

Samenvatting

De detailhandelsnota uit juli 2002 heeft actualisatie, doordat zich ontwikkelingen in de samenleving afspelen waar de gemeente op in wil spelen. Er is een zestal uitbreidingsverzoeken van diverse wijkwinkelcentra bij de gemeente ingediend. Voorliggende nota beoogt een helder kader te scheppen voor de toekomst van de detailhandel in de stad en daarmee een antwoord te geven op de uitbreidingsverzoeken van de wijkwinkelcentra. De ontwikkeling rondom de ondertunneling van de A9 is in deze nota nog niet meegenomen, maar zal tot een herziening kunnen leiden.

De gemeente ambieert een goed voorzieningenniveau te bieden aan haar inwoners en tegelijk economisch gezonde bedrijven te hebben die kunnen voorzien in de behoefte van de bewoners van Amstelveen.

Het winkelaanbod in Amstelveen kent een duidelijke hiërarchie. Hoewel het aantal winkelstrips dat een functie voor de wijk vervult is afgenomen, zijn er nog altijd 23 gebieden en gebiedjes waar zich winkels bevinden. De afbrokkeling van kleine winkelcentra wordt veroorzaakt door een aantal trends en ontwikkelingen, waarvan schaalvergroting het meest in het oog springt. Een omschrijving van deze en andere van belang zijnde trends en ontwikkelingen is opgenomen in bijlage 4.

Behalve winkelcentra is ook ambulante handel, oftewel markten en standplaatsen onderdeel van het detailhandelsbeleid. Voor standplaatsen is een aparte nota van kracht.

De winkels voor dagelijkse artikelen in Amstelveen functioneren goed. Winkelcentrum Groenhof bindt de meeste consumenten voor de aankoop van dagelijkse artikelen. Het Stadshart neemt in deze sector een tweede positie in. Distributieplanologische berekeningen wijzen uit dat er in de sector dagelijkse artikelen nog enige uitbreidingsruimte voor winkels is. Dit wordt voor het grootste deel veroorzaakt door de uitbreiding van het aantal woningen in Westwijk. De uitbreidingsruimte bevindt zich daarmee vrijwel geheel in Amstelveen Zuid. De berekeningen dienen als input in de overweging of het goed is een winkelcentrum uit te breiden, er maken ook andere aspecten onderdeel uit van een dergelijke afweging.

Het beleid van de gemeente is er op gericht een aantal winkelcentra op lange termijn minimaal te behouden om de voorzieningenstructuur voor de bewoners van de stad te waarborgen (zie kaart 3.2: De kaart van de toekomst). Daarbij wordt ook aangegeven welke winkelcentra voor doorontwikkeling in aanmerking komen op korte tot middellange termijn: Kostverlorenhof, Amsterdamseweg Zuid, van der Hooplaan, Middenhoven en Westwijk. Er is ook een tweetal winkelcentra waar de gemeente de komende jaren extra de vinger aan de pols wil houden omtrent het functioneren: Bankrashof en Waardhuizen. De verzorgingsgebieden van deze centra zijn klein, maar de centra vervullen een belangrijke functie voor de bewoners van de buurten waarin zij zich bevinden. Winkelcentra die op de kaart van de toekomst staan vermeld en waarbij geen of zeer beperkte groei wordt voorzien tot 2012, maar die wel toekomstbestendig zijn, zijn Rembrandtweg Noord, Stadshart, Groenhof en Bovenkerk (industrieterrein).

De gemeente beschikt over diverse instrumenten om de detailhandelsstructuur gestalte te geven:

- De gemeentelijke organisatie: deze treedt faciliterend op en heeft de verbetering van de dienstverlening voor ondernemers in algemene zin hoog op de prioriteitenlijst staan
- Bestemmingsplannen: middels dit ruimtelijk-juridisch instrument bepaalt de gemeente waar zich winkels mogen vestigen. Branchering kan niet in het bestemmingsplan worden vastgelegd.
- Vergunningen: de vestigingswet is in juli 2007 geheel afgeschaft, doorgaans heeft een detaillist alleen een uitstalvergunning of reclamevergunning nodig.
- Handhaving: de gemeente heeft tot taak om detailhandel buiten het bestemmingsplan of openingstijden om te handhaven.

Het detailhandelsbeleid dient integraal te worden uitgevoerd, bij wijziging dient rekening gehouden te worden met ouderenbeleid, milieubeleid, verkeer- en parkeerbeleid, horecabeleid en veiligheidsbeleid.

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1	Inleiding	blz. 5
Hoofdstuk 2	Detailhandel in Amstelveen anno 2007	blz. 7
Hoofdstuk 3	Beleidskader	blz. 12
Bijlage 1	Verklarende woordenlijst	blz. 21
Bijlage 2	Nadere omschrijving winkelcentra	blz. 22
Bijlage 3	Distributieplanologische berekening	blz. 25
Bijlage 4	Relevante trends en ontwikkelingen	blz. 26

Hoofdstuk 1

Inleiding

1.1 Aanleiding

In juli 2002 is de Detailhandelsnota Amstelveen vastgesteld. Deze nota is een actualisatie van de nota die in 1994 is vastgesteld. De dynamiek in de detailhandel maakte een nieuwe nota nodig. De openingszinnen van de nota uit 2002 zouden in voorliggende detailhandelsnota opnieuw gebruikt kunnen worden: *...helderheid scheppen richting verschillende partijen die opereren in de detailhandelswereld, welke sterk in beweging is...de dynamiek vormt een van de redenen en noodzaken om het detailhandelsbeleid te actualiseren...*

Trends als schaalvergroting, almaar toenemende mobiliteit, vergrijzing, overnames van bedrijven en vastgoed- en prijzenoorlogen hebben allemaal hun weerslag op de Amstelveense winkelcentra. De gemeente heeft de afgelopen jaren zes concrete en minder concrete verzoeken voor uitbreiding van wijkwinkelcentra ontvangen. Alle verzoeken zijn serieus en reëel, maar de detailhandelsnota uit 2002 biedt onvoldoende handvatten om ze in relatie tot elkaar, maar ook afzonderlijk, te beantwoorden.

Voorliggende nota beoogt het antwoord op de uitbreidingsverzoeken in een gedegen kader te plaatsen, dat minimaal de komende 5 jaar hanteerbaar is. Gezien de dynamiek in de detailhandel zal de nota waarschijnlijk tegen die tijd opnieuw tegen het licht gehouden moeten worden.

1.2 De Amstelveense ambitie

De Amstelveense ambitie met betrekking tot de detailhandel vloeit voort uit de missie die is geformuleerd in de Nota Economisch beleid (maart 2004), waarin is geformuleerd dat de gemeente zich verder wil ontwikkelen tot een dynamische, kennisintensieve en kwaliteitsvolle stad, waarbij één van de richtpunten is het instandhouden van de bestaande detailhandelsstructuur, zonder daarbij uitbreiding van winkelcentra en herstructurering onmogelijk te maken. Deze missie kan worden uitgewerkt in de volgende ambities met betrekking tot de winkelcentra voor dagelijkse en frequent benodigde artikelen:

- De gemeente ambieert een goed voorzieningenniveau te bieden aan haar inwoners, opdat mensen in hun eigen omgeving de dagelijkse benodigdheden kunnen verkrijgen en de wijken leefbaar blijven en
- economische gezonde bedrijven te hebben die kunnen voorzien in de behoefte van de bewoners van Amstelveen.

Beide ambities kunnen niet zonder elkaar, maar soms ook moeilijk met elkaar. Wat te doen als bewoners op leeftijd de gemeente dringend verzoeken zo veel mogelijk kleine winkels verspreid over de stad te behouden en dit tegelijkertijd leidt tot een afkalvend winkelbestand, omdat de winkels niet in de gelegenheid zijn elkaar te versterken? De gemeente ambieert dit dilemma zo goed en verstandig mogelijk op te lossen voor alle partijen en een optimale spreiding van winkelvoorzieningen in de stad te bewerkstelligen.

1.3 Werkwijze

In de aanloop naar deze detailhandelsnota is een rapport opgesteld door Ecorys Nederland BV, geheten 'Naar een toekomstgerichte wijkwinkelstructuur in Amstelveen'. De vraagstelling van het rapport luidde: *Hoe ziet een verantwoorde ontwikkeling van de wijkwinkelstructuur in Amstelveen eruit voor de dagelijkse en frequent benodigde artikelen?*

De rapportage eindigt met 4 mogelijke ontwikkelscenario's. Deze scenario's zijn in rondetafelgesprekken onder leiding van wethouder Groot besproken met zelfstandige winkeliers en hun vertegenwoordigers, supermarktorganisaties, ontwikkelaars, eigenaren en wijkplatforms. Op basis van het rapport en de gesprekken heeft de afdeling Beleid van de gemeente voorliggende nota opgesteld.

1.4 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 geeft de huidige stand van zaken weer in de Amstelveense winkelcentra. Vervolgens wordt in het derde hoofdstuk het beleidskader geschetst in algemene zin en per winkelcentrum.

Tevens wordt hier het flankerend beleid, zoals parkeren, milieu en horeca, behandeld. Gelet op de aanleiding voor deze nota, de sterke dynamiek in de detailhandel, is in bijlage 4 een uitgebreide beschrijving van de trends en ontwikkelingen in de sector opgenomen. Ook zijn daar een verklarende woordenlijst en een distributieplanologische berekening te vinden, die allemaal bijdragen aan de onderbouwing van de gemaakte keuzen in hoofdstuk 3.

Hoofdstuk 2

Detailhandel in Amstelveen anno 2007

2.1 Inleiding

Zowel de kwantitatieve als de kwalitatieve eigenschappen van de Amstelveense winkelconcentraties worden in dit hoofdstuk omschreven. Daarnaast wordt beknopt de ambulante handel beschreven. Het functioneren van de winkels wordt in paragraaf 2.3 besproken. De uitbreidingsverzoeken die aan de gemeente zijn gedaan worden in de laatste paragraaf weergegeven.

2.2 Het aanbod

De volgende tabel geeft een overzicht in het aanbod van winkels in Amstelveen, onderscheiden naar dagelijks en niet-dagelijks aanbod. Onder dagelijks aanbod wordt verstaan: supermarkten, food-speciaalzaken, drogisterijen en parfumerieën.

Het aanbod betreft alleen puur detailhandel. Dienstverleners zoals kapsalons of schoenmakers zijn niet meegerekend. Ook horeca (bijvoorbeeld snackbars) behoren niet tot het detailhandelsaanbod. Er is tevens onderscheid gemaakt tussen Amstelveen Noord en Zuid. In bijlage 1 is een verklarende woordenlijst voor de afkortingen opgenomen.

Tabel 2.1

Winkelgebied	Dagelijks aanbod		Niet-dagelijks		Totaal	
	Vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	Wvo
Amstelveen Noord						
Amsterdamseweg Noord	1	35	12	3.349	13	3.384
Amsterdamseweg Zuid	9	1.591	16	1.678	25	3.269
Bankrashof	5	1.747	4	1.343	9	3.090
Beerebijt	0	0	3	160	3	160
Bourgondischelaan	1	749	2	90	3	839
Karel Doormanweg	3	189	2	133	5	322
Kostverlorenhof	13	2.975	14	1.217	28	4.455
Rembrandtweg Noord	4	653	10	887	14	1.540
Rembrandtweg Zonnestein	0	0	3	368	3	368
Stadshart	23	3.830	135	44.132	158	47.962
Uilenstede	1	250		0	1	250
Subtotaal	60	12.019	201	53.357	261	65.376
Amstelveen Zuid						
Augustinuspark	1	90	1	349	2	439
Calvijnlaan/Lindenlaan oost	0	0	7	707	7	707
Lindenlaan west	2	589	6	385	8	974
Hueseplein ¹	3	302	1	310	4	612
Oude Dorp/Handweg	0	0	18	1.924	18	1.924
Van der Hooplaan	8	1.223	7	573	15	1.369
Bovenkerk dorp	0	0	4	408	4	408
Groenhof	10	2.802	13	1.411	23	4.213
Bovenkerk industrieterrein	3	1.688	24	22.695	27	24.383
Middenhoven	8	1.223	7	472	15	1.695
Waardhuizen	6	1.108	3	221	9	1.329
Westwijk	9	1.622	6	762	15	2.384
Subtotaal	50	10.647	97	30.217	148	40.864
Verspreide bewinkeling	13	844	24	8.305	36	8.886
Totaal	123	22.730	322	91.879	445	114.609

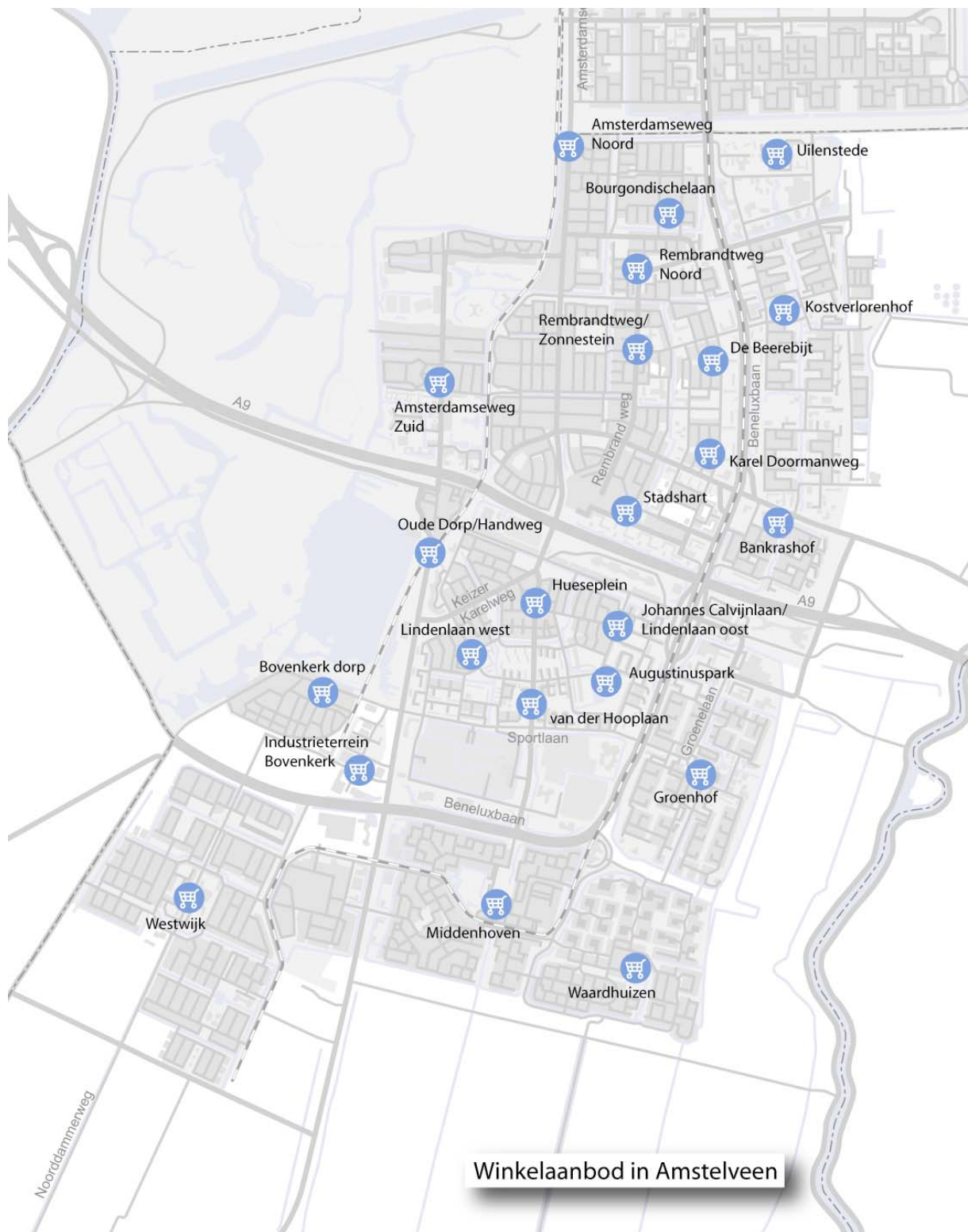
Bron: Locatus

Een aantal centra heeft in de loop der jaren haar functie als buurtwinkelvoorziening verloren: Beerebijt, Karel Doormanweg (zeer beperkt aanbod), Augustinuspark, Calvijnlaan/Lindenlaan oost, Hueseplein, Bovenkerk dorp. Een tweetal locaties kent helemaal geen winkels meer en komt niet meer voor in de tabel: Fokkerlaan en Mr. Troelstralaan. Deze 'koude

¹ Inschatting op basis van schatting van omvang nieuw gevestigde winkel.

sanering' heeft plaatsgevonden onder invloed van ontwikkelingen zoals schaalvergroting en de behoefte van de consument aan 'one-stop-shopping' (zie bijlage 4 Trends & ontwikkelingen).

Een nadere, kwalitatieve omschrijving en typering van de winkelcentra is opgenomen in bijlage 2.



Ambulante handel

De gemeente heeft één traditionele warenmarkt op vrijdagen in het Stadshart. Deze markt functioneert uitermate goed. Het was de op drie na beste markt van Nederland in 2006. Eerder is de markt zelfs op de tweede plaats geëindigd. De markt is een aanvulling op het winkelbestand in het Stadshart, maar ook een trekker op zichzelf.

Elke dinsdag wordt een biologische markt gehouden op de verlengde Rembrandtweg. Deze themamarkt is beperkt van omvang. Op moment van schrijven van deze nota wordt de markt, welke tot op heden een experiment is, geformaliseerd.

Een andere vorm van ambulante handel heeft Amstelveen in de vorm van standplaatsen. In 2006 is de nota Standplaatsenbeleid vastgesteld. In deze nota wordt gesteld dat er op 30 vastgestelde locaties een standplaats ingenomen kan worden.

2.3 Het functioneren van de winkels

Consumentenbinding

Eén van de manieren om te beoordelen hoe winkelcentra functioneren ten opzichte van elkaar is te onderzoeken hoe de klantenbinding is. De cijfers in de volgende tabel geven weer hoeveel consumenten boodschappen doen bij een bepaalde winkelconcentratie. Bijvoorbeeld 4% van de inwoners van Amstelveen beschouwt de Amsterdamseweg Zuid als belangrijkste aankoopplaats voor dagelijkse artikelen.

Tabel 2.2

Winkelgebied	Binding vanuit Amstelveen
Amstelveen Noord	
Amsterdamseweg Zuid	4%
Bankrashof	5%
Kostverlorenhof	12%
Stadshart	15%
Amstelveen Zuid	
Van der Hooplaan	3%
Groenhof	18%
Bovenkerk industrieterrein	6%
Middenhoven	8%
Waardhuizen	4%
Westwijk	7%
Overig	18% ²
Totaal	100%

Bron: Wie winkelt er bij mij? Koopstromen onderzoek Noord-Holland Zuid, 2005

Winkelcentrum Groenhof neemt een zeer sterke positie in als het gaat om de aanschaf van dagelijkse artikelen. Zeker wanneer in ogenschouw wordt genomen dat slechts 8% van de bevolking van Amstelveen in de wijk Groenelaan woont. Het winkelcentrum heeft dus een sterke bovenwijkse functie. De grote trekkracht van het Stadshart valt mede te verklaren uit de positie van het winkelgebied als geheel. Uit bovenstaande tabel kan worden afgeleid dat de meest complete winkelcentra ook de sterkste trekkracht hebben en het meest in trek zijn bij de consument. De winkelcentra met een beperkt aanbod, en dat valt vrijwel altijd samen met een beperkt verzorgingsgebied, hebben weinig te bieden en worden door de moderne en mobiele consument van tegenwoordig vaak overgeslagen.

Marktruimte in de dagelijkse sector

In bijlage 3 is de exacte berekening opgenomen van de marktruimte die aanwezig is in de dagelijkse sector. Het gaat hier om een berekening zoals in de distributieplanologie gebruikelijk is en waarbij op basis van het aantal inwoners en hun gemiddeld inkomen wordt berekend hoeveel winkelvloeroppervlak (rekenkundig) wenselijk is. Deze berekeningen werden uitgevoerd voor de dagelijkse artikelensector en leidden tot de volgende conclusie: anno 2006 is er 1.460 m² vwo marktruimte bovenop het huidige winkelaanbod en in 2015 is dat 3.000 m². Deze toename komt op het conto van Westwijk, de enige locatie in de stad waar nog een aanzienlijk contingent

² Waaronder 3% afvloeiing naar Groot Gelderlandplein

woningen gebouwd zal worden. Bovendien is er in Amstelveen Noord veel meer aanbod dan in Zuid, afgezet tegen het aantal inwoners.

Wanneer er in de toekomst in de A9 zone enkele duizenden woningen worden gerealiseerd, dan zal dat gevolgen hebben voor de (winkel)voorzieningen in het Stadshart (onderdeel van de zone) en wellicht ook in andere winkelvoorzieningen in de nabijheid van de zone (Bankrashof, Van der Hooplaan, Amsterdamseweg). Omdat op moment van opstellen van deze nota nog niet bekend is hoeveel woningen er ontwikkeld worden en hoe de zone wordt ingericht, kan er niet nader op worden ingegaan.

Door de strakke planningsprincipes die in Nederland altijd zijn gehanteerd is er over het type berekening zoals hiervoor geëxerceerd in het verleden erg veel discussie gevoerd, ook in Amstelveen. Dergelijke berekeningen zijn echter indicatief bedoeld en de discussies over het al dan niet uitbreiden van winkelcentra zouden niet alleen moeten gaan over beperkte aantallen meters, maar ook over posities van centra ten opzichte van elkaar en het voorzieningenniveau dat de gemeente wenst te realiseren.

2.4 Werkgelegenheid

De detailhandel is van grote betekenis voor de werkgelegenheid in Amstelveen. Per 1-1-2007 zijn er 4.194 werkzame personen actief. Dat is ruim 10% van de totale werkgelegenheid in Amstelveen. Binnen de detailhandel zijn veel personen werkzaam in de branche voedings- en genotmiddelen, namelijk 1.377 oftewel 33%. Werknemers zijn vaker dan gemiddeld jong en vrouw en werken vaak parttime of op basis van een flexibel arbeidscontract.

De vraag naar personeel gaat vaak mee met de golfbewegingen van de economie. De detailhandel krijgt in de meeste gevallen als laatste met een daling te maken. Ook is zij de laatste sector die nieuw personeel aanneemt wanneer het weer beter gaat met de economie. In een aantal branches (o.a. bij de opticiens) is er al enige tijd een tekort aan gespecialiseerde verkoopadviseurs en kaderpersoneel. Omdat het economisch gezien in Nederland beter gaat, zien we in 2006 een lichte toename van de werkgelegenheid in de detailhandel.

2.5 Uitbreidingsverzoeken

Bij de gemeente zijn diverse verzoeken voor uitbreiding van winkelcentra binnen gekomen. Deze plannen zijn niet altijd door de aanvrager geconcretiseerd.

Tabel 2.3

Locatie	Ontwikkeling	Fase
Keizer Karelpark	Concentratie langs van der Hooplaan. In totaal max 2.160 vvo, waarvan supermarkt 1.200 vvo	Principe is vastgesteld door gemeenteraad middels de wijkvisie Keizer Karelpark. Vervolgens wordt een nota van uitgangspunten gemaakt.
Middenhoven	Uitbreiding met 1.000 m ² bvo, nog niet helemaal duidelijk hoeveel de supermarkt krijgt en hoeveel drogist en Blokker.	Gemeente heeft nota van uitgangspunten vastgesteld, deze wordt uitgewerkt.
Groenhof	2.070 vvo toevoeging, met name supermarkten en bestaande branches	Eigenaar heeft verzoek ingediend en dpo. Gemeente heeft quick scan opgesteld.
Westwijk	Toevoeging van maximaal 3.000 m ²	Gemeente heeft uitbreiding benoemd (en vastgesteld) in de nota van uitgangspunten Legmeerpolder. Ontwikkelaar en gemeente zijn gestart met uitwerken visie voor winkelgebied.
Kostverlorenhof	Verplaatsing en uitbreiding Dirk van den Broek naar 1.800 vvo, waardoor structuur verbeterd en extra parkeerplekken gerealiseerd kunnen worden.	Gemeente stelt quick scan op.
Amsterdamseweg Zuid	Vergroten Plusmarkt	Onderzoek naar mogelijkheden door marktpartijen.

Bron: gemeente mei 2007, zie verklarende woordenlijst in bijlage 1.

2.6 Actuele ontwikkelingen

Nederland staat bekend om zijn fijnmazige, hiërarchische winkelstructuur. Al sinds de jaren '50 worden langs een strikt planningsmodel winkelvoorzieningen ontwikkeld. Hoe groter het aantal mensen in een verzorgingsgebied, des te groter de winkelvoorziening. Nederland heeft daardoor veel winkels die binnen korte afstand zijn te bereiken: iedere buurt zijn eigen winkelvoorziening. Verder zijn er weinig winkels in de periferie, met uitzondering van meubelboulevards, die juist weer uniek zijn. Amstelveen is een typisch voorbeeld van het Nederlandse planningsmodel.

Nota Ruimte

In januari 2006 is de Nota Ruimte vastgesteld, waarin het kabinet haar visie geeft op de ruimtelijke ontwikkeling van Nederland. Het kabinet gaat hierbij uit van een dynamische, op ontwikkeling gericht ruimtelijk beleid en een heldere verdeling van verantwoordelijkheden tussen het rijk en de decentrale overheid. Centraal staan hierbij de begrippen ontwikkelingsplanologie (vergroten van ontwikkelingskracht), decentralisatie, deregulering en uitvoeringsgerichtheid. Voor de detailhandel betekent dit dat het ABC-locatiebeleid³ en het locatiebeleid voor Perifere en Grootschalige Detailhandelsvestiging worden vervangen door een integraal locatiebeleid dat verschillende doeleinden dient: economische ontwikkelingsmogelijkheden, bereikbaarheid en leefbaarheid. Dit beleid wordt gedecentraliseerd naar provincies en WGR-plusregio's. Van gemeenten wordt verwacht dat zij deze kaders verder vorm geven. Voorliggende nota is onder meer hiervan het gevolg.

Detailhandelsbeleid Stadsregio

De Stadsregio heeft eind 2005 haar beleidsnota 'Selectieve dynamiek, regionaal detailhandelsbeleid 2006-2010' vastgesteld. Deze nota staat samengevat voor de volgende inhoud:

- Detailhandel is gevestigd in verstedelijkt of te verstedelijken gebied, alsook op specifiek benoemde locaties op bedrijventerreinen. Solitaire vestigingen zijn in principe uitgesloten.
- Bestaande winkelstructuren zullen middels offensief beleid versterkt moeten worden.
- Clustering van detailhandel en voorzieningen is een leidend principe.
- Alleen op bepaalde – door de regio aangemerkte of aan te merken locaties – is grootschalige detailhandel toegestaan.
- Daarnaast zijn er traditionele PDV-locaties, waar alleen PDV-branches zijn en blijven toegestaan.
- Geen Regionaal Shoppingcentre, een Factory Outlet Centre alleen onder voorwaarden.

Deze nota zal eind 2007 worden geëvalueerd.

Detailhandelsbeleid Provincie

De provincie Noord Holland is in de zomer van 2007 gestart met het opstellen van een concrete detailhandelsvisie, waarin regionale componenten zijn uitgewerkt. De hoofdlijnen van het beleid en de ruimtelijke component daarin krijgen een plek in de provinciale structuurvisie. Het beleid moet aansluiten bij het locatiebeleid 'Een goede plek voor ieder bedrijf'. Er wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van bestaande regionale detailhandelsvisies.

Nota Economisch Beleid

Deze eerste algemene economische nota is in maart 2004 door de gemeenteraad vastgesteld. De nota beoogt een raamwerk te geven voor de uitgangspunten van het ruimtelijk- en sociaal-economische beleid van de gemeente tot het jaar 2013. De uitgangspunten worden uitgewerkt in diverse beleidsnota's en notities, zoals de integrale horecanota, de hotelnotitie (beide zullen op een later moment worden vastgesteld), voorliggende detailhandelsnota en de notitie Citymarketing, waarvan regionale Marketing en acquisitie en Accountmanagement deel uitmaken.

³ Dit beleid was bedoeld om de vestiging van bedrijven en voorzieningen te sturen, in overeenstemming met de aard van hun vervoersbehoefte. A-locaties zijn goed bereikbaar met het openbaar vervoer en bedoeld voor arbeids- en bezoekersintensieve bedrijvigheid en voorzieningen. B-locaties zijn goed bereikbaar met de auto en het openbaar vervoer. C-locaties zijn goed bereikbaar per auto en bedoeld voor industrie, distributie- en transportactiviteiten.

Hoofdstuk 3

Beleidskader

3.1 Inleiding

Dit derde hoofdstuk vormt het hart van deze nota. Het feitelijk beleid wordt hierin geformuleerd, op basis van hoe de detailhandel er in Amstelveen voor staat en de ambities die het bestuur heeft. In eerste instantie wordt het beleidskader in algemene zin omschreven. Vervolgens wordt een kaart gepresenteerd, 'De kaart voor de toekomst', waarop staat aangegeven welke wijkwinkelcentra de komende jaren een doorontwikkeling kunnen ondergaan, welke geen doorontwikkeling kunnen ondergaan en waar extra aandacht voor nodig is. Daarna wordt per winkelconcentratie aangegeven wat er in de toekomst zou kunnen of moeten gebeuren en welke richting de gemeente, gelet op haar ambities, vindt dat de winkels zich zouden moeten ontwikkelen. Hierbij is een brede afweging gemaakt van factoren: economisch, verkeer, parkeren, beleid van hogere overheden, demografische en ruimtelijke ontwikkelingen. Er is gekozen om geen actieplan aan deze nota te koppelen, omdat een actieplan sneller dan de beleidsnota achterhaald is. Het actieplan voor deze sector maakt onderdeel uit van het Jaarplan Economische Zaken (iedere 2 jaar).

3.2 Algemeen beleidskader

Het verzorgingsgebied dat een winkelcentrum bedient moet voldoende groot zijn voor het winkelcentrum om genoeg omzet te behalen. Gelet op de ontwikkelingen in de detailhandel (bijlage 4) wordt dit verzorgingsgebied noodzakelijkerwijs steeds groter. Hoewel het vanuit het oogpunt van bijvoorbeeld de vergrijzing en de leefbaarheid wenselijk kan zijn om in iedere wijk of buurt een winkelcentrum te hebben, is dit niet meer altijd haalbaar en realistisch vanuit economisch oogpunt. De gemeente stelt zich ten doel de winkels in dagelijkse voorzieningen optimaal over de wijken te verspreiden. Dit komt in de praktijk neer op het tegengaan van versnippering van het aanbod. Dit kan betekenen dat kleine winkelstrips of zelfs kleine buurtcentra in de toekomst een andere functie krijgen. De gemeente wil een actieve rol spelen in het herbestemmen van dit onroerend goed teneinde voor dergelijke panden een invulling te krijgen die de leefbaarheid van de wijken bevordert. Er zijn allerhande functies denkbaar in leegkomende winkelstrips, van bedrijvigheid tot wonen of maatschappelijke functies.

Daarnaast is een écht stadscentrum, als hart van de stad voor alle inwoners en met een grote diversiteit aan functies, van groot belang voor de leefbaarheid van de stad. Een goed Stadshart is bovendien een belangrijk visitekaartje voor bezoekers van buiten de stad of voor bedrijven of personen die zich in de toekomst in de stad (overwegen te) willen vestigen. De gemeente ambieert het verder versterken van het Stadshart als plek in de stad waar Amstelveners trots op zijn, dat veel bezocht wordt door Amstelveners en regiobewoners voor winkelen, uitgaan en het bijwonen van culturele en andersoortige activiteiten.

Bedrijven in de detailhandel die niet in de wijkwinkelcentra of het Stadshart passen, omdat zij te veel ruimte nodig hebben vanwege hun PDV-assortiment⁴, blijven op het bedrijventerrein Bovenkerk. Het gemeentebestuur beoogt geen verdere uitbreiding van deze winkelvoorziening, aangezien er in de regio voldoende aanbod aanwezig is.

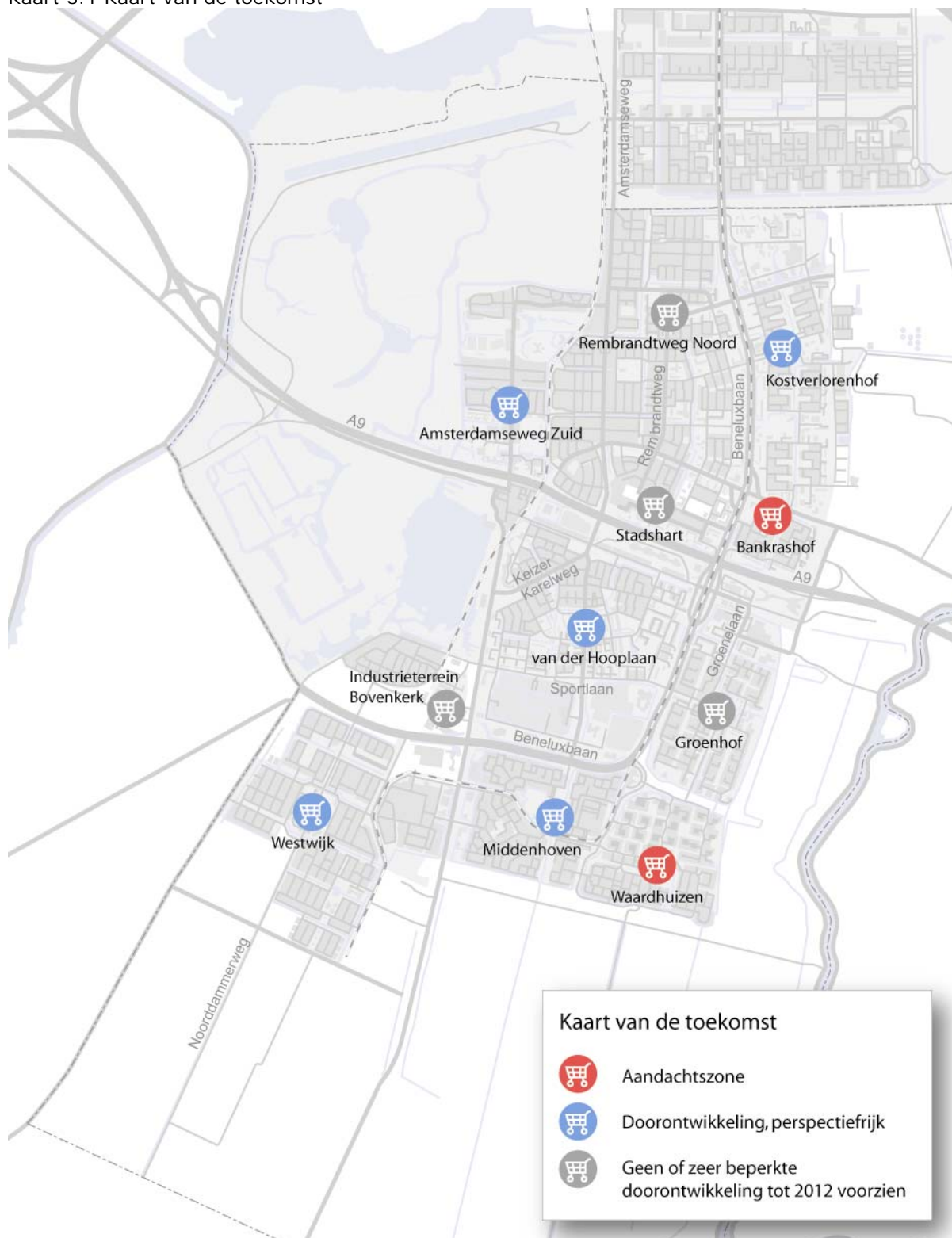
Het college van B&W vindt het belangrijk om bedrijven en investeerders continuïteit in beleid te bieden. De investeringen in het vastgoed zijn immers hoog. Deze nota borduurt dan ook voort op staand beleid, maar beoogt de dynamiek in de sector op heldere wijze te faciliteren.

3.3 Kaart voor de toekomst

De kaart die hierna wordt gepresenteerd is de kaart voor de toekomst van de detailhandel van dagelijkse voorzieningen in de stad. Op deze kaart wordt aangegeven voor welke locaties de komende 5 jaar een doorontwikkeling voorzien wordt en welke locaties zich in een 'aandachtszone' bevinden. Alleen de grootste centra staan aangegeven, om te laten zien welke centra op lange termijn minimaal behouden moeten blijven als voorzieningencentrum voor dagelijkse en frequent benodigde artikelen om een gedegen aanbodstructuur te bieden. Voor verdere detaillering wordt verwezen naar de tekst die na de kaart volgt.

⁴ Zie woordenlijst in bijlage 1.

Kaart 3.1 Kaart van de toekomst



Zie woordenlijst in bijlage 1.

3.4 Beleid per winkelconcentratie

Per winkelgebied zal hierna worden aangegeven hoe deze zich in de toekomst dient te ontwikkelen. In algemene zin geldt: detailhandel dient zich te ontwikkelen in concentratiegebieden en niet solitair. Ontwikkelingen dienen zich in of aansluitend op bestaande winkelgebieden te ontwikkelen. De enige uitzondering op deze regel is een detailhandelsvoorziening die direct is gekoppeld aan een andersoortige publieksgerichte voorziening en hieraan ondergeschikt is (denk aan een winkel bij een sportschool).

Winkelcentrum	
Amsterdamseweg Noord	Deze straat kan in de toekomst dezelfde functie behouden, waarbij detailhandel en dienstverlening met publieksfunctie elkaar kunnen vervangen. Er is onder marktpartijen geen ambitie waargenomen om winkels in dagelijkse artikelen toe te voegen.
Amsterdamseweg Zuid	Doelstelling van de gemeente blijft om deze straat levendig te houden, met zoveel mogelijk publieksgerichte bedrijven, winkel of dienstverlening. Het dagelijks aanbod in de straat kan worden versterkt en behouden door vergroting van de Plusmarkt (nr. 136). Deze winkel zal moeite hebben haar positie te behouden en alleen een uitbreiding kan dit bedrijf behouden voor de toekomst. Gezien de ruimtelijke situatie aan de Amsterdamseweg zal het moeilijk zijn een geschikte locatie te vinden. Aandachtspunt is hierbij parkeren, dit zal op eigen terrein moeten worden opgelost. Indien er een aanvaardbare oplossing wordt gevonden, staat de gemeente hier in beginsel positief tegenover. Aan verdere uitbreiding van winkelruimte is aan de Amsterdamseweg Zuid geen behoefte.
Bankrashof	Het verzorgingsgebied van dit winkelcentrum is beperkt. De gemeente acht het wenselijk om het winkelcentrum voor de buurt te behouden. Dit neemt niet weg dat de gemeente de vinger aan de pols wil houden wat betreft het functioneren van dit centrum. Dit wil zij doen door jaarlijks een gesprek met de eigenaren/ondernemers te voeren over het functioneren. Verandering van functie of vernieuwende initiatieven op deze locatie kunnen worden ondersteund, indien de betrokkenen de gemeente hiertoe een verzoek indienen.
Beerebijt	Zowel het aantal panden als de individuele winkels zijn te klein om in de detailhandelssector te kunnen functioneren. In vergelijking met de in de nabijheid gelegen eveneens verouderde winkelstrip aan de Karel Doormanweg komt de Beerebijt er slechter vanaf in de beoordeling: minder panden, kleinere panden, minder parkeergelegenheid, slechtere uitstraling. Twee strips in één wijk die dermate verouderd zijn brengt het risico met zich mee dat beide strips geen functie meer kunnen vervullen in de toekomst. Het verdient daarom aanbeveling om in de toekomst de detailhandelsbestemming van de panden aan de Beerebijt te veranderen, middels een aanpassing in het bestemmingsplan, waarbij de huidige detailhandelaren gebruik kunnen maken van het zogeheten overgangsrecht. De kans op planschade wordt zeer klein geacht, omdat de panden ongeschikt zijn geworden voor detailhandel. In de toekomst kan de strip worden omgezet in bedrijvigheid of wonen. Zie ook hierna Karel Doormanweg.
Bourgondischelaan	Wanneer een mogelijkheid zich voordoet zou deze strip geïntegreerd kunnen worden met de strip aan de Rembrandtweg Noord om samen één eigentijds winkelgebied te vormen. Aan ruimte is hierbij een knellend gebrek. Indien de supermarkt zou verdwijnen of verplaatsen, zou verandering van de bestemming in wonen een optie kunnen zijn, voor bedrijvigheid is de locatie qua bereikbaarheid niet geschikt.
Rembrandtweg Noord	De toekomst van de Rembrandtweg Noord moet worden gezien in samenhang met de Bourgondischelaan. Uitbreiding van beide locaties afzonderlijk ligt niet voor de hand ligt en is ook niet wenselijk, dit zou ten koste kunnen gaan van het functioneren van beide strips. De Rembrandtweg heeft in dit opzicht de beste perspectieven en een beperkte uitbreiding buiten de contouren van de winkelstrip is bespreekbaar mits dit past binnen flankerend beleid, zoals onder meer parkeren. De supermarkt mag binnen de contouren van de winkelstrip in ieder geval uitbreiden. Een moeilijk, maar theoretisch ideale oplossing is die waarbij de Bourgondischelaan en de Rembrandtweg-Noord geïntegreerd worden
Karel Doormanweg	Als winkelvoorziening voor dagelijkse benodigdheden is deze locatie gezien omvang en verzorgingsgebied niet meer van deze tijd. Toch vindt een aantal winkels die elders de hoge huurprijzen niet zouden kunnen betalen hier een plek. Gelet op de redelijk goede uitstraling, bereikbaarheid en parkeergelegenheid is behoud van deze strip wenselijk. Deze voorziening kan in samenhang met de Beerebijt worden gezien, welke ook via de Van Heuven Goedhartlaan te bereiken is, enkele tientallen meters noordelijker. Indien de situatie zich voordoet, zouden de winkels van de Beerebijt zich naar de Karel Doormanweg kunnen verplaatsen. Dit betekent een bijdrage aan de afbouw van

	de Beerebijt als winkelstrip en een versterking van de in verschillende opzichten sterkere Karel Doormanweg. De gemeente beziet de mogelijkheden voor ondersteuning aan winkeliers en eigenaren wanneer deze situatie zich voordoet. De toekomstige functie van de Karel Doormanweg zal zijn een mengeling van detailhandel, dienstverlening en maatschappelijke functies.
Kostverlorenhof	Gelet op de slechte ruimtelijke structuur van dit winkelcentrum, de omvang van de supermarkten en de parkeerproblematiek, is een verbetering wenselijk. Een vergroting van de omvang van de Dirk van den Broek tot 1.800 m ² bvo betekent daarbij een keuze voor kwaliteit en is de beste manier om dit winkelcentrum toekomstbestendig te maken. Voorwaarde daarbij is het oplossen van de parkeerproblematiek en het werkelijk verbeteren van de ruimtelijke structuur, middels het creëren van logische looproutes van het overdekte gedeelte van het winkelcentrum naar de supermarkt en omgekeerd.
Rembrandtweg (bij Zonnestein)	Wanneer de detailhandelfunctie in deze strip afkalft, dient de gemeente te bezien of wijziging van de detailhandelfunctie wenselijk is, verruiming met een dienstverlenende functie is de eerste optie.
Uilenstede	Omdat het verzorgingsgebied van Uilenstede te klein is, is grootschalige uitbreiding van winkels op Uilenstede niet wenselijk.
Van der Hooplaan	Deze straat is aangewezen als de beste locatie voor de ontwikkeling van een wijkwinkelcentrum voor de wijk Keizer Karelpark. Een supermarkt van 1.200 m ² vvo zou hiervan de trekker moeten worden. Het beleid zoals met de wijkvisie Keizer Karelpark is vastgesteld wordt in deze detailhandelsnota beaamd. Benadrukt wordt dat het gaat om concentratie van versnipperde gebieden, wat betekent dat de supermarkt aan de Lindenlaan zal moeten opgaan in de nieuwe supermarkt aan de Van der Hooplaan. Naast de supermarkt is er voldoende marktruimte voor de reeds aanwezige 'couleur locale' van de speciaalzaken op gebied van dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen (in totaal ongeveer 2.200 m ² vvo dagelijkse artikelen en een bescheiden aanbod aan niet-dagelijkse speciaalzaken). Een maatvoering van 1.200 m ² is voor nieuwe supermarkten minimaal, hebben diverse supermarktorganisaties en ontwikkelaars de gemeente laten weten. Indien deze discussie zich voordoet, dan zal kwaliteit boven kwantiteit moeten staan en zal de beste ruimtelijke oplossing de doorslag moeten geven bij het ontwikkelen van dit winkelcentrum en de omvang van de supermarkt.
Lindenlaan West	Verplaatsing en vergroting van deze supermarkt naar de van der Hooplaan is wat de gemeente met de wijkvisie voor ogen staat. Voor de overige winkels in de strip zou een verplaatsing naar de Van der Hooplaan ook een gunstig toekomstperspectief bieden. De panden aan de Lindenlaan kunnen in de toekomst worden bestemd als bedrijfspanden of kunnen een maatschappelijke functie krijgen. Dit kan worden bereikt door het wijzigen van de bestemming, met een vrijstelling voor detailhandel ⁵ .
Hueseplein	Gelet op de concentratie van detailhandel langs de Van der Hooplaan wordt de detailhandel op deze locatie afgebouwd. Het veranderen van de bestemming in bedrijfsruimte met een vrijstelling voor de huidige detailhandel is hiervoor de beste manier. Deze strip kan bij verdwijnen van detailhandel worden herbestemd als bedrijfsruimte, gezien de goede bereikbaarheid en redelijk gunstige ligging op een zichtlocatie langs de Van der Hooplaan.
Calvijnlaan / Lindenlaan oost	Deze verouderde strip kan net als de Lindenlaan West en het Hueseplein worden gewijzigd door aanpassing van het bestemmingsplan met vrijstelling voor de huidige detailhandel. Welke nieuwe bestemming het best op deze locatie past moet nader onderzocht worden.
Augustinuspark	De ligging van dit centrum en de omvang ervan maken het ongeschikt voor detailhandel. Wijzigen van bestemming met vrijstelling voor detailhandel luidt het advies. Voor bedrijvigheid is deze locatie nauwelijks interessant, een woonbestemming ligt meer voor de hand.
Oude Dorp	De bakker en de slager komen niet meer terug, maar het is wel wenselijk het karakter van dit deel van Amstelveen te behouden door in ieder geval de functies zo veel mogelijk publieksgericht te houden. Zie ook de vastgestelde 'Notitie Oude Dorp' (Oktober 2005), waarbij voorliggende nota aansluit.
Bovenkerk Dorp	Er is geen dagelijkse winkelfunctie meer in het dorp van Bovenkerk en gezien het kleinschalige karakter van deze buurt is dat naar verwachting ook niet meer haalbaar in de toekomst. De niet-dagelijkse winkels kunnen blijven zitten, maar de bestemmingen kunnen ook gewijzigd worden indien aanvragen daartoe aanleiding geven.

⁵ Gezien de wens om de detailhandel te concentreren aan de Van der Hooplaan, zullen de andere strips in Keizer Karelpark een andere bestemming krijgen, met vrijstelling voor de zittende detailhandel. Deze bedrijven maken dan automatisch gebruik van het zogeheten overgangsrecht. Dit houdt in dat ze gevestigd mogen blijven en dat het bedrijf mag worden overgedaan aan een opvolger in dezelfde branche. Op het moment dat de functie wijzigt, vervalt de vrijstelling voor detailhandel en moet er een functie in komen die past binnen het bestemmingsplan.

Westwijk	Nu er in Westwijk Zuidoost en Zuidwest volop woningen worden gebouwd, is duidelijk dat het winkelcentrum moet worden uitgebreid. In de Nota van Uitgangspunten Westwijk / Legmeerpolder (2004) is al rekening gehouden met een uitbreidingsruimte van 3.000 m ² bvo (ongeveer 2.400 m ² vvo). Dit uitgangspunt wordt hier nogmaals onderstreept.
Middenhoven	Het toekomstperspectief wordt met een uitbreiding van 1.000 m ² bvo (doorgaans zo'n 800 m ² vvo) verbeterd. Niet alleen voor de trekkers, maar ook voor de zelfstandige ondernemers die hiervan mee weten te profiteren en het winkelcentrum aantrekkelijk maken met hun specialismen.
Waardhuizen	Uitbreiding van dit centrum is niet aan de orde. Behoud van dit winkelcentrum als voorziening voor de wijk acht de gemeente het meest wenselijk. Wel moet een functieverandering in de toekomst mogelijk zijn, als blijkt dat het voor winkeliers niet meer rendabel is op deze locatie. De gemeente treedt graag jaarlijks in overleg met eigenaar en ondernemers om de ontwikkeling van het winkelcentrum te monitoren.
Groenelaan	Vergroting van dit centrum zou een versterking van de bovenwijkse functie van dit winkelcentrum kunnen betekenen. Eigenaar en ondernemers zien een vergroting van dit centrum als mogelijkheid om de positie te behouden, gezien de ontwikkelingen aan de Van der Hooplaan, in Middenhoven en in Westwijk. De zeer vergrijsde bevolking van Groenelaan ziet niet in waarom het winkelcentrum groter zou moeten worden. Zij vrezen overlast van verkeer en willen niet dat het winkelcentrum hoger wordt, zodat het uitzicht vanuit de flats erom heen verandert. Gezien het goede functioneren van dit centrum en de planvorming aan de Van der Hooplaan, Middenhoven en Westwijk is het niet noodzakelijk noch wenselijk om Groenhof op korte termijn uit te breiden. Anno 2007 kan niet worden overzien wat de genoemde ontwikkelingen precies voor gevolg hebben voor de koopstromen in Amstelveen Zuid. Pas wanneer deze ontwikkelingen zijn afgerond en een nieuwe balans is ontstaan, wordt een uitbreiding van Groenhof weer bespreekbaar. Onderdeel van de afweging zal de dan actuele situatie in Waardhuizen zijn. De verwachting is dat dit agendapunt niet voor 2012 weer kan worden opgevoerd. Een eventuele uitbreiding ligt nog veel verder weg, gezien de lange tijd die planvorming doorgaans inneemt. Een eventuele uitbreiding van Groenhof zal globaal pas na 2017 gestalte krijgen.
Stadshart	De functie en betekenis van het Stadshart voor Amstelveen is onbetwist: dé plek voor funshoppen, cultuur en uitgaan. Door de centrale ligging en de hoge kwaliteit is er geen tweede funshopcentrum nodig. Het uitbreiden van andere winkelcentra met niet-dagelijkse artikelen op grote schaal zou ten koste kunnen gaan van het Stadshart. Toch ziet de gemeente een aantal verbetermogelijkheden, die anno 2007 door de gemeente al worden aangepakt: <ul style="list-style-type: none"> • verlevendigen Stadsplein waarvoor een aparte notitie verschijnt • verhogen aantal parkeerplaatsen op maaiveldniveau • bouwen van overdekte fietsenstallingen en toevoegen fietsnietjes waar mogelijk • verbeteren bewegwijzering Zoals omschreven neemt het Stadshart een unieke positie in binnen Amstelveen, maar ook daarbuiten. De komende jaren zal er extra aandacht worden besteed aan het Stadsplein, waarvan de gemeenteraad het functioneren wil verbeteren. Ook het ontwikkelen en uitvoeren van Citymarketing zal het Stadsplein en daarmee het Stadshart extra onder de aandacht van het (internationale en regionale) publiek brengen. Ondanks het in het voorjaar 2007 gereed komen van de laatste fase ⁶ van het Stadshart met de oplevering van de voormalige Postkantoorlocatie, zal de gemeente oog moeten houden voor verbeteringsmogelijkheden van haar centrumgebied. Enigszins excentrisch gelegen, maar wel grenzend aan het Stadshart is de herontwikkelingslocatie van het voormalig Eneco-gebouw aan de Van Heuven Goedhartlaan. Gezien de ligging aan het Stadspark en de nabijheid van allerhande voorzieningen betekent dit een kans voor het Stadshart. Hier zou een invulling met een passende, publiekstrekkende functie het Stadshart als geheel verder kunnen versterken. Voor wat betreft het detailhandelsaspect, de belangrijkste trekker van publiek, is de doelstelling om het kwalitatief hoogwaardige aanbod op niveau te houden. Amstelveen zal zich blijvend moeten onderscheiden van Hoofddorp Centrum, Zuidas en Arena Boulevard en de Amsterdamse Poort. De gemeente kan hier

⁶ In de Stadstuinen zal nog een restaurant verrijzen.

	<p>soms geen directe invloed op uitoefenen. Wel kan de gemeente faciliteren in het optimaliseren van de openbare ruimte, meewerken aan ontwikkelingen die de positie van het Stadshart verder versterken, projecten en samenwerking initiëren etc. Kwaliteit is bij al deze ontwikkelingen het uitgangspunt, kwantiteit is hieraan ondergeschikt, maar telkens wel een punt van afweging. Indien een gewenste aanvulling op het huidige aanbod in het Stadshart kan worden bereikt door het beperkt toevoegen van winkelruimte, of verandering in het bestemmingsplan, zal de gemeente per geval overwegen of de versterking wenselijk is. In beginsel wordt versterking wenselijk geacht.</p> <p>De vrijdagmarkt en de biologische markt vervullen zowel zelfstandig als in aanvulling op andere functies in het Stadshart een positieve rol. Uitbreiding van de markten is niet aan de orde. Behoud en daar waar mogelijk versterking is het devies.</p>
Bovenkerk (bedrijventerrein)	<p>Op Bovenkerk is het PDV-aanbod van Amstelveen te vinden. Dit is de enige geschikte locatie hiervoor. Door bedrijven wordt wel eens gevraagd om de grenzen van de branchering op te rekken. Bijvoorbeeld door een aanvraag van outlet stores. Momenteel is het alleen mogelijk voor zittende bedrijven om binnen de mogelijkheden die het bestemmingsplan biedt uit te breiden, en er is een mogelijkheid voor bedrijven die in Amstelveen zijn gevestigd en een aanbod bieden dat valt onder PDV om te verplaatsen naar bepaalde in het bestemmingsplan aangegeven zones voor PDV. De gemeente wil deze normen blijven hanteren en geen verruiming van de PDV regels toestaan. Wel wil de gemeente er met gezond verstand over kunnen besluiten om bedrijven die reeds in Amstelveen gevestigd zijn en geen geschikte locatie in de stad kunnen vinden te herhuisvesten op de PDV-zone van het bedrijventerrein.</p>

Anno 2007 zijn er geen winkels voor dagelijkse voorzieningen of anderszins meer in Nes aan de Amstel. Dit dorp heeft een te klein verzorgingsgebied om een winkel rendabel te kunnen exploiteren.

3.5 Instrumentarium

Het beleid voor de detailhandel wordt uitgevoerd aan de hand van verschillende instrumenten. Deze instrumenten worden integraal ingezet door de gemeente. Afstemming vindt plaats op de afdeling beleid.

3.5.1 Organisatie

De afdeling beleid beschikt over 2 beleidsmedewerkers economische zaken, waarvan er één zich voornamelijk bezighoudt met detailhandel. De belangrijkste taken zijn:

- ontwikkelen, herzien en uitvoeren van beleid
- aangaan en onderhouden van contacten met het (plaatselijke) bedrijfsleven
- deelnemen aan in- en externe projectgroepen en overleggen
- leveren van economische inbreng bij overige beleidsvelden zoals verkeer en vervoer, ruimtelijke ordening (bestemmingsplannen), volkshuisvesting, milieu, sociale zaken etc. zowel op lokaal als op regionaal niveau
- accountmanager voor de detailisten, oftewel aanspreekpunt voor ondernemers wanneer zij vragen hebben aan de gemeente

Het verlenen van alle soorten vergunningen wordt uitgevoerd door de afdeling Vergunningen en Ontheffingen. De coördinatie en uitvoering van fysieke projecten wordt door de afdeling Ruimtelijke Ontwikkeling en Projecten ter hand genomen.

Tegelijk met het opstellen van deze nota loopt er een project om de dienstverlening aan ondernemers te verbeteren, door het instellen van een ondernemersbalie waar men zowel telefonisch als fysiek terecht kan met alle vragen die de gemeente aangaan. De doelstelling is om deze ondernemersbalie per 1-1-2008 in werking te hebben.

3.5.2 Financiën

Voor het uitvoeren van detailhandelsbeleid zijn geen financiële middelen beschikbaar.

3.5.3 Bestemmingsplannen

Het bestemmingsplan is een juridisch-ruimtelijk instrument met regelingen die ruimtelijk relevant moeten zijn, zoals omvang en locatie. Belangrijk zijn de gebruikte definities voor vormen van detailhandel (detailhandel, supermarkten, PDV, GDV). Een perceel kan de bestemming detailhandel krijgen, maar ook is het mogelijk het de ruimere bestemming 'gemengde doeleinden' te geven, waarbij het ook mogelijk is om bijvoorbeeld commerciële dienstverlening te vestigen.

Concurrentieverhoudingen en branchering zonder ruimtelijke consequenties kunnen niet in het bestemmingsplan worden geregeld.

In bestaande situaties biedt het bestemmingsplan weinig mogelijkheid om direct te sturen. In het geval van het afbouwen van winkelstrips, kan er vertraging ontstaan door het overgangsrecht, waarbij de gebruiker van een pand de huidige functie ook na bestemmingswijziging kan voortzetten en het bedrijf mag doorverkopen als het in dezelfde vorm wordt voortgezet. Dergelijke wijzigingen kunnen leiden tot planschadeprocedures indien de nieuwe bestemming leidt tot waardevermindering voor de eigenaar van het vastgoed.

3.5.4 Beheer openbare ruimte

De gemeente heeft als beheerder van de openbare ruimte een rol om voorwaarden te scheppen waarbinnen de detailhandel optimaal kan functioneren. De intensiteit van beheer wordt aangepast naarmate een gebied meer of minder intensief wordt gebruikt. De inrichting van de openbare buitenruimte en de parkeerplaatsen dient te worden afgestemd op de functie van een winkelcentrum.

3.5.5 Vergunningen

De gemeente heeft geen rol in het afgeven van vergunningen voor de bedrijfsvoering van winkels. De vestigingswet is per 18 juli 2007 per Koninklijk Besluit ingetrokken. Ondernemers dienen bij de gemeente wel een vergunning aan te vragen voor het in de openbare ruimte neerzetten van uitstallingen, het aan de gevel ophangen of op straat zetten van reclameborden en eventueel het organiseren van evenementen.

In een aantal gevallen is het melden van de activiteit voldoende, zoals bijvoorbeeld in het geval van een cateringbedrijf: er hoeft geen milieuvergunning te worden aangevraagd, het melden ervan is in eerste instantie voldoende. De gemeente probeert de regels zo eenvoudig mogelijk te maken en het aantal vergunningen zo laag mogelijk.

3.5.6 Handhaving

De gemeente heeft een taak om detailhandel die buiten de daarvoor binnen het bestemmingsplan aangewezen locaties plaats vindt te handhaven. In opkomst zijn allerlei nieuwe vormen van handel, waarbij het de vraag is in hoeverre er sprake is van detailhandel. Internethandelaren maken vaak graag gebruik van een opslagruimte, waar klanten de op internet gevonden artikelen kunnen bekijken en/of afhalen. Ook wordt steeds vaker gesignaleerd dat bedrijven buiten de toegestane winkeltijden open willen zijn. Een andere trend in Amstelveen is de verkoop aan consumenten van producten die een bedrijf zelf produceert of die een bedrijf in huis heeft vanuit het oogpunt er nog een handeling mee te verrichten, zoals automaterialen bij een garage. Zogeheten boerderijverkoop van zelfgekwakte artikelen wordt door een aantal tuinbouwbedrijven steeds verder opgerekt.

3.6 Flankerend beleid

Bij de uitvoering van het detailhandelsbeleid wordt rekening gehouden en afgestemd met: ouderenbeleid, milieubeleid, verkeer- en parkeerbeleid, horecabeleid en veiligheidsbeleid.

3.6.1 BoodschappenPlusBus

De Amstelveense bevolking vergrijsst en tegelijk is de voortgaande schaalvergroting in de detailhandel niet tegen te houden. Dit betekent dat een groep (mogelijk) kwetsbare ouderen en mensen met een beperking in problemen komen bij het inkopen van dagelijks benodigde zaken. Omdat dit niet alleen in Amstelveen maar ook daarbuiten zichtbaar is, heeft het Nationaal Fonds Ouderenhulp de BoodschappenPlusBus opgericht. Deze rijdt sinds september 2006 door heel Amstelveen om ouderen naar winkelcentra of naar de markt te brengen. De Stichting Brentano voert dit project uit met behulp van 32 vrijwilligers. Het project is een groot succes en er is een wens om een tweede bus in te zetten. Het college staat hier sympathiek tegenover en de haalbaarheid wordt nader onderzocht.

3.6.2 Milieubeleid

De gemeente zet zich in voor duurzaam bouwen en dat geldt natuurlijk ook voor winkelcentra. Duurzaam bouwen richt zich op het centraal stellen van duurzaamheid als kwaliteitscriterium bij bouwprocessen. Tot deze criteria behoren de pijlers: people (welzijn), planet (milieu) en profit (economisch voordeel). De laatste jaren is hier een pijler aan toegevoegd: prosperity (welvaart). Met duurzaam bouwen worden niet alleen milieuvoordelen bereikt, maar ook voordelen voor de markt (economie en innovatie) en de bewoner/gebruiker (leefomgevingskwaliteit). Bij bouw van winkelcentra zou rekening gehouden moeten worden met de flexibiliteit van de ruimte. De detailhandel is sterk aan verandering onderhevig (zie Trends en Ontwikkelingen) en het zou

eenvoudig moeten zijn om belendende panden samen te trekken of te splitsen. Ook een algehele functieverandering zou mogelijk moeten zijn: van detailhandel tot kantoor tot wonen en wellicht na 100 jaar weer van voren af aan.

3.6.3 Verkeer- en parkeerbeleid

Landelijk

De Nota Mobiliteit is het nationale verkeers- en vervoersplan, dat doelen en kaders voor het verkeers- en vervoersbeleid voor de middellange termijn (tot 2010) en langere termijn (tot 2020) beschrijft. Alle overheden (rijk, provincies, stadsregio's, gemeenten en waterschappen) hebben in gezamenlijk overleg de koers van het verkeers- en vervoersbeleid ontwikkeld. De Nota mobiliteit bevat maatregelen voor een sterke economie, een veilige samenleving, een goed leefmilieu en een aantrekkelijk Nederland. Het motto van de nota is dan ook: sneller, schoner en veiliger van deur tot deur.

De Planwet schrijft voor dat de essentiële onderdelen rechtstreeks doorwerken in het beleid van provincies en stadsregio's. En daarmee dus ook in het gemeentelijke beleid. Provincies, stadsregio's en gemeenten geven aan, op basis van beschikbare middelen en instrumenten, welke bijdrage zij leveren aan de nationale doelen voor 2010 en 2020.

Provinciaal

Het Provinciaal Verkeers- en Vervoersplan (PVVP) voor Noord-Holland wordt anno 2007 geactualiseerd. Met deze actualisatie wordt het PVVP afgestemd op de Nota Mobiliteit. Bovendien speelt de provincie in op een aantal actuele ontwikkelingen. Doel van het beleid blijft 'vlot en veilig door Noord-Holland'. Daarbij wordt de uitdaging gesteld dat, om een positieve bijdrage te kunnen blijven leveren aan de provinciale economische ontwikkeling en sociaal-maatschappelijke ontplooiing van haar inwoners, forse inspanningen en investeringen op het gebied van verkeer en vervoer noodzakelijk zijn. De provincie Noord-Holland zorgt samen met haar partners voor mobiliteit en bereikbaarheid, en daarnaast voor vooruitgang op het gebied van luchtkwaliteit, leefbaarheid en veiligheid. Hierdoor behoudt Noord-Holland haar concurrentiepositie en wint aan aantrekkelijkheid als woon- en werklocatie.

Stadsregio Amsterdam

Voor de Stadsregio Amsterdam is het Regionaal Verkeer & Vervoers plan (RVVP) van kracht. Op hoofdlijnen voldoet dit plan aan de essentiële onderdelen uit de Nota Mobiliteit. Het doel van het RVVP komt neer op het creëren van een gezonde, gedifferentieerde economie met internationale concurrentiekracht, het bieden van een goed sociaal klimaat aan de inwoners en het zorgen voor een duurzame leefomgeving. Bij deze ambitie wordt de mobiliteitsgroei als een gegeven beschouwd.

Lokaal

Op lokaal niveau bestaan er diverse beleidsnota's over verkeer en vervoer, zoals de Visie Openbaar Vervoer, de Nota Fiets en de Parkeernota. Om afgewogen verbanden te kunnen leggen tussen en met de bestaande beleidsrichtingen wordt momenteel het Amstelveens Verkeers- en Vervoersplan (AVVP) opgesteld. Dit integrale plan wordt naar verwachting in 2008 vastgesteld. Drie aspecten spelen een belangrijke rol: bereikbaarheid (economische belangen), leefbaarheid en veiligheid.

Parkeren

Het Amstelveense parkeerbeleid is onder andere gericht op het faciliteren en reguleren van de groeiende mobiliteitsbehoefte binnen de gemeente en dient de bereikbaarheid, de economische ontwikkeling, de leefbaarheid en de stedelijke kwaliteit van Amstelveen te bevorderen. Er kan, sinds landelijk het sterk sturende ABC-locatiebeleid is losgelaten, veel meer maatwerk door de gemeente geleverd worden. Uiteraard wel binnen de vastgestelde beleidskaders.

In de meeste winkelcentra in Amstelveen moet betaald worden voor het parkeren. Het effect van betaald parkeren is afhankelijk van de functie die een winkelcentrum vervult. Naarmate het bezoek aan een winkelcentrum een hogere toegevoegde waarde heeft (bijvoorbeeld recreatief winkelen), is men eerder bereid te betalen dan wanneer het bijvoorbeeld het doen van boodschappen betreft, of het bezoek aan een bibliotheek.

Hiermee komt een ander aspect van parkeren bij winkelcentra aan de orde, namelijk de parkeercapaciteit. Een aantal winkelcentra in Amstelveen kent een hoge parkeerdruk. Dit zijn de centra Waardhuizen, Groenhof, Bankrashof, Kostverlorenhof en daarnaast de winkelstrips Bourgondischelaan, Rembrandtweg Noord en Amsterdamseweg Zuid. De grootste capaciteitsproblemen worden veroorzaakt doordat bewoners of werknemers van kantoren en

winkels parkeerplaatsen innemen. Om dit tegen te gaan, en meer parkeerplaatsen voor de winkelbezoeker te bieden, is in de directe omgeving van de meeste van bovengenoemde centra ook betaald parkeren aanwezig.

3.6.4 Horecabeleid

Gelet op de trends en ontwikkelingen zal het uitbreiden van een winkel met horeca-achtige activiteiten steeds vaker voorkomen. In de horecanota staat specifiek over dit onderwerp het hiernavolgende opgenomen. Deze detailhandelsnota sluit hierbij aan.

Ondersteunende horeca kan voorkomen bij detailhandel (een koffiecokner bij een bakker of viszaak of een boekwinkel) en bij bijzondere en recreatieve doeleinden (horecagelegenheden in een museum, theater, wijkcentrum of sportgelegenheid e.d.). Men spreekt van ondersteunende horeca in plaats van paracommerciële horeca wanneer de horeca bij instellingen die zich richten op activiteiten van recreatieve, sportieve, sociaal-culturele, educatieve, levensbeschouwelijke of godsdiensstige aard is uitbesteed aan derden.

Ondersteunende horeca is alleen toegestaan als de volgende criteria gelden:

1. de horeca-activiteit is ondergeschikt aan de hoofdactiviteit maar heeft daarmee wel een duidelijke relatie;
2. de openingstijden van de horeca-activiteit zijn aangepast aan de openingstijden van de hoofdactiviteit;
3. de toegang tot de horeca-activiteit is uitsluitend via die van de hoofdactiviteit, er is dus geen aparte ingang;
4. het aantal m² ondersteunende horeca is gemaximeerd ten opzichte van de hoofdfunctie;
5. bij afwijking van één of meer van de criteria 1-4, is sprake van (zelfstandige) horeca.

In geval van detailhandel mag van het totale vloeroppervlak van het bedrijf maximaal 20 m² en niet meer dan 25% van het totale vloeroppervlak aan ondersteunende horeca worden besteed.

In geval van detailhandel is géén alcoholische drank toegestaan.

3.6.5 Veilig ondernemen

Op het moment van totstandkoming van deze nota is veiligheid een veelbesproken onderwerp en sterk in ontwikkeling. Met name overvallen op winkels waren medio 2007 veel in het nieuws.

Het tegengaan van winkelcriminaliteit is een speerpunt in de nota integrale veiligheid 2007-2011. Om dit te realiseren wordt ondermeer gewerkt met het Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO). Dit keurmerk voor winkelgebieden en bedrijfsterreinen is een gestructureerde manier om in samenwerking tussen ondernemers, politie, gemeente, beheerder van een winkelcentrum en andere relevante partijen, criminaliteit en overlast aan te pakken. Het KVO kent verschillende sterren. Met de projecten wordt beoogd in een jaar de eerste ster te behalen. Deze eerste ster omvat het realiseren van de samenwerking tussen de publieke en private partners en afspraken maken over maatregelen waarmee men gezamenlijk de veiligheid in het winkelcentrum gaat aanpakken. In mei 2007 heeft het Stadshart in één keer twee sterren verkregen, een unieke situatie die nog niet eerder in de Randstad had plaatsgevonden. In Middenhoven en Westwijk wordt in 2007 gewerkt aan het verkrijgen van de eerste ster. In deze projecten werkt de gemeente mee aan het verkrijgen van de sterren, zowel in financiële zin als door de inzet van een beleidsmedewerker van de gemeente.

Daarnaast is gewerkt aan een concreet actieplan 'Veilig ondernemen' vastgesteld. Hierin zijn afspraken gemaakt tussen diverse deelnemende partijen over te nemen maatregelen. Concrete maatregelen in samenwerking tussen de betrokken partijen moet de sleutel zijn tot het verbeteren van de veiligheid van de ondernemers. Ter bestrijding van criminaliteit werkt de gemeente samen met bedrijfsleven, 5 gemeenten, openbaar ministerie en regiopolitie in het Platform Criminaliteitsbeheersing Amsterdam-Amstelland (PCA).

Bijlage 1

Woordenlijst

Bvo = Bruto vloeroppervlak, inclusief opslagruimte, toiletten, personeelsruimte etc.

Dagelijkse winkels = supermarkten, food-speciaalzaken, drogisten en parfumerieën.

GDV = Grootschalige Detailhandelsvestiging. Bevinden zich in principe binnen bestaande winkelcentra, maar indien dit niet mogelijk is onder voorwaarden op perifere locaties onder de voorwaarde dat ze minimaal 1.500 m² wvo per vestiging zijn, in één vestiging kan per etage van minimaal 1.500 m² slechts één bedrijf in één branche gevestigd zijn, (dus geen shop-in-shop formules). Geen food toegestaan. In de regio zijn 8 zogeheten GDV-locaties aangewezen.

Koopkrachtbinding = de mate waarin de bestedingen uit een bepaald gebied terechtkomen bij een winkelcentrum.

Niet-dagelijks = alle winkels behalve dagelijkse winkels.

Nota van uitgangspunten = indien in een quick scan positief wordt besloten op een ontwikkeling, dan worden in de nota van uitgangspunten de gemeentelijke uitgangspunten, het functionele en het ruimtelijke programma vastgelegd.

PDV = Perifere Detailhandelsvestiging. Branches die hierbinnen vallen zijn: auto's, boten, caravans, brandgevaarlijke producten, bouwmaterialen, woninginrichting, tuincentra, bouwmarkten, keukens en sanitair

Quick scan = als een marktpartij een initiatief indient, dan stelt de gemeente een quick scan op waarin wordt bepaald of een initiatief verder uitgewerkt kan worden.

Vkp = verkooppunt (één winkel).

Vloerproductiviteit = omzet in € per m² wvo per jaar.

Wijkwinkelcentrum = een winkelcentrum dat qua omvang en aanbod past bij de wijk waarin het centrum is gevestigd en in voldoende mate voorziet in de dagelijkse voorzieningen voor de bewoners.

Wvo = Winkelvloeroppervlak, vroeger ook wel Netto vloeroppervlak genoemd, waarbij alle voor de consument zichtbare ruimte wordt meegerekend.

Toelichting bij kaart van de toekomst:

Aandachtszone = de ontwikkelingen in deze winkelcentra zullen door de gemeente extra goed worden gevolgd.

Doorontwikkeling, perspectiefrijk = de gemeente beoordeelt een doorontwikkeling van het winkelaanbod in deze winkelcentra als haalbaar.

Geen of zeer beperkte doorontwikkeling tot 2012 voorzien = deze winkelcentra komen niet in aanmerking of hebben geen (ruimtelijke) mogelijkheden voor een doorontwikkeling op korte termijn.

Bijlage 2

Nadere omschrijving winkelcentra

Winkelcentrum	Kwalitatieve omschrijving
Amsterdamseweg Noord	Deze straat heeft geen dagelijks aanbod. De winkels die er zijn hebben zich veelal gespecialiseerd en profiteren van de verkeersstroom. De straat is ook geschikt voor dienstverleners met een publieksfunctie, die er nu al te vinden zijn
Amsterdamseweg Zuid	Deze zeer gevarieerde straat functioneert goed. Detaillisten zien graag behoud van winkels voor de straat, en in ieder geval van functies die veel bezoekers aantrekken, zodat zij elkaar kunnen versterken en voldoende traffic genereren. De druk van allerlei dienstverlenende voorzieningen en kantoorachtige functies op deze locatie is al jaren groot en zal dit naar verwachting blijven.
Bankrashof	De kleine winkels in dit centrum zijn op een enkeling na opgedoekt. Dit is niet vreemd gezien de omvang van de wijk (nog geen 5.000 inwoners) en de nabijheid van het Stadshart en Kostverlorenhof. Het winkelcentrum moet het dan ook voor een niet onbelangrijk deel hebben van mensen van buiten de wijk die speciaal voor de Lidl komen.
Beerebijt	De 9 bedrijfsruimtes zijn op onsamenhangende wijze ingevuld. De uitstraling is zeer verouderd, evenals de omvang van de panden. De parkeergelegenheid is beperkt.
Bourgondischelaan	Deze straat staat nog als winkelstraat op de kaart dankzij een vestiging van Albert Heijn. De ligging en ontsluiting van de straat is niet geschikt, en de supermarkt is te klein naar moderne maatstaven.
Rembrandtweg Noord	Deze bloeiende winkelstrip met allure functioneert goed. De supermarkt zit wat krap in haar jasje, maar door de specifieke opzet is dit geen grote belemmering in het functioneren.
Karel Doormanweg	De meeste panden in deze strip hebben een invulling in de sfeer van de detailhandel behouden. Maar liefst 3 winkels voeren een branche in de sfeer van de kant-en-klaar maaltijden. Twee winkels trekken een internationaal publiek, er is nog één 'reguliere' foodwinkel. Er bevindt zich tevens een kinderdagverblijf. Een echte trekker ontbreekt. De winkels stralen uit dat ze marginaal functioneren. Het gebiedje ziet er verzorgd uit en er is voldoende parkeergelegenheid, zij het dat het grootste deel voor vergunninghouders is aangewezen. Er is een locatie voor een standplaats beschikbaar.
Kostverlorenhof	Dit goed functionerende winkelcentrum heeft een slechte structuur, oftewel routing. Deze wordt veroorzaakt door de ligging van de Dirk van den Broek met de achterkant naar het winkelcentrum toe. De opening van Albert Heijn in 2006 heeft ook geen positieve bijdrage aan de structuur geleverd, gezien de doorgaande weg (Straat van Messina) tussen deze winkel en de rest van het centrum in. Er is een tekort aan parkeerplaatsen in het gebied als geheel. De supermarkten zijn voor Amstelveense begrippen redelijk, maar niet al te groot in het perspectief van de landelijke schaalvergroting.
Rembrandtweg (bij Zonnestein)	Deze bescheiden winkelstrip functioneert als een soort aanloopstraat naar het Stadshart. De winkels zijn winkels die een al te hoge huur niet opbrengen, maar waarvoor in het Amstelveense zeker voldoende markt is.
Uilenstede	De door kantoorlocatie Kronenburg afgezonderde buurt Uilenstede heeft haar eigen voorziening in de vorm van een kleine supermarkt van ongeveer 250 m ² vvo. Deze voldoet aan een locale vraag.
Van der Hooplaan	Deze drukke verkeersader heeft tussen de Lindenlaan en de Sportlaan een concentratie van overwegend hoogwaardige speciaalzaken, een enkel filiaalbedrijf en een (te) kleine supermarkt. De winkels weten mede dankzij de gunstige situatie op het gebied van verkeer en parkeren ook publiek van buiten de wijk aan te trekken. Het project heeft bij de herontwikkeling van de wijk Keizer Karelpark door de gemeente prioriteit gekregen.
Lindenlaan West	De winkels aan de Lindenlaan vervullen een buurtfunctie dankzij de supermarkt. Deze supermarkt is naar de toekomst toe echter te klein van opzet en de winkelstrip zal nooit voldoende massa hebben om de functie van wijkwinkelcentrum te vervullen.
Hueseplein	Het Hueseplein heeft in het voorjaar van 2007 weer een winkel erbij gekregen, te weten een natuurvoedingszaak. Voor het overige is de winkelfunctie bijna verdwenen of gaat verdwijnen.
Calvijnlaan / Lindenlaan oost	De winkels hier hebben ieder hun eigen trekkracht, maar niet alleen voor de buurt. De echte buurtwinkel is hier verdwenen en de huidige winkels zitten hier vooral omdat de locatie betaalbaar is en zij hier van oudsher al zijn gevestigd.

Augustinuspark	De dagelijkse winkels zijn al lang verdwenen. Alleen een doe-het-zelfzaak houdt dapper stand, enkele horecagelegenheden, een kleer- en een schoenmaker en een aantal functies die steeds meer de sfeer op het pleintje bepalen in de persoonlijke verzorging.
Oude Dorp	De dagelijkse winkels zijn verdwenen en hebben plaats gemaakt voor gespecialiseerde winkels, bijvoorbeeld op gebied van kleding in het hogere marktsegment of dienstverlening. De horeca is ook behoorlijk aanwezig en brengt levendigheid.
Bovenkerk Dorp	De dagelijkse winkels zijn hier verdwenen, tot verdriet van vele bewoners. Het gebied is echter veel te klein om te kunnen verwachten dat winkels hier rendabel kunnen zijn. Een initiatief zoals het huidige weekmarktje op woensdag (drie kramen in dagelijkse voorzieningen) wordt door de bewoners gewaardeerd.
Westwijk	Dit winkelcentrum is naar de maatstaven van 2007 (te) klein, zowel ten opzichte van het huidige aantal inwoners als de massa van het centrum in algemene zin.
Middenhoven	Het overdekte en enigszins introverte winkelcentrum van Middenhoven is uit haar jasje gegroeid. Het is te klein van opzet, met name de supermarkt (< 700 m ² , juni 2007), drogist (170 m ²) en Blokker (170 m ²) zijn krap bemeten. In 2004 is een Nota van Uitgangspunten vastgesteld, waarin werd ingestemd met een uitbreiding van 1.000 m ² bvo. Inmiddels heeft de eigenaar ook aangetoond dat een dergelijke uitbreiding vanuit distributie-planologisch uitgangspunt haalbaar is.
Waardhuizen	Winkelcentrum Waardhuizen zit in de verdrukking. Met in de nabijheid Groenhof en Middenhoven, geen toevloeiing van buiten de wijk en een sterk vergrijsde bevolking van maar rond de 6.000 inwoners is de situatie waarin dit winkelcentrum zich bevindt zorgelijk te noemen. Bovendien oogt het verouderd en is het introvert. De leegstand is beperkt, er zijn wel enkele wisselingen in invulling geweest.
Groenelaan	Al sinds jaren willen de eigenaar en de ondernemers dit goed functionerende winkelcentrum graag uitbreiden. Met name de supermarkten willen meer ruimte, maar ook enkele andere winkels. Reden voor het goede functioneren is de compleetheit van het centrum: Jumbo en Albert Heijn hebben samen een grote trekkracht. De food-speciaalzaken hebben zich weten te specialiseren en er zijn voldoende aanvullende functies aanwezig. Het winkelcentrum bindt 16 á 18% ⁷ van de omzet van inwoners van Amstelveen, terwijl slechts 8% van de bevolking in de wijk woont. Het winkelcentrum heeft dus duidelijk een bovenwijkse functie.
Stadshart	Het Stadshart van Amstelveen heeft het grootste aanbod in dagelijkse artikelen van de stad. Dit wordt veroorzaakt door een grote, moderne supermarkt, speciaalzaken en ook het grote aantal drogisten. Meest kenmerkend voor het Stadshart is het aanbod van niet-dagelijkse artikelen, uitermate geschikt voor 'kijken en vergelijken' oftewel 'funshoppen' of 'recreatief winkelen'. De aanwezigheid van aanvullende functies, zoals horeca, 2 markten, culturele instellingen, bibliotheek, congrescentrum en Cobra museum maken het een stadscentrum dat meer is dan alleen winkelen. Mede door deze mengeling van functies heeft het centrum een sterke regionale functie: 56% van de bezoekers komt van buiten Amstelveen en een even zo groot deel van de omzet ⁸ . Met name Aalsmeer, Ouder-Amstel en Uithoorn zijn leveranciers van klanten in het Stadshart. In iets mindere mate Amsterdam Zuid en Diemen. Het Stadshart functioneert over het algemeen goed. Tijdens het onderzoek (zie voetnoot 2) is consumenten gevraagd een oordeel te geven over diverse kwaliteitsaspecten. Hierop werd gemiddeld een 7,8 gescoord (gegeven door mensen die kwamen voor de winkels in niet-dagelijkse artikelen). Alleen het parkeertarief scoorde negatief.
Bovenkerk (bedrijventerrein)	Op bedrijventerrein Bovenkerk bevindt zich een zogeheten PDV-locatie ⁹ , de enige van zijn soort in Amstelveen. Er heeft een revitaliseringsproces plaatsgevonden, waarbij onder meer de openbare ruimte opnieuw is ingericht. De winkels functioneren goed. Er is een beperkte uitbreidingsruimte in het bestemmingsplan ten behoeve van bestaande winkels. Nieuwe vestigingen zijn niet mogelijk, tenzij het een bedrijf betreft dat al in Amstelveen is gevestigd en zich in een passende branche beweegt. Op dit terrein is één winkel die er eigenlijk niet thuis hoort: een C1000

⁷ Bron: Wie winkelt er bij mij? Koopstromen onderzoek Noord-Holland Zuid 2005.

⁸ Bron: Wie winkelt er bij mij? Koopstromen onderzoek Noord-Holland Zuid 2005.

⁹ PDV: Perifere Detahandelsvestiging (auto's, boten, caravans, brandgevaarlijke producten, bouwmaterialen, woninginrichting, tuincentra, bouwmarkten, keukens en sanitair).

	<p>supermarkt. Een dergelijke winkel in dagelijkse voorzieningen hoort volgens de Amstelveense (en Nederlandse) planningstraditie thuis in een wijkwinkelcentrum. De winkel is ooit door een witte vlek in het bestemmingsplan op deze locatie terecht gekomen. Het is een moderne supermarkt qua omvang en parkeergelegenheid.</p> <p>Op bedrijventerrein Legmeer is slechts één winkel gevestigd, een bouwmarkt. Deze winkel zou beter passen op het terrein van Bovenkerk.</p>
--	---

Bijlage 3

Distributieplanologische berekening

	2006	2015
Inwoners	78.806	83.866
Bestedingen per hoof in €	2.223	2.223
Bestedingspotentieel in miljoen €	175,2	186,4
Koopkrachtbinding in %	96%	96%
Gebonden bestedingen in miljoen €	168,2	179,0
Koopkracht toevloeiing in %	10%	10%
Omzet door toevloeiing in miljoen €	18,7	19,9
Totale bestedingen in miljoen €	186,9	198,9
Normatieve vloerproductiviteit in € per ² wvo	7.725	7.725
Haalbaar aanbod in m ² wvo	24.190	25.743
Gevestigd aanbod in m ² wvo	22.730	22.730
Uitbreidingsruimte in m ² wvo	1.460	3.013

Bron: Ecorys Nederland BV

Bijlage 4

Relevante trends en ontwikkelingen

1. Inleiding

De winkelstand wordt beïnvloed door velerlei ontwikkelingen. Zo zijn daar de demografische ontwikkelingen in de stad, ontwikkelingen in het winkelbestand in de regio en algemeen zichtbare trends, zoals de opkomst van de internetwinkel. In dit hoofdstuk worden deze trends en ontwikkelingen uitgewerkt voor zover ze relevant zijn voor de detailhandel in Amstelveen.

2. Demografische veranderingen in Amstelveen

De bevolking van Amstelveen zal in 2030 zijn uitgegroeid tot bijna 84.000 inwoners. Anno 2007 zijn dat er 79.000. Deze toename komt bijna geheel toe aan de groei van het aantal woningen in Westwijk. Een bevolkingspiek is te zien in 2015, daarna zet een geleidelijke daling in. Dit komt met name door het wegzakken van de woningbouw: na 2012 zijn er geen grote woningbouwprojecten meer.

Tabel 2.1: bevolkingsprognoses per wijk

	2006	2015	2025
Amstelveen	78.806	83.866	83.622
Amstelveen Noord	34.279	34.532	33.501
Patrimonium ¹⁰	3.091	3.023	2.909
Randwijk	5.186	5.145	4.982
Elsrijk	9.071	9.417	9.066
Stadshart	3.575	3.591	3.494
Uilenstede & Kronenburg	3.581	3.581	3.581
Kostverloren ¹¹	5.095	4.972	4.803
Bankras	4.680	4.803	4.666
Amstelveen Zuid	44.527	49.334	50.121
Oude Dorp & Bovenkerkdorp	2.432	3.161	3.033
Keizer Karelpark	9.908	10.572	10.208
Groenelaan	6.489	6.731	6.477
Waardhuizen	6.398	6.068	5.961
Middenhoven	7.459	6.896	6.808
Westwijk ¹²	11.841	15.906	17.634

Bron: Gemeente Amstelveen

De bevolking van Amstelveen ontgroent en vergrijst. Bijna één op de vijf Amstelveense inwoners (19%) is 65 jaar of ouder, terwijl dat in Nederland als geheel 14% is. Tegelijk zijn er relatief weinig jongeren: 26% van de Amstelveense inwoners is jonger dan 25 jaar, in Nederland is dat 30%. De prognoses laten zien dat de vergrijzing langzaam zal doorzetten. Tot 2015 blijft het aandeel jongeren stabiel, daarna zet geleidelijk een daling in naar 24% in 2030. Het aandeel ouderen loopt langzaam op naar 22% in 2020 en 26% in 2030. (Bron: Gemeente Amstelveen).

Relevante detailhandelsontwikkelingen zijn de uitbreidingen van Middenhoven, Westwijk en van der Hooplaan. Dit heeft betrekking op dagelijkse artikelen en frequente benodigdheden. Er zijn uitbreidingswensen van Groenhof en Kostverlorenhof, van respectievelijk de eigenaar en de supermarktorganisatie. Voorliggende nota zal antwoord geven op deze vragen.

3 Detailhandelsontwikkelingen in de regio

De bevolking van de Amstelveense regio zal zich gedeeltelijk anders ontwikkelen dan in Amstelveen. Omdat dit voor de Amstelveense detailhandel van beperkt belang is, wordt hier niet verder op ingegaan.

Voor de winkels in Amstelveen zijn diverse andere regionale ontwikkelingen wel van belang. Hieronder een greep uit de ontwikkelingen die de Amstelveense detaillisten en de gemeente bezighouden:

¹⁰ Inclusief Amsterdamse Bos

¹¹ Inclusief Buitengebied-Noord

¹² Inclusief Buitengebied-Zuid en Bovenkerk & Legmeer

Nieuw-Oosteinde

In Aalsmeer wordt een nieuwe wijk gebouwd, net over de grens van Amstelveen. In deze nieuwbouwwijk wordt een winkelcentrum gerealiseerd voor dagelijkse behoeften. Het winkelcentrum zal zo'n 4.700 m² wvo (winkelvloeroppervlak) worden. Onderdeel is een full-service supermarkt van 1.800 m² bvo en een discounter van 1.000 m² bvo (bruto vloeroppervlak). Hierdoor zullen er naar verwachting minder klanten vanuit Aalsmeer naar Westwijk komen en mogelijk zullen bewoners van Westwijk vaker in Aalsmeer boodschappen gaan doen.

Zuidas

Aan de Zuidas wordt in totaal zo'n miljoen m² kantoorruimte ontwikkeld (een deel is er al). Daarbij komen 9.000 woningen en allerlei voorzieningen. Het ambitieniveau van de Zuidas is hoog. Het moet het tweede centrum van Amsterdam worden, met het derde station van Nederland (ook de HSL zal er gaan stoppen). De kwaliteit van de Zuidas wordt zeer hoog. Er zijn ook winkelvoorzieningen ingepland: 20.000 á 25.000 m² in het basis- en middensegment, met name gericht op dagelijkse voorzieningen en frequent benodigde artikelen. Een aanzienlijk deel hiervan zal zich rondom het station bevinden, maar een deel zal gespreid worden in de plinten van gebouwen. Deze winkels worden gefaseerd opgeleverd. Daarnaast zal er zo'n 15.000 m² worden ontwikkeld in het topsegment van de detailhandel. Deze concentratie bevindt zich apart van de andere winkels op een eigen locatie met hoogwaardige uitstraling. De gemeente Amsterdam wil de kwaliteit van deze locatie bewaken middels het instellen van een kwaliteitsteam dat beoordeelt of een belangstellende winkel(keten) daadwerkelijk van topniveau¹³ is en of een omvang van 15.000 m² hiermee kan worden ingevuld. De omvang van deze concentratie kan worden aangepast aan de belangstelling van topsegment zaken. Deze concentratie zal in één keer in de markt gezet worden.

Hoofddorp

Deze sterk groeiende stad ontwikkelt een bij het aantal inwoners behorend stadscentrum, met winkels, horeca en recreatieve voorzieningen. Daarnaast bevindt Cruquius zich in de laatste fase van de ontwikkeling tot een 'woonboulevard plus', niet alleen woonwinkels, maar ook sport en media zullen onderdeel van dit winkelgebied uitmaken. Het thema is 'living en outdoor'. Begin 2007 is 35.000 m² opgeleverd, de rest zal in de loop van het jaar volgen.

Overig

Naast deze ontwikkelingen uit de naaste omgeving vinden er ook ontwikkelingen plaats in Almere, Amsterdam Noord, Osdorp etc. Deze ontwikkelingen geven vooral aan, dat het up-to-date houden van het Amstelveense winkelapparaat van belang is om zo de concurrentie in de toekomst aan te kunnen.

4. Algemene trends & ontwikkelingen in de detailhandel

Consumenten & trends

De bestaande structuur is aan erosie onderhevig. Niet alleen de fysieke afstand van winkel tot woning is allesbepalend in de keuze voor een winkelgebied. Allerlei andere factoren spelen een steeds belangrijker rol:

- Veranderende activiteitenpatronen: de traditionele winkeltrip (van huis naar de winkel en weer terug naar huis) maakt plaats voor meer diffuse patronen. Werkenden doen bijvoorbeeld hun boodschappen op de terugweg van werk naar huis. Super- en bouwmarkten spelen hierop in met verruimde openingstijden in de avonden.
- Veranderende leefpatronen: individualisatie, hogere arbeidsparticipatie van vrouwen, delen van zorgtaken, meer tweeverdieners, op hogere leeftijd mobiel etc. Consumenten stellen daardoor andere eisen aan een winkelvoorziening dan alleen nabijheid, bijvoorbeeld snelheid en gemak of juist zeer uitgebreide keuzemogelijkheden.
- Gezinsverdunding: de gemiddelde huishoudgrootte is de laatste 25 jaar gedaald van 2,8 tot 2,3, wat een afname betekent van 20%. Bij een gelijk aantal woningen neemt het draagvlak voor winkelvoorzieningen dus af.
- Autobezit: door toename van het autobezit en –gebruik komen winkelgebieden als het ware dichterbij. Driekwart van alle huishoudens beschikt over één of meer auto's. In tien jaar tijd is het autobezit toegenomen tot 7 miljoen. Prognoses gaan uit van 9 miljoen auto's in 2020.
- Internet: internet manifesteert zich steeds meer als nieuw verkoopkanaal. Dit gaat dwars door de traditionele hiërarchie heen. Ook oriënteert de consument zich steeds meer op

¹³ Een exacte omschrijving van wat dit topniveau inhoudt heeft de gemeente Amsterdam nog niet gemaakt. Naar verwachting heeft dit te maken met exclusiviteit en kwaliteit.

internet en koopt vervolgens in de winkel naar keuze en er ontstaat een levendige tweedehands handel.

Aanbod & trends algemeen

Het lijkt erop dat onder invloed van de factoren in deze paragraaf genoemd het winkellandschap drastisch gaat wijzigen. Een aantal ontwikkelingen is al zichtbaar:

- De opkomst van nieuwe winkels in de periferie, niet zijnde de traditionele PDV/GDV-branches¹⁴. Een voorbeeld hiervan is Mediamarkt op de Amsterdam Arena boulevard.
- De opkomst van nieuwe, speciale, winkelgebieden: NS-stations, Schiphol, voetbalstadions, snelweglocatie en Factory Outlets.
- Het verdwijnen van winkelvoorzieningen in kleinere buurtstrips en – centra; de afgelopen 5 jaar is het aanbod op dergelijke locaties met bijna 10% gedaald. In kleine kernen tot 5.000 inwoners daalde de koopkrachtbinding, vaak met meer dan 10% (Koopstromenonderzoek Randstad 2004).
- Het (spontaan) ontstaan van nieuwe hoogwaardige winkelmilieus buiten de traditionele A1-winkelgebieden van de grotere steden. Bijvoorbeeld de 9 straatjes in Amsterdam of Oud Kerkhof in Utrecht.
- Internetverkoop: de totale on-line thuiswinkelomzet bedraagt in 2006 € 1,2 miljard (producten in het detailhandelsassortiment, HBD mei 2007). De bestedingen op internet groeien met ongeveer 30% per jaar, terwijl verkopen via andere thuiswinkelkanalen (b.v. catalogi) dalen.
- Schaalvergroting: kent verschillende oorzaken. Ten eerste wil de consument graag alles onder één dak kopen. De winkelier moet daardoor meer producten kunnen bieden en heeft daarvoor meer ruimte nodig. Ten tweede is er steeds meer behoefte aan comfort tijdens het winkelen en een goede uitstraling, waardoor bijvoorbeeld de gangpaden steeds breder worden. Moderne full-service supermarkten meten tegenwoordig al snel meer dan 1.200 m², terwijl 10 jaar geleden 800 m² nog een goede maatvoering was.
- Schaalverkleining: treedt op door centralisatie- en specialisatietendensen. Dit doet zich eveneens voor op alle niveau's.
- Parallellisatie en specialisatie: leidt tot nieuwe aanbodvormen. In binnensteden verschijnen superspecialzaken¹⁵, terwijl op goed bereikbare (vaak perifere) locaties winkelvormen ontstaan met zeer brede en diepe assortimenten.
- Branchevervaging: wordt veroorzaakt doordat de overlap tussen branches steeds groter wordt. Winkels verkopen in toenemende mate branchevreemde producten om de consument een zo compleet mogelijk aanbod te bieden, of om met aanbiedingen van branchevreemde artikelen de consument naar de winkel te lokken.
- Integratie van functies: detailhandelsformules waarin combinaties van functies plaatsvinden richten zich op het verlengen van de verblijfsduur en het realiseren van meer toegevoegde waarde in het aangeboden winkelconcept. Daarmee is een aanzienlijke toename van het ruimtegebruik gemoeid.
- Internationalisering: buitenlandse winkelketens betreden in toenemende mate en vaak met groot succes de Nederlandse markt (bijvoorbeeld Mediamarkt, Ikea, H&M).
- Verkoop bij sportvoorzieningen: steeds meer komt er verkoop van producten bij sportvoorzieningen zoals sportscholen en clubs. (Moet ondersteunend aan hoofdfunctie zijn, faciliterend t.o.v. betreffende sportvorm).

Aanbod & trends dagelijkse aanbieders

Werden in de vorige paragraaf de trends voor de detailhandel in algemene zin genoemd. In deze paragraaf wordt toegespitst op de trends bij de aanbieders van dagelijkse artikelen.

Supermarkt versus speciaalzaak

Supermarkten winnen terrein op de foodspeciaalzaken. De supermarkten zetten steeds meer in op versafdelingen, vanuit winstmarge optiek en de behoefte aan one-stop-shopping van de consument. Gevolg is dat de versspeciaalzaken al jarenlang onder druk staan: de omzet en het aantal vestigingspunten daalt. Het aantal groentewinkels is volgens het CBS tussen 1994 en 2004

¹⁴ PDV: Perifere Detailhandelsvestiging (auto's, boten, caravans, brandgevaarlijke producten, bouwmaterialen, woninginrichting, tuincentra, bouwmarkten, keukens en sanitair). GDV: Grootschalige Detailhandelsvestiging (in de Stadsregio geldt hiervoor de regel dat een GDV-vestiging minimaal 1.500 m² moet zijn, en dat daar dan één bedrijf in één branche is toegestaan, geen shop-in-shop en geen food-dagelijkse artikelen).

¹⁵ Bijvoorbeeld in het Stadshart: Sabon, L'occitane en Provence, Build A Bear en diverse winkels in mode-asseccaires.

nagenoeg gehalveerd. Ook het aantal slagerijen is in die tijd met 45% teruggelopen. Dit geldt niet voor drankenhandels, kaaswinkels, reformwinkels en winkels in buitenlandse eetwaar.

Overigens lijken de perspectieven voor het topsegment speciaalzaken gunstig. De economie en bestedingen trekken weer aan en supermarkten hebben door de prijzenslag ruimte gecreëerd aan de bovenkant van de markt. Kansen zijn er voor de volgende versspeciaalzaken.

- Topkwaliteit en toegevoegde waarde : wezenlijk onderscheidend van supermarkt.
- Inspelen op de behoefte van gemak en service.
- Oog voor heldere formules, samenwerking en efficiency.
- Beste kansen in stedelijke milieus en high traffic locaties.
- Versspeciaalzaken die bovenstaande combineren met de ligging nabij een sterke supermarkt kunnen succesvol zijn. De enorme en continue klantenstroom die zo'n supermarkt trekt levert ook voldoende omzetspotentieel op voor kwalitatief hoogwaardige versspeciaalzaken.

Grootschalige supermarkt

Grootschalige supermarkten, die ondanks de beperkende regelgeving ook in Nederland in opkomst zijn, voorzien in de behoefte van de klant om eens per week of twee weken met de auto (bulk)aankopen te doen. Supermarkten in deze categorie voldoen aan de volgende kenmerken:

- Omvang: tussen 2.500 en 4.000 m² vvo.
- Locatie: veelal buiten de traditionele buurt- en wijkcentra. Op goed bereikbare locaties direct gelegen in of aansluitend aan grote woongebieden, met voldoende parkeergelegenheid.
- Aanbod: gericht op food en beperkt non-food (vooral huishoudelijk, cd's en dergelijke), actiematig non-food en gemakproducten gericht op het snel bereiden van maaltijden.
- Verzorgingsgebied: 75.000 tot 100.000 mensen.
- Bezoekmotief: zeer doelgericht en nauwelijks combinatie met bezoek aan andere voorzieningen.

Met de opkomst van grootschalige supermarkten ontstaat een nieuwe hiërarchie in boodschappen doen. In de grootschalige winkels komt men veelal minder frequent, wekelijks of tweewekelijks en daar doet men grote aankopen. De overige winkels bezoekt men (bijna) dagelijks voor de kleine aankopen.

Er zijn twee mogelijkheden voor vestigingslocaties: in of aansluitend aan bestaande winkelgebieden of aan de rand van de stad. Voor de eerste optie is het van belang dat er voldoende ruimte voorhanden is, niet alleen voor de winkel zelf, maar ook voor parkeren en bereikbaarheid. Bij de tweede optie geldt dat een zorgvuldige afweging noodzakelijk is. Mogelijkheden voor vestiging op stadsrandlocaties wordt vooral in nieuwe te ontwikkelen gebieden voorzien, waar nog een definitieve vorm gegeven dient te worden aan de voorzieningstructuur. Vestiging aan de stadsrand is echter ook voorstelbaar wanneer deze onderdeel uitmaakt van een herstructurering van de buurt- en wijkwinkelvoorzieningen.

Opkomst van discountformules

Een duidelijk waarneembare trend is de opkomst van discountsupermarkten, zoals Aldi en Lidl. Dergelijke formules kenmerken zich door een op lage prijs gericht aanbod en minder focus op service. Kenmerkend voor de huidige tijd is dat discountformules niet langer voorbehouden zijn aan het onder-modale deel van Nederland. Ook bovenmodale consumenten kopen zonder schroom hun olijfolie of verpakte zalm bij Aldi of Lidl. Recente trends bij deze winkels zijn onder andere:

- Meer A-merken
- Meer vers
- Grotere oppervlaktes van de supermarkten

Traffic voorzieningen

Traffic voorzieningen ontstaan op locaties waar veel passanten zijn vanwege de specifieke functie van de locatie, als NS-stations, benzinstations, ziekenhuizen, hogescholen, transferia, universiteiten en centrumgebieden. De belangrijkste kenmerken zijn:

- Op een locatie met veel passanten.
- Maximaal 150 m².
- Gemakfuncties gericht op dagelijkse producten, appellerend aan de momentbehoefte.
- Ruime openingstijden.