direct concurreren met speciaalzaken zoals de bakker, slager, groenteboer en drogist. Juist deze specialisten willen we behouden.

Supermarktinitiatieven met een regionale impact stemmen we regionaal af. Het uitgangspunt is dat daar waar er regionale effecten zijn, deze afgestemd worden en in samenhang worden bekeken. Er geldt lokale autonomie voor keuzes die alleen lokaal impact hebben. Daarbij is er ook oog voor de eigen structuur in de IJmond. De situatie in IJmond-Noord en IJmond-Zuid is verschillend. Zo is het overaanbod in Velsen/IJmond-Zuid minder groot dan in IJmond-Noord. Door het kanaal, de langgerektheid en de kernenstructuur is de regionale impact van keuzes op dagelijkse koopstromen niet overal gelijk. Nieuwe supermarktontwikkelingen (schaalvergroting, verplaatsing of nieuwe supermarkt) mogen de hoofdstructuur niet onder druk zetten. Daarbij gelden de volgende richtlijnen voor lokaal beleid:

- Supermarkten buiten de hoofdstructuur mogen op hun huidige plek blijven. Deze solitaire supermarkten worden niet verder versterkt en krijgen geen mogelijkheid om uit te breiden. Idealiter verplaatsen deze vestigingen op termijn naar de hoofdstructuur (binnen of direct grenzend aan het winkelgebied waarbij een samenhangend geheel ontstaat), mits ruimtelijk inpasbaar.
- We staan geen nieuwe supermarkten meer toe, tenzij er sprake is van grootschalige gebiedsontwikkeling. Voor toevoeging van een nieuwe supermarkt geldt algemeen een ondergrens van circa 3.000 nieuwe woningen. Bij deze volumes is er voldoende omzetpotentieel voor een supermarkt zonder dat het de bestaande hoofdstructuur onevenredig onder druk zet.
- Supermarktinitiatieven dienen getoetst te worden op effecten op de hoofdstructuur. Een ruimtelijke onderbouwing inclusief distributieplanologisch onderzoek (DPO) en beschouwing van de effecten op de hoofdstructuur is noodzakelijk. Daarbij wordt ook getoetst op een balans binnen de hoofdstructuur: de positie van winkelgebieden in de omgeving mag niet onder druk komen te staan. Dit kan betekenen dat een extra supermarkt in een winkelgebied door

verplaatsing van elders ongewenst kan zijn omdat de positie van dit specifieke winkelgebied te sterk wordt.

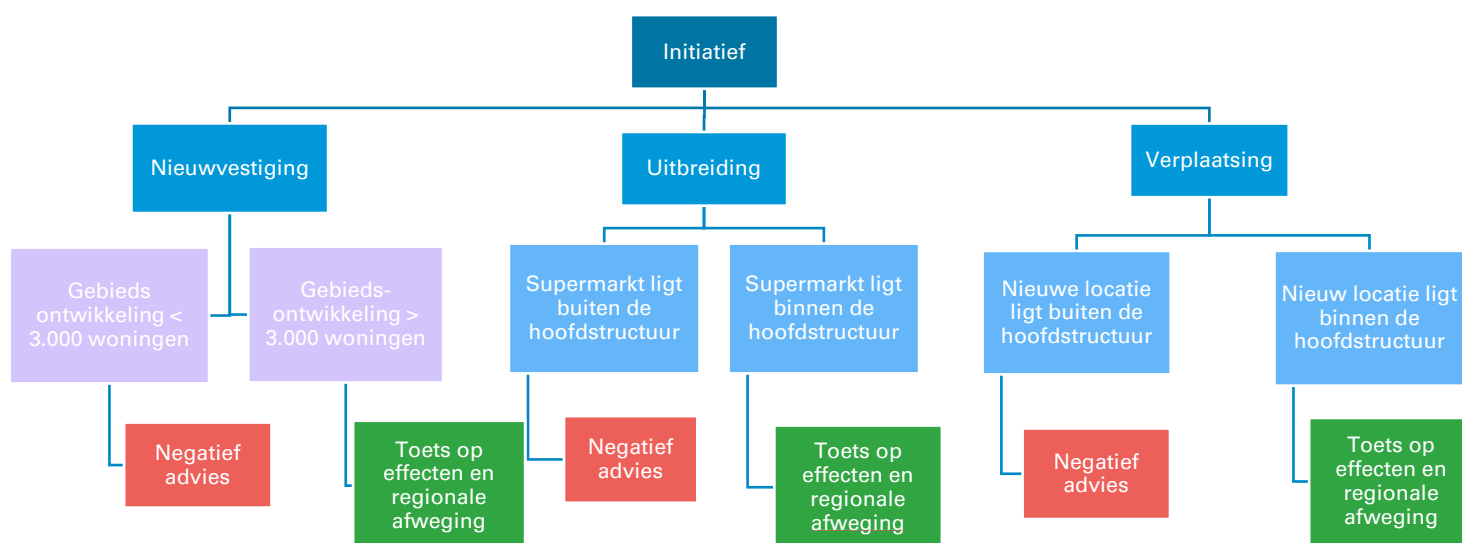
De IJmondse gemeenten zijn lokaal aan zet om supermarktbeleid verder uit te werken. Er zijn verschillende manieren waarop gemeenten dit kunnen doen:

- **Regie op initiatieven:** alle huidige supermarktlocaties krijgen een specifieke supermarktbestemming, in plaats van een algemene detailhandelsbestemming. De bestaande supermarkten worden op basis van de huidige omvang ingetekend op bouwvlak. Zo kan de gemeente een supermarktinitiatief afwegen. Ook betekent dit dat op overige locaties met een algemene detailhandelsbestemming nieuwe supermarkten niet direct mogelijk zijn en hiervoor een planologische procedure dient te worden doorlopen.
- **Regie op schaalvergroting:** Om in te spelen op trends (zoals winkelbeleving, gemak, assortiment) zetten diverse formules in op schaalvergroting. Grote supermarkten hebben echter een groot verzorgingsgebied en voeren een breed assortiment. De regionale detailhandelsvisie streeft een goede balans na tussen de winkelgebieden en wil voldoende bestaansrecht houden voor lokale (vers)aanbieders (zoals de bakker, slager en groenteboer) en kleinere supermarkten met een buurtfunctie. Gemeenten kunnen lokaal een maximale omvang voor supermarkten vaststellen om zo een gelijk speelveld te waarborgen. Gezien de supermarktstructuur in de IJmond geldt een middelgrote supermarkt (met een bovengrens van 1.500 m² wvo) als marktconform en biedt deze voldoende ruimte om in te spelen om te hedendaagse consumententrends. Voor nieuwe initiatieven hanteren wij deze 1.500 m² wvo als richtgetal, met enige marge naar boven, afhankelijk van de ruimtelijk-economische context en de functie van het gebied.

Richtlijnen voor supermarktinitiatieven

De richtlijnen voor supermarkten uit voorgaande paragraaf staan weergegeven in onderstaand stroomschema. Dit stroomschema kan door de gemeenten gebruikt worden om ruimtelijke initiatieven te beoordelen. Daarnaast is in bijlage 2 een compleet overzicht opgenomen van alle huidige supermarkten (augustus 2025). In deze bijlage staat ook een overzicht van verschillende supermarkttypen en bijbehorende kenmerken.

Figuur 3: Stroomschema met richtlijnen voor supermarktinitiatieven



Kringloopwinkels

Kringloopwinkels vervullen een belangrijke maatschappelijke rol. Ze bieden betaalbare producten voor inwoners en dragen bij aan een circulaire economie. In de regio IJmond ondersteunen we deze functies, maar wel met het oog op versterking van de hoofdstructuur. We sluiten hiervoor aan bij het detailhandelsbeleid van de provincie Noord-Holland. Nieuwe kringloopwinkels horen in principe thuis in bestaande winkelgebieden. Daar dragen ze bij aan levendigheid en bezoekersstromen. Alleen voor kringloopwinkels gericht op volumineuze artikelen kan een uitzondering worden gemaakt.

Internetafhaalpunten

We sluiten aan bij provinciaal beleid. Afhaallocaties waar goederen worden getoond (zijnde winkels) zijn niet toegestaan op bedrijventerreinen. Afhaalpunten waar geen goederen worden getoond worden bij voorkeur gevestigd in winkelgebieden vanwege de synergievoordelen met bestaande winkels. Ze mogen zich ook vestigen op bedrijventerreinen of kantoorlocaties, mits goederen niet worden geëtaleerd en er geen productadvisering en verkoop plaatsvindt. In dit geval valt de vestiging niet onder de definitie detailhandel.

Boerderijwinkels

In Noord-Holland zijn diverse regio's met aanwezigheid van boerderijwinkels. In de regio IJmond is de agrarische sector minder aanwezig en daarmee ook de boerderijwinkels. Wel vinden we van belang hier kaders voor te stellen mochten er initiatieven spelen. We zien boerderijwinkels als een waardevolle aanvulling: ze stimuleren directe verkoop van producent naar consument, consumenten krijgen meer inzicht in de herkomst en productiewijze van voedsel, dragen bij aan de vitaliteit van het platteland en bieden voor boeren een extra inkomstenbron. We willen wel voorkomen dat boerderijwinkels overmatig gaan concurreren met dagelijkse winkels in de hoofdstructuur, waar we juist inzetten op concentratie en de huren ook hoger liggen. Initiatieven zijn toegestaan, mits producten worden verkocht die op de betreffende boerderij of boerderijen in de regio zijn geproduceerd of direct aan het agrarisch bedrijf zijn gerelateerd.

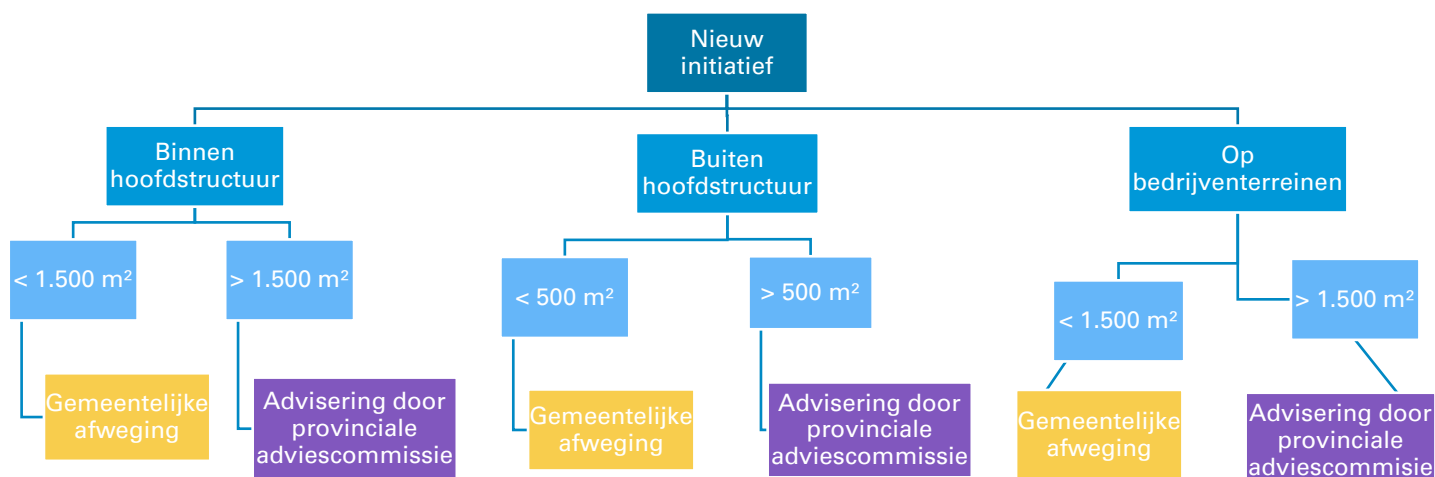
5.2 Toetsingskader nieuwe initiatieven

Toetsing door Adviescommissie Detailhandel Noord-Holland

De provincie heeft een Adviescommissie detailhandel. Deze adviescommissie speelt een centrale rol bij het beoordelen van nieuwe detailhandelsinitiatieven. Nieuwe initiatieven voor detailhandel worden door de Adviescommissie Detailhandel bovenregionaal afgestemd en getoetst aan de Omgevingsverordening NH2022 en het provinciaal detailhandelsbeleid. In de Omgevingsverordening MH2022 is opgenomen wanneer advisering door de adviescommissie verplicht is. In onderstaand stroomschema staat weergegeven hoe om te gaan met nieuwe initiatieven en wanneer advisering door de provinciale adviescommissie noodzakelijk is.

Voor specifieke vormen van detailhandel (zoals boerderijwinkels en ondergeschikte detailhandel) staan aparte kaders opgenomen in paragraaf 5.1. Ook voor detailhandel in landelijk gebied heeft de provincie aparte regels opgenomen (zie kader paragraaf 5.1).

Figuur 4: Stroomschema detailhandelsinitiatieven



De gemeente is verplicht de Adviescommissie Detailhandel bij bovenstaande om advies te vragen, vóór de vaststelling van een omgevingsplan of het nemen van een project besluit. Het advies van de commissie is een advies aan de betreffende gemeente en aan de provincie. Het advies wordt gebaseerd op provinciaal beleid, regionale visies en eventueel gemeentelijk beleid. De adviescommissie beoordeelt onder meer de plaats en het draagvlak van de ontwikkeling vanuit de regionale structuur en marktruimte, de mobiliteitseffecten en de ruimtelijke inpassing. De gemeente is verantwoordelijk voor het verstrekken van de informatie daarover.

Regionale afstemming van detailhandelsinitiatieven

Regionale afstemming van detailhandelsinitiatieven is een belangrijk uitgangspunt uit deze detailhandelsvisie. Via een vaste overlegstructuur worden initiatieven gedeeld en besproken. Het gaat daarbij om alle supermarktininitiatieven. Ook alle initiatieven die onder toetsing van de provinciale Adviescommissie Detailhandel vallen, dienen eerst in de regio besproken te worden. Zo blijft iedereen op de hoogte van belangrijke ontwikkelingen in de regio.

Het bespreken van initiatieven kan volgens een vast afstemmingsformat (zie tabel 4). Met dit format kunnen gemeenten elkaar informeren en bepalen of afstemming noodzakelijk is. Afstemming over initiatieven vindt vervolgens plaats door een advies te geven. Het initiatief kan als positief of negatief beoordeeld worden. Een neutraal advies is mogelijk wanneer het initiatief geen impact heeft op het functioneren van eigen winkelgebied. Dit advies is niet bindend. Het uitgangspunt is dat we met elkaar in gesprek blijven en de gelegenheid bieden om een zienswijze door te geven.

Tabel 4: Voorbeeld afstemmingsformat initiatieven

Thema	Toelichting
Locatie (incl. kaart / afbakening plan)	
Huidige planstatus in bestemmingsplan	
Huidige situatie (kwantitatief; o.a. omvang, leegstand, beschrijving initiatief)	

Huidige situatie (kwalitatief; o.a. leegstand, onderscheidend vermogen, reikwijdte plan, etc.)	
Ambitie van plannen	
Samenhang met lokaal en regionaal beleid	
Neveneffecten (bijvoorbeeld onderbouwing Ladder, verkeer, etc.)	

Bijlage 1 Planvoorraad

Tabel 5: Planvoorraad detailhandel

Gemeente	Naam winkelgebied	Omschrijving Plan	Omvang (in m ² bvo)	Branche	Status
Beverwijk	De Bazaar	Ruimte voor (kleine) winkels in fase 1 van de gebiedsontwikkeling	Nog niet bekend	Nog niet bekend	Zacht
Heemskerk	Rijksstraatweg	Verplaatsing supermarkt Aldi van Gerrit van Assendelftstraat in centrum Heemskerk naar Rijksstraatweg	Nog niet bekend	Dagelijks	Hard
Heemskerk	Stationsgebied	Woningbouw inclusief enkele voorzieningen gericht op reizigers	600-800 m ²	Nog niet bekend	Zacht
Velsen	Centrum IJmuiden	Uitbreiding supermarkt, inclusief woningen bovenop	Nog niet bekend	Dagelijks	Zacht

Bijlage 2 Supermarkten

Tabel 6: Overzicht supermarkten regio IJmond

Gemeente	Locatie	Naam	Omvang (in m ² wvo)
Beverwijk	Centrum Beverwijk	Albert Heijn	1.130
	Centrum Beverwijk	Promo	315
	Centrum Beverwijk	Stokrotka Sklep	195
	Centrum Beverwijk	Vomar	1.265
	De Bazaar	Amazing Oriental	1.055
	Marlo Center	ALDI	835
	Marlo Center	DekaMarkt	4.090
	Marlo Center	Lidl	1.170
	Plantage Beverwijk	Vomar	1.365
	Wijkerbaan	Albert Heijn	1.235
	Wijkerbaan	ALDI	680
	Wijkerbaan	Budget Food	385
	Verspreid	Spar	390
	Verspreid	Vomar	1.165
	Verspreid	DekaMarkt	1.765
Heemskerk	Centrum Heemskerk	Albert Heijn	1.225
	Centrum Heemskerk	ALDI	745
	Centrum Heemskerk	DekaMarkt	2.180
	Centrum Heemskerk	Vomar	910
	Citadel	Vomar	1.495
	Europaplein	Albert Heijn	1.340
	Europaplein	Lidl	1.360
	Haydnplein	Jumbo	1.795
	Rijksstraatweg	Albert Heijn	2.785
	Rijksstraatweg	Vomar	1.170
Velsen	Centrum IJmuiden	Albert Heijn	1.485
	Centrum IJmuiden	DekaMarkt	935
	Centrum IJmuiden	Food Plus	130
	Centrum IJmuiden	Vomar	1.425
	Santpoort Noord	DekaMarkt	1.480
	Santpoort Zuid	DekaMarkt	1.685
	Velsen Noord	DekaMarkt	945
	Velserbroek	DekaMarkt	1.790

Velserbroek	Vomar	1.310
Kennemerlaan	Vomar	2.035
Zeewijkpassage	Aldi	880
Zeewijkpassage	DekaMarkt	1.965
Verspreid	Lidl	805
Verspreid	FoodLovers	220
Verspreid	DekaMarkt	465

Bron: Locatus, 2025. Afgerond op vijftallen.

Verschillende supermarkttypen en bijbehorende kenmerken

In onderstaande tabel staat een overzicht van de verschillende typen supermarkten en bijbehorende kenmerken, assortiment en verzorgingsfunctie. Hierin wordt onderscheidt gemaakt tussen de volgende typen supermarkten: to go formules, kleine supermarkten, middelgrote supermarkten, grote supermarkten en XXL-formules.

Tabel 7: Verschillende supermarkttypen en kenmerken

Formaat	Assortiment	Kenmerken	Verzorgingsfunctie
To go formules: < 400 m ²	- Zeer beperkt assortiment: broodjes, snacks, dranken, kant- en klare maaltijden en enkele basisproducten - Nauwelijks non-food, enkele huishoudelijke artikelen	- Gericht op snelheid en gemak. - aankoop 'voor onderweg' - ruime openingstijden	- Lokaal - Vaak op traffic-locaties, zoals stations
Kleine supermarkt: 600–1.000 m ²	- Basisassortiment, veel huismerk, beperkte A-merken - Vers: Compacte AGF, bake-off brood, voorverpakte vleeswaren - Non-food: Beperkt, huishoudelijke artikelen en seizoensproducten	- Compacte routing, smalle gangpaden. - Soms pakketpunt	- Lokaal - Vaak in dorpen en buurten
Middelgrote supermarkt: 1.000–1.500 m ²	- Volledig basisassortiment, meer variatie in merken - Vers: grotere AGF-hoek, ruime bake-off brood, beperkt vers vlees - Non-food: huishoudelijke artikelen, verzorging en seizoensartikelen	- Ruimere indeling - Compleet assortiment voor weekboodschappen - Kleine servicebalie	- Lokaal - Vaak in wijken en kleinere kernen
Grote supermarkt: 1.500–2.500 m ²	- Breed en diep assortiment, wereldkeuken, meer A-merken - Vers: uitgebreide AGF, vers brood, kaas en vleeswaren, soms vis - Non-food: breed assortiment huishoudelijke artikelen, verzorging, vermaak en seizoensartikelen	- Grotere AGF-afdeling, bakkerij en wijnhoek - Servicebalie, soms PostNL-punt	- Bovenlokaal - Gericht op stadswijken en grotere kernen
XXL formule: > 2.500 m ²	- Food: zeer breed assortiment, inclusief luxe producten, delicatessen, internationale keuken - Vers: volledige versbeleving: slagerij, vis, kaas, bakkerij, warme maaltijden, foodcourt - Non-food: groot assortiment huishoudelijke artikelen, verzorging, vermaak, keukenaccessoires, tuinartikelen, seizoensproducten	- Foodcourt/horeca, ruime gangpaden, thematische zones. - Flagshipstore-ervaring.	- Bovenlokaal tot regionaal - Stadsfunctie

Colofon

Datum: 2 december 2025

Projectnummer: 24.319

Opdrachtgever: Gemeenten Beverwijk, Heemskerk en Velsen

Opdrachtnemer: Stec Groep

Adviseurs: Martijn Exterkate en Mick Peters

Stec Groep

Onderzoek en advies over wonen, werken en leefomgeving

Postbus 217, 6800 AE Arnhem

Willemsplein 5, 6811 KA Arnhem

www.stec.nl