



Ontwikkelingsmogelijkheden winkelcentrum Osdorpplein

Amsterdam, stadsdeel Osdorp

V^{vught}**ЯО**
adviseurs in
ruimtelijke ordening
economie en
milieu



adviseurs in
ruimtelijke ordening
economie en
milieu

Postbus 68 5260 AB Vught
Taalstraat 36 Vught
www.bro.nl

telefoon 073 658 90 40
fax 073 656 16 65
e-mail: vught@bro.nl

Documentatiepagina

Opdrachtgevers:	William Properties en Stadsdeel Osdorp
Titel rapport:	Ontwikkelingsmogelijkheden winkelcentrum Osdorpplein
Rapporttype:	Eindrapportage
Rapportnummer:	204X00072.027941_1_2
Datum:	9 mei 2006
Contactpersoon opdrachtgevers:	de heer ir. T.J. Ruiter
Projectteam BRO:	de heer J. Kaai en de heer A. Boekesteijn
Trefwoorden:	Stadsdeelcentrum, distributieplanologisch onderzoek, branchering, ontwikkelingsmogelijkheden
Beknopte inhoud:	BRO heeft de ontwikkelingsmogelijkheden onderzocht van het stadsdeelcentrum Osdorpplein in Amsterdam. De ambitie van het stadsdeel is Osdorpplein te maken tot hét centrum van Nieuw West. Om dit te bereiken achten wij een forse schaalvergroting noodzakelijk. In het onderzoek is een profiel voor het toekomstige stadsdeel geschetst, met daarbij een voorstel voor de branchering. Tevens is aangegeven hoe deze ontwikkelingen ingepast kunnen worden in de detailhandelstructuur van het stadsdeel en waar afstemming dient plaats te vinden met andere relevante ontwikkelingen.

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING	3	5. BELEIDSANALYSE	33
1.1 Aanleiding	3	5.1 Rijksbeleid	33
1.2 Vraagstelling	3	5.2 Regiobeleid	33
		5.3 Lokaal beleid	34
		5.4 Resumé beleid	36
2. AANBODSITUATIE	5		
2.1 Nieuw West	5	6. ONTWIKKELINGSMOGELIJKHEDEN	37
2.2 Stadsdeel Osdorp	10	6.1 Uitgangssituatie	37
2.3 Osdorpplein	12	6.2 Ambitie en positionering	37
2.4 Horeca en diensten	14	6.3 Kwantitatieve mogelijkheden	38
2.5 Verkeersaspecten	15	6.4 Kwalitatieve mogelijkheden	41
2.6 Resumé aanbodsituatie	15	6.5 Advies programma	45
		6.6 Advies centrumprofielen en detailhandelsstructuur	47
3. VRAAG EN FUNCTIONEREN	19	6.7 Instrumenten	49
3.1 Draagvlak	19		
3.2 Koopstromen	21	BIJLAGE	
3.3 Huidig functioneren	22	Detailhandelsontwikkelingen	1
3.4 Resumé vraag en functioneren	24	Bevolkingsontwikkeling	3
		Detailhandelsaanbod naar bezoekdoel	3
4. TRENDS, ONTWIKKELINGEN EN REFERENTIES	25	Branchering winkelaanbod Nieuw West	3
4.1 Consumententrends	25	Functioneren aanbod Nieuw West	5
4.2 Aanbodtrends	26	Centrumprofielen	6
4.3 Detailhandelsontwikkelingen Nieuw West en regio	28		
4.4 Ontwikkelingen in referentie stadsdeelcentra	29		

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding

Vernieuwing Osdorp

Op 23 februari 2005 heeft de stadsdeelraad Osdorp het 'Vernieuwingsplan Centrum Amsterdam Nieuw West' goedgekeurd. Dit is het startsein voor de ontwikkeling van een belangrijk nieuw centrum voor heel Amsterdam Nieuw West¹. Het winkelcentrum Osdorpplein en omgeving zullen hiermee een zeer ingrijpende metamorfose ondergaan.

Osdorpplein wordt dé ontmoetingsplek. Belangrijke vernieuwingen daarvoor zijn uitbreiding van de winkel- en ontspanningsfuncties, verplaatsing van het stadsdeelhokoor, de komst van een hotel, een bioscoop en toevoeging van nieuwe winkelformules. Stedenbouwkundige ingrepen, zoals een nieuw te graven gracht, de bouw van een aantal woontorens en de veranderingen in de openbare ruimte, maken het centrum aantrekkelijker voor meerdere doelgroepen. Het woongebied zal hierdoor eveneens een impuls krijgen.

¹ Nieuw West is het stedelijk gebied ten westen van de A10 en omvat globaal de stadsdelen Geuzenveld/Slotermeer, Bos&Lommer, Slotervaart en Osdorp. Deze stadsdelen werken onder de naam 'Parkstad' samen met woningbouwcorporaties en andere marktpartijen, om de omvangrijke stedelijke vernieuwingsoperatie in Amsterdam Nieuw West uit te voeren.

William Properties (WP) is geselecteerd om, samen met het stadsdeel, de herontwikkeling van winkelcentrum Osdorpplein te realiseren. Momenteel is William Properties bezig een verdere uitwerking van het 'Vernieuwingsplan' te maken. In de toekomst wordt een uitbreiding voorzien van 10.000 tot 15.000 m² bvo aan commercieel programma. Dit programma is nog variabel.

1.2 Vraagstelling

Achtergrond

In 2004 is door WPM een studie gedaan naar de ontwikkelingsmogelijkheden van Osdorpplein². Tezamen met de detailhandelsvisie van stadsdeel Osdorp en het Vernieuwingsplan voor Osdorpplein³ zijn dit de achtergronden voor onderliggende studie.

William Properties (WP) en het stadsdeel Osdorp hebben opdracht gegeven voor een actualisatie en nadere onderbouwing van de ontwikkelingsmogelijkheden en uitbreidingsruimte voor het winkelcentrum Osdorpplein. Dit in samenhang met de eerdere studies voor het centrum, daarnaast zal ook expliciet rekening gehouden worden met het vigerende locale en regionale overheidsbeleid⁴.

² WPM; Osdorp-centrum Amsterdam Ontwikkelingsvisie, juni 2004.

³ Stadsdeel Osdorp: Detailhandelsvisie Osdorp (oktober 2003) en Vernieuwingsplan Parkstad/Centrum Amsterdam Nieuw West (december 2004).

⁴ Detailhandel in het ROA-gebied: Selectieve dynamiek. Regionaal Detailhandelsbeleid 2006 – 2010 (oktober 2005)

Vraagstelling

Voor dit onderzoek hebben wij de volgende vraag geformuleerd.

Wat zijn de ontwikkelingsmogelijkheden, in kwantitatieve en kwalitatieve zin, voor opschaling van het winkelcentrum Osdorpplein tot dé ontmoetingplek van Amsterdam Nieuw West?

De belangrijkste onderzoeks(deel)vragen zijn:

- Wat is de omvang en samenstelling van het voorzieningenaanbod (detailhandel, horeca en dienstverlening) in Nieuw West, met in het bijzonder Stadsdeel Osdorp en winkelcentrum Osdorpplein?
- Welke relevante ontwikkelingen en plannen zijn er?
- Wat is de huidige vraagsituatie (bevolkingsomvang, bestedingen en koopstromen) in Nieuw West en de regio, en hoe ontwikkelt deze zich?
- Wat is het huidige economisch functioneren van de detailhandel in Nieuw West en specifiek Osdorpplein?
- Wat zijn relevante algemene trends en -ontwikkelingen?
- Wat zijn de kwantitatieve en kwalitatieve (branchering, trek- kers, segmentatie) mogelijkheden voor uitbreiding van het winkel- aanbod op het Osdorpplein?
- Hoe kan, op het niveau van het stadsdeel, de grootschaligheid in de detailhandel het meest optimaal worden gefaciliteerd?
- Wat zijn de effecten van opschaling van het Osdorpplein voor de winkelstructuur in Nieuw West?

Voorgaande onderzoeksvragen worden in de onderliggende rap- portage beantwoord.

2. AANBODSITUATIE

2.1 Nieuw West

De ambitie is om Osdorpplein te ontwikkelen tot hét hart van Nieuw West. Om de ontwikkelingsmogelijkheden goed te kunnen bepalen is het daarom van belang de aanbodsituatie in heel Nieuw West in beeld te krijgen.

Beperkt aanbod per stadsdeel

In totaal is er in de vier stadsdelen van Nieuw West ca. 42.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo)⁵ aan dagelijkse winkels en ca. 86.000 m² wvo aan niet-dagelijkse winkels aanwezig. Per inwoner is er in de dagelijkse sector 0,26 m² wvo en in de niet-dagelijkse sector 0,54 in heel Nieuw West. In verhouding tot gemeentelijke en landelijke gemiddelden is dit beperkt⁷.

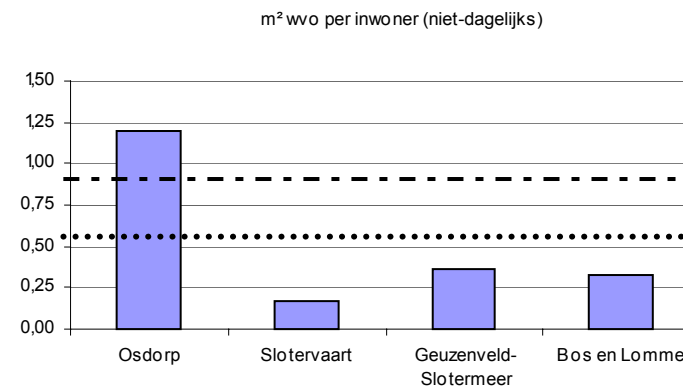
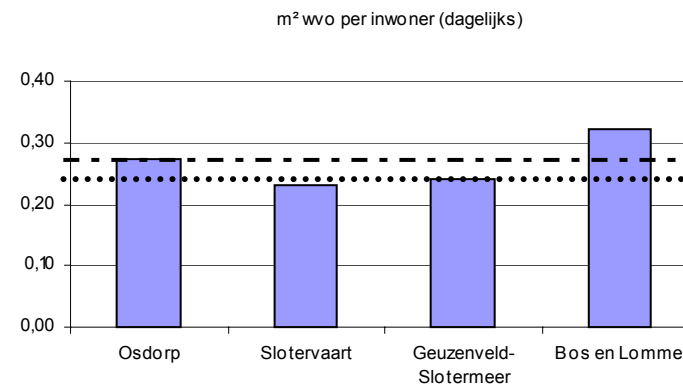
Per stadsdeel zijn er in de niet-dagelijkse sector grote verschillen. Osdorp heeft in deze sector het meeste aanbod, bijna 54.000 m² wvo. Dit is 1,20 m² wvo per inwoner, tegen 0,54 m² wvo voor heel Nieuw West. Het aanbod in de dagelijkse sector is meer evenwichtig verdeeld. In de stadsdelen Slotervaart en Geuzenveld-Slotermeer

⁵ wvo staat voor winkelvloeroppervlak. Het betreft hier de voor het publiek toegankelijke winkelruimte.

⁶ Bron van de gegevens over het winkeloppeervlak is het Locatus verkooppuntenbestand (januari 2006).

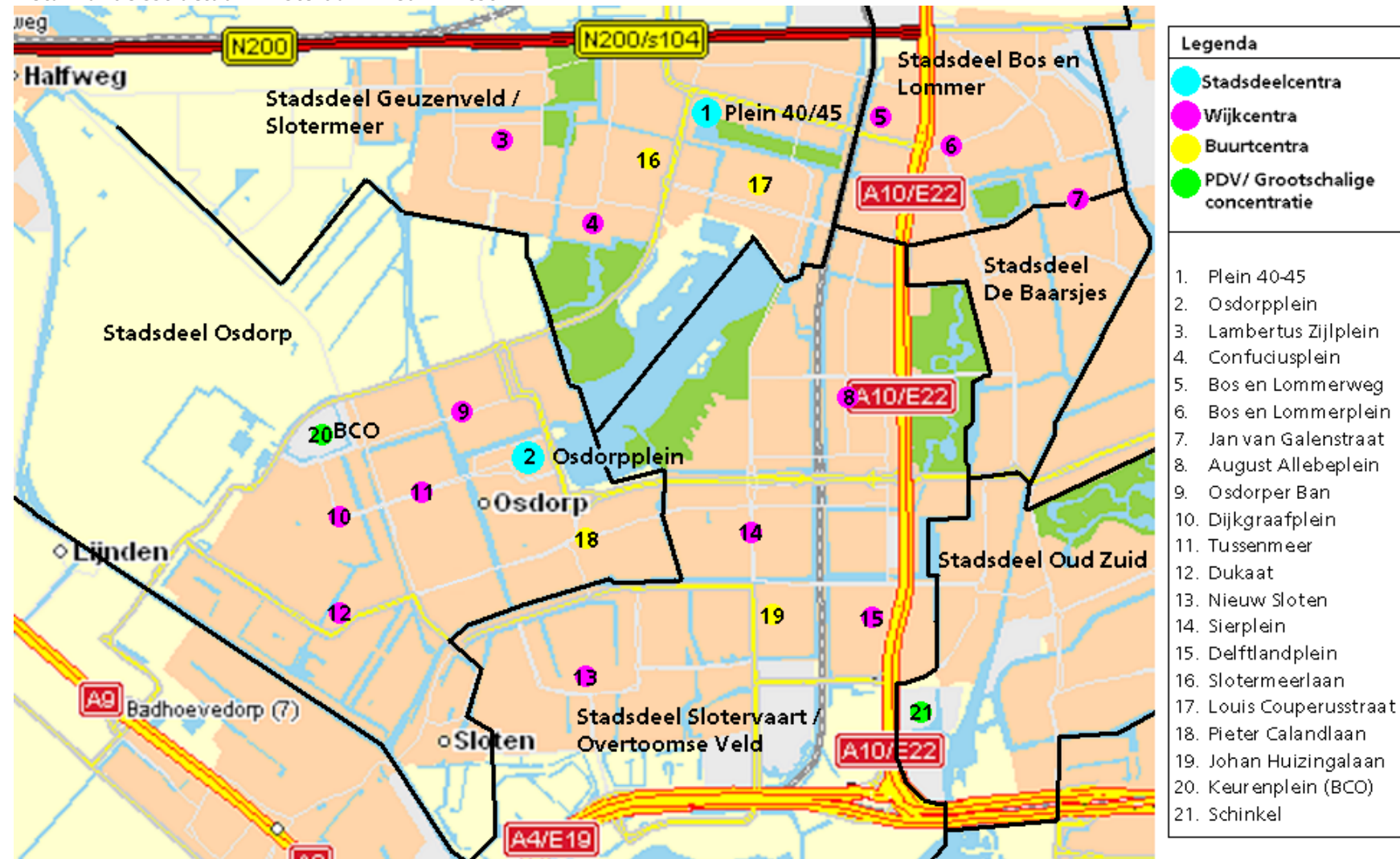
⁷ Gemiddelde totale gemeente Amsterdam is 0,29 (dagelijks) en 0,97 (niet-dagelijks). Landelijk is dit 0,32 (dagelijks) en 1,26 (niet-dagelijks).

blijft het aanbod iets achter op het gemiddelde voor heel Nieuw West, respectievelijk 0,23 en 0,24 m² wvo per inwoner, tegen 0,26 voor Nieuw West.



..... gemiddelde Nieuw West
- - - - - gemiddelde Amsterdam

Detailhandelsstructuur Amsterdam Nieuw West



Fijnmazige hoofdstructuur

De detailhandelsstructuur in Nieuw West is zeer planmatig opgezet. Dit resulteert in een duidelijke concentratie in de centrumgebieden en weinig verspreide vestiging. Ongeveer 80% van het winkelaanbod is gevestigd in één van de 20 winkelcentra, het overige aanbod is verspreid gevestigd. Deze verdeling komt overeen met heel Amsterdam, maar ligt onder het landelijk gemiddelde. In heel Nederland is ruim 35% van het aanbod verspreid gevestigd.

Tabel 2.1: Detailhandelsaanbod Nieuw West naar type concentratiegebied

	Aantal centra	Totaal m ² wvo	Aandeel van totaal	
			Nieuw West	Amsterdam (ex. binnenstad)
Buurtcentrum	4	2.137	2%	2%
Grootschalige concentratie	1	13.179	10%	16%
Stadsdeelcentrum	2	41.857	32%	39%
Verspreide bewinkeling	-	26.113	20%	21%
Wijkcentrum groot	5	25.373	20%	10%
Wijkcentrum klein	8	20.159	16%	8%
Totaal	20	128.818	100%	100%

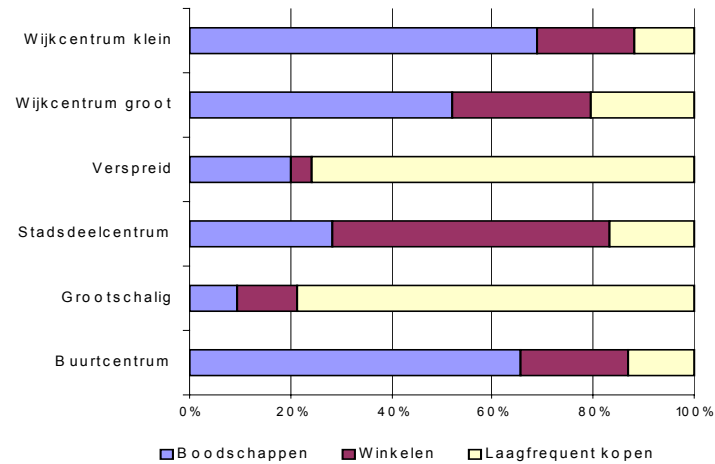
De hoofdstructuur is daarmee nog steeds een afspiegeling van de oorspronkelijke stedenbouwkundige opzet van de westelijke tuinsteden. De wijk- en buurtcentra hebben een dominante positie in deze structuur. Een groot deel van het aanbod is gevestigd in de grote en kleine wijkcentra, 36%. Voor heel Amsterdam is 'slechts' 18% van het aanbod in dit type centra gevestigd.

Het aanbod in de grootschalige concentraties en stadsdeelcentra is daarentegen relatief beperkt in omvang. De trend van schaalvergroting en de opkomst van perifere locaties lijkt in Nieuw West dus nog niet tot uitvoering te zijn gebracht.

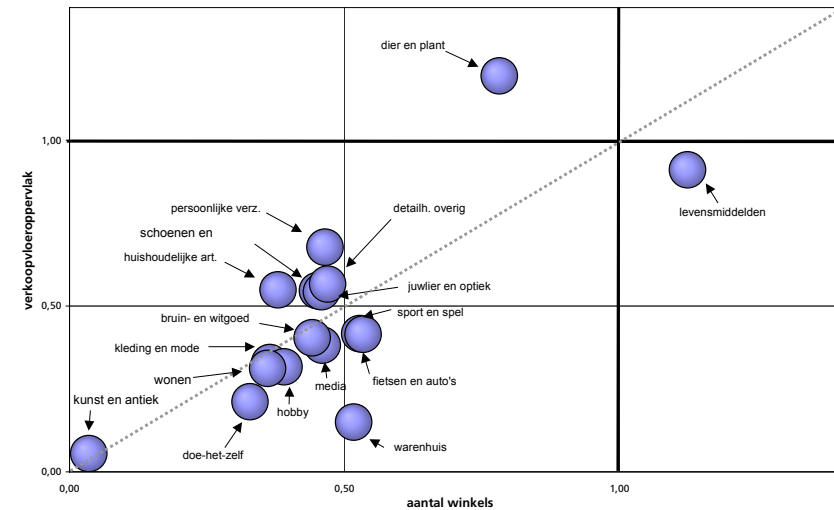
Nieuw West mist daarmee een duidelijke hiërarchische opbouw van de detailhandelsstructuur. Er is wel een sterke basis aan de onderkant met een fijnmazige structuur op buurt- en wijkniveau, maar boven in de hiërarchie ontbreekt een krachtig stadsdeelcentrum. De twee huidige stadsdeelcentra zijn beide te beperkt van omvang om deze positie in te nemen.



Aanbod type winkelcentrum naar bezoekmotief



Branchering Nieuw West vergeleken met landelijke gemiddelden



Toelichting grafiek

Een vergelijking van de branchering met landelijke gemiddelden geeft inzicht in de positionering van het aanbod. Elke branche wordt op de x-as gepositioneerd met het aantal winkels en op de y-as met het winkelvloeroppervlak. De waarde 1,00 op de x- en y-as geeft het landelijk gemiddelde aan, naar respectievelijk aantal winkels en winkelvloeroppervlak (m² vvo). Een waarde > 1,00 betekent dat het aanbod in betreffende branche groter is dan dit gemiddelde, een waarde < 1,00 duidt op een kleiner dan gemiddeld aanbod. De diagonale lijn geeft de gemiddelde winkelgrootte weer. Een positie boven deze lijn duidt op grote winkels, een positie daaronder duidt op kleine winkels.

Voorbeeld: het 'bolletje' van de levensmiddelenbranche ligt rechts van de 1,00 (x-as), dit betekent dat deze branche meer winkels heeft dan gemiddeld. Het bolletje ligt echter onder de 1,00 (y-as), dus minder m² vvo dan landelijk gemiddeld. Het bolletje ligt ook onder de schuine lijn: relatief kleinschalig aanbod.

Centra naar bezoekenmotief

De wijk- en buurtcentra in Nieuw West hebben voornamelijk een profiel van boodschappencentrum. De consument kan hier terecht voor zijn dagelijkse behoefte. Dit blijkt uit het grote aandeel winkels gericht op boodschappen⁸.

De stadsdeelcentra vertonen een mix aan typen aanbod. Het grootste deel is gericht op het recreatieve winkelen, maar er is ook een aanzienlijk aandeel boodschappen. Deze dubbelfunctie is typerend voor stadsdeelcentra. Het verspreide aanbod en het aanbod op grootschalige concentraties is voornamelijk gericht op laag frequente aankopen, zoals woninginrichting en doe-het-zelf. Dit zijn branches met veel grootschalige winkels.

Branchering Nieuw West

In de grafiek is de branchering van het winkelaanbod in Nieuw West vergelijken met landelijke gemiddelden voor plaatsen van 100.000 tot 175.000 inwoners. Dit geeft inzicht in de omvang van het winkelaanbod in de verschillende branches en het aantal winkels⁹.

⁸ Het detailhandelsaanbod in Nederland kan op hoofdlijnen worden ingedeeld naar drie categorieën; boodschappen, winkelen en laag frequente aankopen. Zie bijlage voor een toelichting: detailhandelsaanbod naar bezoekdoel.

⁹ Bij deze vergelijking moet de nuancering worden geplaatst dat Nieuw West vergeleken wordt met grote plaatsen in Nederland. Hoewel het aantal inwoners vergelijkbaar is, zijn er verschillen in detailhandelsstructuur. De grotere plaatsen hebben een sterk hoofdwinkelgebied met vaak een regionale verzorgingsfunctie en veelal ook grote perifere locaties met grootschalig aanbod. Deze structuur heeft invloed op de aanbodsituatie.

De grafiek geeft duidelijk weer dat het winkelaanbod in Nieuw West fungeert als deelgebied binnen het grote geheel van de gemeente Amsterdam. Het aanbod is in vrijwel alle branches beperkt vertegenwoordigd. Alleen de branches levensmiddelen en dier en plant zijn 'normaal' aanwezig. Deze verhoudingen worden met name veroorzaakt door de positie van de binnenstad en de diverse (bijzondere) perifere locaties, met een belangrijke verzorgingsfunctie ook voor Nieuw West. Het aanbod in de stadsdelen is hieraan ondergeschikt, wat zich vertaalt in het beperkte oppervlak.

Binnen de totale branchering zijn er toch verschillen op te merken in aanwezigheid van de branches. Enkele branches zijn naar aantal en/of oppervlak (zeer) beperkt aanwezig in Nieuw West. Het gaat om de volgende branches:

Beperkt naar aantal winkels:

- Antiek en kunst
- Doe-het-zelf
- Wonen
- Kleding en mode
- Huishoudelijke artikelen
- Hobby

Beperkt naar totaal winkeloppervlak:

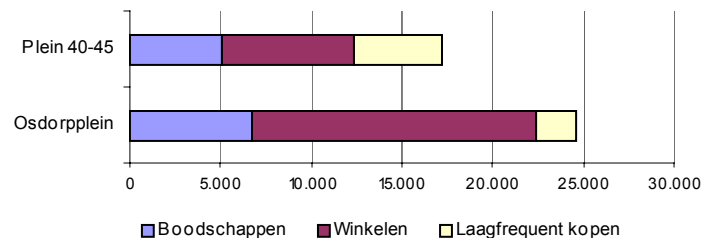
- Antiek en kunst
- Warenhuis
- Doe-het-zelf
- Wonen
- Hobby
- Kleding en mode

Osdorpplein versus Plein 40 – 45

In Nieuw West zijn de stadsdeelcentra Osdorpplein en Plein 40 – 45 de grootste winkelcentra, met een belangrijke verzorgingsfunctie voor omliggende wijken. Osdorpplein (ca. 24.600 m² wvo) kan omschreven worden als een (middel)groot stadsdeelcentrum (1^e categorie). Plein 40 – 45 (ca. 17.200 m² wvo) is een klein stadsdeelcentrum (2^e categorie). Naar winkeloppervlak is dit centrum onderge-

schikt aan Osdorpplein. De verzorgingsfunctie beperkt zich tot het eigen stadsdeel (Geuzenveld-Slotermeer), daar waar Osdorpplein een groter gebied bereikt.

Aanbod Plein 40 – 45 en Osdorpplein naar bezoekmotief



Naar bezoekmotief kennen de beide centra een min of meer vergelijkbare verhouding. Het boodschappen doen is een sterke basis, aangevuld door een ruim aanbod aan recreatieve branches. Vooral op Osdorpplein zijn deze branches dominant. Opvallend is het naar verhouding grote aandeel laagfrequente branches op Plein 40 – 45, vooral door de aanwezigheid van enkele grote woonzaken.

2.2 Stadsdeel Osdorp

Totaal winkeloppervlak en spreiding

Binnen het stadsdeel Osdorp is winkelcentrum Osdorpplein¹⁰, met ongeveer 24.600 m² wvo¹¹, het grootste winkelgebied. Naar oppervlak staat de perifere locatie Bedrijven Centrum Osdorp (BCO) op de tweede plaats. Op wijk- en buurniveau is het aanbod verdeeld over vijf winkelcentra, waarvan Tussenmeer en Osdorper Ban de grootste zijn.

De omvang van de verschillende wijk- en buurncentra is naar landelijke maatstaven klein. De oppervlakten lopen uiteen van ongeveer 1.900 tot 3.600 m² wvo. Goed functionerende wijkcentra in Nederland behoeven doorgaans een oppervlak van 3.000 tot 6.000 m² wvo.

De kleine omvang, maar ook de beperkte verzorgingsgebieden en vele concurrentie in de directe omgeving zijn knelpunten die door het stadsdeel worden onderkend¹².

¹⁰ Het winkelcentrum Osdorpplein betreft in dit onderzoek het Osdorpplein zelf en Tussenmeer tot aan de Hoekenesgracht.

¹¹ In het Vernieuwingsplan Parkstad Amsterdam Nieuw West is voor het winkeloppervlak op Osdorpplein een metrage van 51.973 m² bvo opgenomen. Dit cijfer verschilt aanzienlijk van bovengenoemde cijfers. De bron hiervan is niet bekend ook niet waarover het cijfer betrekking heeft. Mogelijk gaat het om het bruto ruimte beslag inclusief omliggende openbare ruimte. In dit onderzoek wordt als basis het Locatus verkooppuntenbestand gebruikt. Aan deze gegevens worden de ontwikkelingsmogelijkheden gerelateerd.

¹² Bron: Detailhandelsvisie Osdorp, oktober 2003.

Tabel 2.2: Detailhandelsaanbod stadsdeel Osdorp

		dagelijkse		niet-dagelijkse		totaal	
		artikelen		artikelen			
		a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo
Stadsdeelcentrum	Osdorpplein ¹³	34	6.573	103	18.050	137	24.623
Wijkcentrum	Osdorper Ban	16	1.040	16	2.155	32	3.195
	Tussenmeer	8	1.029	15	2.629	23	3.658
	Dijkgraafplein	7	1.555	3	342	10	1.897
	Dukaat	6	1.792	4	578	10	2.370
Buurtcentrum	Pieter Calandlaan	2	175	4	323	6	498
Grootchalig	BCO	0	0	10	13.179	10	13.179
Verspreid	Bebouwde kom	3	90	3	16.025	6	16.115
	Bedrijfsterrein	0	0	1	320	1	320
		76	12.254	159	53.601	235	65.855

Tabel 2.3: Supermarktenaanbod stadsdeel Osdorp

Winkelcentrum	Formule	m² wvo
Dijkgraafplein	SuperCoop	1.335
Dukaat	C1000	1.360
Osdorper Ban	Deniz Supermarkt	140
	Spar	215
Osdorpplein	Dirk van den Broek	960
	Albert Heijn	2.868
Pieter Calandlaan	Caland	100
Tussenmeer	Coop	528
	Yakhlaf	140
Totaal		7.646

¹³ Inclusief Tussenmeer tot aan de Hoekenesgracht

Toch zijn er meerdere centra die voldoende toekomstperspectief hebben, zeker indien er één of meer supermarkten in het centrum zijn en er ruimtelijke en fysieke mogelijkheden zijn voor verbeteringen, zoals meer samenhang, betere parkeermogelijkheden en schaalvergroting.

Supermarktenaanbod in Osdorp

In het stadsdeel Osdorp zijn negen supermarkten gevestigd met een totaal oppervlak van ruim 7.600 m² wvo. Dit is ongeveer 62% van het totale aanbod in de dagelijkse sector. In vergelijking met landelijke gemiddelden is dit vrij beperkt. Normaal ligt dit aandeel rond de 70% à 75%.

De gemiddelde schaal (ca. 850 m² wvo) van de winkels komt wel overeen met landelijke gemiddelden. Toch zijn er meerdere supermarkten die naar moderne maatstaven klein zijn. Een moderne full-service supermarkt vraagt tegenwoordig al snel een oppervlak van 1.200 à 1.500 m² wvo, en vaak nog meer.

Ook naar diversiteit en marktsegment is de variatie beperkt. Er zijn veel kleine winkels van nog geen 100 of 200 m² wvo. Er is één (echt) grootschalige supermarkt. Harde discountsupermarkten (zoals Aldi en Lidl) zijn niet in Osdorp gevestigd. Wel is er sprake van enkele lopende initiatieven in de supermarktenbranche, zoals de transformatie van de Coop aan Tussenmeer in Lidl en de binnenkort te openen Aldi op Plein 40 – 45. In paragraaf 4.3 worden de plannen en ontwikkelingen nader toegelicht.

2.3 Osdorpplein

Positionering als centrum voor Nieuw West

Osdorpplein is het grootste en tevens belangrijkste winkelcentrum in het stadsdeel. Binnen het eigen stadsdeel ligt het centrum relatief decentraal in het oostelijk deel. Vanuit het perspectief van heel Nieuw West heeft het centrum juist een centrale ligging en is goed bereikbaar vanuit de verschillende stadsdelen. Deze ligging en de omvang maakt dat het centrum niet alleen een verzorgingsfunctie heeft voor Osdorp maar ook voor Nieuw West.



Ruimtelijk functionele structuur

WPM¹⁴ onderscheidt een aantal functionele deelgebieden, waarin min of meer dezelfde typen functies geclusterd zijn.

- *Het Recreatieve winkelhart:* Dit is de kern van het winkelcentrum. Hier zijn de voornaamste publiekstrekkingen gevestigd, voor wat betreft het 'recreatieve winkelen'. Dit gebied huisvest veel landelijke filiaalbedrijven, vooral aan de centrale as. Er zijn echter ook mindere delen, zoals de winkelstraat haaks op de cen-

trale as. Het druktebeeld is hier lager en duidelijke 'trekkerspoelen' ontbreken.

- *Tussenmeer:* Dit deelgebied kenmerkt zich door de aanwezigheid van veel lokaal georiënteerde ondernemers. De trekkracht wordt vooral bepaald door de twee supermarkten (Dirk van de Broek en Albert Heijn). Daarnaast is er een divers aanbod aan versspecialzaken.
- *Shoperade overdekt marktmilieu:* De Shoperade vormt bij uitstek het milieu voor kleinschalig (en allochtoon) ondernemen en is een voor Nederland vrij unieke formule. WPM spreekt van een wisselend beeld in functioneren. Het introverte karakter, matige interne routing en beperkte aansluiting op passantenstromen zouden hier debet aan zijn.
- *Het dienstengebied:* Hoewel de dienstenfuncties redelijk verspreid zijn gehuisvest is er enige concentratie aan de zuidzijde van het centrum. De fysieke relatie met overige delen van het winkelgebied ontbreekt volgens WPM en de kwaliteit is te gering om daadwerkelijk als trekker te kunnen functioneren.
- *Cultureel en sociaal-maatschappelijke zone:* De Meervaart, de bibliotheek en het stadsdeelhokantoor zijn min of meer aan dezelfde zijde van het centrum gevestigd. Met deze voorzieningen huisvest het gebied enkele sterke functies die de totale centrumfunctie optimaliseren.

De voornaamste knelpunten in de ruimtelijk functionele structuur zijn het ontbreken van een goed lopende routing en de ligging van de trekkers. Dit uit zich in een concentratie van de loopstromen in de winkelstraat in de Noordelijke wand, op de kruising Osdorpplein, Tussenmeer en Tussenmeer zelf. De zuidzijde van het centrum vertoont een laag druktebeeld. De kwaliteit van de structuur

¹⁴ WPM: Osdorp-centrum Amsterdam, Ontwikkelingsvisie.

wordt verder verminderd door vele onderbrekingen van het winkelfront, een matige inrichting van de openbare ruimte en onduidelijke looproutes en entrees.

Tabel 2.4: Overzicht branchering Osdorpplein

	a.w.	m ² wvo	m ² wvo/ winkel	aandeel totaal m ² wvo
Levensmiddelen	27	5.247	194	21%
Persoonlijke verzorging	7	1.326	189	5%
Warenhuis	1	1.404	1.404	6%
Kleding en mode	36	5.245	146	21%
Schoenen en lederwaren	14	3.467	248	14%
Juwelier en optiek	9	620	69	3%
Huishoudelijke en luxe art.	6	1.585	264	6%
Antiek en kunst	0	0	0	0%
Sport en spel	4	790	198	3%
Hobby	3	184	61	1%
Media	8	901	113	4%
Dier en plant	3	204	68	1%
Bruin- en witgoed	8	1.487	186	6%
Fietsen en autoaccessoires	1	238	238	1%
Doe-het-zelf	0	0	0	0%
Wonen	6	958	160	4%
Detailhandel overig	4	967	242	4%
totaal	137	24.623	180	100%

Branchering Osdorpplein

Het totale winkeloppervlak is verdeeld over 137 winkels. De gemiddelde schaal van de winkels komt neer op ca. 180 m² wvo per winkel. Belangrijke branches naar oppervlak zijn levensmiddelen, kleding en mode en schoenen. Een geringe vertegenwoordiging kennen de branches hobby en fietsen- en autoaccessoires. Doe-het-zelf en antiek en kunst zijn niet aanwezig. Doe-het-zelf is wel gevestigd op het BCO.

Branchering in vergelijking met landelijke gemiddelden

De kwantitatieve aspecten ten aanzien van de branchering zijn voor Osdorpplein in beeld gebracht door middel van een vergelijking met hoofdwinkelgebieden in plaatsen van 30.000 tot 50.000 inwoners. Opgemerkt moet worden dat het hier gaat om landelijke gemiddelden, de vergelijking is daarom slechts illustratief en moet met de nodige nuancering beschouwd worden.

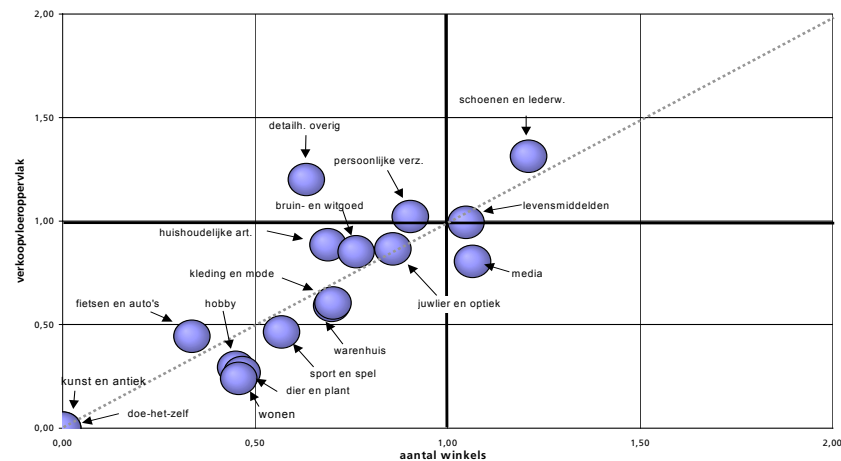
- Als Osdorpplein gezien wordt als het hoofdwinkelgebied van stadsdeel Osdorp en vergeleken wordt met plaatsen van 30.000 tot 50.000 inwoners, dan heeft het centrum een kleine omvang.
- De nuancering hierbij is dat er op wijk- en buurtniveau veel winkelaanbod is, ook in omliggende stadsdelen. Daarnaast heeft de binnenstad van Amsterdam een belangrijke verzorgingsfunctie. In de referentieplaatsen is dit minder het geval.
- De omvang van hoofdwinkelgebieden wordt ingegeven door de regiofunctie. Er is veel winkelaanbod om ook de consument in de regio te bedienen. Qua oppervlak heeft Osdorpplein deze functie dus niet.
- De boodschappenbranches (persoonlijke verzorging en levensmiddelen) lijken redelijk vertegenwoordigd. Toch blijft met name in de persoonlijke verzorgingsbranche de schaal van de grotere winkels achter in vergelijking tot landelijke ontwikkelingen¹⁵.
- Vooral de recreatieve branches die hier een belangrijke rol hebben, zoals kleding en mode, warenhuis en sport en spel, zijn

¹⁵ Kruidvat en Etos hebben in Osdorp een oppervlak van respectievelijk 400 m² wvo en 200 m² wvo. Tegenwoordig worden ook drogisterijen van 600 tot 800 m² wvo geopend.

naar oppervlak en aantal winkels zwak aanwezig op het Osdorpplein.

- De schoenenbranche is goed vertegenwoordigd.
- Beperkt aanwezig zijn de doelgerichte en grootschalige branches, zoals wonen en doe-het-zelf. Deze zijn sowieso zwak vertegenwoordigd in stadsdeelcentra in Nederland.
- De fietsen- en autoaccessoiresbranche is zwak vertegenwoordigd, naar omvang en aantal winkels.

Branchering Osdorpplein vergeleken met hoofdwinkelgebieden.



2.4 Horeca en diensten

Gering aanbod aan horeca

Op en rond het Osdorpplein zijn ongeveer tien horecazaken gevestigd¹⁶. Het gaat hierbij vooral om winkelondersteunende horeca, zoals lunchrooms, cafetaria's en een fastfoodrestaurant. Reguliere cafés en restaurants ontbreken nagenoeg. De grotere stadsdeelcentra in Nederland beschikken over het algemeen over tien tot vijftien (winkelondersteunende) horecagelegenheden. Het aanbod op het Osdorpplein is dus gering, maar staat wel in verhouding tot de huidige omvang van het plein.

Wanneer een stadsdeelcentrum ook nog over een duidelijke uitgaansfunctie beschikt, kan het aantal horeca gelegenheden aanmerkelijk hoger liggen. Het Osdorpplein beschikt met het theater de Meervaart over een dergelijke uitgaansfunctie. Dit theater wordt dus nauwelijks ondersteund door horeca, zoals een (grand)café of restaurant.

Regulier aanbod dienstverlening

Het aanbod aan publieksgerichte dienstverlening (met baliefunctie)¹⁷ is redelijk vertegenwoordigd in het stadsdeelcentrum. In totaal is er van alle publieksgerichte commerciële bedrijven ca. 15% aan dienstverlenende bedrijven op Osdorpplein. Er is een groot aantal uitzendbureaus in het gebied gevestigd, waaronder meerdere landelijke organisaties. Verder zijn er enkele reisbureaus, hypotheek-

¹⁶ Inventarisatie BRO.

¹⁷ Het gaat hierbij onder meer om uitzendbureaus, reisbureaus financiële dienstverlening, e.d.

adviseurs en een apotheek. Dienstverlenende bedrijven zijn normaal gesproken en zo ook in Osdorp vooral aan de randen van het centrum gevestigd.

Het aanbod in de dienstensector is daarmee redelijk normaal aanwezig en staat in verhouding tot de huidige omvang van het centrum.

2.5 Verkeersaspecten

Belangrijke factoren voor de aantrekkelijkheid van een winkelcentrum zijn de bereikbaarheid en parkeervoorzieningen. Hieronder wordt ingegaan op de bereikbaarheid van Osdorp Centrum en de parkeervoorzieningen.

Bereikbaarheid

- *Auto:* Osdorpplein is goed bereikbaar met verschillende vervoerswijzen. Met de auto is het centrum goed te bereiken vanuit alle richtingen. De meest gebruikte route is via de Cornelis Lelylaan en Meer en Vaart. Deze bewegwijzerde route is ruim vormgegeven en kent weinig congestie.
- *Openbaar vervoer:* Osdorpplein is zowel met de tram als met de bus te bereiken. Elke paar minuten rijdt er een tram of bus richting Amsterdam Centraalstation of Amsterdam Sloterdijk. De haltes (Meer en Vaart en Osdorpplein bij Albert Heijn) zijn bij de toegangen tot het centrum gelegen, zodat de loopafstanden minimaal zijn.

- *Fietsen:* Voor fietsers zijn op de Tussenmeer, Hoekenespad en Meer en Vaart ruime fietspaden aangelegd, zodat er aantrekkelijke fietsroutes zijn. Rondom het centrum zijn diverse fietsenstallingen geplaatst, die goed gebruikt worden. De trottoirs en het voetgangersgebied zijn ruim vormgegeven.

Parkeervoorzieningen

Rondom het Osdorpplein en Tussenmeer liggen diverse goed bereikbare parkeerplaatsen. In het hele gebied is betaald parkeren ingevoerd. Ook zijn twee parkeergarages aanwezig, die echter beperkt gebruikt worden.

Uit parkeeronderzoek¹⁸ blijkt dat er voldoende parkeerplaatsen aanwezig zijn, ook voor de zaterdagpiek. Echter de afstanden tot de omliggende woonstraten, waar geen betaald parkeren geldt, zijn kort. Het gevolg is uitwijkgedrag, waardoor een hoge parkeerdruk in de omliggende wijken ontstaat.

2.6 Resumé aanbodsituatie

Nieuw West

- De stadsdelen in Nieuw West hebben een fijnmazige detailhandelsstructuur, met een hoge dichtheid van wijk- en buurtcentra vooral gericht op de dagelijkse boodschappen. Een duidelijke hiërarchie met een krachtig stadsdeelcentrum aan de top ontbreekt echter.

¹⁸ Bron: BRO parkeeronderzoek Osdorpplein 2006.

- De totale omvang van het detailhandelsaanbod is in verhouding tot het aantal inwoners relatief beperkt, voornamelijk in de niet-dagelijkse sector.
- Binnen Nieuw West heeft stadsdeel Osdorp het meeste aanbod in de niet-dagelijkse sector, voornamelijk geconcentreerd op het Osdorpplein en het BCO. Plein 40 – 45 is daarna het grootste winkelcentrum.

Branches die zwak vertegenwoordigd zijn in Nieuw West zijn:

- | | |
|-------------------|----------------------------|
| • Antiek en kunst | • Kleding en mode |
| • Doe-het-zelf | • Huishoudelijke artikelen |
| • Warenhuis | • Hobby |
| • Wonen | |

Stadsdeel Osdorp

- Stadsdeel Osdorp heeft evenals heel Nieuw West een fijnmazige centrumstructuur, met veel (kleine) winkelcentra op vrij korte afstand van elkaar.
- Het stadsdeelcentrum Osdorpplein is het grootste en belangrijkste winkelcentrum binnen het stadsdeel, maar ook binnen heel Nieuw West. Het tweede centrum in Nieuw West, Plein 40 – 45, is kleiner dan Osdorpplein, heeft een beperktere verzorgingsfunctie en de recreatieve branches zijn minder sterk aanwezig.
- Het supermarktenaanbod in Osdorp is in verhouding tot landelijke gemiddelden beperkt in omvang, met meerdere kleine winkels. Ook de diversiteit aan supermarkten is beperkt.

Osdorpplein

- Osdorpplein is hét centrum van Nieuw West, qua winkeloppervlak, branchering en centrale ligging.

- Toch is het centrum klein in vergelijking met hoofdwinkelgebieden. Door het beperkte oppervlak kan Osdorpplein niet die verzorging bieden die verwacht zou worden. Het winkeloppervlak past niet bij de verzorgingsfunctie voor heel Nieuw West.

Branches die zwak vertegenwoordigd zijn op Osdorpplein zijn in verhouding tot de beoogde verzorgingsfunctie van het centrum en naar moderne maatstaven:

Naar verzorgingsfunctie:

- kleding en mode
- sport en spel
- warenhuis

Naar schaal:

- drogisterij
- bruin- en witgoed
- supermarkten

- Ruimtelijk functioneel gezien is er een sterke concentratie van winkels in het noordelijk deel van Osdorpplein, op de kruising Osdorpplein-Tussenmeer en Tussenmeer zelf. Het zuidelijk deel heeft nauwelijks een winkelfunctie.
- De routing door het centrum is daardoor niet optimaal en gebrekkig, met een sterke concentratie in bepaalde delen.



3. VRAAG EN FUNCTIONEREN

3.1 Draagvlak

Bijna 45.000 inwoners in Osdorp

Stadsdeel Osdorp telde op 1 januari 2005 44.738 inwoners¹⁹. In de vier stadsdelen rond Osdorp woont ongeveer een vijfde van de totale populatie in de gemeente Amsterdam. De samenstelling van de bevolking kenmerkt zich door de aanwezigheid van relatief veel ouderen.

- 16,4% van de bevolking is ouder dan 65 jaar, tegen 11,3% in heel Amsterdam. Van alle stadsdelen in Nieuw West heeft Osdorp het grootste aandeel ouderen.
- Het aandeel kinderen en jongeren is eveneens groter dan voor de hele stad. 23,4% van de bevolking in het stadsdeel is jonger dan 18 jaar, tegen 19,7% voor de hele stad. Het aandeel jongeren is vergelijkbaar aan de overige stadsdelen in Nieuw West.

Tabel 3.1: Aantal inwoners en leeftijdsverdeling

	Inwoners	65+	< 18
Osdorp	44.738	16,4%	23,4%
Slotervaart	44.570	13,8%	24,4%
Geuzenveld-Slotermeer	40.888	13,8%	24,7%
Bos en Lommer	30.989	7,4%	22,6%
Nieuw West	161.185		
Amsterdam		11,3%	18,9%

¹⁹ Bron: Kerncijfers Amsterdam 2005.

130.000 inwoners in Nieuw West

In het gebied dat door de diverse overheidsorganen en bureau Parkstad benoemd wordt als Nieuw West (de westelijke tuinsteden ten westen van de ring A10²⁰) wonen ca. 130.000 mensen. Dit gebied wordt beschouwd als het directe verzorgingsgebied van het Osdorpplein.

Veel gezinnen en laag inkomen

In Osdorp wonen relatief veel gezinnen met kinderen, 33,1%. Dit aandeel komt min of meer overeen met de andere stadsdelen in Nieuw West, alleen in Bos&Lommer is het aandeel lager. Het grote aantal gezinnen vertaalt zich ook naar de gemiddelde woningbezetting (gwb). Deze ligt op 2,27 tegen 1,97 voor de hele stad. Het inkomensniveau in Osdorp is beduidend lager (9,4%) dan het gemiddelde in heel Amsterdam, maar komt redelijk overeen met het landelijk gemiddelde.

Tabel 3.2: Aandeel gezinnen en inkomensverdeling

	Gezinnen met kinderen	gwb	Inkomen per hoofd ²¹
Osdorp	33,1%	2,27	12,4
Slotervaart	34,4%	2,32	13,1
Geuzenveld-Slotermeer	33,6%	2,28	11,1
Bos&Lommer	27,6%	1,92	10,7
Amsterdam	24,8%	1,97	13,7

²⁰ Het betreft hier dus de stadsdelen Osdorp en Geuzenveld in hun geheel en Slotervaart en Bos en Lommer alleen ten westen van de A10.

²¹ Gemiddelde besteedbare inkomen (x 1.000 euro) per inwoner over 2002. Het landelijk gemiddelde is 12,9.

De woningbouwontwikkeling is erop gericht meer draagkrachtige mensen naar Nieuw West te trekken. Dit gebeurt onder meer door sloop van sociale woningbouw en de nieuwbouw van een grotere aandeel (duurdere) koopwoningen. In welke mate het inkomensniveau hierdoor wordt beïnvloed is moeilijk in te schatten. Naar verwachting zal dit proces wel geleidelijk optreden, waardoor het consumentenprofiel in de loop der jaren zal veranderen. Reëel is te verwachten dat het inkomensniveau zich meer beweegt in de richting van het landelijk gemiddelde en daarmee ook in de richting van het Amsterdamse gemiddelde.

Veel allochtonen

Een aanzienlijk deel van de bevolking in Osdorp is van allochtone afkomst, 45,3%. Van alle stadsdelen in Nieuw West is dit aandeel echter het kleinste, in Geuzenveld-Slotermeer en Bos&Lommer wonen meer allochtonen. Het aandeel allochtonen zal de komende jaren nog flink toenemen, met ongeveer 8% tot 53,5%. Deze toename is groter dan voor heel Amsterdam.

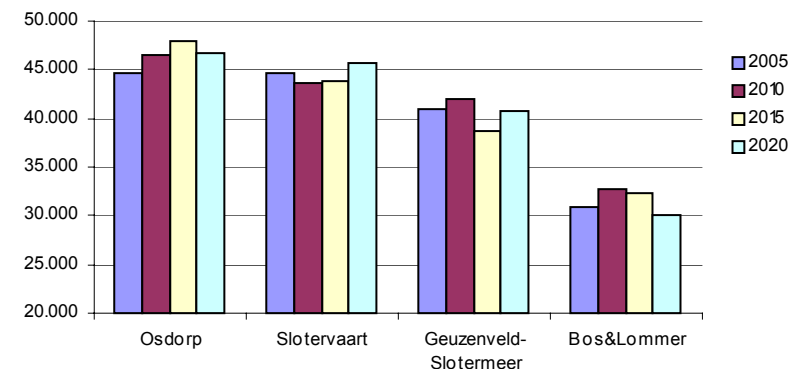
Tabel 3.3: Aandeel allochtonen van totale bevolking

	2005	2015
Osdorp	45,3%	53,5%
Slotervaart	45,4%	52,1%
Geuzenveld-Slotermeer	58,3%	70,4%
Bos&Lommer	61,6%	67,1%
Amsterdam	39,5%	43,0%

Bevolkingsontwikkeling

Op langere termijn is er voor Nieuw West in zijn totaliteit een lichte groei van de bevolking te verwachten. In 2020 zal het aantal inwoners van 161.000 nu, iets zijn toegenomen tot 163.000²². Binnen de verschillende stadsdelen is een wisselend beeld waar te nemen.

Grafiek: Bevolkingsontwikkeling Nieuw West



- In Osdorp groeit het aantal inwoners tot 2015 nog sterk met totaal ruim 7%, tot ca. 47.900.
- In Geuzenveld-Slotermeer en Bos&Lommer groeit het aantal inwoners nog tot 2010, daarna treedt een daling in.
- In Slotervaart zal het aantal inwoners pas op langere termijn toenemen. Tot 2015 is nog een daling te verwachten.

²² Bron: O&S januari 2005.

Woningbouwontwikkelingen

In Nieuw West vindt de komende tien jaar onder de naam ParkStad een grote stedelijke vernieuwingsoperatie plaats. Daarbij wordt volop gebouwd. Op dit moment zijn ruim 1.000 woningen in aanbouw. Dit jaar start de bouw van nog eens 1.200 woningen, vooral koopwoningen. In 2015 zullen 14.500 nieuwe koopwoningen gerealiseerd zijn, in verschillende typen en prijsklassen.

Voor de vernieuwingsoperatie zullen ook veel woningen worden gesloopt. Deze sloop samen met nieuwbouw resulteert in een andere samenstelling van het woningaanbod in de toekomst. Niet alleen naar type en prijs, maar ook naar dichtheid en locatie.

Grotere woningbouwlocaties die op korte termijn worden gerealiseerd zijn:

Locatie	Aantal woningen
• Zilverreiger	120
• 't Waterfort	95
• Caland Parc	74
• Stadstuinen	283
• Hartenlust	71
• De Nieuwe Wereld	307
• Baden Powelweg	90

Binnen Nieuw West zijn de locaties Stadstuinen en De Nieuwe Wereld de grotere woningbouwprojecten, beide in Osdorp. In het vernieuwingsproces loopt stadsdeel Osdorp voorop wat betreft nieuwbouw projecten. Dit blijkt ook uit de bevolkingsprognose. Osdorp groeit vooral de eerstkomende periode sterk. In de andere stadsdelen is de groei later gepland.

3.2 Koopstromen

In 2003/2004 zijn de koopstromen in Amsterdam gemeten²³. Met deze gegevens kan de koopkrachtbinding in de stadsdelen worden bepaald en kan de koopkrachttoevloeiing wordt benaderd. Dit is input voor het huidige economisch functioneren.

Tabel 3.4: Koopstromen Nieuw West (2005)

	Dagelijks		Niet-dagelijks	
	binding	toevloeiing	binding	toevloeiing
Osdorp	83%	15%	60%	45%
Slotervaart	73%	10%	22%	18%
Geuzenveld-Slotermeer	75%	10%	37%	30%
Bos&Lommer	68%	10%	23%	15%

- Een groot deel van de koopkracht in stadsdeel Osdorp wordt gebonden door het 'eigen' winkelapparaat.
- In de dagelijkse sector is deze hoge binding (83%) gebruikelijk. De consument is voor zijn dagelijkse boodschappen over het algemeen sterk georiënteerd op het winkelaanbod in de nabijheid.
- Landelijk zijn zelfs hogere bindingspercentages mogelijk. In de situatie van Osdorp speelt echter de stedelijke omgeving een belangrijke rol. De consument heeft veel keuzemogelijkheden, ook in omliggende gebieden, waardoor relatief veel uitwisseling van koopkracht plaatsvindt.

²³ Bron: O&S Amsterdam, consumentenenquête 2003-2004.

- Dit is ook in de andere stadsdelen van Nieuw West te zien, deze binden nog geen driekwart van de koopkracht. De fijnmazige aanbodstructuur zorgt ervoor dat de consument vele aankoopmogelijkheden heeft.
- In de niet-dagelijkse sector is de binding in vergelijking tot de andere stadsdelen in Nieuw West hoog, 60%. Hier is voornamelijk Osdorpplein voor verantwoordelijk, wat aangeeft dat dit centrum een belangrijke functie heeft.
- In de stadsdelen waar ook een belangrijk stadsdeelcentrum is gevestigd valt echter op dat de binding in de niet-dagelijkse sector op een nog wat hoger niveau ligt. Zuidoost (Amsterdam-sepoort) bindt namelijk 62% en Amsterdam-noord (Boven 't Y) en Amsterdam-centrum met de binnenstad binden zelfs 64%.
- De omzettoevloeiing in Osdorp is eveneens aan de hoge kant, vooral in de niet-dagelijkse sector. Hieruit blijkt de sterke aantrekkingskracht van Osdorpplein. Veel omzet is afkomstig vanuit omliggende gebieden.

Tabel 3.5: Omzetherkomst Osdorp (2005)

	Dagelijks	Niet-dagelijks
Osdorp	85%	55%
Slotervaart	6%	20%
Geuzenveld-Slotermeer	6%	14%
Bos&Lommer	< 1%	2%
Overig Amsterdam	< 1%	< 1%
Elders	< 1%	9%
	100%	100%

- 85% van de omzet van het detailhandelsaanbod in de dagelijkse sector in Osdorp komt uit het eigen stadsdeel. De overige

omzet komt vooral vanuit Slotervaart of Geuzenveld-Slotermeer.

- In de niet-dagelijkse sector komt iets meer dan de helft van de omzet uit Osdorp.
- Een aanzienlijk deel van de omzet komt uit Slotervaart en Geuzenveld-Slotermeer.
- Met name Slotervaart is voor Osdorp een belangrijk verzorgingsgebied, 20% van de totale omzet in de niet-dagelijkse sector komt hier vandaan. Dit kan verklaard worden doordat beide stadsdelen direct op elkaar aansluiten. Daarnaast is het totale aanbod in Slotervaart beperkt.
- Geuzenveld-Slotermeer is eveneens sterk op Osdorp georiënteerd. Maar vanwege de grotere afstand tot Osdorp en het ruimere aanbod, onder meer Plein 40 – 45, net iets minder dan Slotervaart.
- Ongeveer 10% van de totale omzet in de niet-dagelijkse sector komt van buiten Nieuw West. Het verzorgingsbereik reikt daarmee verder dan alleen de omliggende stadsdelen.

3.3 Huidig functioneren

Uitgangspunten

Het functioneren van de detailhandel in winkelcentrum Osdorp is op basis van de volgende uitgangspunten benaderd:

- Een draagvlak van ca. 130.000 inwoners in Nieuw West en ca. 44.700 in stadsdeel Osdorp.
- De gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking liggen op € 2.026,- in de dagelijkse sector en € 2.335,- in de niet-

dagelijkse sector²⁴. Daarbij is uitgegaan van het landelijk gemiddelde zonder inkomenscorrectie, aangezien het inkomensniveau in Osdorp overeenkomt met landelijke gemiddelden.

Functioneren detailhandel stadsdeel Osdorp

Confrontatie van de vraag en aanbod leidt tot de volgende inzichten over het huidige functioneren van het detailhandelsaanbod in stadsdeel Osdorp. In de bijlage is het functioneren van de andere stadsdeelcentra in Nieuw West aangegeven.

Tabel 3.6: Huidig functioneren detailhandelsaanbod stadsdeel Osdorp

	Dagelijks	Niet-dagelijks
Inwoners	44.738	44.738
Besteding	2.026	2.335
Bestedingspotentieel (x € mln.)	90,6	104,5
Koopkrachtbinding	83%	60%
Totale gebonden bestedingen (x € mln.)	75,0	62,5
Koopkrachttoevloeiing	15%	45%
Omzet toevloeiing (x € mln.)	13,2	51,1
Totale omzet (x € mln.)	88,2	113,6
m² wvo	12.254	53.601
Vloerproductiviteit (omzet per m² wvo)	7.200	2.100
landelijk gemiddelde	6.400	1.900

De dagelijkse sector in Osdorp functioneert bovengemiddeld. De vloerproductiviteit (€ 7.200,-) ligt ruim boven het landelijk gemid-

delde. De niet-dagelijkse sector functioneert eveneens bovengemiddeld, met een vloerproductiviteit van € 2.100,-²⁵.

Met name in de dagelijkse sector bestaat er dus een grote druk op de winkelmeters. Het totale aanbod is relatief beperkt in omvang, zoals blijkt uit de aanbodanalyse en het aanwezige aanbod realiseert hoge omzetten.

In mindere mate is dit ook het geval in de niet-dagelijkse sector. Het naar verhouding ruime aanbod in deze sector functioneert op omzet vanuit het eigen stadsdeel maar vooral ook op omzet vanuit omliggende stadsdelen. Hierdoor komt de totale omzet uit boven het gemiddelde en heeft Osdorpplein een belangrijke verzorgingsfunctie voor Nieuw West.

In de bijlage is een benadering weergegeven van het functioneren van het detailhandelsaanbod in Slotervaart en Geuzenveld-Slotermeer. Ook het aanbod daar functioneert met relatief hoge omzetten per m² wvo. Met name de niet-dagelijkse sector steekt hier bovenuit. Deze sector kent in deze stadsdelen een naar verhouding hoge vloerproductiviteit. Dit wordt onder meer veroorzaakt door het beperkte winkelaanbod aldaar en door het ontbreken van grootschaligheid in het winkelaanbod.

²⁴ Bron: HBD. Toonbankbestedingen in enge zin. Het betreft hier de werkelijke cijfers over 2004.

²⁵ Hiermee is niet gezegd dat het aanbod in de toekomst met landelijke gemiddelden of gewogen gemiddelden kan functioneren. De gemiddelden dienen slechts als referentie. Voor de toekomstige situatie zal een normatieve omzet bepaald moeten worden. Bovendien wordt het gewogen gemiddelde sterk bepaald door de bestaande situatie met relatief veel speciaalzaken in de dagelijkse sector waardoor de gewogen omzet op een laag niveau ligt.

3.4 Resumé vraag en functioneren

- Heel Nieuw West, het gebied ten westen van de A10, telt ruim 130.000 inwoners.
- In Osdorp wonen bijna 45.000 inwoners. Een groot deel van de bevolking is ouder dan 65 jaar, er zijn veel gezinnen en veel allochtonen.
- Het draagvlak in Nieuw West zal nog iets toenemen, hoewel dit zeer gering is. In Osdorp wordt tot 2015 wel een forse bevolkingsgroei verwacht.
- Veel van de koopkracht in Nieuw West en specifiek Osdorp wordt gebonden door het eigen winkelaanbod. Toch is er nog veel uitwisseling van koopstromen, vooral door de fijnmazige aanbodstructuur met veel aankoopmogelijkheden en de stedelijke omgeving.
- De gerealiseerde koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector is lager dan in andere stadsdelen met een sterk stadsdeelcentrum, zoals Noord en Zuidoost.
- Het winkelaanbod in beide sectoren functioneert met een gemiddelde omzet die ruim boven landelijke gemiddelden uitkomt.
- Het relatief beperkte aanbod in Nieuw West vertaalt zich daarmee in een hoge omzetdruk: veel omzet op weinig meters.

4. TRENDS, ONTWIKKELINGEN EN REFERENTIES

4.1 Consumententrends

Winkelen als vorm van vrijetijdsbesteding krijgt concurrentie

Winkelen krijgt steeds meer concurrentie van andere vormen van vrijetijdsbesteding. Vroeger gingen we naar een binnenstad om te winkelen. Tegenwoordig besteden we onze tijd ook meer en meer aan bijvoorbeeld sporten, een dagje pretpark of weekendje weg. Daarnaast blijft onze mobiliteit toenemen. De verschillende mogelijkheden om te recreëren komen daarmee ook steeds dichterbij. Kortom ons referentiekader neemt toe, terwijl onze vrije tijd afneemt.

Dit leidt ertoe dat we kritischer worden in hoe en waar we onze tijd besteden. Voor onze 'spaarzame' tijd gaan we op zoek naar 'gegarandeerde beleving'. We bezoeken alleen nog winkelgebieden die kunnen voldoen aan onze wensen. De consument in Amsterdam Nieuw West zal in toenemende mate andere aankoopplaatsen gaan bezoeken. De binnenstad van Amsterdam is natuurlijk een belangrijke aankoopplaats. Maar ook winkelgebieden zullen zich steeds meer aandienen, zoals het Boven 't Y, Stadshart Amstelveen en de binnenstad van Haarlem, met z'n gezellige historische ambiance.

Toegenomen prijsbewustzijn

De prijsstelling van producten is en blijft een belangrijke factor bij de keuze voor een winkel of winkelgebied. De klantentrouw staat

hierdoor mede onder druk. Wanneer we elders een product goedkoper kunnen krijgen, dan waar we dit 'gewoonlijk' kopen, kopen we het daar. Het prijsbewustzijn is het duidelijkst zichtbaar bij supermarkten. De discounters zijn zeer expansief en hebben marktaandeel gewonnen. Daarnaast heeft Albert Heijn in de 'prijzenoorlog' tot nu toe weer marktaandeel teruggewonnen. De formules van Laurus zijn op dit moment naast de zelfstandigen de grote verliezers.

Internetgebruik en internetbestedingen

De 'e-commerce', het kopen via internet, wint steeds meer terrein. Het medium is vooral sterk in probleemloze en emotionele goederen, meestal van uniforme kwaliteit (boeken, CD's, reizen, e.d.). De bedreiging van internet is daarom vooral merkbaar voor deze artikelgroepen.

Hoe groot deze markt in zijn totaliteit is, is moeilijk te zeggen. Inschattingen komen uit op een omzet uit internetverkoop van € 1 tot € 5 miljard euro²⁶. Het gaat hierbij echter om bestedingen aan diverse producten en wereldwijd. De daadwerkelijke effecten op de toonbankbestedingen in Nederland zijn daarom moeilijk aan te geven, een groot deel van de bestedingen gaat om de aankoop van reizen, verzekeringen, auto's en entreekaarten. Dit zijn geen detailhandelsbestedingen.

Internet is vooral ook een bron van informatie, waar de detailhandel van kan profiteren. De consument kan (prijzen) vergelijken, productinformatie opvragen en zich oriënteren voordat hij of zij

²⁶ Onder meer: Blauw Research, Online Shopping Monitor en Thuiswinkel.org.

een bezoek brengt aan een binnenstad of winkelgebied. 'Vergelijkingswebsites' zijn dan ook bijzonder populair. Een winkelformule kan tegenwoordig bijna niet meer zonder een eigen website te hebben.

Bezoekdoel versus verwachtingspatroon

Het verwachtingspatroon van een centrum wordt ingegeven door het bezoekdoel van de consument. Het gaat hierbij om elementen als de kwaliteit van het aanbod, de keuzemogelijkheden, prijsstelling, winkelinrichting, uitstraling, sfeer en (externe) omgevingskwaliteit.

Het bezoekdoel en de daaraan gekoppelde verwachtingspatronen kunnen in drie hoofdcategorieën worden ingedeeld:

- Het doen van *boodschappen* moet snel en eenvoudig kunnen. Voldoende parkeergelegenheid, liefst voor de deur, is daarbij een essentiële randvoorwaarde.
- Dit geldt ook voor de *laagfrequente aankopen*, zoals doe-het-zelfartikelen of woninginrichting. Efficiëntie, veel keus en one-stop-shopping zijn daarbij belangrijke thema's.
- Gaat men '*recreatief winkelen*' waarbij het kijken en vergelijken centraal staat, dan stelt men hoge eisen aan comfort, sfeer, gezelligheid en keuzemogelijkheid. Het gaat hierbij immers veel meer om ontspanning, verrassing en belevenis, dan om noodzaak en efficiëntie.

4.2 Aanbodtrends

De retail reageert op de veranderende consument

De traditionele winkelhiërarchie staat op de helling. De retail reageert op de veranderende consument met schaalvergroting, specialisatie en filialisering. Daarnaast komen nieuwe elementen van leisure en retailconcepten op, zoals bijvoorbeeld Batavia Stad outlet shopping in Lelystad. Detailhandel wordt daarbij steeds vaker gecombineerd met horeca en leisure.

Verder worden binnensteden hergewaardeerd, met name door de functiemenging die hier van oudsher al sterk aanwezig was. De kwaliteit, sfeer en diversiteit staan daarbij voorop. Binnenstad combineren veelal de historische ambiance met een kwalitatief voorzieningenaanbod in brede zin. Winkelgebieden zonder een duidelijke historische achtergrond proberen andere kwaliteiten naar voren te brengen, zoals gemak, bereikbaarheid, service, kleinschaligheid c.q. overzichtelijkheid of juist grootschaligheid.

Onverminderde schaalvergroting

De schaalvergroting in de detailhandel zet onverminderd door. Niet alleen op perifere locaties, maar ook in de binnensteden. Naast omzetvergroting is deze trend ook gericht op de integratie van meerdere functies onder één dak, zoals de combinatie van horeca, dienstverlening en detailhandel. Maar ook een betere presentatie en meer comfort en service voor de klant kan met de schaalvergroting ruimte worden geboden. Esprit en Mexx zijn een voorbeeld hiervan.

Tegentrend van schaalverkleining en specialisatie

Tegenover de schaalvergroting is tegelijk een trend van schaalverkleining en (super)specialisatie waar te nemen. Steeds vaker duiken winkels op met een zeer specialistisch of bijzonder assortiment. Voorbeelden hiervan zijn de modeaccessoires winkel Six, de koffie-speciaalzaak Simon Levelt, maar ook Oil&Vinegar, De Waterwinkel en speciaalzaken voor pijprokers.

Genieten en ervaren

Bedrijven zoeken blijvend naar vernieuwende elementen in de winkel. Tegenwoordig is een winkel niet alleen meer een verkooppunt, maar wordt ook getracht de klant op zijn gemak te stellen en bovendien actief de producten te laten ervaren. Voorbeelden hiervan zijn een zithoek in een kledingwinkel waar je rustig kan wachten op je metgezel die kleding past, een leestafel in een boekwinkel, of het proeven van producten in speciaalzaken.

Ruimtelijke hiërarchie

Onder invloed van de vraag- en aanbod ontwikkelingen is de traditionele winkelhiërarchie langzaam aan het veranderen. Voorheen domineerde de ruimtelijke hiërarchie van winkelgebieden op basis van de theorieën van Christaller de Nederlandse winkelkaart nog sterk. Nu verschuift het kaartbeeld steeds meer naar een functionele hiërarchie. Daarin zijn niet meer de ligging, omvang en verzorgingsgebied de centrale begrippen voor de typering van een winkelgebied, maar gaat het meer om de kwalitatieve en functionele invulling van een centrum.

Globaal zijn in deze functionele hiërarchie de volgende centra te benoemen:

- Centra met basisvoorzieningen: de boodschappencentra. Hoge dichtheid, gericht op gemak, voornamelijk boodschappen, supermarkten als trekker. Gemak, efficiëntie, regelmatig bezoek en nabijheid zijn kernbegrippen.
- Grootchalige clusters: gericht op laagfrequente aankopen, vervangingsaankopen, woninginrichting, doe-het-zelf, enz. Gemak, helderheid, parkeren en bereikbaarheid zijn kernbegrippen.
- Recreatieve winkelcentra: hier staat het recreatieve winkelen centraal. De consument komt hier om zich te ontspannen en te vermaken. Voor het winkelen is mode daarbij de basis. Andere luxe producten, zoals juwelier, boeken, media, cosmetica zorgen voor een totaal pakket. Vermaak, sfeer, verrassing zijn kernbegrippen. Hierbij gaat het om de grote binnensteden, maar ook de kleinere regionale centra, die een belangrijke verzorgingsfunctie hebben voor de eigen kern en omgeving.

Door het toenemende aanbod en het verdwijnen van een duidelijke hiërarchie moeten winkelcentra steeds meer concurreren, niet alleen met 'vergelijkbare' centra, maar ook met centra van een andere orde, zoals een binnenstad met een stadsdeelcentrum.

Kansen voor stadsdeelcentra

Zoals genoemd is de snelheid van leven toegenomen en de consument verbreedt zijn horizon, dit heeft zijn weerslag op het koopgedrag. Binnen de evenzo veranderende winkelstructuur bezitten de (grotere) stadsdeelcentra goede uitgangspunten om op het veranderende consumentengedrag in te spelen. Deze centra zijn vaak

centraal gelegen, goed en eenvoudig bereikbaar, en hebben een uitgebreid aanbod met veel comfort en gemak. Om ook in de toekomst aantrekkelijk te blijven zal op deze punten versterking gezocht moeten worden en knelpunten opgelost. Dit biedt kansen voor de stadsdeelcentra.

4.3 Detailhandelsontwikkelingen Nieuw West en regio

De dynamiek in de detailhandelsector is onverminderd, zo ook in Nieuw West en omgeving. Uit een inventarisatie blijkt dat er diverse plannen en initiatieven zijn voor toevoeging van nieuwe commerciële ruimte. Hieronder een opsomming van de meest relevante projecten. Aangeven is het verwachte te realiseren oppervlak aan detailhandel²⁷. In de bijlage is een uitgebreide beschrijving van de projecten opgenomen.

project	omschrijving	m ² bvo detailhandel
Nieuw West		
• Pieter Calandlaan (Osdorp)	Woningbouw met in de plinten kleinschalige kantoorruimte, winkels en dienstverlening (in ieder geval 1 supermarkt van ca. 1.300 m ² bvo)	4.800 – 6.000
• Tussenmeer (Osdorp)	Coop Tussenmeer wordt Lidl, oppervlak blijft gelijk	-

²⁷ Voor de meeste projecten is uitgegaan van de winkelruimte, bij sommige projecten is het onderscheid nog niet bekend en omvat het metrage ook ruimte voor horeca, dienstverlening, cultuur, etc.

project	omschrijving	m ² bvo detailhandel
• Sportparkstad (Bos&Lommer)	Commerciële en sportgerelateerde functies	2.300
• Delflandplein (Slotervaart)	Renovatie en opwaardering wijkwinkelcentrum	6.000
• Koningin Wilhelminaplein (Slotervaart)	Gefaseerde ontwikkeling van kantoren, woningen, sport en winkels	1.500
Overig Amsterdam		
• Plein 40 – 45	Komst Aldi supermarkt	onbekend
• Boven 't Y	Uitbreiding stadsdeelcentrum	35.000
• GETZ/Zuid-oost	Ontwikkeling van Gezondheid, Entertainment, Theater en Zakencentrum	28.500
• Zuidelijke IJ-oever	Ontwikkeling van woningen, bedrijfsruimte, winkels, horeca en cultuur	20.000
• Zuid-as	Ontwikkeling (inter)nationale toplocatie voor wonen, werken en voorzieningen	15.000
• Westpoort	Ontwikkeling van een woon- en bouwthemacentrum	40.000
• Teleport	Stedenbouwkundig programma van eisen vastgesteld. Mogelijkheden voor retail, horeca, leisure en cultuur	onbekend
Regio		
• Cruquius (Haarlemmermeer)	Ontwikkeling Themacenter Wonen en Leisure	35.000
• Inverdan (Zaandam)	Centrumontwikkelingen voor winkels, wonen en kantoren. Ook nieuw stadhuis	18.000
• Suger City (Haarlemmerliede)	Herontwikkeling CSM terrein, met leisure en winkels	20.000

De opsomming van de genoemde projecten geeft aan dat er veel plannen in voorbereiding of ontwikkeling zijn. Voor de ontwikkelingsmogelijkheden van Osdorpplein zijn met name de plannen in overig Amsterdam en de regio van belang. Sterke uitbreiding van het winkelaanbod daar, zoals een woonthemapcentrum in Westpoort of de herontwikkeling van het CSM terrein in Haarlemmerliede, zal de mogelijkheden beperken om veel extra omzet uit de regio aan te trekken.

Op een lager schaalniveau zullen de ontwikkelingen in de Pieter Calandlaan concurrerend zijn aan datgene wat op het Osdorpplein staat te gebeuren. Hoewel de exacte invulling nog niet bekend is, zullen vooral de koopstromen binnen het stadsdeel beïnvloed worden. Een wijkverzorgend winkelcentrum van maximaal 6.000 m² bvo met een supermarkt, zal aantrekkingskracht uitoefenen op de omliggende wijken. Door de nabijheid van Osdorpplein zal ook specifiek (wijkverzorgend) aanbod hier invloed van ondervinden.

Inmiddels dienen in Nieuw West in het discountsegment van de supermarkten zich ook initiatieven aan, zoals de Lidl aan Tussenmeer en Aldi op Plein 40 –45. De diversiteit van het supermarktenaanbod verbetert daarmee gestaag.

Met de (aangegeven) ontwikkelingen van de detailhandel wordt de keuze voor de consument steeds groter. Het krachtenveld versterkt zich. Juist dit vraagt om een duidelijke positionering van Osdorpplein. Een reactie is daarom vereist, maar ook een goede onderlinge afstemming van de diverse ontwikkelingen, waarbij locatiekeuze en branchering van groot belang zijn.

4.4 Ontwikkelingen in referentie stadsdeelcentra

Transformatieproces

Naast de algemene trends en ontwikkelingen zien we ook dat stadsdeelcentra in Nederland volop in ontwikkeling zijn en zich de laatste jaren steeds meer transformeren. Onder invloed van de veranderende consument groeien deze centra uit tot een multifunctioneel stadshart. Stadsdeelcentra zijn niet meer sec een aankoopplaats, maar worden een ontmoetingsplaats. Een functionele aanpassing met schaa sprong en toevoeging van nieuwe functies hoort daarbij.

Stadsdeelcentra in ontwikkeling

Om over voldoende aantrekkingskracht te blijven beschikken dienen vaak specifieke problemen opgelost te worden, zoals parkeerdruk, verschraling van het aanbod, vervuiling en overlast. Bovendien zijn comfort en gemak niet meer de enige factoren die de aantrekkingskracht van een stadsdeelcentrum kunnen bepalen. De consument is meer en meer op zoek naar uitdaging, sfeer en beleving. De centra reageren hierop door het creëren van sfeer, emotie en vermaak. Dit impliceert een essentiële verandering in de opzet van het rationele en functionele stadsdeelcentrum.

Dit proces van opwaardering vindt al in verschillende centra verspreid over Nederland plaats of zijn daar in voorbereiding:

- In het stadsdeelcentrum Woensel in Eindhoven is een groot-schalige uitbreiding en renovatie gaande. De werkzaamheden naderen hun einde. Totaal wordt er 10.000 m² detailhandel toegevoegd en 2.000 m² horeca.

Overzicht referentie stadsdeelcentra*

	Amsterdam Osdorp	Amsterdam Amsterdamse Poort	Amsterdam Boven 't Y	Rijswijk In de Bogaard	Rotterdam Zuidplein	Eindhoven Woensel
primair verzorgingsgebied**	130.000	80.000	88.000	150.000	140.000	100.000
oppervlak (m² bvo)	24.600	25.700	30.000	56.300	47.700	33.600****
aantal winkels	137	230	183	214	234	164
schaal van de winkels	180	112	164	263	204	144
laatste ontwikkeling	1998	2002	1996	2000	2002	2005
trekkers***						
supermarkten						
Albert Heijn	2.800	2.000	2.000	3.400	2.500	3.800
Coop		1.700				
C1000			1.800			
Dirk van den Broek	1.000					
Edah				2.400		
Konmar						2.800
Lidl						700
Aldi						2.000
Vomar		1.000				
overige trekkers						
Etos	x	x	x	x	x	x
Kruidvat	x	x	x	x	x	x
Trekpleister				x	x	x
BCC	1.000		1.500		1.900	
Blokker	400	500	400	x	1.100	600
Bristol		1.200		x	x	
C&A	800	900	1.600	2.000	2.800	1.200
H&M	700	500	1.000	1.000	x	1.500
Hema	1.400	1.200	1.400	1.000	1.500	1.500
It's				x	1.300	
Kijkshop		300	300	x	x	
Media Markt				3.000		
Scapino				x	x	
V&D			5.100	6.500	6.800	
Vögele Mode	700			1.100		900

* Bron: NRW, register van planmatig ontwikkelde winkelcentra (2005); William Properties referentiebestand stadsdeelcentra (2005).

** Primair verzorgingsgebied betreft direct omliggende woonwijken c.q. stadsdelen. Bij In de Bogaard betreft dit het inwonertal van Rijswijk en omliggende stadsdelen van Den Haag.

*** Oppervlakten in m² wvo: 'x' = wel aanwezig maar oppervlakte niet bekend.

**** Inclusief de recente uitbreiding van winkelcentrum Woensel met ca. 10.000 m² wvo.

- Verder komen er meer parkeerplaatsen (1.850), wordt de herkenbaarheid en identiteit versterkt en door toevoeging van niet-winkelfuncties wordt gestreefd naar verlevendiging. Landelijk bekende winkelketens vestigen zich in het centrum of zijn daar recent gevestigd, zoals H&M, Esprit, ICI Paris XL en Douglas. In de eventuele 2^e fase zal de functie als stadsdeelcentrum nog verder worden versterkt door toevoeging van wonen, woonzorg, gebouwd parkeren en detailhandel).
- Vanaf 2006 gaat het stadsdeelcentrum Brusselse Poort en omgeving in Maastricht op de schop. 500 Nieuwe woningen worden gebouwd, er komt extra detailhandel, een parkeergarage en de recreatiemogelijkheden worden vergroot. Mogelijk wordt een te verplaatsen Praxis bouwmarkt in het centrum ingepast. In Amsterdam-Noord liggen ambitieuze plannen klaar voor opschaling van het stadsdeelcentrum Boven 't Y naar ca. 50.000 m². Met de komst van een metrohalte kan dit centrum uitgroeien tot hét ontmoetingspunt van het noordelijke stadsdeel. Uitbreiding van de detailhandel wordt voorbereid, samen met de toevoeging van 'nieuwe' voorzieningen, zoals horeca, cultuur, vermaak, maatschappelijke voorzieningen, recreatie en wonen. Gedacht wordt onder meer aan een topsportcentrum en grootschalige winkels zoals een megasupermarkt.
- De gemeente Arnhem heeft een startnotitie opgesteld voor de ontwikkeling van een stadshart in zuid. De gemeente wil een tweede stadscentrum ontwikkelen en heeft hiervoor verschillende varianten uitgewerkt. Doel is het stadion Gelredome en Rijnhal en het winkelcentrum Kronenburg met elkaar te integreren. Gedacht wordt aan onder andere toevoeging van een

sport- en leisurecomplex, horeca, megabioscoop, bowlingbaan en casino. Tevens moet een immense woonboulevard verrijzen.

Referentieanalyse

Om de positie van Osdorpplein binnen het transformatieproces van stadsdeelcentra aan te geven hebben wij een referentieanalyse gemaakt. Een vijftal stadsdeelcentra is daarin onder de loep genomen. Gekozen is voor de twee andere stadsdeelcentra in Amsterdam; Amsterdamse Poort en Boven 't Y, naast enkele stadsdeelcentra met, evenals Osdorpplein, een groot primair verzorgingsgebied; Rijswijk In de Bogaard, Rotterdam Zuidplein, Eindhoven Woensel.

Kwantitatieve aspecten:

- Het oppervlak van Osdorpplein staat ten opzichte van de referentiecentra niet in verhouding tot het primaire verzorgingsgebied (130.000 inwoners). Osdorpplein is naar verhouding klein.
- Het kleine oppervlak uit zich in relatief veel kleinschalige winkels. Het gemiddelde oppervlak van de winkels is klein, 180 m² wvo per winkel en het ontbreken van echt grootschalige winkels.
- De aanwezige trekkers zijn winkels die ook in andere stadsdeelcentra regelmatig gevestigd zijn. Niet alle van deze trekkers bezitten echter een modern oppervlak, zoals Blokker, V&D, C&A, H&M en BCC.
- De Hema op Osdorpplein heeft een moderne maat.

Kwalitatieve aspecten:

- Het aandeel filiaalbedrijven van (landelijk) bekende winkelketens is in stadsdeelcentra over het algemeen groot. Van alle winkels op Osdorpplein valt 45% onder een landelijke formule. Landelijk voor stadsdeelcentra is dit 29%²⁸.
- Stadsdeelcentra hebben een sterke boodschappenfunctie. Er zijn meerdere supermarkten van verschillende marktsegmenten aangevuld met een uitgebreid pakket aan versspeciaalzaken. Op Osdorpplein is dit ook het geval.
- In vergelijking met de referenties blijft het aantal supermarkten echter achter.
- De grootschalige Albert Heijn is naar omvang een duidelijke trekker, maar wel de enige. Dirk van den Broek is met ca. 1.000 m² wvo redelijk gemiddeld van omvang, maar niet modern.
- In stadsdeelcentra is er een breed assortiment aan modewinkels, naar marktsegment, kledingstijl, mix van filiaal en lokale en landelijke filiaalbedrijven.
- De recreatieve winkelsector wordt vaak aangevuld met bijzondere speciaalzaken, zoals Hoyng (Woensel), Van Alem mode (Boven 't Y) of Oil&Vinagar (In de Bogaard). Op Osdorpplein is dergelijk aanbod vrij beperkt. Osdorpplein onderscheidt zich wel in positieve zin door een verscheidenheid aan winkels gericht op allochtonen, voor op Tussenmeer en de Shoperade.

²⁸

Bron: Locatus Retailhandboek 2005

5. BELEIDSANALYSE

5.1 Rijksbeleid

Nota Ruimte beschrijft het rijksbeleid

In de Nota Ruimte is het rijksbeleid voor ruimtelijke ordening vastgesteld. De hoofdlijn hierin is decentralisatie. De verantwoordelijkheden voor een nadere invulling van het ruimtelijk beleid worden bij de provincies en gemeentes neergelegd. Het rijk benoemt slechts de kaders.

Onderdeel van de Nota Ruimte is het integrale locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen onder het motto: een goede plaats voor ieder bedrijf. Het integrale locatiebeleid richt zich op bundeling van verstedelijking en economische activiteiten. Nieuwe bebouwing voor deze functies wordt grotendeels geconcentreerd gelokaliseerd, in of aansluitend aan bestaande bebouwde gebieden of in nieuwe clusters van bebouwing daarbuiten.

Doelstellingen van het locatiebeleid

Het nieuwe locatiebeleid dient de volgende doelstellingen:

- Economische ontwikkelingsmogelijkheden: het bieden van voldoende geschikte vestigingsplaatsen voor bedrijvigheid en voorzieningen.
- Bereikbaarheid: het optimaal gebruik van alle vervoersmogelijkheden voor personen en goederen over de weg, het spoor en het water.

- Leefbaarheid: kwaliteit en variëteit in vestigingsplaatsen voor alle stedelijke activiteiten, functiemenging en kwaliteit van de leefomgeving (veiligheid, emissies en geluid).

Uitgangspunt bij het ontwikkelen van locatiebeleid voor bedrijven, detailhandel en voorzieningen, is dat nieuwe vestigingslocaties niet ten koste mogen gaan van de bestaande detailhandelsstructuur in wijkwinkelcentra en binnensteden. Gemeentes dienen de mogelijkheid te hebben om in bestemmingsplannen een aparte bestemming voor perifere detailhandel op te nemen. De provincies stellen gezamenlijk richtlijnen op met betrekking tot branchebeperkingen voor perifere detailhandel, die vervolgens door de minister worden geaccordeerd.

5.2 Regiobeleid

Faciliteren dynamiek en versterken structuur

Decentralisatie van het ruimtelijk beleid heeft het Regionaal Overleg Amsterdam (ROA) opgepakt door een eigen detailhandelsbeleid te formuleren²⁹. Doel van dit beleid is het streven naar het faciliteren van de dynamiek in de detailhandel én het versterken van de (huidige) fijnmazige detailhandelsstructuur.

²⁹ ROA: Detailhandel in het ROA-gebied; selectieve dynamiek, Regionaal detailhandelsbeleid 2006 – 2010 (oktober 2005). Vastgesteld door de Regioraad op 13 december 2005.

Uitgangspunten en basiswaarden

Belangrijke uitgangspunten hierbij zijn onder meer de samenhang en complementariteit van de winkelgebieden en insteken op bestaande centra. Bij de gewenste ontwikkelingsrichting van de structuur speelt een aantal basiswaarden een rol:

- Een goede consumentenverzorging: uitgebreid, gevarieerd en attractief detailhandelsaanbod.
- Het juiste winkelbedrijf op de juiste plek: geschikte locaties, duidelijkheid voor de consument gelet op zijn aankoopgedrag.
- Bevorderen van de dynamiek: ruimtelijk en functioneel faciliteren van vernieuwende ontwikkelingen.

Inzet op bestaande detailhandelstructuur

Concreet zet het nieuwe beleid in op de bestaande detailhandelstructuur. Nieuwe ontwikkelingen zullen zoveel mogelijk hier moeten plaatsvinden. Kan dit niet, dan zijn er perifere locaties beschikbaar. Deze inzet vraagt om actief beleid voor het versterken van potentiële winkelcentra. In of direct aansluitend aan deze centra zal ruimte moeten worden gecreëerd voor grootschalige voorzieningen.

Aangewezen locaties voor grootschaligheid

Op (nog te bepalen) bepaalde locaties zal grootschalige detailhandel mogelijk zijn. Hiervoor geldt een minimale ondergrens van 1.500 m² vvo per winkel, maar geen branchebeperking. Relevante locaties voor het Osdorpplein zijn de hiervoor aangemerkte locaties BCO³⁰ en de Schinkel³¹. Dagelijkse artikelen (food) wordt echter uit-

³⁰ Het gebied aan de Zuidermolenweg, dat in het bestemmingsplan staat aangewezen als het Keurenplein.

gesloten. Ook weidewinkels worden uitgesloten, en de ontwikkeling van een Regionaal Shoppingcentre of een Factory Outlet Centrum is in beginsel niet gewenst.

5.3 Lokaal beleid

Detailhandelsvisie stadsdeel Osdorp

In 2003 heeft het stadsdeel Osdorp een eigen detailhandelsvisie uitgewerkt. Hierin geeft het stadsdeel de gewenste toekomstige ontwikkeling van de detailhandelsstructuur weer per winkelgebied. Deze toekomstige structuur moet op hoofdlijnen leiden tot een rendabel functioneren van ondernemers en een gegarandeerd boodschappenaanbod in de directe woonomgeving.

Speerpunten in het beleid zijn:

- het in stand houden van goed functionerende openbare ruimte en versterken van het verblijfsklimaat;
- veiligheid in de winkelgebieden;
- oplossen van bereikbaarheidsproblemen;
- verscheidenheid en identiteit van winkelgebieden, naar branchering en filialisering.

Ten aanzien van het Osdorpplein is het beleid de positie als stedelijk recreatief centrum te versterken. Het stadsdeel sluit daarmee

³¹ De andere locaties in deze zijn: Arenagebied, Spaklerweg en Van Slingelandstraat in Amsterdam, Cruquius (Haarlemmermeer), deel bedrijventerrein N201 (Aalsmeer en Kop van West (Purmerend)).

aan op de ambitie van het Bestuurlijk Overleg Parkstad³². Perspectief wordt gezien voor ontwikkelingen van leisure en detailhandel:

- een beperkte uitbreiding in de niet-dagelijkse sector (3.000 tot 10.000 m²);
- schaa sprong met omvangrijke winkels;
- uitbreiding van het horeca-aanbod (1.200 tot 1.600 m²);
- toevoeging van leisur functies (vermaak, cultuur en sport: 10.000 tot 16.000 m²).

Het Bedrijvenscentrum Osdorp zal complementair ontwikkeld kunnen worden aan Osdorpplein, met functies die niet concurrerend zijn voor dit centrum. Osdorpplein moet daarbij haar functie als recreatief centrum kunnen blijven uitdragen.

De visie op andere winkelgebieden in het stadsdeel is vooral insteken op een goede dagelijkse verzorging voor de omliggende wijk (2^e deel Tussen Meer, Dijkgraafplein, Pieter Calandlaan en Dukaat). In sommige gevallen zullen buurtcentra een functiewijziging ondergaan door afnemende levensvatbaarheid van dagelijkse voorzieningen.

WPM ontwikkelingsvisie Osdorp-centrum

In de verschillende beleidsdocumenten voor Osdorpplein wordt een ambitie afgegeven om van het centrum het 'kloppend hart' van Nieuw West te maken. WPM geeft een vertaling van dit ambitieniveau. Op basis van de ambitie, een verwachting van de ontwikke-

ling van de bestedingen en een versterking van de koopkrachtbinding, geeft WPM een theoretische uitbreidingsruimte aan, van 8.000 tot 9.000 m² bvo voor stadsdeel Osdorp in zijn geheel.

Voor Osdorpplein geeft WPM op hoofdlijnen een indicatief programma aan, waarbij gelet is op de bestaande branchering, tekortkomingen en kansen in de markt.

Branche		metrage
Food	vestiging supermarkt i.c.m. verscluster	2.000
Textiel	modische warenhuizen	2.000
	sport, spel en fietsen	750 – 1.000
	electronica en multimedia	2.000 – 3.000
	woonaccessoires en klein meubelen	1.000
Totaal		8.000 – 9.000

Toevoeging van aangegeven metrage kan leiden tot concurrentie effecten voor het winkelaanbod elders in het stadsdeel. Sterke voorkeur geeft WPM derhalve voor verplaatsing c.q. herontwikkeling.

Vernieuwingsplan Centrum Amsterdam Nieuw West

Het Vernieuwingsplan Centrum Amsterdam Nieuw West is een eerste serieuze stap van stadsdeel Osdorp voor de ontwikkeling van het Osdorpplein tot een bruisend centrum. Het is een regieplan, waarin alleen de hoofdlijnen zijn vastgelegd. Kernpunt in de opgave is dat Osdorpplein hét centrum van Nieuw West moet worden, dit centrum is nu al de grootste en biedt daarmee de beste kansen.

³² In 2001 hebben de bestuurders van de Westelijke Tuinsteden de gezamenlijke ambitie uitgesproken om van winkelcentrum Osdorpplein een stedelijk centrum te maken voor de Westelijke Tuinsteden.

Het wordt daarnaast belangrijk geacht om het aanbod in het winkelcentrum uit te breiden met diverse nieuwe formules. Ook moet het centrum meer ruimte bieden voor horeca en uitgaan en zal de routing verbeterd moeten worden.

Het huidige centrum voldoet niet meer aan de eisen en wensen die bewoners en consumenten stellen aan moderne winkelcentra. Het aanbod is te eenzijdig. Een schaa sprong kan ervoor zorgen dat nieuwe, grootschalige formules worden aangetrokken. Tegelijkertijd moet er aandacht blijven voor kleine ondernemingen.

In het vernieuwingsplan wordt een indicatief programma afgegeven van totaal 7.000 tot 15.000 m² bvo. Dit programma is gebaseerd op de eerdere onderzoeken, zoals de studie van WPM:

- 3.000 – 5.500 m² bvo voor dagelijkse boodschappen, inclusief 600 m² bvo voor speciaalzaken;
- 3.000 – 11.000 m² bvo voor niet-dagelijkse boodschappen:
 - 2.000 m² modieuze warenhuizen;
 - 750 – 2.000 m² sport/spel en ontspanning;
 - 4.500 m² electronica/multimedia;
 - 1.000 woonaccessoires.

5.4 Resumé beleid

Over het beleid van de verschillende overheidsniveau kunnen de volgende conclusies worden getrokken over het toekomstperspectief van winkelcentrum Osdorpplein.

- Door de decentralisatie ligt de uiteindelijke verantwoordelijkheid voor de ruimtelijke ontwikkelingen in het stadsdeel Osdorp bij de lokale en regionale overheden. Zij bepalen de kaders voor toekomstige ontwikkelingen van het Osdorpplein.
- Uit het beleid komt naar voren dat prioriteit wordt gelegd bij een sterke ontwikkeling van het Osdorpplein tot hét centrum van Nieuw West. Dit strategische beleid wordt ondersteund door de verschillende verantwoordelijke overheden.
- Impliciet heeft ook het ROA deze ontwikkelingsvisie, door in te zetten op de bestaande detailhandelsstructuur en een actief beleid te voeren voor het versterken van ‘potentievolle’ winkelgebieden.
- Ontwikkeling van grootschalige detailhandel dient idealiter plaats te vinden in of aan bestaande winkelcentra.
- Ontwikkelingen op perifere locaties, zoals Bedrijven Centrum Osdorp (BCO), dienen op zijn minst complementair te zijn aan het (winkel)aanbod in de bestaande winkelcentra.
- Het ROA ziet voor bepaalde vormen van grootschalige detailhandel ook perspectief in de gebieden BCO en Schinkel. Daarbij moet worden opgemerkt dat zij wijzen op een doelmatig gebruik van de schaarse bedrijventerreinen in de regio. Deze terreinen dienen gereserveerd te worden voor die activiteiten die niet elders adequaat geaccommodeerd kunnen worden.
- Eventuele plannen voor ontwikkeling van locaties voor grootschalige detailhandel worden beoordeeld door de Regionale Commissie Winkelpanning. De toetsingsgronden daarbij zijn de effecten op de bovenlokale detailhandelstructuur, de effecten op mobiliteit en bereikbaarheid en een effectief ruimtegebruik.

6. ONTWIKKELINGSMOGELIJKHEDEN

6.1 Uitgangssituatie

In de huidige situatie heeft het Osdorpplein een stevige uitgangspositie. Het centrum ligt centraal in stadsdeel Osdorp en ook heel Nieuw West. Inwoners uit deze gebieden zijn dan ook sterk op het centrum georiënteerd en het winkelaanbod functioneert bovengemiddeld. Samen met de positie binnen de totale detailhandelsstructuur van Nieuw West, maakt dit dat Osdorpplein het belangrijkste centrum is voor dit deel van Amsterdam.

Deze positie vertaalt zich alleen niet in omvang. Het huidige winkeloppervlak komt niet overeen met het draagvlak in Nieuw West. Het centrum is te klein om echt te kunnen functioneren als stadsdeelcentrum voor de 130.000 inwoners. Dit uit zich in kleine winkels, een onevenwichtige brancheverhouding en het ontbreken van krachtige grootschalige trekkers.

Ook zijn ruimtelijk-functioneel verbeteringen mogelijk. Hierbij gaat het om aspecten zoals het verbeteren van de parkeermogelijkheden en bereikbaarheid, de interne routing door het centrum en de positie van de trekkers in het centrum.

6.2 Ambitie en positionering

Dé ontmoetingsplek voor Nieuw West

De ambitie van het stadsdeel Osdorp is om Osdorpplein te ontwikkelen tot dé ontmoetingsplek voor heel Amsterdam Nieuw West. Het Osdorpplein zal zijn belangrijke winkel- en ontspanningsfunctie moeten doorontwikkelen. Gezien de huidige situatie achten wij daarvoor ten aanzien van de detailhandel een aanzienlijke opschaling noodzakelijk.



Top van de hiërarchie

Uitbreiding is nodig om de gewenste aantrekkingskracht te kunnen genereren. Een heldere positionering van Osdorpplein is vereist, met voldoende keuzemogelijkheden en een divers aanbod. Binnen de totale detailhandelsstructuur van Nieuw West zal Osdorpplein aan de top van de hiërarchie komen te staan, als hét recreatieve koopcentrum. Andere winkelgebieden zijn aanvullend hierop en vervullen meer een boodschappenfunctie voor de omliggende wijken of hebben een specifieke functie ten aanzien van de perifere en grootschalige detailhandel.

Alternatief voor de binnenstad

Inherent aan het opschalen van Osdorpplein is dat het centrum meer en meer een alternatief wordt voor de binnenstad van Amsterdam. Een dergelijke ontwikkeling van het stadsdeelcentrum ligt in lijn met landelijke ontwikkelingen. De nabijheid en goede bereikbaarheid in samenhang met een omvangrijk winkelapparaat en veel keuzemogelijkheden zorgen hiervoor.

Derde stadsdeelcentrum van Amsterdam

Momenteel heeft Amsterdam twee (grote) stadsdeelcentra die fungeren als centrum voor het eigen stadsdeel en een duidelijk alternatief zijn voor de binnenstad. Het Osdorpplein kan het derde grotere stadsdeelcentrum van Amsterdam worden. Boven 't Y en de Amsterdamse Poort zijn daarmee goede referentiebeelden.

6.3 Kwantitatieve mogelijkheden

Uitgangspunten

De kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden c.q. -kansen worden benaderd door confrontatie van de vraag- en aanbodsituatie en de verwachte potenties daarin. Met deze confrontatie wordt een inschatting gemaakt van de totale omzetspotentie. Deze omzet afgezet tegen een normatieve vloerproductiviteit geeft de marktruimte aan. Bij de benadering van de marktruimte zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- Het bestaande winkeloppervlak in Osdorp.
- De toename van de bevolking in Osdorp tot ca. 47.900 in 2015.

- Voor de bestedingen hanteren wij het huidige niveau³³.

Twee scenario's

De toekomstige mogelijkheden zijn onder meer afhankelijk van de mate waarin de consument op Osdorpplein georiënteerd raakt. Verwacht wordt dat dit kan worden versterkt, als Osdorpplein zich meer profileert als hét stadsdeelcentrum. De mate waarin dit gebeurt kan echter variëren. De kwantitatieve kansen worden daarom weergegeven in twee scenario's.

1. **Scenario I** geeft de kansen aan voor verbetering van vooral de koopkrachtbinding. De focus van de versterkingen ligt op het bieden van een goede verzorging voor het eigen stadsdeel. Hierbij gaat het vooral om schaalvergroting en herpositionering van bestaand aanbod. Dit scenario volgt op hoofdlijnen de resultaten omtrent de koopstromen van het onderzoek van WPM.
2. **Scenario II** is een 'plus' variant en geeft de kansen aan voor het vergroten van de aantrekkingskracht op omliggende gebieden. De versterkingen zullen resulteren in meer koopkrachtbinding, maar ook extra toevloeiing. Dit kan door versterking en schaalvergroting van het bestaande aanbod, maar ook toevoeging van nieuwe (grootschalige) winkels zal tot de mogelijkheden behoren.

Bij de scenario's is tevens rekening gehouden met overige detailhandelsontwikkelingen in het stadsdeel en omgeving, zoals de

³³ Hoewel het te verwachten is dat de bestedingen de komende jaren zullen stijgen is de mate hiervan niet te voorspellen. Bovendien geldt dat voor nieuwbouw in het centrum ook een hogere gemiddelde omzet per m² wvo benodigd is, door een hoger vereist huurniveau. Eventuele hogere bestedingen kunnen hieraan ten goede komen.

ontwikkeling in de Pieter Calandlaan. Dergelijke ontwikkelingen hebben eveneens effect op de koopstromen en de uiteindelijke kwantitatieve kansen voor Osdorpplein.

Dagelijkse sector

Hoewel de totale koopkrachtbinding in de dagelijkse sector redelijk hoog is, zeker voor een stedelijk gebied, zijn er wel degelijk kansen voor optimalisering. Verdere versterking van het aanbod op het Osdorpplein maar ook op wijkniveau, zoals in de Pieter Calandlaan, maakt een hogere binding mogelijk, tot respectievelijk 85% en 90%. In scenario I wordt de koopkrachttoevloeiing min of meer op het huidige niveau gehouden. Scenario II gaat ervan uit dat de aanbodversterkingen eveneens resulteren in meer omzet uit omliggende stadsdelen.

De benaderde bindingen en toevloeiingen achten wij haalbaar. Zeker gezien de referentie met Boven 't Y en Amsterdamse Poort, centra, die een vergelijkbare binding realiseren op het primaire draagvlak. Daarnaast is aannemelijk dat met name inwoners uit Slotervaart en Geuzenveld, meer op Osdorp georiënteerd zullen raken door de kracht van het aanbod in Osdorp.

Voor de vertaalslag van omzet naar uitbreidingsmogelijkheden wordt uitgegaan van een normatieve omzet die overeenkomt met het huidige niveau (ca. € 7.000,-) of daar iets onder ligt (ca. € 6.700,-). Enige omzetverdunding is mogelijk door schaalvergroting en moderniseren. Het gebruikte niveau ligt echter nog ver boven landelijke gemiddelden voor de dagelijkse sector (ca. € 6.400,-).

Tabel 6.1: functioneren dagelijkse sector stadsdeel Osdorp (2015)

Scenario:	I	II
Inwoners	47.900	47.900
Besteding	2.026	2.026
Bestedingspotentieel (x € mln.)	97,0	97,0
Koopkrachtbinding	85%	90%
Totale gebonden bestedingen (x € mln.)	82,5	87,3
Koopkrachttoevloeiing	15%	20%
Omzet toevloeiing (x € mln.)	14,5	21,8
Totale omzet (x € mln.)	97,0	109,1
Normatieve vloerproductiviteit (x €)	6.700 – 7.000	6.700 – 7.000
Haalbaar oppervlak (m² wvo)	13.900 – 14.300	15.600 – 16.300
Huidige oppervlak (m² wvo)	12.300	12.300
Uitbreidingsmogelijkheden (m² wvo)	1.600 – 2.000	3.300 – 4.000

Voorgaande benadering raamt de uitbreidingsmogelijkheden voor de dagelijkse sector op 1.600 tot 2.000 m² wvo in het eerste scenario. Deze ruimte komt overeen met de resultaten van het onderzoek van WPM. Het tweede scenario geeft een bandbreedte van 3.300 tot 4.000 m² wvo aan.

Niet-dagelijkse sector

In het eerste scenario voor de niet-dagelijkse sector wordt uitgegaan van enige versterking van de koopkrachtbinding. De koopkrachttoevloeiing wordt als aandeel van de totale omzet op een gelijk niveau gehouden. Het tweede scenario geeft de mogelijkheden aan voor een reële versterking van de koopkrachtbinding en toevloeiing, met enkele procentpunten. In verhouding tot referentiecentra is een dergelijke ontwikkeling goed mogelijk en kan zelfs bescheiden worden genoemd.

Bij de vertaling van omzet naar uitbreidingsmogelijkheden wordt uitgegaan van een normatieve omzet van afgerond € 2.100,-, vergelijkbaar aan het huidige niveau. Dit niveau ligt boven landelijke gemiddelden voor de niet-dagelijkse sector (ca. € 1.900,-).

Tabel 6.2: functioneren niet-dagelijkse sector stadsdeel Osdorp (2015)

Scenario:	I	II
Inwoners	47.900	47.900
Besteding	2.335	2.335
Bestedingspotentieel (x € mln.)	111,8	111,8
Koopkrachtbinding	62%	65%
Totale gebonden bestedingen (x € mln.)	69,3	72,7
Koopkrachttoevloeiing	45%	46%
Omzet toevloeiing (x € mln.)	56,7	62,0
Totale omzet (x € mln.)	126,0	134,7
Normatieve vloerproductiviteit (x €)	ca. 2.100	ca. 2.100
Haalbaar oppervlak (m² wvo)	60.000	64.200
Huidige oppervlak (m² wvo)	53.600	53.600
Uitbreidingsmogelijkheden (m² wvo)	6.000 – 6.500	10.000 – 11.000

De benadering geeft aan dat in scenario I 6.000 tot 6.500 m² wvo distributief is te onderbouwen. De ruimte die ontstaat is deels het gevolg van de groei van het aantal inwoners. Daarnaast draagt de versterking van de koopkrachtbinding en toevloeiing bij aan de distributieve ruimte. Dit scenario volgt in grote lijnen de onderzoeksresultaten van WPM.

Scenario II laat zien dat met een bescheiden toename van de koopkrachtbinding en –toevloeiing zondermeer 10.000 tot 11.000 m² wvo aan uitbreidingsruimte distributief is te onderbouwen.

De aangegeven distributieve uitbreidingsmogelijkheden zijn gebaseerd op de ontwikkeling van centrumgebieden. Dit betekent dat het haalbaar oppervlak gerelateerd is aan de in centrumgebieden geldende normatieve vloerproductiviteiten. Indien ingezoomd wordt op branchespecifieke ontwikkelingsmogelijkheden kunnen er andere uitbreidingsmogelijkheden naar voren komen. Dit heeft te maken met een hogere of lagere normatieve vloerproductiviteit in een branche.

Effecten en overige ontwikkelingen

Een hogere koopkrachtbinding en –toevloeiing op het aanbod in Osdorp leidt tot enige verschuiving van de koopstromen in Nieuw West. Deze verschuiving is echter niet zodanig dat dit leidt tot een structuurverstoring of het onder druk zetten van bestaand aanbod.

Een verdere versterking van het aanbod in Osdorp zorgt ervoor dat mensen vanuit omliggende stadsdelen meer op dit centrum georiënteerd raken. De afvloeiing vanuit deze stadsdelen groeit daarmee iets. Het gaat hierbij slechts om enkele procenten. Er resteert voldoende omzet voor een rendabel functioneren. Bovendien functioneert het aanbod in heel Nieuw West op dit moment al met een bovengemiddelde vloerproductiviteit. Daarnaast verspreiden de eventuele omzetteffekten zich, zodat individuele ondernemers hier weinig van merken.

Naast de wens Osdorpplein te versterken bestaan er in stadsdeel Osdorp ook plannen voor detailhandelsontwikkelingen op de Pieter Calandlaan. Hier wordt ca. 6.000 m² bvo toegevoegd in de plinten. Een exacte invulling is nog niet bekend. Een mogelijk scenario voor

de invulling is dat er ca. 4.800 m² bvo³⁴ aan detailhandel wordt toegevoegd, wat neerkomt op totaal 3.800 m² wvo. Met één supermarkt van ca. 1.100 m² wvo (1.300 m² bvo) zal globaal 400 m² wvo aan overig dagelijks worden toegevoegd en resteert er ca. 2.300 m² wvo voor niet-dagelijks. Invulling van de Pieter Calandlaan zal een deel van de aangegeven distributieve ruimte in het stadsdeel op-souperen. De invulling en omvang zullen afgestemd moeten worden met de ontwikkelingen van het Osdorpplein.

Daarnaast is voor Osdorpplein impact te verwachten van eventuele (grootschalige) ontwikkelingen op het Bedrijvencentrum Osdorp en Sugar City in Haarlemmerliede. Tussen de verschillende ontwikkelingen is daarom een goede afstemming noodzakelijk. Later meer hierover.

6.4 Kwalitatieve mogelijkheden

Om de gewenste positionering van Osdorpplein als hét centrum van Nieuw West daadwerkelijk te bereiken zal gezocht moeten worden naar een passende invulling van de ruimte, die bijdraagt aan de versterking van het centrum en voldoet aan het algemene kwaliteitsbeeld. Hieronder geven wij de ontwikkelingsmogelijkheden aan die wij reëel achten. De insteek hierbij zijn de verschillende koopmotieven van de consument.

³⁴ 80% aan detailhandel en 20% aan overige commerciële dienstverlening en horeca.

Boodschappen als dragende factor

Binnen het transformatieproces van stadsdeelcentra in Nederland tot centrale ontmoetingspunten, zien we dat de boodschappensector een dragende factor is en blijft. Stadsdeelcentra kunnen door hun omvang de keuzemogelijkheden bieden die op wijk- en buurt-niveau niet gerealiseerd kunnen worden. Binnen het stadsdeel functioneert het boodschappenaanbod in de top van de hiërarchie en onderscheidt zich van het buurt- en wijkniveau door schaal-grootte en specialisatie.

- Supermarkten zijn de trekkers voor de boodschappenfunctie. Voor een attractief aanbod moet een mix aanwezig zijn van supermarkten met verschillende oppervlakten en elkaar aanvullende marktsegmenten (discount tot hoogwaardig). Osdorpplein kan qua marktsegmentatie nog versterking krijgen, bijvoorbeeld in de vorm van een discounter van een moderne omvang (1.000 à 1.200 m² wvo).
- Stadsdeelcentra bieden de fysieke ruimte voor (echte) grootschaligheid van supermarkten, waarbij tevens synergie met andere functies tot stand kan komen. 2.000 tot 3.000 m² wvo en zelfs meer is een maat die steeds vaker voorkomt. Dergelijke winkels fungeren als sterke publiekstrekker.
- Schaalvergroting op Osdorpplein is een duidelijke kans. Gedacht kan worden aan een verdere opwaardering van Albert Heijn of een schaalsprong van Dirk van de Broek.
- Modernisering drogisterijaanbod, met name door schaalvergroting, is een duidelijke trend. Ook Osdorpplein zal hierin mee moeten gaan. Het aantal en de diversiteit zijn redelijk op niveau. Een drogisterij van 400 à 800 m² wvo is een vertrouwd beeld geworden in stadsdeelcentra.

- Speciaalzaken zijn over het algemeen een duidelijke meerwaarde voor stadsdeelcentra. Zo ook in Osdorpplein. Dit centrum heeft hierin zelfs een speciale positie met de aanwezigheid van de Shoperade en een uitgebreid aanbod aan versspeciaalzaken op Tussenmeer. Incidentele uitbreidingen of toevoegingen in deze sector blijven mogelijk.

Tabel 6.3: Versterkingsmogelijkheden boodschappenbranches

Branche	Ontwikkeling	Indicatie netto uitbreiding (m² vvo)	
		Scenario: I	II
supermarkt	Uitbreiding diversiteit marktsegmenten en modernisering door opschaling of toevoeging	1.100 – 1.500	2.200 – 2.600
persoonlijke verzorging	Modernisering door schaalvergroting	ca. 500	ca. 800
versspeciaalzaken		-	ca. 200
Totaal		1.600 – 2.000	3.200 – 3.600

Het overzicht geeft een mogelijke verdeling naar branche weer van de totale distributieve ruimte bij de scenario's. In het eerste scenario is de totale ruimte al snel gevuld. Een keuze zal gemaakt moeten worden tussen schaalvergroting van bestaande supermarkten of toevoeging van een derde supermarkt op Osdorpplein. Meer ruimte voor supermarkten is niet aanwezig, omdat ook schaalvergroting van de drogisterijen nodig is.

Het tweede scenario geeft meer mogelijkheden om zowel in de schaal als in de diversiteit van de supermarkten een opwaardering tot stand te brengen. Naast een aanzienlijke schaalvergroting en

van de bestaande supermarkten en/of toevoeging van een nieuwe supermarkt is er nog voldoende ruimte om ook de drogisterijbranche te moderniseren en incidenteel nieuwe verswinkels te openen. Hiermee zal de boodschappenbranche een duidelijke opwaardering krijgen.

Versterking recreatief winkelen

Het aanbod in de recreatieve branches is op dit moment onvoldoende om een aantrekkelijk geheel te vormen. Uitbreiding is noodzakelijk om de keuzemogelijkheden te vergroten en de verblijfsduur van de consument te verlengen. Tevens moet de diversiteit dusdanig worden vergroot zodat een breed publiek wordt aangesproken. Osdorpplein moet namelijk een ontmoetingspunt zijn voor iedereen uit het stadsdeel.



Versterkingsmogelijkheden recreatieve en laagfrequente branches

		Indicatie netto uitbreiding (m² wvo)	
Branche	Ontwikkeling	Scenario: I	II
Kleding en mode	Schaalvergroting en uitbreiding van het aantal winkels middensegment. Voorbeelden: Mexx, Vero Moda, Esprit, Didi, First Lady, Street One. Toevoeging c.q. uitbreiding modewarenhuis is een duidelijke aanvulling. Voorbeelden H&M, The Sting	1.000 – 2.000	2.500 – 3.000
Sport en spel	Toevoeging grootschalige sportwarenhuis en/of speelgoed. Voorbeelden Intersport, Helderman sport, Toys'R'Us (mogelijk verplaatsing)	500 – 1.000	1.000 – 2.000
Juwelier/optiek, huishoudelijk, media en hobby	Aantal zaken is redelijk op orde. Landelijk bekende ketens zijn aanwezig. Enige schaalvergroting is nodig, m.n. in de huishoudelijke en hobby branche. Voorbeelden Xenos, Kijkshop, Blokker, Pipoos.	ca. 1.000	ca. 1.000
Bruin- en witgoed	Toevoeging grootschalig bruin- en witgoedwarenhuis (MediaMarkt, Saturn), als belangrijke trekker met invloed op de loopstromen.	ca. 1.000	ca. 3.000
Fietsen, auto-accessoires	Grootschaligheid en breed laagdrempelig aanbod. Bijvoorbeeld Halfordssuperstore of Bonus Bikes.	500 – 1.000	500 – 1.000
Totaal beschikbaar		5.000 – 6.000	9.000–10.000

De binnenstad van Amsterdam zal een belangrijke plaats blijven innemen als recreatief winkelgebied. Osdorpplein onderscheidt zich hiervan door het gemak (nabijheid en goede bereikbaarheid) en de overzichtelijkheid (in verhouding klein oppervlak). Juist landelijk bekende filiaalbedrijven, met een hoge dichtheid aan winkels in Nederland, kunnen hierbinnen een geschikte plek vinden. Een winkel op het Osdorpplein kan gezien worden als nevenvestiging naast de 'hoofdvestiging' in de binnenstad.

- Versterkingen moeten vooral gezocht worden in de branches kleding en mode, sport en spel, huishoudelijke artikelen en warenhuis. Uit de analyse van de bestaande situatie blijkt namelijk dat deze branches ondervertegenwoordigd zijn in Osdorp en Nieuw West.
- Qua marktsegmentatie kan gekeken worden van prijsvriendelijk tot midden-plus. In de modebranche zullen vooral de gemiddelde en midden-plus segmenten aangevuld kunnen worden. De lagere tot gemiddelde segmenten zijn nu ruim aanwezig (zoals Vögele en C&A).
- In de mode branche zal niet direct gezocht moeten worden naar hoogwaardig of exclusief aanbod. Dit is al ruim aanwezig in andere concentraties binnen Amsterdam.
- De schoenenbranche is een branche die momenteel (zeer) ruim aanwezig is in Nieuw West en specifiek Osdorpplein. Het aanbod in deze branche is voldoende en biedt genoeg keuze. Voor een sterke uitbreiding opteren wij daarom niet.
- Toevoeging van een grootschalige sportzaak en/of speelgoedzaak speelt in op landelijke trends en is een duidelijke aanvulling op het totaal.

- De huishoudelijke artikelenbranche is een branche die bij uitstek past in een stadsdeelcentrum. Vanwege het brede publiek, maar ook het koopmotief dat verwantschap heeft met zowel boodschappen (eetbenodigdheden) als winkelen (luxe en cadeauartikelen). Deze branche is nu ondervertegenwoordigd in Nieuw West, uitbreiding zal de centrale positie van Osdorpplein versterken.

Schaalvergroting laagfrequente aankopen

De versterkingsmogelijkheden voor de laagfrequent en doelgericht bezochte branches worden gering ingeschat, met uitzondering van de bruin- en witgoedbranche en de fietsen- en autoaccessoiresbranche. Sterke uitbreiding van de overige (grootschalige) branches, zoals woninginrichting past beter op perifere locaties. Hiermee is niet gezegd dat er helemaal geen uitbreiding van deze branche plaats kan vinden! Versterkingen hier gaan meer over bijzondere en kleinschalige speciaalzaken, bijvoorbeeld woonaccessoires.

- Voor de bruin- en witgoedbranche zien wij versterkingsmogelijkheden. Deze branche ontwikkelt zich de laatste jaren als sterke publiekstrekker met grootschalige winkels. Meerdere landelijke ketens zijn hierin actief. Vestiging van een grootschalige bruin- en witgoedzaak zal een belangrijke impuls aan het plein geven en tevens een sturend vermogen hebben voor wat betreft de loopstromen.
- Fietsen- en autoaccessoires zal versterkt kunnen worden door grootschaligheid en een breed en laagdrempelig assortiment. In heel Nieuw West is deze branche ondervertegenwoordigd. Gezien de bevolkingssamenstelling, met veel allochtonen en ouderen, zien wij weinig kans voor een hoogwaardige speciaalzaak.

Evenals in de boodschappensector c.q. dagelijkse sector zullen er in geval van scenario I keuzes gemaakt moeten worden voor de recreatieve branches en het laagfrequente kopen. In het overzicht is een indicatie afgegeven van een mogelijke brancheverdeling voor de beschikbare ruimte. Hier zullen in het eerste scenario duidelijke prioriteiten moeten worden gesteld. De ruimte kan bijvoorbeeld worden ingezet voor versterking van de modebranche, inclusief een opwaardering van een modewarenhuis (ca. 1.000 m² wvo). Wanneer totaal ongeveer 2.000 m² wvo aan mode wordt toegevoegd, zal dit ten koste gaan van andere gewenste uitbreidingen, bijvoorbeeld een groot sportwarenhuis of fietsen- en autoaccessoires. Hiervoor is dan geen ruimte meer beschikbaar.

Voor de bruin- en witgoed is in scenario I een indicatie afgegeven voor ca. 1.000 m² wvo. Deze ruimte is echter te beperkt voor een sterke trekker. Invulling zal in dat geval plaatsvinden door of een verplaatsing of een 'second best' oplossing.

Scenario II biedt wel de mogelijkheden om een evenwichtige nieuwe branchering te verkrijgen, waarbij enerzijds de diversiteit sterk wordt verbeterd en anderzijds ruimte wordt geboden aan schaalvergroting.

6.5 Advies programma

Opschaling tot hét ontmoetingspunt van Nieuw West

De ambitie is om van Osdorpplein hét ontmoetingspunt van Nieuw West te maken, dus het belangrijkste centrum in dit deel van Amsterdam. Momenteel heeft het Osdorpplein deze positie niet. Het winkelaanbod is te beperkt, in verhouding tot het verzorgingsgebied en het centrum kan zich onvoldoende onderscheiden.

Wil het centrum zich opmaken voor de toekomst dan is een aanzienlijke opschaling noodzakelijk. Het centrum dient zich in lijn met landelijke ontwikkelingen te transformeren tot een duidelijk, herkenbaar stadsdeelcentrum, met een modern en divers winkelaanbod.

Volgen van scenario II

Wij adviseren daarom scenario II te volgen, zowel kwantitatief als kwalitatief. Het eerste scenario zal onvoldoende tegemoet kunnen komen aan de noodzakelijk uitbreiding, schaalvergroting en verbeteren van de branchemix.

De keuze voor opschaling van Osdorpplein en het volgen van scenario II, wordt niet alleen ingegeven door de ambitie. Osdorpplein is ook juist de goede plek en biedt volop kansen. Het centrum ligt namelijk centraal in het beoogde verzorgingsgebied, er zijn ruimtelijke en fysieke mogelijkheden en de bereikbaarheid is goed.

Inzetten van een transformatieproces

Voor het inzetten van dit transformatieproces zijn de volgende aspecten belangrijk:

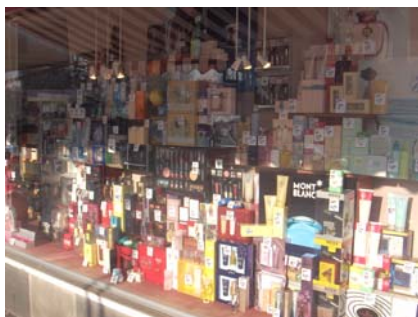
- De inrichting, bereikbaarheid en mix van voorzieningen moeten voldoen aan het verwachtingsbeeld van de consument. Kernwoorden bij dit verwachtings- c.q. kwaliteitsbeeld zijn gemak, nabijheid, keuzemogelijkheid en sfeer.
- Het stadsdeelcentrum zal de consument een compleet aanbod moeten bieden, voor zowel de dagelijkse boodschappen, het recreatieve winkelen als laag frequente aankopen. Deze mix van voorzieningen zorgt ervoor dat het centrum als ontmoetingspunt gaat functioneren in de top van de hiërarchie van Nieuw West.
- Schaalvergroting en vergroting van de diversiteit zijn nodig om de mix van voorzieningen te kunnen bieden en de gewenste aantrekkingskracht op inwoners uit Nieuw West te realiseren.
- Een dergelijke opwaardering biedt mogelijkheden voor interne structuurverbetering, een betere routing en trekkerbeeld, en de mogelijkheid voor individuele winkels zich sterker te profileren.

Opwaarderen door schaalsprong

Voor de opwaardering van het Osdorpplein is een aanzienlijke schaalsprong nodig. Het huidige aanbod is ondermaats en kan al met een geringe toename van de koopkrachtbinding en -toevloeiing verantwoord uitbreiden. De in scenario II aangegeven ontwikkelingsrichting achten wij daarbij realistisch en biedt bovendien voldoende distributieve uitbreidingsmogelijkheden.

Horeca en dienstverlening

Naast winkelruimte moet ook ruimte gereserveerd worden voor aanvullende horeca en dienstverlening. Uit de analyse blijkt dat deze functies momenteel beperkt aanwezig zijn, met name de (winkelondersteunende)horeca. Deze functies zijn wel essentieel voor het stadsdeelcentrum. Over het algemeen wordt in nieuwe winkelprojecten rond de 15% à 20% aan ruimte ingevuld door horeca en diensten. Dit percentage nemen wij als richtlijn³⁵.



Indicatief programma

Op basis van de aangegeven kwantitatieve en kwalitatieve ontwikkelingskansen adviseren wij het volgende programma voor de ontwikkeling van Osdorpplein. Een programma dat tegemoet komt aan de ontwikkeling van het stadsdeelcentrum tot de ontmoetingsplek voor heel Nieuw West.

³⁵ Bovendien houden wij zoveel mogelijk rekening met de aangegeven ruimte voor horeca en leisure in de grondexploitatie, ca. 2.100 m² bvo (exclusief hotel).

Het programma biedt voldoende fysieke ruimte om in de gewenste branches een modernisering te bereiken. Het gaat bij de opwaardering van Osdorpplein om een én-én ontwikkeling. Het centrum moet zowel in de boodschappensector hét centrum van Nieuw West zijn als ook voor het recreatieve winkelen en de laagfrequente aankopen. Dit vereist ruimte voor schaalvergroting.

Tabel 6.4: Advies programma voor uitbreiding Osdorpplein³⁶

	m ² wvo	m ² bvo
Supermarkten	2.400	3.200 – 3.400
Overig dagelijks	1.000	1.100 – 1.300
Kleding en mode	2.700	2.800 – 3.000
Sport en spel	2.000	2.300 – 2.500
Overig winkelen	1.000	1.200 – 1.300
Bruin- en witgoed	3.000	4.200 – 4.400
Fietsen en autoaccessories	800	1.000 – 1.100
Totaal detailhandel	12.900	15.800 – 17.000
Horeca en diensten		3.000 – 4.000
Totaal commerciële ruimte		18.800 – 21.000

Het programma is een indicatie voor de toekomstige uitbreiding en geeft expliciet de netto toe te voegen winkelmeters weer. Geen rekening is gehouden met eventuele verplaatsingen van winkels en sloop van bestaande units.

³⁶ Het oppervlak is weergegeven in m² winkelvloeroppervlak (wvo) en een breedte van het brutovloeroppervlak (bvo). Het brutovloeroppervlak is het totale oppervlak ten behoeve van een winkel, waarbij ook meters zijn meegenomen voor magazijn, kantoor, sanitair, e.d. (niet voor publiek toegankelijk). De verhouding varieert per branche, maar ligt over algemeen 80 – 100. In de tabel is rekening gehouden met de variatie per branche.

6.6 Advies centrumprofielen en detailhandelsstructuur

De ontwikkeling van het Osdorpplein en de inpassing van grootschalige detailhandel moeten geplaatst worden binnen het krachtenveld in de regio en de gewenste detailhandelsstructuur in het stadsdeel Osdorp. Om dit te bereiken is een heldere en eenduidige profilering van de verschillende typen winkelcentra nodig.

Het doel is een sterke detailhandelstructuur te realiseren. Een structuur die een goede verzorging biedt aan de consument, met synergie tussen de functies en perspectief voor individuele ondernemingen. Nieuwe detailhandelsontwikkelingen moeten daarom in de visie van BRO bij voorkeur gefaciliteerd worden in de (bestaande) centra binnen de detailhandelsstructuur.

Centrumprofielen

Om de detailhandelstructuur gestalte te geven, adviseren wij ten aanzien van de profilering van de typen winkelcentra onderscheid te maken in drie hoofdprofielen. De typen centra vormen tezamen de (hiërarchische) detailhandelsstructuur in het stadsdeel.

Tabel 6.5: Centrumprofielen stadsdeel Osdorp

Type	Profiel	Branchering
Stadsdeelcentrum; Osdorpplein	Stadsdeel overstijgende verzorgingsfunctie, brede mix voorzieningen	Brede vertegenwoordiging van branches, klein- en grootschalig
Wijk- en buurtcentra; o.a. P. Calandlaan	Primaire aankoopplaats voor dagelijkse boodschappen voor omliggende buurt en wijk	Hoofdzakelijk dagelijkse art., niet-dagelijks alleen aanvullend en kleinschalig
PDV-concentratie; BCO	Concentratiegebied van bijzondere aard voor inpassing grootschaligheid, met stadsdeeloverstijgende verzorging	Branchering niet concurrerend met andere centra; traditionele PDV branches

In tabel 6.5 zijn op hoofdlijnen de drie centrumprofielen verwoord. In de bijlage is een nadere uitwerking opgenomen, waarbij ook ingegaan wordt op de specifieke branchering binnen ieder profiel.

Afstemming noodzakelijk

De benaderde distributieve ruimte voor uitbreiding van het winkel-aanbod in stadsdeel Osdorp geeft aan dat de mogelijkheden niet onbeperkt zijn. Om een sterke detailhandelsstructuur neer te zetten zullen daarom keuzes gemaakt moeten worden en ontwikkelingen op elkaar afgestemd.

Prioriteit bij Osdorpplein

Het beleid van de diverse overheden geeft duidelijk aan dat prioriteit gelegd moet worden bij het versterken van bestaande winkelcentra, waarbij Osdorpplein de belangrijkste is. Hier liggen de unieke kansen om het profiel van het stadsdeelcentrum te versterken met grootschalig aanbod.

De ontwikkeling mag in deze 'setting' echter geen belemmering ondervinden en het centrum moet zich ten volle kunnen ontwikkelen met een brede mix van winkels naar branche, marktsegment en schaalgrootte, grootschalig maar ook kleinschalig.

Deze prioritering vraagt om terughoudendheid in andere concurrerende winkelcentra. Voor een goede ontwikkeling van Osdorpplein is volgens BRO op zijn minst een uitbreiding volgens scenario II noodzakelijk. Gegeven de distributieve ruimte resteert er zodoende voor overige centra ca. 600 m² wvo in de dagelijkse sector en 500 tot 1.500 m² wvo in de niet-dagelijkse sector.

Tabel 6.7: Indicatieve programma versus distributieve ruimte (m² wvo)³⁷

	dagelijks	niet-dagelijks
Osdorpplein (advies)	3.400	9.500
Distributieve ruimte	3.300 – 4.000	10.000 – 11.000
Resteert	ca. 600	500 à 1.500

Beperken omvang Pieter Calandlaan

De distributieve ruimte in het stadsdeel is beperkt. De ontwikkeling van een te groot nieuw wijkwinkelcentrum aan de Pieter Calandlaan kan zodoende invloed hebben op bestaand aanbod en de gewenste ontwikkeling van Osdorpplein. De ontwikkeling van ca. 4.000 m² wvo in Pieter Calandlaan, betekent in omvang het tweede winkelcentrum in Osdorp na Osdorpplein. Voor 'Nieuw Westse' begrippen is dit een omvangrijk wijkwinkelcentrum.

Toevoeging van té veel winkelmeters hier kan leiden tot ongewenste concurrentie met omliggende centra, zoals Tussenmeer en Pieter Calandlaan (oost). Daarnaast zal de nieuwe winkelruimte ook aantrekkelijk zijn voor formules die zich bijvoorkeur op Osdorpplein moeten vestigen. De gesuggereerde invulling met branches (zie bijlage) vertoont veel overlap met Osdorpplein en is niet meer alleen buurtgericht. Het centrum is zodoende niet alleen een concurrerende aankoopplaats maar, ook een alternatieve vestigingsplaats.

Bij een toevoeging van 1.500 à 2.000 m² wvo (vooral in de dagelijkse sector) zijn dergelijke effecten gering. Wij adviseren daarom om voor de ontwikkeling van Pieter Calandlaan de lijn uit de detail-

³⁷ Zoals eerdere aangegeven gaat het hier om de distributieve ruimte voor centrumgebieden.

handelvisie van het stadsdeel door te zetten. Dat wil zeggen de ontwikkeling van een gezond klein boodschappencentrum, supermarkt maximaal 1.300 m² bvo en aanvullende winkels van maximaal 765 m² bvo³⁸. Zelfs met deze toevoeging wordt de distributieve ruimte al iets overschreden.

Branchebeperking BCO handhaven

Het BCO is geschikt voor vestiging van volumineuze winkels, die in andere winkelcentra vanwege hun aard en omvang niet passen en bovendien sterk doelgericht en laagfrequent bezocht worden en weinig synergie hebben met het recreatieve winkelen. Het gaat hierbij onder meer om woninginrichting, doe-het-zelf, plant en dier.

Vestiging van andere (grootschalige) branches is echter concurrerend met het aanbod op en de ontwikkeling van Osdorpplein. Indien dit wel mogelijk is, is BCO een alternatieve vestigingsplaats, wat het perspectief van de ontwikkeling van Osdorpplein verkleint.

Ten aanzien van het Bedrijvencentrum Osdorp adviseren wij daarom de branchebeperking te handhaven. Op deze perifere locatie zullen alleen de traditionele PDV-branches³⁹ toegestaan mogen worden, te weten: woninginrichting, bouwmarkten en tuincentra.

De huidige situatie op BCO is gezien het voorgaande niet ideaal, maar waarschijnlijk het resultaat van een gebrek aan grootschalige huisvestigingsmogelijkheden elders in het stadsdeel. De Praxis en

³⁸ Stadsdeel Osdorp: Detailhandelsvisie Osdorp (2003).

³⁹ Perifere detailhandelsvestiging.

Kwantum zijn winkels die passen bij het profiel van BCO. Dit geldt ook voor Kids Factory en Jumper. Deze winkels zijn formeel randgevallen⁴⁰, maar gezien hun aard, omvang en bezoekmotief zijn deze sterk verwant aan de PDV-branches. Toys'R'Us (sport en spel) daarentegen is een formule die thuishoort op het Osdorpplein, vanwege het hoogfrequente bezoekgedrag en synergie met andere (recreatieve) branches. Daarom bevelen wij herhuisvesting van deze winkel aan.

De situatie op het concentratiegebied de Schinkel is vergelijkbaar aan het BCO. Om deze reden en vanwege de relatieve nabijheid tot Osdorpplein zou idealiter voor dit gebied evenzo een branchebeperking moeten gelden.

6.7 Instrumenten

In het onderliggende advies hebben wij voorstellen gedaan ten aanzien van het te voeren detailhandelsbeleid. Om deze richting kracht bij te zetten, zal dit formeel als beleid vastgesteld moeten worden door het stadsdeel. Dit is een eerst volgende stap. Beleid zelf heeft echter nog geen zelfstandige juridische status. Het vormt de basis voor de uitvoering, door de inzet van (andere) bestuurlijke instrumenten. De twee belangrijkste instrumenten zijn het bestemmingsplan (publiekrechtelijk) en de overeenkomst (privaatrechtelijk).

⁴⁰ Jumper valt wel onder de branche plant en dier maar is geen tuincentrum. Kids Factory valt onder de branche woninginrichting, maar verkoopt ook branchevreemd assortiment zoals kinderkleding en accessoires.

Het bestemmingsplan is een ruimtelijk plan. Dit betekent dat wanneer aan gronden bestemmingen (functies) worden toegekend, dit om **ruimtelijk relevante** redenen moet gebeuren. Ruimtelijk relevant betekent: betrekking hebbend op het ruimtebeslag van de gronden zelf of effect hebbend op het ruimtegebruik van de nabijgelegen gronden. De volgende zaken zijn in elk geval ruimtelijk relevant:

- omvang van de vestiging;
- parkeerbehoefte (en ruimtebehoefte);
- aan- en afvoerproblematiek.

Het bestemmingsplan is tevens het instrument om brancheverruiming en branchevervaging te voorkomen. De volgende onderdelen moeten dan in elk geval worden geregeld:

- duidelijke en eenduidige definities van begrippen zoals (groot-schalige) detailhandel, de diverse vormen van (groot-schalige) detailhandel, een duidelijke definitie van bouwmarkten;
- duidelijk moet zijn welke branches worden toegelaten, eventueel aan de hand van assortimentslijsten.

Een andere mogelijkheid om de branchering van een winkelgebied te regelen is de privaatrechtelijke overeenkomst. Veruit het belangrijkste is de *overeenkomst* bij de uitgifte van grond voor de vestiging van een winkel (gronduitgifte- en exploitatieovereenkomst).

Om het brancheprogramma ook op langere termijn te handhaven, ligt de inzet van het privaatrecht, naast het bestemmingsplan, voor de hand. Te denken is aan een convenant of overeenkomst (exploitatie- of samenwerkingsovereenkomst). Met de projectontwikkelaar en ondernemers kunnen allerlei afspraken worden gemaakt, zoals over de na te streven commerciële kwaliteit in een bepaald gebied. Gemeente, ondernemers(organisatie) en/of projectontwikkelaar werken samen het brancheprogramma uit. Zaken als branchering in kwaliteit en marktsegment komen daarbij aan de orde.

BIJLAGE

Detailhandelsontwikkelingen

Nieuw West

- **Pieter Calandlaan:** Voor de vernieuwing van het Zuidwest Kwadrant is het bestemmingsplan vastgesteld. Aan weerskanten van de Pieter Calandlaan (tussen Koos Vorrinkweg en Baden Powellweg) is 12.000 m² kleinschalige bedrijfsruimte en/of maatschappelijke voorzieningen in de plinten in voorbereiding alsmede 6.000 m² winkels en dienstverlening, waarvan één supermarkt van 1.300 m². Mogelijke verdeling naar landelijke gemiddelden: 80% aan detailhandel en 20% aan overige commerciële dienstverlening en horeca (dus 4.800 m² bvo detailhandel). Voor de invulling van de ruimten in het project 'Calandlaan Caleido Shops&services' opgezet. Doel is door samenwerking tussen stadsdeel, eigenaren en ondernemers tot een goede en passende invulling te komen. Voor de invulling zijn vier deelconcepten bedacht die ieder een ander deel invullen; Commerciële dienstverlening (o.m. dienstverlening met baliefunctie, ambachten, horeca); Buurtwinkelcentrum (o.m. supermarkt, verswinkels, drogisterij, woondecoratie, huishoudelijk); Branches voor doelgerichte aankopen (o.m. rijwielen, verf&behang, breedpakket doe-het-zelf, babywoonwarenhuis); Branches voor bijzondere aankopen (o.m. hoortoestellen, optiek, computers, muziekinstrumenten). Zie ook www.calandlaancaleido.nl.
- **Tussenmeer:** Coop supermarkt op Tussenmeer wordt omgevormd tot de discountformule Lidl. Vooralsnog is niet bekend of ook het winkeloppervlak uitgebreid wordt.
- **Sportparkstad:** Commerciële/sportgerelateerde functies, kantoren, bedrijfsruimten, commerciële voorzieningen ook detailhandell/horeca. Detailhandel/horeca omvat in totaal ca. 2.300 m² bvo. Met name wordt gedacht aan sportgerelateerde detailhandelsfuncties in deze nieuwe wijk, maar ook aan detailhandel gericht op de eerste levensbehoeften.

De precieze invulling wordt nog nader uitgewerkt. Uitgangspunt is dat de winkels in Sportparkstad niet concurrerend zijn met het winkelhart op het Bos en Lommerplein. De Stedenbouwkundige plannen zullen naar verwachting in 2005 worden vastgesteld door de stadsdeelraad van Bos en Lommer. In 2010 is SportParkStad gereed.

- **Delflandplein:** Het Delflandplein wordt de komende jaren flink aangepakt. Het moet ooit een florerend winkelcentrum worden. Er wordt uitgegaan van 3.000 tot 9.000 m² bvo aan winkels, horeca en leisure. In juni 2005 in inspraak gebracht.
- **Koningin Wilhelminaplein:** Naast gefaseerde ontwikkeling van 15.000 m² kantoorruimte, woningen, sportvoorziening, horeca en een parkeergarage is ook 1.500 m² winkels dan wel kleinschalige bedrijfsruimte gepland.

Overig Amsterdam

- **Plein 40 – 45:** Binnenkort zal op het Plein 40 – 45 een nieuwe Aldi vestiging geopend worden. Deze komt in het oude pand van Kwantum. Het exacte oppervlak van de winkel is onbekend, naar verwachting 800 à 1.000 m² wvo.
- **Boven 't Y:** Plannen voor winkels, een bioscoop, woningen, kantoren en een school. De Gemeenteraad heeft ingestemd met het plan, van ca. 35.000 m² verdeeld over drie fasen. De eerste fase van 4.000 m² wordt gerealiseerd in de periode tot 2006. De tweede van ca. 21.000 m² zou in 2011 klaar kunnen zijn. Als de Noord-Zuidlijn af is, kan de derde fase van ca. 8.000 m² gerealiseerd worden.
- **GETZ/Zuid-oost:** GETZ staat voor Gezondheid, Entertainment, Theater en Zaken centrum. Het gebied waarin entertainment, retail, horeca, een music-center, een hotel, wonen en cultuurvoorzieningen zijn gepland, wordt begrensd door de ArenA Boulevard aan de noordzijde, de Heineken Music Hall aan de oostzijde, de Corridor aan de zuidzijde

en de Passage aan de westzijde. Het plangebied vormt de laatste kavel van de uitgaansdriehoek in het centrumgebied Amsterdam Zuidoost. Het ontwerp bestemmingsplan is 25/05/05 ter inzage gelegd. 20.000 thematische retail is opgenomen in rapport Ecorys.

- **Zuidelijke IJ-oever:** Het project Zuidelijke IJ-oever is vier kilometer lang en loopt van de Panamaknoop aan het einde van de Oostelijke Handelskade tot de westelijke punt van de Silodam en omvat onder meer het Oosterdokseiland en het Westerdokseiland. Met het project is in totaal vijftien jaar gemoeid. Over een kleine tien jaar moeten er in totaal ruim 2.500 woningen, een kleine 400.000 m² bedrijfsruimte, 130.000 m² winkels en horeca en culturele voorzieningen zijn gerealiseerd. Het gaat onder meer om het nieuwe conservatorium, de grootste bibliotheek van Nederland, het Chinees-Europees facilititeitscentrum. Van de bewinkeling is 20.000 m² aangegeven.
- **Zuid-as:** De Zuidas moet een (inter)nationale toplocatie worden voor wonen, werken en voorzieningen. De gemeentelijk ambities qua invulling, inrichting en vormgeving liggen hoog. Het nieuwe station krijgt een bijzonder karakter en vormt het hart van de toekomstige Zuidas. Het wordt bovendien een belangrijk knooppunt voor het openbaar vervoer (trein, metro, bus), ook goed bereikbaar voor auto's. Het gebied heeft grote potenties. Vooralsnog wordt voor de kortere termijn uitgegaan van de realisatie van ca. 15.000 m² voor winkels.
- **Westpoort:** De ontwikkeling van een woon- en bouwthemacentrum. Er bestaan plannen voor ca. 25.000 m² bvo perifere detailhandel (meubels en woonaccessoires) en 21.000 m² bvo aan bedrijfsruimte en showroom, waaronder ook keukens en sanitair.
- **Teleport:** In december 2005 is het stedenbouwkundig programma van eisen vastgesteld voor Teleport in Amsterdam. Het programma voorziet in een forse toename van kantoorruimte (600.000 m²) en uitbreiding van centrumvoorzieningen met 150.000 m². Daaronder vallen on-

der meer hotels, retail/horeca, leisure en cultuur. Nog geen verdere planontwikkeling van bekend.

Regio

- **Cruquius Haarlemmermeer:** Hier komt een Themacenter Wonen en Leisure, onder het thema Living&Outdoor, van 35.000 m² PDV. Tweederde bestemd voor woongerelateerde winkels, eenderde voor grootschalige detailhandel binnen thema's bruin- en witgoed, dier en plant, sport en spel en fietsen en autoaccessoires. Oplevering en opening staat gepland voor Pasen 2007. MediaMarkt is eerste huurder die contract heeft getekend.
- **Zaandam Inverdan:** In plangebied komt naast het nieuwe gemeentehuis, o.m. een fitnesscentrum, megabioscoop, bibliotheek, busstation en woontorens. Maximaal 300 nieuwe woningen, 18.000 m² bvo winkels en 140.000 m² kantoren. Voorbereidende werkzaamheden zijn gestart.
- **Suger City Haarlemmerliede:** In samenwerking met de gemeente ontwikkeld Cobraspen BV het terrein van de voormalige Suikerfabriek SCM. Het industriële complex wordt nieuw leven in geblazen met o.a. detailhandel, kantoren, evenementenhal, discotheek, megabioscoop, en een hotel. Ook wordt een jachthaven ontwikkeld. Totaal wordt ca. 20.000 m² bvo winkels ontwikkeld.

Bevolkingsontwikkeling

	2005	2010	2015	2020			
Osdorp	44.738	3,9%	46.483	3,1%	47.922	-2,7%	46.629
Slotervaart	44.570	-2,0%	43.665	0,5%	43.885	4,3%	45.775
Geuzenv-Sloterm.	40.888	2,7%	42.005	-7,7%	38.781	4,8%	40.658
Bos&Lommer	30.989	5,7%	32.751	-1,2%	32.361	-6,8%	30.150
	161.185	2,3%	164.904	-1,2%	162.949	0,2%	163.212
Amsterdam		3,0%		2,1%		2,0%	

Detailhandelsaanbod naar bezoekdoel

Het detailhandelsaanbod in Nederland kan op hoofdlijnen worden ingedeeld naar drie categorieën; boodschappen, winkelen en laagfrequente aankopen. De categorieën geven het bezoekdoel van de consument weer.

- Bij *boodschappen* gaat het om de dagelijks benodigde artikelen, zoals levensmiddelen en drogisterij artikelen. Het doen van boodschappen moet snel en eenvoudig kunnen. Voldoende parkeergelegenheid, gemak en nabijheid zijn daarbij belangrijke randvoorwaarden.
- Het *recreatieve winkelen* betreft meer het winkelaanbod waarbij kijken en vergelijken belangrijk is. De consument ziet winkelen ook als tijdverdrijf en stelt hoge eisen aan comfort, sfeer, gezelligheid en keuzemogelijkheden. Het gaat hierbij immers veel meer om ontspanning, verrassing en belevenis, dan om noodzaak en efficiëntie. Branches zijn, kleding, schoenen, juwelier, media, sport en spel, etc.
- Laagfrequente aankopen doet men veelal doelgericht, waarbij efficiëntie belangrijk is. Het gaat hierbij om branche zoals doe-het-zelf, woninginrichting en bruin- en witgoed. Vaak zijn winkels in deze branches grootschalig en op perifere locaties gevestigd.

Branchering winkelaanbod Nieuw West

Toelichting grafieken

Een vergelijking van de branchering met landelijke gemiddelden voor plaatsen van 100.000 tot 175.000 inwoners geeft inzicht in de positionering van de verschillende branches. De grafiek geeft het winkelvloeroppervlak en aantal winkels binnen de branches weer. Deze positie is afgezet tegen het landelijk gemiddelde voor kernen van 100.000 tot 175.000 inwoners, gewogen naar het inwonertal van Nieuw West (161.800). De waarde 1,00 op de x- en y-as geeft dit landelijk gemiddelde aan, naar respectievelijk aantal winkels en (m² wvo). Een waarde > 1,00 betekent dat het aanbod in het centrum groter is dan dit gemiddelde, een waarde < 1,00 duidt op een kleiner dan gemiddeld aanbod. De diagonale lijn geeft de gemiddelde winkelgrootte weer. Een positie boven deze lijn duidt op grote winkels, een positie daaronder duidt op kleine winkels.

Overzicht branchering totaal Nieuw West

	Nieuw West (161.800 inw.)		Landelijk gemiddelde (100.000 – 175.000 inw.)	
	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo
Levensmiddelen	250	37.745	223	41.425
Persoonlijke verzorging	25	4.697	54	6.931
Warenhuis	2	1.964	4	13.056
Kleding en mode	77	11.276	212	34.171
Schoenen en lederwaren	22	4.669	49	8.543
Juwelier en optiek	21	1.577	46	2.901
Huish. en luxe art.	16	4.070	42	7.415
Antiek en kunst	1	125	29	2.257
Sport en spel	23	4.031	44	9.671
Hobby	13	1.022	33	3.224
Media	19	2.033	41	5.319
Dier en plant	45	21.171	58	17.730
Bruin- en witgoed	26	4.370	59	10.799
Fietsen en autoacc.	17	1.874	32	4.513
Doe-het-zelf	10	4.233	30	19.987
Wonen	43	19.121	119	61.250
Detailhandel overig	33	4.840	70	8.543
totaal	643	128.818	1.145	257.735

Functioneren aanbod Nieuw West

Tabel: huidig functioneren detailhandelsaanbod Nieuw West

	Osdorp		Slotervaart		Geuzenveld-Slotermeer		Totaal*	
	dagelijks	niet-dagelijks	dagelijks	niet-dagelijks	dagelijks	niet-dagelijks	dagelijks	niet-dagelijks
inwoners	44.738	44.738	44.570	44.570	40.888	40.888	130.196	130.196
besteding	2.026	2.335	2.026	2.335	2.026	2.335	2.026	2.335
bestedingspotentieel (x € mln.)	90,6	104,5	90,3	104,1	82,8	95,5	263,8	304,0
koopkrachtbinding	83%	60%	74%	22%	76%	37%	87%	56%
totale gebonden bestedingen (x € mln.)	75,0	62,7	66,7	23,1	62,6	34,9	228,5	169,1
koopkrachttoevoeiing	15%	45%	10%	18%	10%	30%	1%	12%
omzet toevoeiing (x € mln.)	13,2	51,3	7,4	5,1	7,0	15,0	3,4	22,9
totale omzet (x € mln.)	88,2	114,0	74,1	28,2	69,6	49,9	231,9	192,1
m² wvo	12.254	53.601	10.308	7.791	9.880	14.689	32.442	76.081
omzet per m² wvo	7.197	2.126	7.193	3.616	7.043	3.398	7.149	2.524
gewogen gemiddelde	5.800	1.900	5.900	2.100	5.500	2.600		

* exclusief Bos en Lommer

Het gewogen gemiddelde van de verschillende stadsdelen verschilt van elkaar door een andere branchesamenstelling, met name in de niet-dagelijkse sector. In Osdorp drukt bijvoorbeeld het tuincentrum Osdorp de gemiddelde omzet sterk naar beneden.

Landelijk gemiddelde:

- dagelijkse sector: € 6.400,- per m² wvo;
- niet-dagelijkse sector: € 1.900,- per m² wvo.

Centrumprofielen

Stadsdeelcentrum Osdorp

Positie

- Winkelcentrum in de top van de hiërarchie van Nieuw West als geheel.
- Binnen Amsterdam staat alleen de binnenstad boven Osdorpplein.

Voorzieningenniveau en bezoekersprofiel

- Centrum voor inwoners uit heel Nieuw West.
- Bezoekers komen om recreatief te winkelen, verblijven relatief lang, maken veel combinatiebezoeken en komen naar verhouding vaak in het centrum.
- Gevarieerd aanbodpakket dat zich kenmerkt door een mening van functies gericht op de winkelende en recreërende consument.
- Combinatie van 'recreatief' winkelen (shopping) en boodschappen doen.
- Brede mix van functies, naast winkels ook werken, wonen, recreëren en uitgaan.

Branchering; geen branche beperking

Boodschappen

- Supermarkten; als trekkers, grootschaligheid is mogelijk.
- Versspecialzaken; grote diversiteit en aanvullend op supermarkt.
- Drogisterijen; divers aanbod en ook grootschalig.

Winkelen

- Kleding en mode; als basis van het recreatieve winkelen.
- Mix van overige recreatieve branches (juwelier/optiek, huishoudelijk, media, hobby, sport/spel).

Laagfrequente aankopen

- Bruin- en witgoed; als (grootschalige) trekker.
 - Fietsen- en autoaccessoires; ter complementering totale branchering stadsdeelcentrum.
 - Woninginrichting; aanvullend (kleinschalig).
-

Perifere locatie (Bedrijvencentrum Osdorp)

Positie

- Ondersteunend aan overige winkelconcentratiegebieden in Osdorp.
- Ruimte bieden voor winkels die een volumineus assortiment voeren en die qua aard en omvang niet in andere centra passen.

Voorzieningenniveau en bezoekersprofiel

- Centrum voor inwoners uit heel Nieuw West.
- Bezoekers komen doelgericht naar een specifieke winkel met een lage frequentie.
- Mono functioneel aanbod gericht op perifere detailhandelsvestigingen (PDV).

Branchering; onder voorwaarden alleen de branches wonen, doe-het-zelf en plant./dier

Boodschappen

- Uitsluiten

Winkelen

- Uitsluiten

Laagfrequente aankopen

- Woninginrichting; hoofdfunctie en ruimte voor grootschaligheid, vermijden van kleinschalige winkels (minimaal 1.000 m² vvo). Voorbeelden: meubelen (woonwarenhuis), woningtextiel, vloerbedekking, keukens, sanitair.
 - Doe-het-zelf; ruimte voor (grootschalige) bouwmarkten (minimaal 1.500 m² vvo).
 - Plant en dier; is mogelijk indien perifere vestiging noodzakelijk is vanwege ruimtevraag en de wisselwerking met boodschappen of recreatief winkelen nihil is. Eerst vestiging in reguliere centra overwegen, PDV-locatie is slechts een alternatief. Voorbeeld grootschalige dierenwinkel (> 1.000 m² vvo).
-

Wijk- en buurtcentra

Positie

- Ondersteunend aan het stadsdeelcentrum Osdorp.
- Kansen bieden voor (kleinschalige) startende ondernemers.

Voorzieningenniveau en bezoekersprofiel

- Gericht op een goede wijk- en buurtverzorging in de dagelijkse boodschappen sfeer.
- Nabijheid en gemak zijn hiervoor de kernbegrippen.
- Bezoekers komen voor de dagelijkse boodschappen, komen vaak en verlangen gemak.

Branchering; geen branche beperking

Boodschappen

- Supermarkt (1.000 à 1.200 m² vvo) als basis van het centrum, geen grootschalige winkel.
- Verswinkels aanvullend op de supermarkt; bakkerij, slager, groente, vis, etnische levensmiddelen, slijterij.
- Drogisterij alleen kleinschalig (tot ca. 300 m² vvo).

Winkelen

- Nadruk op frequent benodigde non-food, branche gerelateerd aan de dagelijkse boodschappen. Voorbeelden: algemeen textiel, media, huishoudelijke artikelen, bloemen, dierspeciaalzaak.
- Schaalgrootte beperken tot 300 à 400 m² vvo.

Laagfrequente aankopen

- Alleen kleinschaligheid. Voorbeelden: rijwielspciaalzaak, verf&behang, breedpakket doe-het-zelf.
 - Schaalgrootte beperken tot ca. 500 m² vvo.
-