# Bijlage 4: Wijzigingsoverzicht zienswijzen bestemmingsplan "Foodhal centrum Schalkwijk"

**Inleiding**

Het ontwerpbestemmingsplan "Markthal Schalkstad" heeft ter inzage gelegen van 3 augustus 2020 tot en met 14 september 2020. Er zijn in totaal vijf schriftelijke zienswijzen ingediend en 18 reacties via het digitale inspraakformulier. Alle zienswijzen zijn tijdig ingediend en daarmee ontvankelijk. In deel 1 van het wijzigingsoverzicht zijn de schriftelijke zienswijzen samengevat en voorzien van een gemeentelijk antwoord. Het wijzigingsoverzicht geeft ook aan wanneer een zienswijze heeft geleidt tot een aanpassing van het bestemmingsplan. Het wijzigingsoverzicht maakt integraal onderdeel uit van het besluit van de raad tot vaststelling van het bestemmingsplan "Foodhal centrum Schalkwijk".

De reacties die zijn binnengekomen via het digitale inspraakformulier worden vanwege hun aard en omvang onder dankzegging ter kennisgeving aangenomen. Deze inspraakreacties geven geen aanleiding tot een aanpassing van het plan.

In deel 2 van het wijzigingsoverzicht zijn de (ambtshalve) wijzigingen voor het bestemmingsplan opgenomen.

## Deel 1 - Overzicht indieners schriftelijke zienswijzen

| Nr. | Naam | Adres | Huisnummer | Postcode | Plaats |
|---|---|---|---|---|---|
| a. | Poelman van den Broek advocaten, als gemachtigde namens Coöperatieve Vereniging van Eigenarren van het winkelcentrum Schalkwijk (CVvE) | Postbus 1126 | - | 6501 BC | Nijmegen |
| b. | Houthoff, als gemachtigde namens Portico Investments Holding B.V. | Postbus 1507 | - | 3000 BM | Rotterdam |
| c. | Klaver van der Hooft Posch Advocaten, als gemachtigde namens Deka Supermarkten B.V. | Postbus 3112 | - | 1620 GC | Hoorn |
| d. | Stibbe Advocaten en Notarissen, als gemachtigde namens Ahold B.V. | Postbus 75640 | - | 1070 AP | Amsterdam |
| e. | Wijkraden Schalkwijk en werkgroep Verkeer en vervoer Schalkwijk | - | - | - | - |

## 1. Schriftelijke zienswijzen

| a. Poelman van den Broek advocaten, als gemachtigde namens Coöperatieve Vereniging van Eigenarren van het winkelcentrum Schalkwijk (CVvE) | | |
|---|---|---|
| **Nr.** | **Zienswijze** | **Antwoord** |
| **Algemeen** | | |
| 1. | Naar aanleiding van het voorontwerp bestemmingsplan is op 10 mei 2019 namens de CVvE een zienswijze naar voren gebracht. Die zienswijze dient als herhaald en ingelast te worden beschouwd. | Verondersteld wordt dat met de brief van 10 mei 2019 wordt verwezen naar de inspraakreactie van de CVvE in het kader van het wettelijk vooroverleg.<br><br>In het wijzigingsoverzicht behorende bij het besluit van het college van 7 juli 2020 omtrent het ontwerpbestemmingsplan "Markthal" is ingegaan op de inspraakreactie. Door de CVvE is niet nader onderbouwd waarom de weerlegging hiervan onjuist zou zijn. |
| 2. | Als bekend wordt verondersteld dat de eigenaren van het winkelcentrum Schalkwijk zich gesteld zien voor een ingrijpende opgave die gepaard zal gaan met de sloop van bestaand vastgoed en forse financiële afboekingen en nieuwe investeringen. De gemeente onderkent dit, maar kiest desondanks een van de door deskundigen geadviseerde aanpak afwijkende route. Die door deskundigen geadviseerde aanpak is verwoord in het DTNP-rapport "Toekomstvisie Centrum Schalkwijk" van 21 september 2018. Zoals naar aanleiding van de inspraak op het voorontwerp vastgesteld, is dit DTNP-rapport geen door de raad vastgesteld beleid, maar dient het te worden beschouwd als een richtinggevend document voor de toekomst van het winkelcentrum. | De ontwikkeling van de foodhal draagt bij aan een aantrekkelijk winkelcentrum, een compleet winkel- en horeca-aanbod en de ontmoetingsfunctie van het gebied en sluit daarmee aan op de ambities en doelstellingen zoals verwoord in de structuurvisie Schalkstad 2025 (maart 2013).<br><br>Het geactualiseerde rapport van BRO (2020) heeft bovendien aangetoond dat de ontwikkeling van de foodhal voorziet in een behoefte. Ook het rapport van DTNP van 21 september 2018, waarnaar verwezen wordt toont aan dat er marktruimte is voor zowel (verkoop in) dagelijkse artikelen als horeca. Gezien de ruime marktmogelijkheden en de beperkte omvang van de ontwikkeling wordt niet verwacht dat er andere winkels of horecazaken verdwijnen als gevolg van de komst van de foodhal. Van leegstand of zelfs onaanvaardbare leegstand als gevolg van de ontwikkeling is geen sprake.<br><br>De gemeente onderkent dat de bestaande leegstand in het winkelgebied een zorgelijk aandachtspunt is. Deze panden zijn klaarblijkelijk niet langer marktcourant, mede vanwege een krimp van het recreatief bezocht winkelaanbod waardoor het deels zijn regionale functie heeft verloren. Daarom worden er gesprekken gevoerd tussen de gemeente en de CVvE in |

| | | |
|---|---|---|
| | | het kader van de gefaseerde transformatie van het winkelcentrumgebied. Dit is echter een complex en tijdrovend proces mede vanwege de grote hoeveelheid aan eigenaren binnen het winkelcentrum waarmee overeenstemming moet worden bereikt over de verdere transformatie van het gebied. Voor de uitwerking van de volgende fases van de gebiedsontwikkeling wordt een ontwikkelstrategie opgesteld waarbij de CVvE nauw wordt betrokken.<br><br>Het gemeentebestuur is evenwel van mening dat de bestaande leegstand de markt niet op slot mag zetten voor nieuwe en innovatieve ontwikkelingen, die een positieve bijdrage hebben aan de kwaliteit, diversiteit en aantrekkingskracht van het winkelcentrum. Dit is ook niet het doel van ruimtelijke ordening. De foodhal is een vernieuwend concept wat nog niet in het winkelcentrum is gevestigd en zal nieuwe bezoekers aan het winkelcentrum binden, waar andere voorzieningen ook van zullen profiteren. |
| **Leegstand/saneringsopgave winkelcentrum Schalkwijk** | | |
| 3. | Met het recente rapport Uitwerking toekomst Winkelcentrum Schalkwijk Haarlem is vast komen te staan dat de leegstaand forst hoger ligt dan aanvankelijk geïnventariseerd, te weten op circa 10.750 m² wvo. Het gevolg hiervan is dat, tezamen met de grote onzekerheden (effect internet, terugloop niet dagelijkse inkoopbehoefte), de toekomstige saneringsopgave is toegenomen en het maximale scenario dat aanvankelijk is berekend op 5.200 m² te saneren (niet dagelijks) winkelaanbod waarschijnlijker is geworden. Omdat de uitbreiding van fase 1 reeds in uitvoering is loopt de saneringsopgave na fase 1 op tot 23.900 m². | De omstandigheid dat er een saneringsopgave is voor een winkelcentrum, betekent niet dat er geen enkele ontwikkeling in het gebied kan plaatsvinden. Vooropgesteld moet worden dat blijkens het rapport van BRO de ontwikkeling van de foodhal geen effect heeft op de leegstand van het winkelcentrum en daarmee los staat van de gestelde saneringsopgave. Daarnaast is ook aangetoond dat de foodhal voorziet in een behoefte en een versterking zal zijn voor het winkelcentrumgebied. De foodhal heeft een gunstige ligging op het marktplein, waardoor het complementair is aan de omliggende functies (overige voorzieningen, zoals de bioscoop Kinepolis) en andersom zijn de omliggende functies complementair aan de foodhal.<br><br>De saneringsopgave voor het winkelcentrum waar de CVvE zich voor gesteld ziet, wordt beschouwd als een autonome opgave met dien verstande dat per ontwikkeling in het winkelcentrumgebied de belangen van de CVvE uiteraard wel zorgvuldig worden meegewogen. Feit is dat de CVvE tot op heden zelf geen concrete stappen hebben ondernomen in de gestelde saneringsopgave, behoudens het opgestelde rapport van DTNP |

| | | |
|---|---|---|
| | De CVvE acht het onjuist om nu het plan voor een markthal vast te stellen, zonder tegelijkertijd concrete stappen te zetten in de saneringsopgave en naast een volgorderlijkheid een koppeling aan te brengen met de voortgang van de saneringsopgave.<br><br>Het tot stand brengen van een nieuwe ontwikkeling aan het Californiëplein mag enkel plaatsvinden in combinatie met concrete, voorwaardelijk daaraan verbonden, stappen in de saneringsopgave. | waarin geconcludeerd is dat sprake is van een saneringsopgave. De gemeente is thans in afwachting van een concreet voorstel van de CVvE over de vervolgaanpak van de saneringsopgave.<br><br>Anticiperend op een voorstel van de CVvE over de saneringsopgave, is de gemeente een proces opgestart voor het opstellen van een ontwikkelstrategie voor de volgende fases van de gebiedsontwikkeling en een nieuwe (geactualiseerde) structuurvisie voor Schalkstad. Hierbij zal ook het rapport van DTNP als een van de uitgangspunten dienen. Deze nieuwe structuurvisie wordt in de tweede helft van 2021 opgeleverd en maakt een verdere gefaseerde ontwikkeling mogelijk op basis van een herijking van diverse thema's. Het is vervolgens aan de marktpartijen om op basis van de nieuwe ruimtelijke kaders een plan te ontwikkelen en voor te leggen aan de gemeente. Over zowel de ontwikkelstrategie als de structuurvisie vindt o.a. een consultatieronde plaats met de marktpartijen. |
| 4. | Met de ontwikkeling van de markthal wordt de saneringsopgave groter en voor de zittende ondernemers wordt het enkel moeilijker om de transformatieopgaven te realiseren. Het daadwerkelijk stappen zetten in de transformatie- en saneringsopgave moet het winkelcentrum Schalkwijk weer in een opgaande spiraalbeweging brengen. Daarentegen wordt het winkelcentrum door de markthal nu 'voor te trekken' verder in een negatieve spiraal, naar beneden, geduwd door de saneringsopgave te negeren, maar wel een markthal toe te voegen. | Zoals gezegd toont het rapport van BRO aan dat er ruime marktmogelijkheden zijn en gelet op de beperkte omvang van de ontwikkeling, niet wordt verwacht dat er andere winkels of horecazaken zullen verdwijnen als gevolg van de komst van de foodhal. De voorgenomen ontwikkeling heeft derhalve geen gevolgen voor de gestelde saneringsopgave. In tegenstelling tot hetgeen door de CVvE wordt gesteld zal de komst van de foodhal leiden tot een opgaande spiraalbeweging, te meer met deze ontwikkeling wordt voorzien in een behoefte en de aantrekkelijkheid van het winkelcentrum zal vergroten met als gevolg nieuwe bezoekers.<br><br>Bovendien heeft de CVvE niet nader onderbouwd waarom het voor de zittende ondernemers het moeilijker wordt om de transformatieopgave te realiseren, maar wordt enkel een stelling ingenomen. Er ligt bovendien - zoals gezegd - geen concreet voorstel van de CVvE omtrent de gestelde saneringsopgave. |

| **Behoefteonderzoek** | | |
|---|---|---|
| 5. | In paragraaf 1.1 van het behoefteonderzoek van BRO van december 2016 (aangevuld in 2019 en 2020) is de veronderstelling opgenomen dat de realisatie van de markthal bijdraagt aan - en onderdeel is van - de vernieuwing en transformatie van het bestaande winkelcentrum Schalkstad. Feit is echter dat de borging daarvoor ontbreekt. Met de markthal wordt het probleem vergroot zonder dat geborgd is dat het probleem daadwerkelijk wordt aangepakt. Daarmee berust het behoefteonderzoek op een onjuiste veronderstelling. | Het behoefteonderzoek van BRO van december 2016 (aangevuld in 2019 en 2020) is vervangen door een geactualiseerd rapport van BRO waarmee invulling wordt gegeven aan de 'Ladder voor duurzame verstedelijking' (artikel 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening). Het doel van de Ladder is duurzaam ruimtegebruik. Bij een toets aan de Ladder moet worden aangetoond dat er behoefte is aan de ontwikkeling en dat eventuele leegstandseffecten als gevolg van de ontwikkeling aanvaardbaar zijn voor het woon-, leef-, en ondernemersklimaat.<br><br>In het rapport van BRO is aangetoond dat de ontwikkeling voorziet in een behoefte en de ruimtelijke effecten aanvaardbaar zijn. De komst van de foodhal draagt bij aan de vernieuwing en transformatie van het bestaande winkelcentrum Schalkstad:<br><br>▪ De foodhal wordt gerealiseerd op een zichtlocatie, waarmee het winkelcentrum verder op de kaart wordt gezet. Hiermee creëert het ook deels zijn eigen markt.<br>▪ Horeca zorgt voor reuring en verlevendiging van het winkelcentrumgebied. Horeca in combinatie met dagvers zorgt voor een impuls en attractiewaarde aan het centrum Schalkwijk<br>▪ Het huidige winkelcentrum is qua ruimtelijke opzet sterk naar binnen gekeerd. Een belangrijke opgave voor het winkelcentrum is om de zichtbaarheid en de belevingswaarde aan de buitenzijde te verbeteren. De foodhal voorziet hierin.<br>▪ De foodhal is vanwege het hoogwaardige totaalconcept met een mix van horeca en dagvers via standplaatsen, een complementaire aanvulling op de huidige horeca en boodschappenwinkels in het winkelcentrumgebied.<br>▪ Verhoudingsgewijs is er op dit moment weinig aanbod aan horeca en boodschappenwinkels in het gebied. Met name in het overdekte deel van het winkelcentrum is er geen avondhoreca. Het winkelcentrum (lees: de passage) is in de avond afgesloten, waardoor avondhoreca - zoals de foodhal - een eigen ontsluiting |

| | | |
|---|---|---|
| | | moet hebben. Hiermee ontstaat er in de avond ook meer reuring op het marktplein in combinatie met de onlangs geopende bioscoop Kinepolis. |
| 6. | Voor wat betreft het onderdeel horeca voldoet het behoefteonderzoek niet aan de elementaire eisen van een behoefteonderzoek dat tevens als onderbouwing voor de ladder voor duurzame verstedelijking wordt gebruikt. Zo is verzuimd om het bestaande aanbod in vierkante meter en omzet in beeld te brengen. Verder is verzuimd om de huidige plancapaciteit in beeld te brengen en tot slot is verzuimd om de behoefte (kwantitatief en kwalitatief) volledig in beeld te brengen. | Het rapport van BRO is geactualiseerd hoofdzakelijk vanwege planwijzigingen en gedateerde gegevens en mede aan de hand van de ingediende zienswijzen. In het rapport wordt ingegaan op het bestaande aanbod en de huidige plancapaciteit. Ook is onderbouwd dat de ontwikkeling van de foodhal voorziet in een behoefte en er voldoende marktruimte is. Door de CVvE is overigens niet onderbouwd waarom en op welke wijze de behoefte onvolledig in beeld is gebracht. Bovendien wijst het rapport van DTNP (opgesteld in opdracht van de CVvE) uit dat er sprake is van een behoefte in horeca en dagelijkse detailhandel. |
| **Onderscheidend vermogen Markthal** | | |
| 7. | Aan de stelling dat de voorgenomen opzet complementair is, wordt in behoefteonderzoek van BRO krampachtig vastgehouden. De nadruk wordt gelegd op het geringe aantal etnische verszaken, waar de markthal dan een aanvulling op zou zijn. Feit is echter dat elk winkelcentrum in Schalkwijk al één of meer etnische verszaken heeft, in de vorm van een kleine supermarkt. Een oriëntaals supermarkt als onderdeel van de markthal voegt derhalve niets toe. | Daargelaten of een oriëntaals supermarkt van toegevoegde waarde is als onderdeel van de foodhal, dient de te worden opgemerkt dat het concept van de foodhal is gericht op horeca en dagvers. Dit was overigens ook al het geval ten tijde van het ontwerpbestemmingsplan, maar bleek niet helemaal redactioneel goed doorgevoerd te zijn in de toelichting en bijbehorende onderzoeken. Dit is aangepast in het definitieve bestemmingsplan.<br><br>Uit de modelmatige verrekening van dagelijkse detailhandel blijkt dat zowel in de huidige situatie als de toekomstige situatie sprake is van een gemiddeld hoge vloerproductiviteit. Wanneer dit wordt afgezet tegen het landelijk gemiddelde is er sprake van een aanzienlijke ruimte voor uitbreiding van ca. 3.100 m² wvo (winkelvloeroppervlakte). Een deel hiervan wordt ingezet ten behoeve van de Albert Heijn en de komst van de Aldi naar het centrum Schalkwijk. Na toevoeging van deze winkels is er nog sprake van 1.350 m² wvo aan marktruimte voor uitbreiding. De toevoeging van 160m² wvo aan dagvers in de foodhal blijft |

| | | |
|---|---|---|
| | | hier ruimschoots onder. Ook DTNP komt in haar onderzoek tot de conclusie dat er forse marktruimte aanwezig is voor horeca en dagelijkse detailhandel. |
| 8. | De weekmarkt met circa 50 kramen in het winkelcentrum, kent een uitgebreid oriëntaals en vers aanbod, zodat ook vanuit die optiek geen behoefte bestaat aan de oriëntaalse supermarkt als onderdeel van de markthal. Integendeel, de ADL Supermarkt en de weekmarkt zullen de gevolgen ondervinden en het winkelcentrum Schalkwijk zal vervolgens de gevolgen van een slechter draaiende weekmarkt ondervinden. | Uit het rapport van BRO blijkt dat de effecten op de weekmarkt beperkt zullen zijn. Mogelijk zal de foodhal wat concurreren met enkele aanbieders van de weekmarkt, maar dit zal ruimschoots worden gecompenseerd door het groeiende consumentendraagvlak en de wisselwerking in bestedingen. De foodhal trekt immers ook nieuwe bezoekers en bestedingen aan. Overigens zijn weekmarkten qua kramen en samenstelling nu ook al in beweging. |
| 9. | Er is geen sprake van een echte markthal en de uitgangspunten zoals in het behoefteonderzoek van BRO zijn geformuleerd zijn niet geborgd in het bestemmingsplan. | Hoewel er meerdere verschillende termen voor verschillende concepten worden gebruikt, wordt de mening gedeeld dat het totale concept als foodhal moet worden bestempeld, omdat de nadruk ligt op horeca (600 m² bvo). De versmarkt (200 m² bvo) is hieraan ondergeschikt en beperkt van omvang. In het bestemmingsplan is het concept zoals hiervoor omschreven geborgd in de planregels.<br><br>Door de CVvE is verder enkel de stelling ingenomen waarom niet sprake zou zijn van een echte markthal (foodhal). Dit is niet nader onderbouwd. |
| **Planregels** | | |
| 10. | In de bouwregels is bepaald dat maximaal één gebouw is toegestaan. In de specifieke gebruiksregels is bepaald dat de horeca van categorie 1 moet worden vorm gegeven en gepositioneerd als meerdere afzonderlijke units, met dien verstande dat een afzonderlijke unit een maximale bruto vloeroppervlakte van 200 m² mag hebben. Het | De foodhal betreft een hoogwaardig totaalconcept met een mix van horeca en dagvers via eetkramen en/of keukenunits. Planologisch is geborgd dat de foodhal niet wordt ingevuld door één grote horecagelegenheid, maar door meerdere eetkramen en/of keukenunits. Het is in theorie mogelijk dat in de foodhal een Subway, McDonald's of een KFC wordt gevestigd, maar dit is echter niet aannemelijk gelet op de maximale omvang per unit en het feit dat de McDonald's en Subway reeds in het winkelcentrumgebied zijn gevestigd met een horecagelegenheid. Het ligt bovendien niet in de lijn der verwachting dat de genoemde |

| | | |
|---|---|---|
| | bestemmingsplan laat derhalve bijvoorbeeld het creëren van vier units à 200 m², waarvan een versmarkt, een Subway een McDonald's en een KFC, toe. | fastfoodketens zich zullen vestigen in de foodhal, gelet op de intenties van de toekomstige exploitant van de foodhal en de partijen die zich hebben gemeld als potentiële exploitant.<br><br>Zoals gezegd is het in theorie mogelijk dat in de foodhal zich een fastfoodketen vestigt. Dit stuit ook niet op bezwaren wanneer zich dit voegt binnen het totaalconcept van een foodhal en is ruimtelijk ook irrelevant. |
| 11. | De definities van supermarkt en versmarkt maken dat geen sprake zal zijn van een echte markthal. Een invulling met een "Spar to go" past zowel in de definitie van een versmarkt als een supermarkt. De definities onderscheiden zich niet of nauwelijks. | De essentie van de foodhal is dat de horecafunctie wordt aangevuld met dagverse producten als ondergeschikte nevenactiviteit. Hierbij worden hoofdzakelijk dagverse producten, zoals groente, fruit, brood, vlees en zuivel aangeboden en verkocht en ondergeschikt huishoudelijke artikelen. Dit laatste onderdeel betreft maximaal 20% van bruto-vloeroppervlak van de versmarkt. Dit is aangepast in het bestemmingsplan. Hiermee is er een duidelijk onderscheid tussen de verkoop van dagverse producten in de foodhal en een supermarkt waar een grote mate van verscheidenheid is in (verse) levensmiddelen en huishoudelijke artikelen. Het is overigens uitgesloten dat de versmarkt wordt ingevuld door een "Spar to go", omdat in de koop- en realisatieovereenkomst met de initiatiefnemer is vastgelegd dat niet verhuurd zal worden aan grootwinkelbedrijven, zoals een "Spar to go". |
| 12. | De regels zien er ook anderszins niet op toe dat aan de meest essentiële voorwaarden voor een markthal wordt voldaan:<br>- de loopstructuur binnen de markthal dient daadwerkelijk de vorm van een markt te hebben;<br>- de markthal moet een open en transparante constructie hebben, zoals vastgelegd in de architectonische en stedenbouwkundige aanwijzingen voor Schalkstad;<br>- de markthal omvat maximaal 200 m² oriëntaalse supermarkt, met specifiek versassortiment | In de planregels is het begrip 'foodhal' toegevoegd en opgenomen in de bestemmingsomschrijving van de bestemming 'Centrum'. In de begripsomschrijving zijn de belangrijkste kenmerken van de foodhal vastgelegd. Verder is in de planregels verwerkt dat de foodhal moet voorzien in een open looproute en de gevels transparant moeten worden uitgevoerd. Overigens geldt ten aanzien van de open en transparantie constructie, dat dit onderdeel de architectonische uitwerking van het plan betreft, hetgeen wordt beoordeeld door de welstandscommissie (Adviescommissie Ruimtelijke Kwaliteit) ten tijde van de aanvraag om een omgevingsvergunning.<br><br>De foodhal omvat niet langer een specifiek (oriëntaals) assortiment in dagverse producten. |

| | | |
|---|---|---|
| | vergelijkbaar met Aziatische toko's en/of Turkse supermarkten. | |
| 13. | Voor wat betreft de loopstructuur is slechts ingrijpen middels een nadere eis mogelijk. Een nadere eisen-regeling leent zich er niet voor om essentiële uitgangspunten te borgen. Daarvoor zijn voorwaardelijke verplichtingen vereist. | Zie reactie onder a.12. |
| 14. | Op geen enkele wijze wordt de assortimentsbeperking vastgelegd c.q. geborgd, terwijl het assortiment oriëntaals zou moeten zijn. | Zie reactie onder a.12. |
| **M.e.r. beoordeling** | | |
| 15. | Een m.e.r.-beoordelingsbesluit lijkt te ontbreken. | Het m.e.r.- beoordelingsbesluit is per abuis niet genomen voorafgaand aan het ontwerpbestemmingsplan. Voorafgaand aan de vaststelling is alsnog een m.e.r-beoordelingsbesluit genomen. |
| **DTNP rapport** | | |
| 16. | De CVvE beroept zich op de analyse van DTNP van 1 mei 2020, waarin het bestemmingsplan nader is beschouwd. DTNP heeft vastgesteld dat in feite geen sprake is van een echte markthal, het plan weinig | **Geen markthal**<br>Hoewel er meerdere verschillende termen voor verschillende concepten worden gebruikt, wordt de mening van DTNP gedeeld dat in dit geval het totale concept als foodhal moet worden bestempeld, omdat het zwaartepunt op de horeca ligt. Daarbinnen is 200 m² bvo aan |

| | | |
|---|---|---|
| | onderscheidend vermogen heeft, geen rekening wordt gehouden met de weekmarkt, geen behoefteonderzoek naar horeca is gedaan en stelt vast dat het plan geen rekening houdt met de bestaande leegstand. | ruimte voor een versmarkt en 600 m² aan horeca. Deze terminologie is doorgevoerd in het rapport van BRO en het bestemmingsplan. Het begrip oriëntaalse supermarkt is in het rapport van BRO komen te vervallen.<br><br>**Onderscheidend vermogen**<br>DTNP concludeert dat er ook 'fastcasual dining' horeca in de foodhal kan landen. Op basis van het bestaande aanbod concludeert DTNP dat de beoogde horeca niets toevoegt ten opzichte van het bestaande aanbod dat overwegend uit 'fast casual' bestaat.<br><br>Het doel van de Ladder voor duurzame verstedelijking is zorgvuldig en duurzaam ruimtegebruik, met oog voor de toekomstige ruimtebehoefte en ontwikkelingen in de omgeving. Bij winkel- en horecaplannen gaat het erom dat wordt aangetoond dat een plan niet zal leiden tot onaanvaardbare (leegstands)effecten. Dat is waarop moet worden getoetst en dit is ook gedaan in de rapporten uit 2016 en 2020 van BRO. Onderscheidend vermogen is geen toetsingsgrond in de Ladder. Daarnaast kan onderscheidend vermogen ook betrekking hebben op de locatie en omgeving. In het geval van de foodhal is hiervan sprake. Er worden aantrekkelijke meters gerealiseerd op een zichtlocatie, die tegelijkertijd zorgen voor een hogere belevingswaarde en upgrade van het centrum Schalkwijk.<br><br>De opmerking van DTNP in haar *Uitwerking toekomstvisie 2020* over het onderscheidend vermogen kan bovendien niet worden gevolgd, omdat DTNP zelf stelt dat er ruime marktmogelijkheden zijn voor nieuwe horeca. DTNP gaat uit van een horecaprogramma van ca. 3.250 m² in het winkelcentrum (tweemaal zoveel als nu) en stelt daarnaast dat kansrijke concepten vooral 'eenvoudige restaurants' zijn (even een hapje eten zonder te veel gedoe). Kortom, het DTNP beveelt een concept aan zoals de foodhal.<br><br>Ten aanzien van de versmarkt geldt hetzelfde als het voorgaande. DTNP benoemt in de Uitwerking toekomstvisie 2020 kansen voor het boodschappenaanbod. De |

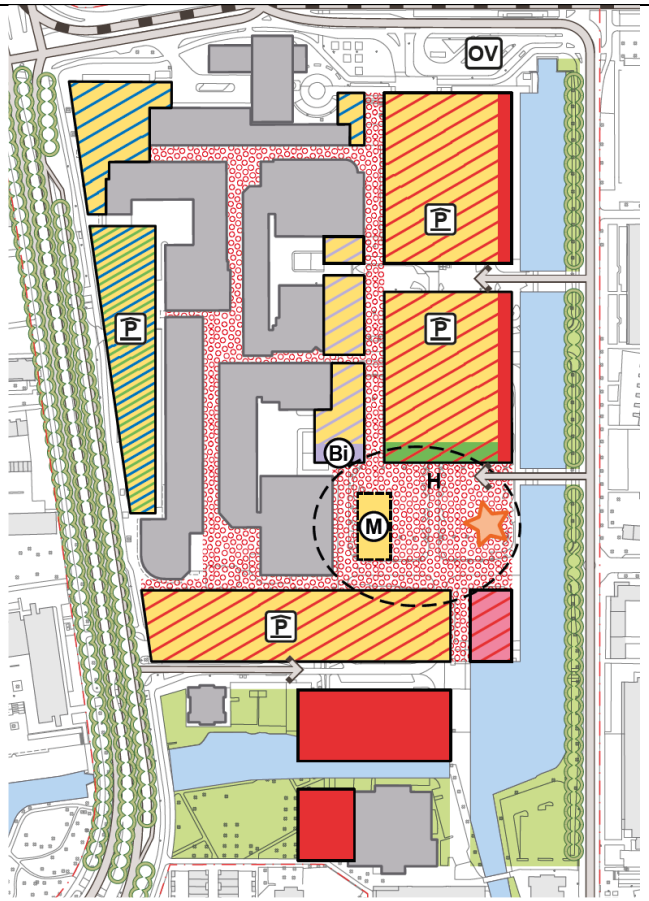
| | | |
|---|---|---|
| | | supermarktbranche kan met ca. 3.600 m² uitbreiden. Dat is omgerekend 20 keer zo groot als de versmarkt.<br><br>**Effecten op de weekmarkt**<br>Ten eerste is van belang dat het versmarktdeel een dusdanig beperkte omvang heeft dat een toets aan de Ladder niet verplicht is. Dit geeft de algemene lijn aan; effecten als gevolg van dit soort kleine ontwikkelingen zijn beperkt. Desalniettemin is in het rapport van BRO ingegaan op de beperkte effecten op de weekmarkt. Aangegeven is dat de foodhal mogelijk wat zal concurreren met enkele aanbieders van de weekmarkt, maar dit zal ruimschoots worden gecompenseerd door het groeiende consumentendraagvlak in het gebied en de wisselwerking in bestedingen tussen de foodhal en de weekmarkt. Beide concepten kunnen elkaar immers ook versterken. Dat is ook één van de redenen dat weekmarkten in Nederland in of nabij winkelcentra worden gehouden. De weekmarkt is bovendien slechts éénmaal per week aanwezig, hetgeen beperkend werkt op de effecten.<br><br>**Behoefteonderzoek**<br>Volgens DTNP zou een aanbod-inventarisatie en distributieve berekening voor horeca ontbreken in het behoefteonderzoek. Een onderbouwing voor de Ladder of ruimtelijk functioneel behoefteonderzoek voor horeca is gericht op de kwalitatieve meerwaarde van de ontwikkeling (in brede zin) en de ruimtelijke effecten. De vraag wordt vooral bepaald door de aanbodkwaliteiten in brede zin, waarbij de combinatie tussen productconcept faciliteiten, uitstraling, doelgroepen, gastvrijheid, marketing maar bovenal ook de locatie centraal staan.<br><br>In het rapport van BRO is de horeca-analyse uitgebreid. Er is onderbouwd waarom de horeca juist op de planlocatie meerwaarde heeft. Daarnaast is een kwantitatieve vraag- en aanbodbenadering (dpo) opgesteld en is ook een aanbodvergelijking opgesteld van het horeca-aanbod per 1.000 inwoners. De conclusie hiervan is dat er reeds weinig aanbod is in het stadsdeel en het centrum Schalkwijk. Mede door de verwachte groei van het inwonertal neemt het bestedingspotentieel toe. Dit leidt tot een indicatieve marktruimte voor nieuwe |

| | | |
|---|---|---|
| | | horeca. Zoals eerder gesteld komt DTNP in haar Uitwerking toekomstvisie 2020 eveneens tot ruime marktmogelijkheden voor nieuwe horeca.<br><br>**Bestaande leegstand**<br>Zie reactie onder a.3. Aanvullend wordt opgemerkt dat in het rapport van BRO uitgebreid is ingegaan op de leegstand in het winkelcentrum. In het kader van duurzaam ruimtegebruik en de Ladder, dient namelijk te worden getoetst of het planinitiatief redelijkerwijs niet in de bestaande leegstand winkelvastgoed kan worden ondervangen. Aangegeven is waarom dit voor de foodhal niet reëel is:<br><br>▪ De kracht van het initiatief ligt juist in de wisselwerking van de functies op een hoogwaardige zichtlocatie, buiten het winkelcentrum.<br>▪ Indien het initiatief in de bestaande winkelleegstand wordt ingepast, gaat de kracht van het initiatief en de meerwaarde voor Schalkstad verloren.<br>▪ De leegstand betreft overwegend kleinere panden verspreid over het hele winkelcentrum. Het concept van de foodhal is zodoende niet in bestaande leegstand in te passen.<br>▪ Uit de structurele aard van de leegstand blijkt dat de panden niet of nauwelijks marktcourant zijn. Het is met andere woorden geen relevante plancapaciteit voor horeca of dagelijkse detailhandel. Als er vraag was hadden ondernemers zich immers wel in deze panden gevestigd.<br>▪ De initiatiefnemer heeft daarentegen al meerdere huurders en geïnteresseerden.<br><br>**Geen rekening gehouden met de toekomstvisie van DTNP**<br>In het rapport van BRO is rekening gehouden met beide documenten van DTNP. In deze documenten komt ook DTNP tot de conclusie dat er sprake is van forse kwantitatieve uitbreidingsruimte voor zowel dagelijkse detailhandel en horeca. Dat de foodhal volgens het DTNP in het winkelcentrum gevestigd zou moeten worden, blijkt niet uit de documenten. In de Uitwerking toekomstvisie 2020 is juist een kaart opgenomen waar de markthal (thans |

| | | |
|---|---|---|
| | | foodhal) op de planlocatie (buiten het centrum) is ingetekend. Ter volledigheid wordt nog benoemd dat de documenten van het DTNP geen vastgestelde beleidskaders van de gemeente zijn. |

| b. Houthoff, als gemachtigde namens Portico Investments Holding B.V. | | |
|---|---|---|
| **Nr.** | **Zienswijze** | **Antwoord** |
| **Algemeen** | | |
| 1. | Portico meent dat er geen behoefte bestaat aan de realisatie van een markthal met horecagelegenheden binnen het winkelcentrum en kan zich dan ook niet verenigen met deze beoogde ontwikkeling | Zie reactie onder a.2 en a.5. |
| **Leegstand/saneringsopgave winkelcentrum Schalkwijk** | | |
| 2. | In het bestaande winkelcentrum Schalkwijk is al jarenlang sprake van een substantiële en toenemende leegstand van winkelruimte.<br><br>Tot op heden zijn er nog geen acties ondernomen vanuit de gemeente om verder te komen met de saneringsopgave waarvoor het winkelcentrum zich ziet gesteld, te weten een noodzakelijke sanering van minimaal 7.750 m² aan horeca en retail binnen het huidige winkelcentrum. Met de realisatie van het Floridablok is al in voldoende mate een bijdrage geleverd aan de realisatie van een divers aanbod van detailhandel en horeca in dit winkelcentrumgebied. Het nu daar bovenop mogelijk maken van een overdekte markthal met horeca zal zorgen voor een verdere achteruitgang van het winkelcentrumgebied. | Zie reactie onder a.3 en a.4.<br><br>Aanvullend wordt opgemerkt dat de realisatie van het Floridablok inderdaad voorziet in een divers aanbod van detailhandel en horeca. Dit is echter niet vergelijkbaar met de realisatie van een foodhal wat uit een ander concept bestaat en andere (nieuwe) bezoekers zal binden aan het winkelcentrum. Hiermee wordt een extra kwalitatieve impuls gegeven aan het winkelcentrumgebied. |

| **Behoefteonderzoek** | | |
|---|---|---|
| 3. | De behoefte aan een ontwikkeling waaraan door middel van een bestemmingsplan wordt meegewerkt dient onderbouwd te worden. Het rapport van BRO van december 2016 (en aangevuld op 4 en 21 maart 2019 en juni 2020) geeft deze benodigde onderbouwing voor die behoefte in ieder geval niet. | Zie reactie onder a.5 en a.6.<br><br>Aanvullend wordt opgemerkt dat niet nader onderbouwd is waarom het rapport van BRO niet voorziet in de benodigde onderbouwing voor het aantonen van de behoefte in de voorgenomen ontwikkeling. |
| 4. | In de Structuurvisie Schalkstad 2025 zijn voor het winkelcentrum Schalkwijk de verschillende functies van het winkelcentrum uiteengezet, te weten 'dagelijkse boodschappen', 'winkelen' en 'laagfrequent en doelgericht kopen'. Wat betreft de functie 'dagelijkse boodschappen' wordt een markthal genoemd als 'potentiele invulling' om het aanbod van deze functie binnen het winkelcentrum te vergroten. Hierin is echter niet de ontwikkeling van een markthal op de beoogde locatie concreet opgenomen. | In de structuurvisie Schalkstad 2025 wordt de belangrijkste openbare ruimte van Schalkstad gevormd door het marktplein: "*Dit plein met zijn terrassen, stedelijke randen en grote bomen vormt het hart van Schalkstad. Het is de ontmoetingsplaats in het gebied waar allerlei verschillende functies op en aan liggen zoals de markthal, bioscoop, weekmarkt, horeca, terrassen en woningen.*"<br><br>In de structuurvisie Schalkstad 2025 is in de visiekaart een concrete locatie opgenomen voor de beoogde markthal (thans foodhal), gelegen binnen een zone waar horeca geconcentreerd wordt. |

| | | |
|---|---|---|
| | |  <br><br>Ten opzichte van de locatie voor de foodhal zoals opgenomen in de structuurvisie Schalkstad 2025, krijgt de foodhal thans een solitaire ligging op het plein. Daarmee sluit de ontwikkeling aan op de beleidskaders. |

| | | |
|---|---|---|
| 5. | In de regionale detailhandelsvisie 2018-2023 voor Zuid-Kennemerland is opgenomen dat het winkelcentrum Schalkwijk wordt vernieuwd en het winkelaanbod wordt versterkt. Op welke manier het winkelaanbod binnen dit winkelcentrum concreet wordt versterkt, zoals door de realisatie van een markthal, wordt geheel niet in deze detailhandelsvisie benoemd. | In zowel het regionale als het gemeentelijke detailhandelsbeleid is een transformatie van Schalkwijk naar een multifunctioneel stadsdeelhart voor de wijk voorzien, met ruimte voor ontmoeten en beleven. De foodhal voorziet hierin. Zie het rapport van BRO voor een uitgebreidere toelichting. |
| 6. | Het behoefteonderzoek besteedt ten onrechte geen aandacht aan de keuze om de markthal op de beoogde locatie te realiseren en niet elders binnen winkelcentrum van Schalkwijk. | Zie reactie onder a.5.<br><br>Aanvullend wordt opgemerkt dat blijkens het rapport van BRO het realiseren van de foodhal in de bestaande leegstand van het winkelcentrum niet wenselijk en haalbaar is:<br><br>▪ De kracht van het initiatief ligt juist in de wisselwerking van de functies op een hoogwaardige zichtlocatie, buiten het winkelcentrum.<br>▪ Indien het initiatief in de bestaande winkelleegstand wordt ingepast, gaat de kracht van het initiatief en de meerwaarde voor Schalkstad verloren.<br>▪ De leegstand betreft overwegend kleinere panden verspreid over het hele winkelcentrum. Het concept van de foodhal is zodoende niet in bestaande leegstand in te passen.<br>▪ Uit de structurele aard van de leegstand blijkt dat de panden niet of nauwelijks marktcourant zijn. Het is met andere woorden geen relevante plancapaciteit voor horeca of dagelijkse detailhandel. Als er vraag was hadden ondernemers zich immers wel in deze panden gevestigd.<br>▪ De initiatiefnemer heeft daarentegen al meerdere huurders en geïnteresseerden. |

| | | |
|---|---|---|
| 7. | Volgens het behoefteonderzoek is de mogelijkheid tot directe consumptie 'onlosmakelijk verbonden' met een succesvol markthal-concept en komt een dergelijk concept nog niet in het stadsdeel Schalkwijk voor. De mogelijkheid tot directe consumptie komt binnen het bestaande winkelcentrum echter al wel voor. Voorbeelden zijn de Subway, Febo, MacDonalds, Mr. Crocker, lunchroom Heko en 'Taste a different flavour'. | De betreffende passage maakt geen onderdeel uit van het nieuwe rapport van BRO. Het is bovendien ook niet relevant, omdat het niet gaat om de mogelijkheden tot directe consumptie die niet aanwezig zou zijn, maar om het beoogde totaalconcept van de foodhal. |
| 8. | Uit het behoefteonderzoek volgt niet wat het onderscheidend vermogen van de beoogde horeca is ten opzichte van de bestaande horeca in het winkelcentrum evenals de horecagelegenheden die in het Floridablok gerealiseerd (gaan) worden. Het enkele feit dat deze horecagelegenheden in een markthal worden gerealiseerd is hiervoor bovendien onvoldoende onderscheidend ten opzichte van de bestaande horecagelegenheden in het winkelcentrumgebied en de beoogde horecagelegenheden bij het Floridablok. | Het doel van de Ladder voor duurzame verstedelijking is zorgvuldig en duurzaam ruimtegebruik met oog voor de toekomstige ruimtebehoefte en ontwikkelingen in de omgeving. Bij winkel- en horecaplannen gaat het erom dat wordt aangetoond dat een plan niet zal leiden tot onaanvaardbare (leegstands)effecten. Dat is waarop moet worden getoetst en dit is ook gedaan in de rapporten van BRO uit 2016 en 2020. 'Onderscheidend vermogen' is geen toetsingsgrond in de Ladder. Daarnaast kan 'onderscheidend vermogen' ook betrekking hebben op de locatie en omgeving. In het geval van de foodhal is hiervan sprake. Er worden aantrekkelijke meters gerealiseerd op een zichtlocatie (marktplein), die tegelijkertijd zorgen voor een hogere belevingswaarde en upgrade van het centrum Schalkwijk conform de gemeentelijke beleidskaders en ook essentieel zijn voor horeca. De foodhal heeft aldus voldoende 'onderscheidend vermogen' waarmee een kwalitatieve impuls wordt gegeven aan het centrum. |
| 9. | Er wordt ten onrechte geen rekening gehouden met de toe te voegen horeca in het Floridablok evenals de voorziene horeca bij de Kinepolis bioscoop. | In het geactualiseerde rapport van BRO is rekening gehouden met de te realiseren horeca in het Floridablok evenals de voorziene horeca bij de Kinepolis bioscoop. De komst van de bioscoop zal juist een meerwaarde hebben voor de avondhoreca in de foodhal. Er zal immers enig combinatiebezoek optreden. |

| | | |
|---|---|---|
| **Goede ruimtelijke ordening** | | |
| 10. | De beoogde ontwikkeling leidt tot een overschot en versnippering van detailhandel en horecagelegenheden, hetgeen negatieve gevolgen heeft voor het ondernemingsklimaat ter plaatse van het winkelcentrumgebied van Schalkwijk. De ontwikkeling zal namelijk leiden tot een verdere toename van leegstand en (mogelijke) verplaatsingen leiden. Dit is temeer bezwaarlijk nu al jarenlang sprake is van leegstand in het winkelcentrum. | Zie reactie onder a.3 en a.16.<br><br>Aanvullend wordt opgemerkt dat niet nader onderbouwd is dat de ontwikkeling van de foodhal zal leiden tot een verdere toename van leegstand en verplaatsingen in het winkelcentrum. |
| **Parkeren** | | |
| 11. | Het bestemmingsplan houdt geen rekening met de belangen van de winkeliers (de CVvE) en evenals de ontwikkeling van het Floridablok, onder meer ten aanzien van de parkeersituatie. | Een bestemmingsplan moet voldoen aan het criterium van een "goede ruimtelijke ordening". Wat een goede ruimtelijke ordening is, definieert de wet niet. De betekenis van dit begrip is in de rechtspraak gevormd. Met dit criterium wordt onder meer beoogd een aanvaardbaar woon-, leef-, en ondernemersklimaat te waarborgen. De toelichting behorende bij het bestemmingsplan en de daarin opgenomen milieu- en omgevingsaspecten tonen aan dat er sprake is van een 'goede ruimtelijke ordening'. Meer in het bijzonder wordt opgemerkt dat alle betrokken belangen zijn afgewogen, waaronder de belangen van de gevestigde ondernemers in het winkelcentrumgebied van Schalkwijk , de belangen van de initiatiefnemer en het algemeen belang wat is gediend met de realisatie van de foodhal. Zoals reeds eerder vermeld heeft de ontwikkeling van de foodhal geen (onevenredige) negatieve effecten op het huidige ondernemersklimaat en heeft het juist positieve effecten op de aantrekkelijkheid van het winkelcentrum. |
| 12. | Uit de toelichting behorende bij het bestemmingsplan volgt dat voor de markthal zelf geen parkeerplaatsen worden gerealiseerd. Als | De stelling dat het parkeerbeleid tekort schiet, waarbij verwezen wordt naar de toelichting op het bestemmingsplan "Schalkstad 1e fase" berust op een onjuiste lezing. De ontwikkeling van de foodhal is destijds meegenomen in de parkeerbalans, maar het plan was nog |

| | | |
|---|---|---|
| | motivering wordt hiervoor gegeven dat in de parkeerbalans voor het bestemmingsplan "Schalkstad 1e fase" parkeren reeds is meegenomen en berekend voor de markthal.<br><br>Uit de toelichting op het bestemmingsplan "Schalkstad 1e fase" volgt dat voor de 'deelprojecten uit de volgende fases' nog geen regeling in het bestemmingsplan kon worden opgenomen, omdat die deelprojecten onvoldoende concreet en onvoldoende op haalbaarheid onderzocht zijn. Hierbij wordt expliciet als deelproject de markthal die op het (nieuwe) Californiëplein is beoogd genoemd.<br>De motivering wat betreft het parkeerbeleid schiet dan ook te kort. | onvoldoende concreet om deze ontwikkeling direct mee te nemen c.q. mogelijk te maken in het bestemmingsplan "Schalkstad 1e fase". Feit is dat er wordt voorzien in voldoende parkeerplaatsen in de bovengrondse parkeergarage waarvan de bouw op korte termijn voltooid is. |
| **Economische uitvoerbaarheid** | | |
| 13. | In de toelichting is ten onrechte niet ingegaan of deze ontwikkeling daadwerkelijk uitvoerbaar is en te exploiteren. Gelet op de huidige marktomstandigheden zal het zeer moeilijk zijn, zo niet onmogelijk om extra detailhandel en horeca te ontwikkelen, financieren en te verhuren. Dit nog los van het gegeven dat dat markthallen gebrekkig in het retail landschap lijken te functioneren. | Alleen al de omstandigheid dat de initiatiefnemers al meerdere huurders en geïnteresseerden heeft, wijst uit dat de voorgenomen ontwikkeling uitvoerbaar is.<br><br>De stelling dat markthallen gebrekkig in het retail landschap lijken te functioneren is niet nader onderbouwd. Hier staat tegenover dat op diverse plaatsen in Nederland foodhallen hun meerwaarde hebben bewezen. |

| c. Klaver van der Hooft Posch Advocaten, als gemachtigde namens, Deka Supermarkten B.V. | | |
|---|---|---|
| **Nr.** | **Zienswijze** | **Antwoord** |
| **Algemeen** | | |
| 1. | Deka Supermarkten kan zich op onderdelen niet verenigen met de tekst van genoemd ontwerpbestemmingsplan en maakt om die reden bij deze tijdig haar zienswijze ter zake bekend. | Dit onderdeel van de zienswijze wordt ter kennisgeving aangenomen. |
| **Leegstand** | | |
| 2. | Geconstateerd kan worden, dat het bestaande winkelcentrum Schalkwijk op dit moment veel leegstand kent. Deze leegstand zal nog toenemen door de voorziene relocatie van de AH-vestiging in het bestaande winkelcentrum. Als gevolg hiervan wordt een bezoek aan het winkelcentrum steeds minder aantrekkelijk voor consumenten. Dit is uiteraard van invloed op het ondernemersklimaat ter plaatse.<br><br>Onder deze omstandigheid zou het streven primair gericht moeten zijn op een revitalisering van het winkelcentrum zelf, waarbij aanpak van leegstand centraal zou moeten staan. De realisatie van nieuwe m² aan detailhandel past niet in een dergelijk streven. Een dergelijke ontwikkeling staat een revitalisering van het bestaande winkelcentrum uitdrukkelijk in de weg. | Zie reactie onder a.2 t/m a.6.<br><br>Aanvullend wordt opgemerkt dat de komst van de foodhal de aantrekkelijkheid van het winkelcentrum vergroot en daarmee nieuwe bezoekers bind aan het winkelcentrum, hetgeen een positief effect heeft op het ondernemersklimaat (zie het rapport van BRO, bijgevoegd als bijlage bij de toelichting van het bestemmingsplan).<br><br>Revitalisering van het winkelcentrum kan op meerdere manieren worden bewerkstelligd. Het uitsluitend aanpakken van de bestaande leegstand kan een onderdeel zijn van de revitalisering van het winkelcentrum, maar is niet de enige optie. Nieuwe ontwikkelingen, zoals de realisatie van een foodhal, kunnen eveneens bijdragen aan de revitalisering van het winkelcentrum vanwege de toevoeging van niet-bestaande concepten, het vergroten van de aantrekkingskracht en diversiteit en het binden van nieuwe bezoekers aan het winkelcentrum. De foodhal wordt daarmee gezien als onderdeel van de revitalisering van het winkelcentrum.<br><br>Ook valt niet in te zien waarom de toevoeging van 160m² wvo aan dagverse producten aan de revitalisering van het winkelcentrum in de weg staat. Ook is de supermarkt van Deka Supermarkten B.V. circa 10 keer groter dan de beoogde versmarkt. |

| | | |
|---|---|---|
| 3. | In de afgelopen jaren zijn de geldende bestemmingsplan voor het winkelcentrumgebied aangepast uitdrukkelijk ten behoeve van de realisering van substantieel meer m² in het dagelijkse aanbod. In het bijzonder ten behoeve van de vestiging van nieuwe supermarkt-vestigingen. Tegen deze achtergrond bezien laat zich moeilijk verklaren waarom in de beoogde ontwikkeling wederom in extra m² in het dagelijkse aanbod (versmarkt) zullen worden toegestaan. | Zie reactie onder a.2 t/m a.6. |
| **Planologische borging** | | |
| 4. | Betwijfeld wordt of een beperking in het gebruik van de te realiseren markthal tot een oriëntaalse supermarkt planologisch geborgd kan worden. Een gebruik van de markthal ten behoeve van een traditionele supermarkt kan derhalve niet worden uitgesloten. | De essentie van de foodhal is dat de horecafunctie wordt aangevuld met dagverse producten. Hierbij worden uitsluitend dagverse producten, zoals groente, fruit, brood, vlees en zuivel aangeboden en verkocht. Hiermee is er een duidelijk onderscheid tussen de verkoop van dagverse producten in de foodhal en een supermarkt waar een grote mate van verscheidenheid is in (verse) levensmiddelen en huishoudelijke artikelen.<br><br>De foodhal omvat niet langer een specifiek assortiment. Een 'traditioneel' supermarkt is expliciet uitgesloten in de planregels. |

| d. Stibbe, als gemachtigde namens Ahold B.V. | | |
|---|---|---|
| **Nr.** | **Zienswijze** | **Antwoord** |
| **Algemeen** | | |
| 1. | Albert Heijn B.V. kan zich niet met het bestemmingsplan verenigen en heeft daarnaast kennis genomen van de zienswijze van de Coöperatieve Vereniging van Eigenaren van het winkelcentrum Schalkwijk (CVvE). Verzocht wordt om deze zienswijze hier als herhaald en ingelast te beschouwen. | Voor de reactie op de zienswijze van de CVvE van het winkelcentrum Schalkwijk wordt verwezen naar de reacties onder a.1 t/m a.15. |
| **Planregels** | | |
| 2. | Het bestemmingsplan voor de markthal voorziet in de mogelijkheid een nieuwe supermarkt in de markthal te realiseren. Er is immers geen verbod op het vestigen van een supermarkt opgenomen in de planregels van het bestemmingsplan. | In de planregels van het definitieve bestemmingsplan is expliciet opgenomen dat het verboden is om de gronden ten behoeve van een supermarkt te gebruiken. |
| 3. | Uit de toelichting bij het bestemmingsplan volgt dat het assortiment in de markthal een aanvulling moet zijn op het overige winkel- en supermarktaanbod in het stadsdeelcentrum Schalkwijk. Dit wordt echter niet geborgd, nu niet valt uit te sluiten dat zich een supermarkt met eenzelfde assortiment als de reeds bestaande supermarkten in de beoogde markthal kan vestigen. | De essentie van de foodhal is dat de horecafunctie wordt aangevuld met dagverse producten als ondergeschikte nevenactiviteit. Hierbij worden hoofdzakelijk dagverse producten, zoals groente, fruit, brood, vlees en zuivel aangeboden en verkocht en ondergeschikt huishoudelijke artikelen. Dit laatste onderdeel betreft maximaal 20% van bruto-vloeroppervlak van de versmarkt. Hiermee is er een duidelijk onderscheid tussen de verkoop van dagverse producten in de foodhal en een supermarkt waar een grote mate van verscheidenheid is in (verse) levensmiddelen en huishoudelijke artikelen. Dit onderscheid is verduidelijkt en aangescherpt in de toelichting behorende bij het bestemmingsplan en in de planregels. |

| | | |
|---|---|---|
| | | Overigens is de supermarkt van Ahold B.V. circa 10 keer zo groot als de beoogde versmarkt. |
| 4. | Het onderscheid tussen de begripsomschrijvingen 'versmarkt' en 'supermarkt' is onduidelijk. Wat opvalt is dat beide definities van de begrippen uitgaan van zelfbediening, wat nu juist gebruikelijk is bij een supermarkt en ongebruikelijk bij marktkramen op een versmarkt.<br><br>De planregels moet worden gewijzigd zodat de begripsbepalingen 'versmarkt' en 'supermarkt' voldoende van elkaar te onderscheiden zijn. | Zie reactie onder d.4.<br><br>Aanvullend wordt opgemerkt dat bij een versmarkt het zowel kan gaan om zelfbediening als om bediening via een toonbank door de ondernemer zelf. Zelfbediening bij marktkramen is in die zin ook niet ongebruikelijk. |
| **Oriëntaalse en etnische versmarkt** | | |
| 5. | Uit de plantoelichting wordt afgeleid dat beoogd wordt om ter plaatse een oriëntaalse en etnische versmarkt planologisch mogelijk te maken. Die specifieke categorie is echter niet opgenomen in de planregels. Daarnaast zijn de begrippen 'oriëntaals' en 'etnisch' niet in de begripsomschrijvingen opgenomen.<br><br>Afgevraagd wordt in hoeverre cultureel geïnspireerde beperkingen reëel en handhaafbaar zijn. | De foodhal omvat niet langer een specifiek assortiment. |
| **Behoefteonderzoek** | | |
| 6. | In het onderzoek staat meermaals dat voor het bepalen van de behoefte uit wordt gegaan van de | Het behoefteonderzoek van BRO van december 2016 (aangevuld in 2019 en 2020) is vervangen door een geactualiseerd rapport van BRO waarmee invulling wordt gegeven aan |

| | | |
|---|---|---|
| | eerdergenoemde beperkingen 'oriëntaals' en 'etnisch'. Dit alles duidt erop dat het behoefteonderzoek is opgesteld met als doel te onderzoeken of er behoefte is aan een 'oriëntaalse' versmarkt. In het bestemmingsplan is echter niet geregeld dat zich een 'oriëntaalse' versmarkt in de markthal kan vestigen.<br><br>Het behoefteonderzoek kan niet ten grondslag worden gelegd aan het beoogde bestemmingsplan, waardoor in strijd wordt gehandeld met het Besluit ruimtelijke ordening. | de 'Ladder voor duurzame verstedelijking' (artikel 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening). In dit rapport van BRO wordt niet langer gesproken over een oriëntaals assortiment. Aanvullend dient te worden opgemerkt dat het concept van de foodhal is gericht op horeca en dagvers. Dit was overigens ook al het geval ten tijde van het ontwerpbestemmingsplan, maar bleek niet helemaal redactioneel goed doorgevoerd te zijn in de toelichting en bijbehorende onderzoeken. Dit is aangepast in het definitieve bestemmingsplan. |

| e. Wijkraden Schalkwijk en werkgroep Verkeer en vervoer Schalkwijk | | |
|---|---|---|
| **Nr.** | **Zienswijze** | **Antwoord** |
| **Algemeen** | | |
| 1. | De vier wijkraden in Schalkwijk hebben kennis genomen van het ontwerpbestemmingsplan inzake de ontwikkelingen rondom de Markthal en zijn verheugd dat de plannen steeds concreter worden en het centrum wordt verrijkt met nieuwbouw, woningen, een bioscoop, een marktplein en de markthal. | Dit onderdeel van de zienswijze wordt onder dankzegging ter kennisgeving aangenomen. |
| **Esthetiek en uitstraling** | | |
| 2. | De wijkraden zien graag dat er duidelijke richtlijnen en afspraken worden gemaakt over het aanzicht van de markthal. Het hele plein moet worden gevrijwaard van grote afvalcontainers, zodat er geen verrommeling ontstaat. | De gemeente onderschrijft dat het aanzicht van de foodhal een belangrijk aspect in verband met het representatieve en uitnodigende karakter van het marktplein en de foodhal. Grote afvalcontainers dienen uit het zicht te worden geplaatst. Primair dient dit inpandig te gebeuren. Daarnaast onderzoeken de gemeente en initiatiefnemer of het mogelijk is een ondergrondse afvalcontainer voor bedrijfsmatig afval te plaatsen in de openbare ruimte voor rekening van initiatiefnemer. De plaats van deze ondergrondse container in de openbare ruimte zal worden meegenomen in het ontwerp voor de openbare ruimte. Deze voorziening zal worden geplaatst bij andere noodzakelijke ondergrondse (afval)inzamelvoorzieningen (huisvuil en milieuplein) in de openbare ruimte. |
| **Aan- en afvoer voor uitbaters en verkeerstechnisch ontwerp** | | |
| 3. | De wijkraden zien graag dat er duidelijke richtlijnen en afspraken worden gemaakt voor het aan- en afvoeren van goederen voor de uitbaters. Tevens wordt verzocht om het voetgangersgedeelte duidelijk af te bakenen en om rekening te houden met een veilige verkeersafhandeling bij laden en lossen. | Het laden en lossen is uitsluitend toegestaan tussen 07.00 uur en 11.00 uur. |

| **Overige** | | |
|---|---|---|
| 4. | Gevraagd wordt hoe de achterkant van de foodhal er uitziet. | Het ontwerp van de foodhal betreft een alzijdig gebouw. Dit betekent dat alle gevels dezelfde uiterlijke verschijningsvorm hebben. |
| 5. | Gevraagd wordt in hoeverre de standpunten zoals verwoord in de brief van 10 mei 2019 in deze plannen zijn meegenomen. | In dit verband wordt verwezen naar het besluit van het college omtrent het ontwerpbestemmingsplan van 7 juli 2020 en in het bijzonder naar bijlage 3 'Wijzigingsoverzicht', waarin is ingegaan op de brief van 10 mei 2019 |
| 6. | In het kader van hittestress en levendigheid op het plein eromheen wordt voorgesteld om 'bedriegertjes' te plaatsen. Dit zal de sfeer verhogen en een enorme aantrekkingskracht hebben. | Dit verzoek heeft betrekking op de inrichting van de openbare ruimte van het toekomstige marktplein. Dit heeft vanuit formeel oogpunt geen relatie met de ontwikkeling van de foodhal, die in dit bestemmingsplan wordt mogelijk gemaakt.<br><br>Wel kan worden meegegeven dat het plaatsen van 'bedriegertjes' vooralsnog geen onderdeel uitmaakt van de inrichting van de openbare ruimte van het marktplein. Wel is de openbare ruimte zodanig ingericht dat de zogeheten 'bedriegertjes' in de toekomst geplaatst kunnen worden zonder grote fysieke ingrepen. |

## Deel 2 - Overzicht (ambtshalve) aanpassingen bestemmingsplan

| Toelichting | | |
|---|---|---|
| **Nr.** | **Hoofdstuk** | **Aanpassing** |
| | **Algemeen** | |
| 1. | Redactionele aanpassingen | ▪ Het begrip 'markthal' is vervangen door het begrip 'foodhal'<br>▪ Voor de versmarkt is geen specifiek assortiment toegeschreven. De versmarkt is gericht op dagverse producten |
| | **Beleidskaders** | |
| 2. | Paragraaf 3.1.3 Ladder voor duurzame verstedelijking | De paragraaf met betrekking tot de Ladder voor duurzame verstedelijking is herschreven aan de hand van een nieuw (geactualiseerd) rapport van BRO. |
| 3. | Paragraaf 3.2 Provinciaal beleid | De beleidskader van de provincie Noord-Holland zijn bijgewerkt naar het meest actuele beleid, zoals de omgevingsvisie en de omgevingsverordening. |
| | **Omgevingsaspecten** | |
| 4. | Paragraaf 4.11 Groenparagraaf | Aan hoofdstuk 4 is een groenparagraaf toegevoegd. |

| Planregels | | |
|---|---|---|
| **Nr.** | **Hoofdstuk** | **Aanpassing** |
| | **Inleidende regels** | |
| 1. | Artikel 1 - begrippen | ▪ Toevoegen nieuw begrip 'foodhal':<br>Een gebouw met een overdekte verzameling van hoofdzakelijk verschillende eetkramen en/of keukenunits van horecacategorie 1 en 2, ondergeschikt een versmarkt en gezamenlijke zitruimten.<br><br>▪ Artikel 1.25 'horecastandplaats' is geschrapt<br><br>▪ Aanpassen artikel 1.33 'versmarkt':<br>Een specifieke vorm van detailhandel al dan niet in de vorm van een zelfbedieningszaak waar in hoofdzaak versproducten zoals groente, fruit, brood, vlees en zuivel worden aangeboden en verkocht en in beperkte mate huishoudelijke artikelen tot een maximum van 20% van het bvo.<br>▪ Toevoegen nieuw begrip 'open looproute':<br>Doorgang door een ruimte, die voldoende bewegingsvrijheid biedt voor consumenten om elkaar te passeren. |
| | **Bestemmingsregels** | |
| 2. | Artikel 3 - Centrum - 3 | **3.1 Bestemmingsomschrijving**<br>De voor 'Centrum - 3' aangewezen gronden zijn bestemd voor:<br>1. een foodhal bestaande uit:<br>a. een versmarkt tot een maximale bruto vloeroppervlak van 200 m²<br>b. eetkramen en/of keukenunits van horecacategorie 1 en 2 tot een gezamenlijk bruto vloeroppervlak bedraagt van niet meer dan 600 m²; |

| | | |
|---|---|---|
| | | **3.2 Bouwregels**<br>3.2.1 Gebouwen<br>(...)<br>e. Alle gevels van het gebouw dienen (per gevel) voor minimaal 90% transparant te zijn.<br><br>**3.3 Nadere eisen is geschrapt**<br><br>**3.4 Specifieke gebruiksregels**<br>*3.4.1 Inrichtingsregels*<br>a. de eetkramen en/of keukenunits als bedoeld in artikel 3.1 lid a sub 1 dienen vormgegeven en gepositioneerd te worden in minimaal 5 afzonderlijke en zelfstandig functionerende eetkramen en/of keukenunits, met dien verstande dat elk afzonderlijk eetkraam en/of keukenunit een minimum bruto vloeroppervlak van 10 m² heeft en een maximum bruto vloeroppervlak van 200 m²;<br>b. de foodhal dient te voorzien in een open looproute.<br><br>*3.4.2 Strijdig gebruik*<br>In aanvulling op artikel 7 wordt tot een strijdig gebruik van gronden en bouwwerken in elk geval gerekend het gebruiken of laten gebruiken voor:<br>a. een supermarkt als bedoeld in artikel 1.33. |