



Regionaal detailhandelsbeleid Stadsregio Amsterdam 2016 – 2020

**Vastgesteld in de Regioraad
van de Stadsregio Amsterdam op 15 maart 2016**

Woord vooraf

De detailhandel is enorm in beweging. De sterke toename van de verkoop via het internet, het faillissement van grote vertrouwde winkelketens en de stijging van de leegstand zijn voorbeelden waar iedere gemeente mee te maken heeft.

Hoe hou je als gemeente je winkelstraat of winkelcentrum dan nog overeind?

Om te beginnen door als gemeenten van de Stadsregio allemaal dezelfde principes en uitgangspunten te hanteren. Met dit nieuwe beleid spreken de gemeenten af zich te richten op het tegengaan van leegstand en op het behoud van hun fijnmazige winkelstructuur, zodat bewoners op aanvaardbare afstand in hun eigen buurt of wijk de meeste van hun (dagelijkse) boodschappen kunnen blijven doen.

De ontwikkelingen op de vaak grootschalige perifere locaties vragen daarbij extra aandacht; de leegstand is daar het grootst en bij gevolg ook de verleiding om daar dan maar allerlei andere vormen van detailhandel toe te staan. Maar dat kan verstrekkende gevolgen hebben voor de winkelstructuur in aanpalende buurten en wijken, óók in die van de buurgemeenten. Terughoudendheid is daar dus zeker op z'n plaats.

Maar detailhandelsbeleid is niet alleen maar behouden wat er is, het is óók ruimte geven aan nieuwe ontwikkelingen, aan nieuwe concepten en winkelformules. Detailhandelsbeleid is daarmee een balanceer act tussen ruimte geven en reguleren. In feite was dat ook al de inzet van het regionale beleid uit 2011. In die zin is dit nieuwe beleid daarom in zekere zin ook te zien als een actualisering, maar die was wel hard nodig gezien de vele en snelle veranderingen in de retailmarkt. Bovendien zijn provincie en rijk met nieuwe beleidskaders gekomen waar de gemeenten van de Stadsregio rekening mee moeten houden. Deze kaders spelen daarom een belangrijke rol in ons nieuwe regionale detailhandelsbeleid.

Het is voor gemeenten niet makkelijk om in de snel wisselende situaties op de retailmarkt steeds de beste afweging te maken, maar het wordt al een stuk eenvoudiger als de gemeenten in de Stadsregio - op basis van de uitgangspunten uit dit regionale beleid - in een vroeg stadium nieuwe initiatieven met elkaar bespreken en afstemmen. Op die manier ontstaat er een eerlijk en voor iedereen gelijk speelveld. Om gemeenten daarbij te helpen, is het de bedoeling naast dit beleid een 'toolkit' te gaan ontwikkelen waarin belangrijke informatie ter beschikking wordt gesteld over de ontwikkelingen op het gebied van de detailhandel, zowel ruimtelijk, economisch als juridisch. Een handleiding voor het toepassen van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking bij detailhandelsplannen staat inmiddels al op de website van de Stadsregio.

Gemeenten kunnen in die gereedschapskist uiteraard ook hun eigen best practices een plek geven, zodat andere gemeenten daar weer van kunnen leren.

Om de dynamische ontwikkelingen in de detailhandel goed te kunnen begeleiden en steeds de balans te vinden tussen ruimte geven en reguleren, hebben we elkaars kennis en ervaring hard nodig.

Regionale samenwerking op het terrein van de detailhandel is dan onontbeerlijk. Mijns inziens bieden de uitgangspunten in dit nieuwe detailhandelsbeleid van de Stadsregio een prima hulpmiddel bij die samenwerking.

Dennis Straat

Portefeuillehouder Economie van de Stadsregio Amsterdam

INHOUDSOPGAVE

Woord vooraf	2
Hoofdstuk 1. Inleiding	4
1.1 Waaron regionaal detailhandelsbeleid?	4
1.2 'Toolkit'	5
1.3 Traject	6
Hoofdstuk 2. Kaders voor de actualisatie van het detailhandelsbeleid	7
2.1 Provinciale detailhandelsvisie als kader	7
2.2 Ladder voor Duurzame Verstedelijking	7
2.3 Koopstromen- en Marktruimte-onderzoek Detailhandel	8
Hoofdstuk 3. Trends en ontwikkelingen	10
3.1 Internetwinkelen en internetafhaalpunten	10
3.2 Leegstand	11
3.3 Schaalvergroting	11
3.4 Brancheverbreding (-vervaging)	12
3.5 Demografische trends en woningbouw	14
Hoofdstuk 4. Speerpunten	15
4.1 Speerpunt: fijnmazige detailhandelsstructuur	15
4.2 Speerpunt: 'nieuw voor oud'	15
4.3 Speerpunt: toekomst perifere locaties	16
Hoofdstuk 5. Uitgangspunten voor het regionale detailhandelsbeleid	18
Bijlage 1: Winkelstructuur Stadsregio Amsterdam (kaarten)	20
Bijlage 2: Inhoudsopgave Toolkit	25

Colofon

Deze beleidsnotitie over het regionaal detailhandelsbeleid is vastgesteld in de Regio-raadsvergadering van 15 maart 2016 en is integraal opgenomen op de website van de Stadsregio Amsterdam: www.stadsregioamsterdam.nl

Het beleid geldt vanaf 1 april 2016.

Stadsregio Amsterdam
Postbus 626
1000 AP Amsterdam

1. Inleiding

Bij de kwaliteit van het voorzieningenniveau in een internationaal concurrerende regio hoort een ruim en breed palet aan detailhandelsvoorzieningen.

De Stadsregio Amsterdam heeft de beschikking over dat brede palet, maar de detailhandel staat onder druk. De crisis heeft de afgelopen jaren de bestedingen flink doen dalen en sterk doorzettende trends als verkoop via internet en schaalvergroting hebben zich zichtbaar laten gelden met een toename van de leegstand en een verandering van de winkelformules en het aanbod.

Hoewel de leegstand in onze regio als geheel nog meevalt in vergelijking met het Nederlandse gemiddelde, is het een probleem dat alle aandacht vergt.

De noodzaak om in de regio te beschikken over een goed functionerend voorzieningenapparaat waarin ruimte is voor dynamiek in de detailhandel en tegelijk wordt gewerkt aan het tegengaan van de leegstand, is reden voor de Stadsregio het bestaande detailhandelsbeleid¹ tegen het licht te houden.

Daar komt bij dat de provincie Noord-Holland het provinciale detailhandelsbeleid onlangs heeft vernieuwd² en het is belangrijk dat provinciaal en regionaal beleid goed met elkaar in de pas lopen.

Daarom heeft de Stadsregio besloten het regionale beleid te actualiseren en aan te passen aan nieuwe ontwikkelingen.³

De in 2011 vastgestelde uitgangspunten van het beleid⁴ blijven daarbij grotendeels overeind. Die gelden immers nog altijd, maar de context is wel veranderd en dus vergen omschrijving en uitwerking van de uitgangspunten aanpassing; zij vormen nu onderdeel van de beleidsuitgangspunten zoals opgesomd in § 5.

1.1 Waarom regionaal detailhandelsbeleid

De schaal waarop consumenten en marktpartijen opereren, noodzaakt tot regionaal beleid, omdat voor hen gemeente- en regiogrenzen weinig betekenen. Daarbij hebben nieuwe (grootschalige) detailhandelsontwikkelingen vaak bovenlokale effecten. Ook daarvoor is regionale afstemming nodig.

Het regionaal detailhandelsbeleid dient meerdere doelen. Allereerst is het een leidraad voor de gemeenten van de Stadsregio voor hun eigen gemeentelijke detailhandelsbeleid. Zuinig ruimtegebruik staat daarbij voorop. Het detailhandelsbeleid van de regio gaat daarom ook met name over de ruimtelijke aspecten ervan.

Door het vaststellen van gemeenschappelijke uitgangspunten wordt er tussen de gemeenten onderling een eenduidig en gelijk speelveld gecreëerd. Gemeenten, consumenten én bedrijfsleven weten dan allemaal waar ze aan toe zijn.

Bovendien stelt de provincie het hebben van een regionaal detailhandelsbeleid verplicht, ook omdat dit mede de leidraad is voor de advisering door de Adviescommissie Detailhandel Noord-Holland Zuid.

Het is daarom belangrijk dat deze geactualiseerde versie van het regionale detailhandelsbeleid – net als het beleid uit 2011 – wordt vastgesteld door de

¹ 'Detailhandelsbeleid Stadsregio Amsterdam', vastgesteld in de Regioraad van 13 december 2011. Zie www.stadsregioamsterdam.nl

² 'Detailhandelsbeleid Noord-Holland 2015-2020', vastgesteld door Provinciale Staten op 15 december 2014. Zie www.noord-holland.nl

³ Dit is in 2015 o.a. in diverse vergaderingen van het portefeuillehoudersoverleg Economie besproken en ook in het portefeuillehoudersoverleg Ruimte en Wonen. Tevens in een speciale sessie van de Regioraad op 19 mei 2015, alsmede in de voorsessie van de Regioraad van 15 december 2015.

⁴ 'Detailhandelsbeleid Stadsregio Amsterdam', pagina 15.

Regioraad van de Stadsregio, zodat het een beleid van en voor alle 15 gemeenten van de Stadsregio is.

Het nieuwe beleid geldt – onder gelijktijdige intrekking van het oude beleid – vanaf 1 april 2016.

In deze dynamische regio kunnen we niet alleen kijken of ontwikkelingen de bestaande structuur niet schaden. We zullen ook ruimte moeten bieden aan vernieuwingen in winkelconcepten en ruimte moeten bieden aan nieuwe detailhandelsvestigingen als die passen bij de groei van de bevolking en de veranderende consumentenbehoefte.

Het is goed om daar als regionale overheden actief én eenduidig beleid op te voeren, ook omdat marktpartijen, zoals ontwikkelaars en winkelondernemers, behoefte hebben aan zekerheid ten aanzien van hun investeringen. Indien in de periferie of op andere goedkope locaties alles kan, zullen investeringen op de meer complexe en kostbare (winkel)centrumlocaties uitblijven, terwijl we juist dáár de clustering van detailhandel willen vasthouden, dichtbij waar de consumenten wonen en leven. Locaties die kansrijk zijn en de winkelstructuur (bijlage 1) versterken, kunnen worden uitgebreid en/of (her)ontwikkeld. Buiten deze gewenste structuur worden ontwikkelingen door de gemeenten in de regio tegengegaan.

De overheid ontkomt niet aan het voeren van regie om tegemoet te komen aan de wensen van bewoners, consumenten, investeerders en ondernemers. Dat vraagt steeds om een heldere en consistente afweging en het vinden van een evenwicht tussen al deze belangen. Een detailhandelsbeleid dat duidelijkheid schept, maar ook voldoende ruimte biedt voor de dynamiek die bij deze regio past, kan daarbij helpen en faciliteert en stimuleert daarmee de markt.

Uitgangspunten en voortdurend onderling overleg

De dynamiek in deze regio én in de detailhandel is groot en de ontwikkelingen gaan snel. Deze beleidsnotitie en de hierin opgenomen uitgangspunten moeten daarom niet als eindproduct gezien worden. Het is zaak om de uitgangspunten (principes) voor het detailhandelsbeleid uit deze beleidsnotitie met elkaar te onderschrijven en vast te stellen en ze daarmee consequent te hanteren in het lokale detailhandelsbeleid. Maar het toepassen van de uitgangspunten zal bij de dynamische ontwikkelingen in de detailhandel ook voortdurend in onderling overleg tussen de gemeenten moeten gebeuren.

Dat gesprek zal overigens niet alleen binnen de overheden gevoerd moeten worden, maar zeker ook met het bedrijfsleven in de retailmarkt.

1.2 'Toolkit'

Een nieuw element in het regionale detailhandelsbeleid is de zogenaamde 'toolkit'.

Zowel bestuurders als raadsleden van de Stadsregio hebben kenbaar gemaakt behoefte te hebben aan hulp bij concrete uitwerking van de regionale uitgangspunten. Daarom is het de bedoeling aan deze actualisatie van het beleid een actief en regelmatig te vernieuwen onderdeel toe te gaan voegen: '*de toolkit*'.

Het is een middel om kennis te delen tussen de gemeenten en alle gemeenten te helpen bij het toepassen van het regionale beleid in hun eigen lokale plannen voor detailhandel.

De toolkit zal digitaal en interactief zijn en bereikbaar via de website van de Stadsregio. Tips en trucs voor de uitvoering van het beleid zijn erin opgenomen; jurisprudentie, actuele data over leegstand, trends etc. Ook de relevante adviezen van de ADZ kunnen in de toolkit worden opgenomen. Eveneens zal uitvoerig ingegaan worden op het toepassen van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking (zie ook § 2.2). Maar onderdeel van de toolkit zal ook zijn het organiseren van bijeenkomsten tussen gemeenten, bedrijfsleven en deskundigen om de nieuwste ontwikkelingen in de detailhandel met elkaar te bespreken. Het is expliciet ook de bedoeling dat gemeenten zelf de toolkit vullen met nieuws, plannen en slimme oplossingen om op die manier alle kennis die er is in de regio daadwerkelijk met elkaar te delen.

Het maken van deze 'toolkit' is een proces dat in ontwikkeling is en als zodanig niet onder de formele vaststelling van het geactualiseerde beleid valt, maar het zal uiteindelijk wel een belangrijk hulpmiddel zijn om het beleid praktisch toepasbaar te laten zijn voor de gemeenten van de regio.

1.3 Traject

In aanloop naar dit geactualiseerde detailhandelsbeleid is er diverse keren over de aard van de benodigde aanpassingen van het beleid en de ontwikkelingen in de detailhandel gesproken in portefeuillehoudersoverleggen van de Stadsregio. Mede naar aanleiding van die discussies is door BRO de notitie '*Herijking detailhandel Stadsregio Amsterdam*' opgesteld (maart 2015). Dat rapport was geen aanzet voor nieuw beleid of een nieuwe visie, maar gaf vooral aan wat er speelt in de detailhandel en wat (mogelijke) consequenties kunnen zijn van het wel of niet voeren van beleid op bepaalde onderdelen van de detailhandel en dan met name de perifere detailhandel.

Op 13 november 2015 vond er een ronde tafelgesprek plaats met diverse vertegenwoordigers uit de wetenschap en het bedrijfsleven⁵. Een belangrijke conclusie was dat de dialoog tussen overheid en bedrijfsleven heel nuttig en nodig is. Het is goed om elkaars taal en beweegredenen te kennen om op die manier veel beter samen op te kunnen trekken. Voortzetting van deze dialoog zal daarom onderdeel zijn van het toepassen en waar nodig verder toespitsen van dit regionale detailhandelsbeleid. De Adviescommissie Detailhandel Noord-Holland Zuid heeft op 9 december 2015 gesproken over de concept beleidsnotitie en advies uitgebracht op 28 januari 2016. De aanbevelingen uit het advies zijn in deze nota opgenomen en het advies zelf is integraal terug te vinden op de website van de Stadsregio.

Een conceptversie van de beleidsnotitie en de leidraad voor het gebruik van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking zijn besproken tijdens de voorsessie Ruimte en Economie van de Regioraad op 15 december 2015.

Het feitelijke actualiseren van het beleid gebeurde onder leiding van een bestuurlijke begeleidingsgroep onder leiding van de heer D. Straat (wethouder Zaanstad en portefeuillehouder Economie Stadsregio Amsterdam), mevrouw M. Veeningen (wethouder Amstelveen), mevrouw R. Korrel (wethouder Ouder-Amstel), de heer H. Krieger (wethouder Purmerend) en de heer D. Butter (wethouder Beemster).

⁵ Het waren vertegenwoordigers uit de wereld van o.a. vastgoed, financiering, economische geografie, ontwikkelaars, belangenorganisaties in de retail.

2. Kaders voor de actualisatie van het detailhandelsbeleid

2.1 Provinciale detailhandelsvisie

In december 2014 heeft de Provincie Noord-Holland nieuw provinciaal detailhandelsbeleid vastgesteld.⁶

De belangrijkste verandering ten opzichte van het vorige beleid is de verlaging van de drempel waarbij gemeenten die een planologisch besluit willen nemen over nieuwe detailhandelsplannen, verplicht zijn om aan de Adviescommissie Detailhandel Noord-Holland Zuid (ADZ) advies te vragen, vóór de vaststelling van het betreffende bestemmingsplan of het nemen van een projectbesluit.

Dit geldt nu voor alle initiatieven van meer dan 1500m² wvo. Alleen bij stadswinkelcentra van meer dan 25.000m² wvo (Hoofddorp, Zaanstad, Amstelveen, Purmerend en centrum Amsterdam, plus in Amsterdam de Amsterdamse Poort en het Buikslotermeerplein) geldt dit voor initiatieven van meer dan 3000m² wvo.

De genoemde grootte van winkelplannen (1500m² en 3000m²) geldt voor de totale ontwikkeling in een winkelgebied (en dus niet per winkel) en voor een tijdsperiode van twee jaar. Deze periode is gekozen om te voorkomen dat grote plannen in kleinere delen worden opgeknipt om verplichte advisering te omzeilen.⁷

Een andere belangrijke aanpassing aan de nieuwe werkelijkheid is het feit dat afhaalpunten voor aankopen via internet buiten de reguliere winkelcentra in het provinciaal beleid uitsluitend toegestaan zijn als zij op geen enkele wijze uitstal- en verkoopfaciliteiten hebben. Bij voorkeur worden deze afhaalpunten dus geïntegreerd in de bestaande winkelgebieden (waar uitgroei naar uitstalling en verkoop in principe wel mogelijk is).

Beide beleidsregels worden één op één overgenomen door de Stadsregio. Bovendien is het beleidsuitgangspunt met betrekking tot het behoud van de fijnmazige detailhandelstructuur gebleven en ook dat wordt volledig door de Stadsregio onderschreven.

2.2 Ladder voor Duurzame Verstedelijking

Ruimtelijke plannen waarin detailhandel is geprogrammeerd, moeten steeds beter worden onderbouwd. De eisen die hieraan gesteld worden ontwikkelen zich. Dit heeft zijn oorsprong in zowel Europese als landelijke regelgeving.

Een gevolg van de Wet Ruimtelijke Ordening en de Europese Dienstenrichtlijn (2006/123/EG, art 14.5) is dat regionaal detailhandelsbeleid niet in economische termen, maar in ruimtelijk relevante termen moet onderbouwd worden. Hierbij valt te denken aan mobiliteitseffecten, de ruimtelijke uitstraling van de activiteit op de omgeving, leefbaarheid, leegstand etc.

Dus ook met deze Europese richtlijn is winkelplanning geoorloofd, wanneer dit ruimtelijke ordening betreft. Voorschriften en regels inzake ruimtelijke ordening (bijvoorbeeld het toekennen van bestemmingen aan gronden) vallen niet onder de Dienstenrichtlijn.

⁶ Zie noot 2.

⁷ Gemeenten leggen een plan voor aan de ADZ voor advies. De ADZ richt zijn advies over het plan vervolgens aan het Dagelijks Bestuur van de Stadsregio en Gedeputeerde Staten van de provincie. DB en GS kunnen het advies overnemen of gemotiveerd afwijken van het advies in hun verdere overleg met de betreffende gemeente. De provincie heeft daarbij uiteindelijk ook planologisch-juridische middelen ter beschikking.

Een goede ruimtelijke argumentatie bij detailhandelsplannen is daarmee belangrijk, maar ook *noodzakelijk* in het kader van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking.⁸ Dat is sinds oktober 2012 een nieuw element, dat de uitgangspunten van ons beleid niet verandert, maar dat bij de uitvoering van die uitgangspunten op gemeentelijk niveau wél van groot belang is.

De Ladder moet gebruikt worden bij bestemmingsplannen inclusief eventuele wijzigingsbevoegdheden en uitwerkingsplichten en bij Omgevingsvergunningen wanneer detailhandel niet past in het bestemmingsplan.

De Ladder schrijft voor dat (bestemmings)plannen voor stedelijke ontwikkelingen gemotiveerd worden met drie stappen of treden:

- 1) Er moet een actuele (regionale) behoefte aangetoond worden voor de voorgenomen ontwikkeling,
- 2) als deze behoefte er is moet beschreven worden in hoeverre daarin kan worden voorzien binnen bestaand stedelijk gebied en
- 3) als dat laatste niet kan, is het toegestaan ruimte buiten bestaand stedelijk gebied te gebruiken, mits deze goed multimodaal ontsloten is.

Zorgvuldig ruimtegebruik staat dus voorop bij het hanteren van de Ladder. Dat komt goed overeen met de uitgangspunten voor het detailhandelsbeleid, waarbij immers grote terughoudendheid geboden is bij nieuwe uitbreidingen ten gunste van de versterking van bestaande centra.

Het is belangrijk te bedenken dat Ladder en Regionaal Beleid niet uitwisselbaar zijn: ze zijn allebei noodzakelijk en vullen elkaar aan. Bijvoorbeeld: voor de Ladder geldt de vraag of er een ontwikkeling is binnen of buiten stedelijk gebied. Maar uitgangspunten van clustering in bestaande winkelcentra en fijnmazigheid moeten uit het regionaal beleid komen (en zijn daarmee ook beoordelingscriterium voor de Adviescommissie Detailhandel Noord-Holland Zuid).

Ieder ruimtelijk plan moet apart onderbouwd worden conform de systematiek van de Ladder. Dit is maatwerk. Dat betekent dat het onvoldoende is om bij een onderbouwing alleen te verwijzen naar dit regionale detailhandelsbeleid van de Stadsregio en/of naar de uitvoerige handleiding die vanaf 2016 op de website van de Stadsregio staat.⁹ Zij kunnen wel helpen bij de onderbouwing. Als alle gemeenten binnen de Stadsregio deze handleiding en het regionale beleid ook daadwerkelijk hanteren, winnen de onderbouwingen van de gemeenten aan consistentie, eenduidigheid en vergelijkbaarheid.

In die zin is de Ladder een kans om tot goede ruimtelijke ordening en planning van detailhandelsinitiatieven te komen en het procesrisico te verminderen.

2.3 Koopstromen- en Marktruimte-onderzoek Detailhandel

In 2016 zal er door de provincies Noord-Holland, Utrecht en Zuid-Holland een Koopstromenonderzoek plaatsvinden.

Met gebruikmaking van die cijfers kan daarna een nieuw Marktruimte-onderzoek van start gaan. Dat zal dus op z'n vroegst in 2017 gereed zijn.

Voorlopig zullen we het in de regio dus moeten doen met de uitkomsten van het Koopstromenonderzoek uit 2011¹⁰ en vooral het Marktruimte-onderzoek dat in 2012

⁸ De Ladder komt voort uit de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (SVIR) en is via artikel 3.1.6 lid 2 in 2012 vastgelegd als procesvereiste in het Besluit Ruimtelijke Ordening.

⁹ 'Handleiding Ladder Duurzame Verstedelijking Detailhandel Stadsregio Amsterdam' (Bureau Stedelijke Planning, december 2015): zie www.stadsregioamsterdam.nl.

¹⁰ 'Randstad Koopstromenonderzoek 2011' (I&O, november 2011); www.kso2011.nl.

is uitgevoerd in opdracht van de Stadsregio Amsterdam, de Gemeente Amsterdam, de Kamer van Koophandel en de Provincie Noord-Holland.¹¹

Uit het onderzoek blijkt dat er over de gehele Metropoolregio Amsterdam (MRA) ongeveer een evenwicht is tussen de marktruimte tot 2020 en de harde detailhandelsplannen¹². Wordt ook de zachte planvoorraad betrokken, dan is sprake van een ruim overschot aan plannen in verhouding tot de marktruimte. De marktruimte is bovendien niet evenredig verdeeld over de regio of over de gemeenten in de MRA en ook niet over de verschillende branches. Soms is er wel marktruimte voor ontwikkeling, maar geen fysieke ruimte voor bebouwing; soms is er wel fysieke ruimte voor ontwikkeling, maar geen marktruimte in het betreffende gebied/gemeente.

Hoe dan ook was de duidelijke conclusie in 2012 dat er terughoudendheid noodzakelijk was in het toestaan van nieuwe detailhandelsontwikkelingen en dat is met de crisisjaren daarna alleen maar dringender geworden, ondanks dat er in onze regio ook sprake is van bevolkingsgroei en we economisch gezien de crisis achter ons gelaten hebben.

De conclusies hebben vanaf 2012 een rol gespeeld in het beoordelingskader van de Regionale Commissie Winkelplanning en vanaf heden derhalve ook bij de Adviescommissie Detailhandel Noord-Holland Zuid. Op die manier beoordeelt de adviescommissie detailhandelsplannen voor wat betreft de mogelijke marktruimte ten opzichte van andere plannen in hetzelfde verzorgingsgebied.

¹¹ 'Metropoolregio Amsterdam. Ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel' (Bureau Stedelijke Planning, december 2012). Beide rapporten zijn in te zien op www.stadsregioamsterdam.nl

¹² Over het algemeen wordt onder een hard plan verstaan dat er A: een vigerend bestemmingsplan aanwezig is (maar ha/m² zijn niet direct uitgifbaar/ ontwikkelbaar), B: er een vigerend bestemmingsplan aanwezig is en uitvoeringscontracten zijn afgesloten met ontwikkelaars (bouwrijp en terstond uitgifbaar) dan wel C: het plan in uitvoering is.

3. Trends en ontwikkelingen

In de detailhandel zijn verschillende trends zichtbaar. Hieronder staan enkele belangrijke op een rij.

3.1 Internetwinkelen en internetafhaalpunten

Naarmate internetwinkelen een groter deel van de totale detailhandelsbestedingen voor zich opeist, zullen reguliere winkelstraten en winkelgebieden de gevolgen merken.

Internetwinkelen is niet tijd- of plaatsgebonden. Iets kopen kan altijd en overal. Internet wordt voor steeds meer branches en productgroepen het belangrijkste oriëntatiekanaal. Dat betekent dat vergelijken van producten en prijzen steeds makkelijker wordt voor de consument (de 'prijstransparantie' neemt toe). Winkeliers zullen hun producten daarom steeds scherper in de markt moeten zetten en dat zal over de hele linie de (winst)marges verkleinen.

Het is onzeker hoe de snelle ontwikkeling van internetverkoop zich de komende jaren zal voortzetten. In de gehele sector retail (food en non-food) zal het aandeel van de verkoop via internet het komende decennium ongetwijfeld flink stijgen. Maar per branche kan dat sterk verschillen, zowel in aandeel als in tempo.¹³

Voor de reguliere winkelgebieden die gericht zijn op niet-dagelijkse aankopen, betekent het gemak van internetwinkelen dat zij nog meer moeten zorgen voor beleving en amusement tijdens het winkelen. Betere service en slimme combinaties van internet- en fysiek winkelen zijn nodig, willen zij overleven. De consument moet extra prikkels hebben om te gaan winkelen. Dit onderstreept het steeds grotere belang van de 'branding' van winkelgebieden. Maar het is onvermijdelijk te constateren dat dat niet in ieder willekeurig winkelgebied zal kunnen. Er dient voldoende massa en aanloop te zijn om echt interessant te zijn met een breed palet aan winkelformules. En tegelijkertijd moet het winkelen voor de consument gepaard gaan en geassocieerd worden met uitgaan, recreatie, beleving, horeca, een dagje uit. Dat betekent dat stadscentra met enige omvang waar die combinaties te maken zijn, kansrijk zijn en daarvan dan weer vooral de historische binnensteden die veel ambiance (*fun*) te bieden hebben. (Winkel)centra die dat totaalpakket niet kunnen bieden, zullen zich meer en meer moeten richten op levensmiddelen en persoonlijke verzorging (dagelijkse goederen). Die boodschappen centra (*functie*) vinden we vooral in de buitenwijken van grotere en kleinere steden en de centra van dorpen. Alles wat tussen deze twee typen centra inzit, is kwetsbaar.

Een bijkomend effect van het internetwinkelen is het fenomeen van de afhaalpunten. De provincie schrijft in zijn nieuwe detailhandelsvisie (pagina 33): "*Regio's moeten regionaal beleid ten aanzien van internetdetailhandel uitwerken op basis van gemeentelijke en lokale afwegingen. Bij voorkeur worden afhaalpunten gevestigd in winkelgebieden*".¹⁴

Zo'n afhaalpunt mag niet langzaamaan winkelkenmerken gaan krijgen, want dat zou oneerlijke concurrentie betekenen voor de reguliere winkels in de reguliere winkelgebieden. In het kader van het creëren van een gelijk speelveld in de regio is dat iets waar alle gemeenten zich aan zullen moeten houden.

¹³ 'Winkelgebied 2025', ING Economisch Bureau, 2014.

¹⁴ Zie noot 2.

Een afhaalpunt binnen een regulier winkelgebied kan natuurlijk wel uitgroeien tot een reguliere winkel en daarmee ook ondersteunend zijn aan het betreffende winkelgebied.

3.2 Leegstand

Leegstand heeft een negatief effect op de leefbaarheid en kan een negatieve spiraal op gang brengen in winkelstraten en winkelgebieden. Iedereen is het er daarom over eens dat een situatie van grote leegstand zoals op de kantorenmarkt onwenselijk is voor de detailhandel. Winkelcentra en zeker winkelstraten liggen in of direct bij de woonomgeving. Leegstand heeft daar vaak een heel directe impact op de kwaliteit van het wonen en leven.

Voorkomen van leegstand is dan ook een belangrijke prioriteit, maar er moet ook onderkend worden dat er op dit moment leegstand is en dat deze zal stijgen.

Gemiddeld is de leegstand in de Stadsregio dan wel minder dan in Nederland (in 2014 was dat 5,6% van het winkelvloeroppervlak tegenover 7,8% in Nederland)¹⁵, maar lokaal en zelfs binnen gemeenten kan dat sterk variëren.¹⁶ Bovendien zijn er winkelgebieden, zoals bijvoorbeeld de binnenstad van Amsterdam waar leegstand snel weer wordt opgevuld (incidentele leegstand), en winkelgebieden waar dat niet of veel moeizamer gebeurt (structurele leegstand).

Het winkellandschap verandert snel. Veel – van oudsher vertrouwde – winkelketens verkeren in zwaar weer of zijn zelfs al failliet, of maken een moeizame doorstart. De onzekerheid is groot, maar het is duidelijk dat er nog flink gesaneerd zal worden in de detailhandel, met mogelijke extra leegstand tot gevolg. De Amsterdamse regio onderscheidt zich daarin positief, omdat hier nog sprake is van een substantiële bevolkingsgroei (zie § 3.5). Maar ook hier zal het mede door de sterke toename van verkoop via internet onvermijdelijk zijn dat gemeenten keuzes moeten maken: het is onmogelijk om alle winkelcentra en winkelgebieden - en dat geldt zeker voor de perifere winkelgebieden - overeind te houden. In kleinere kernen of buitenwijken van grotere steden kan een verschraving van het winkelaanbod optreden in tegenstelling tot de grote stadscentra en zeker als dat historische centra met veel ambiance zijn. Daar neemt het winkelen dan ook toe.¹⁷

Bij een toename van de leegstand is het zaak het winkelareaal zoveel mogelijk in te dikken op zo'n manier dat het (winkel)centrum de benodigde concentratie van winkels behoudt om nog werkelijk aantrekkelijk te zijn. De trend is nu echter vaak dat er versnippering optreedt van de winkels over de aanloopstraten en het centrumgebied. Herschikking, functiewijzigingen en herstructurering zijn middelen die gebruikt kunnen worden, maar vaak geld kosten (verplaatsing, planschade) en dus uiteindelijk niet ingezet worden.

3.3 Schaalvergroting

Sinds 2009 is het aanbod van detailhandel in de Stadsregio met ongeveer 400 verkooppunten afgenomen, maar is tegelijkertijd het totale winkelvloeroppervlak (wvo) toegenomen met ca. 150.000m².¹⁸

¹⁵ 'Herijking detailhandelsbeleid Stadsregio Amsterdam', BRO 2015 (in opdracht van de Stadsregio).

¹⁶ 'Winkelleegstandsbarometer Amsterdam 2015', gemeente Amsterdam Economie, 2015.

¹⁷ 'Bewoners regio kopen minder in eigen gemeente', Factsheet Onderzoek, Informatie en Statistiek (OIS), Amsterdam, augustus 2015.

¹⁸ Zie noot 13. Gemiddeld waren winkelpanden in 2009 ca. 212 m² wvo en in 2014 was dat 238m².

In dezelfde periode is de leegstand met ruim 90.000m² toegenomen. De trend is al met al dat het aantal vestigingen daalt en het winkelvloeroppervlak per vestiging toeneemt. In kleinere gemeenten kan de opening of het sluiten van één grote winkel overigens al voor een relatief grote schommeling zorgen in de cijfers. Tabel 1 geeft een beeld van de omvang (aantal vestigingen en oppervlakte wvo) en de ontwikkeling van de detailhandel in de Stadsregio (+ Almere).¹⁹

Tabel 1 Omvang en ontwikkeling detailhandel in Amsterdamse regio, 2014 (%)

	inwoners		vestigingen		oppervlakte	
	2014	2004-2014 (%)	2014	2004-2014 (%)	2014	2004-2014 (%)
Amsterdam	811.185	+ 10	5.946	-4	971.285	+ 3
Beemster, Zeevang ²⁰	15.251	0	31	+ 11	25.868	+ 13
Edam, Volendam	28.920	+ 3	222	+ 1	55.904	+ 52
Purmerend	79.576	+ 5	434	-3	115.428	+ 9
Landsmeer	10.444	+ 1	39	-7	6.939	+ 9
Waterland	17.134	-1	69	-23	8.848	-23
Wormerland	15.777	0	38	-19	11.128	+ 1
Oostzaan	9.139	0	31	+ 19	7.080	+ 57
Zaanstad	150.589	+ 8	764	-7	296.289	+ 19
Aalsmeer	30.759	+34	156	+ 1	108.885	+ 20
Amstelveen	85.015	+ 8	411	-8	118.645	+ 11
Diemen	25.930	+ 8	83	+ 20	21.131	+ 41
Haarlemmermeer	144.061	+13	689	+ 14	287.486	+ 67
Ouder-Amstel	13.271	+ 2	46	-16	8.665	+ 24
Uithoorn	28.418	+ 6	106	-12	30.602	+ 3
Almere	197.318	+ 16	789	+ 10	290.278	+ 44

3.4 Brancheverbreding (-vervaging)

In de detailhandel vindt steeds meer brancheverbreding plaats (ook wel branchevervaging genoemd), in veel gevallen zonder toestemming van de overheid. De reden voor brancheverruiming is dat ondernemers een grotere doelgroep willen aantrekken, om hun afhankelijkheid van een specifieke (risicovolle) branche te verminderen of hun oorspronkelijke assortiment beter onder de aandacht te brengen. Sinds geruime tijd gebeurt dit in de handel van volumineuze goederen (PDV) en grootschalige winkels (GDV), maar in toenemende mate ook in andere detailhandelsbranches en -locaties.

Vooralsnog vooral winkelformules die traditioneel op perifere locaties gevestigd zijn, zoals bouwmarkten, tuincentra en woonwinkels, hebben met de tijd een enorme assortimentsverbreding doorgevoerd. Deze autonome marktontwikkeling staat op gespannen voet met de branchering die op perifere locaties geldt. De Stadsregio volgt het provinciaal

¹⁹ Zie noot 17.

²⁰ Deze tabel geeft de situatie in 2014 weer. Per 1-1-2016 zijn de gemeenten Zeevang en Edam-Volendam samengegaan in één nieuwe gemeente.

beleid dat "detailhandel in andere goederen dan volumineuze goederen vanuit ruimtelijk oogpunt niet gewenst is op bedrijventerreinen".²¹

Voor de GDV-locaties, zoals al in het detailhandelsbeleid van 2011 aangewezen, geldt deze brancheringseis niet, met uitzondering van dagelijkse goederen, zijnde levensmiddelen en persoonlijke verzorging (zie ook § 4.3).

Veel branchevervagende initiatieven zijn in de regel verboden, omdat deze niet stroken met de bestemmingsplannen van een bepaalde locatie. Doorgaans is er in bestemmingsplannen een strikte scheiding van horeca, detailhandel en logistieke functies, ten behoeve van de ruimtelijke ordening alsmede de balans in het winkel-aanbod.

Horeca en detailhandel

Het mengen van enerzijds horeca (food service) met anderzijds supermarkt en speciaalzaak (food retail), detailhandel (non-food retail) en logistiek is sterk in opkomst. Een paraplueterm voor deze inmenging is 'blurring'. De reden voor deze ontwikkeling is een verzadigde supermarktbranche waarin bedrijven zich gedwongen voelen te herpositioneren om de consument een onderscheidend product aan te bieden. Verondersteld kan worden dat dergelijke ontwikkelingen met name in (groot)stedelijke zones zichtbaar zijn waar de concentratie van niet-traditionele consumptiepatronen het grootste is.²²

Hoewel de menging met horeca van alle tijden is (denk aan V&D en La Place en de restaurants van IKEA en HEMA), komt het verschijnsel tegenwoordig op meer plaatsen, in meer branches en in uiteenlopende vormen voor.

Met name in de supermarktbranche is blurring sterk in opkomst: de zogenaamde versmarkt en afhaalmaaltijden (al dan niet ter plaatse te nuttigen) nemen een centrale rol in. Voorbeelden hiervan zijn de Jumbo Foodmarkt, de Sushi Daily bij Albert Heijn en de Landmarkt in Amsterdam. Naast deze integratie door de traditionele supermarkten ontstaan er nieuwe concepten, zoals de eetwinkels van Stach en de gemakswinkels van AH To Go, waar deze menging centraal staat. Anderzijds is er de menging van food-elementen in detailhandel, zoals de grote zogenaamde foodhall van Marks & Spencer, Hutspot in Amsterdam en kleinschalige voorbeelden zoals koffie en patisserie in kledingwinkels en boekhandels. Op landelijk niveau wordt over deze ontwikkeling onder andere nagedacht via de Retailagenda van het rijk.²³

Het is een ontwikkeling die sterk in beweging is en het is aan de gemeenten om beleid te maken om hiermee om te gaan en afspraken te maken met de betreffende ondernemers. Belangrijk is om steeds heel nauwkeurig af te wegen of de ruimte die de ene partij al dan niet tijdelijk wordt geboden niet ten koste gaat van de ruimte van anderen.

Logistieke veranderingen

Ook de logistieke innovatie speelt een belangrijke rol in de verandering van het winkelen en de mogelijkheden voor brancheverbreiding, deels ingegeven door de opkomst van internetwinkelen. Bestaande supermarktketens richten bijvoorbeeld afhaalpunten (Pick-up Points; PUPs) op, zowel solitair op bedrijventerreinen en nabij de bestaande filialen. De supermarkt biedt zijn klanten zo een sneller alternatief voor het boodschappen doen. Zodoende verschuift ook de functie van de traditionele

²¹ 'Detailhandelsbeleid Noord-Holland 2015-2020', pagina 38 (zie noot 2).

²² 'Blurring: Over de vervagende grenzen in de food retail en de beperking in de ruimtelijke ordening' (Lexence & Bureau Stedelijke Planning, Amsterdam, 2015).

²³ Ook zijn er op het moment van opstellen van dit nieuwe beleid verschillende pilots en proeven gaande met het mengen van diverse functies en met name die van horeca en detailhandel. Het is de bedoeling resultaten en effecten van deze proeven en pilots te delen met de gemeenten via de 'toolkit'.

supermarkt: er komt ruimte vrij voor bijvoorbeeld de eerder genoemde versmarkt of afhaalpunt.

In het spoor van deze veranderingen komen er steeds meer leveranciers van maaltijdboxen, zoals HelloFresh. Deze nieuwe marktpartijen leveren hun producten zowel aan huis als op distributiepunten binnen de bestaande detailhandel.

De verwachting is dat deze logistieke ontwikkelingen in de komende jaren zullen toenemen.

Het gaat dus niet zozeer om de vraag *of* dergelijke ontwikkelingen zijn tegen te houden, maar *hoe* gemeenten ermee omgaan. De gevolgen kunnen positief en negatief zijn: het traditionele winkelen en daarmee het aantal fysieke winkels zal gaan afnemen, maar de consument wordt daarentegen wel op zijn wenken bediend.

3.5 Demografische trends en woningbouw

De bevolking in de MRA is relatief jong en groeit beduidend harder dan landelijk. Tussen 2015 en 2020 groeit de bevolking van de Stadsregio met zo'n 70.000 inwoners (op een totaal van nu 1.480.000 inwoners). Daarvan neemt Amsterdam er ca. 50.000 voor zijn rekening. In Waterland/Zaanstreek is die groei tot 2020 ca. 6000 en in Amstel Meerlanden ruim 13.000.²⁴

Ook in de directe omgeving van de Stadsregio, zoals Haarlem, Weesp, Hoorn, is er in die periode sprake van bevolkingsgroei.

Bovendien zet die groei volgens de prognose ook na 2020 door.

Deze demografische ontwikkeling is op zichzelf een gunstige versterking onder het draagvlak voor de detailhandel in onze regio. Zeker in vergelijking met grote delen van de rest van het land. Toch is het geen reden om ons zelf rijk te rekenen.

Aantallen alleen zeggen niet alles: hoe de koopkracht en daarmee de bestedingen zich zullen ontwikkelen en hoe de groei van internetverkoop zich ontwikkelt, is minstens zo belangrijk. Maar dat is heel ongewis en daarom blijft het zaak – ondanks de gunstige demografische ontwikkeling – heel voorzichtig te zijn met nieuwe detailhandelsvestigingen.

Bovendien is de ontwikkeling van de woningbouw op dit moment bijzonder onvoorspelbaar. Dat er, gezien de bevolkingsontwikkeling, gebouwd moet worden, is voor iedereen duidelijk, zo blijkt ook uit de MRA-agenda. Maar waar en hoe en in welk tempo dat de komende jaren precies gaat gebeuren, is juist heel onduidelijk.

Parallel daaraan is het niet goed mogelijk nu al de plekken te benoemen waar nieuwe retailontwikkelingen ruimte moeten/kunnen krijgen. En al helemaal niet als het gaat om de grootte van de ontwikkeling of het tempo. Dat laat onverlet dat, als er om de bevolkingsgroei op te vangen substantiële nieuwbouw nodig is, binnen of aan de rand van de bebouwde kom, het zaak is nieuwe winkelvestigingen goed af te stemmen met de winkelstructuur die er in aanpalende wijken al is en bij voorkeur daar gebruik van te maken of daar op aan te sluiten.

²⁴ 'Prognose 2015-2040: Concentratie in steden. Bevolking, huishoudens en woningbehoefte' (Provincie Noord-Holland, 2015).

4. Speerpunten

De (beleids)kaders en de trends en ontwikkelingen overziend, komt de Stadsregio tot drie speerpunten voor het beleid en 15 uitgangspunten (§ 5):

4.1 Speerpunt: fijnmazige detailhandelsstructuur

Een belangrijk speerpunt van het regionaal detailhandelsbeleid is tot op heden altijd de keuze voor een *fijnmazige detailhandelsstructuur* geweest. Een fijnmazige detailhandelsstructuur zet de leefbaarheid centraal en gaat uit van de behoefte van inwoners om dichtbij huis - op aanvaardbare afstand - hun aankopen te kunnen doen. Voor de consument is het aangenaam en efficiënt om een aaneengesloten, compact winkelgebied te hebben met een breed palet aan soorten winkels. Om dergelijke - kansrijke - locaties te behouden zal soms verspreide bewinkeling of een niet goed lopend (deel)centrum moeten worden afgebouwd. De fijnmazigheid komt daarmee wellicht deels onder druk te staan, maar het behoud van een netwerk aan goede en goed bereikbare winkelgebieden in de nabijheid van de consument blijft daarmee wel gewaarborgd.

Een dergelijke detailhandelsstructuur impliceert dat afspraken nodig zijn die deze structuur in stand houden of verder versterken:

- vasthouden aan het op aanvaardbare afstand hebben van winkels in dagelijkse artikelen (levensmiddelen en persoonlijke verzorging);
- vasthouden aan terughoudendheid ten aanzien van nieuwe (perifere) locaties waar (grootschalige) detailhandel is toegestaan;
- vasthouden aan terughoudendheid ten aanzien van brancheverruiming, zeker op perifere locaties;
- vasthouden aan het weren van *foodretail of de verkoop van dagelijkse artikelen* op bedrijventerreinen en perifere winkellocaties;
- behoud en versterking van kansrijke winkelgebieden staat centraal;
- weidewinkels²⁵ zijn niet toegestaan.

De consequentie is dat gemeenten in de Stadsregio uiterst terughoudend zullen zijn tegenover ontwikkelaars die nieuwe detailhandelslocaties willen ontwikkelen. Als er sprake is van significante stadsuitbreiding en bevolkingstoename is dat een ander verhaal, maar ook dan zal zo'n nieuwe ontwikkeling alleen mogelijk zijn als de treden van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking succesvol 'beklommen' kunnen worden.

Aan de andere kant kan op bestaande winkelgebieden vernieuwing plaatsvinden door herontwikkeling, functiemenging en uitbreiding, áls daar voldoende draagvlak voor is.

Kwaliteitsverbetering van het winkelgebied, bijvoorbeeld door verbetering van de ruimtelijke inrichting of door thematisering, speelt daarbij een belangrijke rol.

4.2 Speerpunt: 'nieuw voor oud'

Waar mogelijk dienen gemeenten als voorwaarde voor de (her)ontwikkeling van nieuwe winkellocaties te stellen dat elders oude vierkante meters op minder kansrijke locaties uit de markt gehaald worden.

Dat is het principe van 'nieuw voor oud'.

²⁵ "Weidewinkels" zijn winkelvestigingen op solitaire plekken, dus buiten bestaande winkelgebieden (dus niet alleen maar in "de wei").

Om dat te kunnen verwezenlijken, zou het - gezien het grote overschot aan detailhandelsbestemmingen in bestaande bestemmingsplannen - goed zijn als gemeenten bij iedere wijziging van een bestemmingsplan kritisch kijken naar het wel of niet handhaven van de bestemming detailhandel. Gemeenten moeten daar actief beleid op voeren, zodat voor de markt 'voorzienbaarheid' van de beleidsvoornemens in bestemmingsplannen gecreëerd wordt op basis waarvan uiteindelijk daadwerkelijk vierkante meters detailhandel (als bestemming) geschrapt kunnen worden. Dat maakt het vervolgens veel beter mogelijk elders, waar dat kansrijk is en het een versterking kan zijn voor de bestaande winkelstructuur, nieuwe winkelplannen toe te staan. Het creëren van voorzienbaarheid door daar als gemeente pro-actief beleid op te voeren, is een middel om planschade te voorkomen. Tegelijkertijd ligt er ook een verantwoordelijkheid bij ontwikkelaars en vastgoedeigenaren om constructief mee te werken aan het tegengaan van leegstand en om leegstaande winkelruimtes slim her te gebruiken. Dat zou zeker moeten gebeuren als men met plannen voor nieuwe ontwikkelingen komt.

Gemeenten moeten zich realiseren dat zij in hun bestemmingsplannen een goed sturingsmiddel hebben. Maar er kan twee tegengestelde kanten opgestuurd worden. Het is logisch en in veel gevallen al een feit dat gemeenten ruimer bestemmen om meer functies een mogelijkheid te bieden leegstaande panden te gebruiken, maar flexibele bestemmingen als 'commerciële voorzieningen (waaronder detailhandel)', kunnen ook leiden tot de vestiging van detailhandel op plaatsen waar dat minder wenselijk is.

Het is belangrijk dat gemeenten zich bewust zijn van de effecten die dergelijke flexibele bestemmingsplannen kunnen hebben en goed afwegen wat de voor- en nadelen kunnen zijn. Het toepassen van het principe 'nieuw voor oud' bij ieder nieuw winkelinitiatief kan aanleiding zijn om vigerende bestemmingsplannen nog eens kritisch tegen het licht te houden.

4.3 Speerpunt: toekomst perifere locaties

In de jaren '70 en '80 ontstonden in de periferie van de gebouwde omgeving voor de auto goed bereikbare winkellocaties, met bijvoorbeeld autoboulevards, bouwmarkten en woonboulevards. Dit zijn de zogenoemde PDV-locaties, waarbij PDV staat voor Perifere Detailhandel Vestigingen. Het zijn eigenlijk bedrijventerreinen waar winkels met een bepaald assortiment zich mogen vestigen. Een assortiment dat ruimtelijk lastig in de binnensteden ingepast kan worden. In 1993 werd het PDV-beleid door het Rijk verruimd tot GDV-beleid vanwege vraag van detailhandelsorganisaties naar locaties voor grootschalige winkels (ook niet-volumineuze artikelen), omdat deze in de binnensteden lastig inpasbaar zouden zijn en de vestigingsmogelijkheden in de periferie beperkt waren vanwege het PDV-beleid. Om de bestaande winkelstructuur te beschermen werden wel voorwaarden gesteld, zoals een ondergrens van 1.500 m² wvo en het in regionaal verband aantonen van de behoefte aan grootschalige winkels. Bovendien besloten lokale overheden vrijwel nooit supermarkten toe te staan in de periferie.

Deze perifere locaties waren en zijn zodoende aanvullend op de centrumwinkelgebieden en de buurt- en wijkcentra. Het toelatingsbeleid was en is zeer strikt. Alleen de zogenaamde PDV-branches²⁶ voor volumineuze artikelen en grootschalige winkels (GDV²⁷) mogen zich in de periferie vestigen.

²⁶ De traditionele PDV branches zijn: doe-het-zelf, woninginrichting, meubels.

²⁷ GDV staat voor Grootschalige Detailhandel Vestigingen, winkels met een oppervlakte van meer dan 1500 m² wvo, niet gebonden aan branchering, met uitzondering van dagelijkse artikelen.

In de loop van de tijd ontstonden nieuwe concepten, waardoor er voor Nederland nieuwe vormen van detailhandel ontstonden: gemakswinkels, op locaties waar veel verkeer is en clusters van grootschalige detailhandel. Woonboulevards werden woonmalls en er kwamen factory outletcenters. Het aantal vierkante meters aan detailhandel in de periferie is inmiddels enorm uitgebreid. De uitbreiding is veel groter dan de bevolkingsgroei en de groei van de bestedingen rechtvaardigen. Daardoor is juist in veel perifere winkelgebieden de leegstand groot. Het is zeer de vraag of brancheverruiming daar een oplossing is. Er is eenvoudigweg een groot overaanbod en brancheverruiming in de periferie kan bovendien de doodsteek betekenen voor de reguliere winkelgebieden die onderdeel zijn van de te behouden fijnmazige structuur. En niet alleen in de eigen gemeente: perifere locaties liggen meestal ook vlakbij de buurgemeenten!

Een oplossing is in ieder geval om géén nieuwe perifere locaties te ontwikkelen. Maar wat dan te doen met de leegstand die er al is?

Alle gemeenten hebben hier mee te maken en iedere ingreep heeft invloed op de detailhandel in aanpalende gemeenten. Wie maakt de keuze om van twee of drie half leegstaande PDV locaties één gezonde locatie te maken? En waar? En wat gebeurt er dan met de overblijvende locaties? En welke partijen dragen de kosten?

Deze problematiek overstijgt die van de individuele gemeente en in feite ook van de Stadsregio. Het is een thema dat in het verlengde van de plabeka-aanpak²⁸ op de schaal van de Metropoolregio Amsterdam (MRA) opgepakt zou moeten worden.

In het huidige regionale detailhandelsbeleid zijn naast de bestaande PDV-locaties enkele perifere locaties aangewezen waar ook grootschalige detailhandel (GDV) is toegestaan. Dat wil zeggen: winkels met een oppervlakte van minimaal 1500m² wvo, ongeacht het assortiment, met uitzondering van dagelijks (dat wil zeggen levensmiddelen en persoonlijke verzorging). Hiermee wordt beoogd tegemoet te komen aan de marktdynamiek. Deze locaties zijn in samenspraak met de gemeenten gekozen en al in het detailhandelsbeleid van 2006 en 2011 vastgelegd. De locatie Kop van West (Purmerend) is inmiddels komen te vervallen. Op de locatie Landlust in Amsterdam is in het bestemmingsplan inmiddels GDV mogelijk gemaakt, maar daar wordt nog niet gebruik van gemaakt. Het gaat daarmee om de locaties:

- Amsterdam: GDV-zone Arenagebied, Spaklerweg, Schinkel, Landlust, Keurenplein en Van Slingelandstraat / Bedrijventerrein Westerkwartier.
- Haarlemmermeer: Cruquius.
- Amstelveen: Bovenkerkerhoek.

Op de locatie Zuiderhout in Zaanstad is volgens afspraak inmiddels ook GDV toegestaan, maar het is nog niet geformaliseerd in een bestemmingsplan en dus ook niet als zodanig in gebruik.

Gezien de marktontwikkelingen moet de komende jaren – aan de hand van de uitkomsten van het Koopstromenonderzoek en het Marktruimteonderzoek – onderzocht worden of deze locaties gehandhaafd moeten blijven of dat er aanpassingen nodig of mogelijk zijn in aantal, omvang of locatie. Omdat de genoemde onderzoeken op MRA-schaal plaatsvinden, zou het onderzoek naar de locaties waar GDV mogelijk is ook in MRA-verband opgepakt moeten worden.

²⁸ Plabeka = platform bedrijven kantoren: dit functioneert op de schaal van de MRA om leegstand bij kantoren en bedrijventerreinen te bestrijden en tot herstructurering te komen.

5. Uitgangspunten voor het regionale detailhandelsbeleid

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

1. Inwoners van de Stadsregio Amsterdam moeten op aanvaardbare afstand hun (dagelijkse) boodschappen kunnen doen (fijnmazige detailhandelsstructuur).
2. Het beleid is er op gericht om vraag en aanbod in evenwicht te brengen in de (fysieke) retailsector.
3. Detailhandelsvestigingen zijn louter gevestigd in verstedelijkt of nog te verstedelijken gebied: passend in de structuur van de hoofdwinkel-, stadsdeel- of wijkcentra, alsook op specifiek benoemde locaties op bedrijventerreinen. Solitaire vestigingen buiten en binnen woongebieden zijn uitgesloten.
4. a) Nieuwe ontwikkelingen moeten de huidige structuur versterken.
b) Nieuwe ontwikkelingen die uitbreiding van het ruimtegebruik vergen, zijn alleen mogelijk als de ontwikkeling niet op een bestaande winkellocatie mogelijk is.
c) Bij nieuwe ontwikkelingen moet duidelijk zijn wat de impact op de lokale en regionale winkelstructuur is.
5. Clustering van detailhandel is een leidend principe, al dan niet met andere commerciële en/of maatschappelijke voorzieningen.
6. Gemeenten streven ernaar om leegstand zoveel als mogelijk te voorkomen. Nieuwe initiatieven worden daarom altijd bekeken en beoordeeld vanuit het principe 'nieuw voor oud'. Dat wil zeggen dat eventuele nieuwe initiatieven en uitbreiding van bestaand winkelareaal gepaard gaan met maatregelen om de bestemming detailhandel elders te beperken. Door pro-actief beleid werken gemeenten aan voorzienbaarheid, zodat planschade voorkomen kan worden bij het daadwerkelijk verminderen van het aantal m² detailhandel.
7. Gemeenten moeten (ook in het kader van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking) goed beschrijven wat de regionale behoefte is van de winkelplannen die voorzien zijn.
8. Gemeenten kunnen via het bestemmingsplan aanvullende eisen voor branchering stellen. Dit dient op ruimtelijke aspecten gebaseerd te zijn.
9. Alleen op bepaalde reeds als zodanig aangemerkte locaties (Amstelveen: Bovenkerkerhoek; Haarlemmermeer: Cruquius; Amsterdam: GDV-zone Arenagebied, Spaklerweg, Schinkel, Landlust, Keurenplein en Van Slingelandstraat / Bedrijventerrein Westerkwartier) is - indien passend binnen het vigerende bestemmingsplan - grootschalige detailhandel (GDV) toegestaan. Dat wil zeggen winkels van meer dan 1500m² wvo zonder brancheringseisen (uitgezonderd dagelijkse goederen, te weten levensmiddelen en persoonlijke verzorging). Een gemeente kan een verzoek indienen om grootschalige detailhandel toe te staan op een van bovenstaande PDV-locaties die niet past in het vigerende bestemmingsplan. In dat geval is een uitvoerige onderbouwing van het verzoek op ruimtelijk relevante gronden vereist, evenals een analyse van de gevolgen van de verruiming voor de regionale detailhandelsstructuur. De ADZ toets zo'n verzoek tot verruiming aan het provinciale en regionale beleid.
10. Naast de PDV-locaties waar GDV mogelijk is (zie uitgangspunt 9 en § 4.3), zijn er de traditionele PDV-locaties, waar louter de PDV-branches zijn en blijven toegestaan. Brancheverruiming is op deze locaties op grond van het provinciale beleid niet toegestaan.
11. Op basis van de uitkomsten van het in 2016/2017 uit te voeren Koopstromenonderzoek en het Marktruimteonderzoek, zal onderzocht worden of de locaties waar nu GDV mogelijk is, gehandhaafd moeten blijven of dat er aanpassingen

- nodig of mogelijk zijn in aantal, omvang of locatie. Dit onderzoek zal bij voorkeur plaatsvinden op de schaal van de Metropoolregio Amsterdam.
12. Nieuwe perifere detailhandelslocaties worden in beginsel niet toegestaan.
 13. Conform het provinciaal beleid zijn internetafhaalpunten alléén op bedrijven-terreinen toegestaan als deze afhaalpunten géén winkel- en géén uitstal-functie hebben. Bij voorkeur worden afhaalpunten in bestaande winkel-gebieden gesitueerd.
 14. Indien er een bestemmingsplanwijziging nodig is bij nieuwe winkelinitiatieven moet iedere gemeente dit initiatief voorleggen aan de Adviescommissie Detailhandel Noord-Holland Zuid (ADZ). Dit geldt voor alle initiatieven boven de 1500m² wvo. Bij winkelcentra van meer dan 25.000m² wvo (Hoofddorp, Amstelveen, Purmerend, Zaanstad en Amsterdam, plus in Amsterdam het Buikslotermeerplein en de Amsterdamse Poort) geldt dit voor initiatieven van meer dan 3000m² wvo. Deze grenzen gelden voor het totale winkelgebied en niet per winkel.²⁹
 15. Iedere gemeente legt de lokale detailhandelsstructuur in ruimtelijke termen vast in de gemeentelijke structuurvisie of in een gemeentelijke detailhandels-visie. Deze visie past binnen het regionale detailhandelsbeleid en binnen het kader dat is vastgesteld in het provinciale detailhandelsbeleid uit 2014.

Toepassing van de uitgangspunten in het gemeentelijk beleid

De kracht van de regionale samenwerking is dat gemeenten elkaar, ambtelijk en bestuurlijk, in een vroeg stadium inlichten over plannen en ontwikkelingen en op een collegiale manier daarover samen tot afstemming komen.

Het is de bedoeling dat het regionale detailhandelsbeleid zowel aanleiding als leidraad is voor dat vroegtijdige onderlinge overleg, zodat gemeentelijke plannen en voornemens goed op elkaar aangesloten kunnen worden.

Door dit regionale detailhandelsbeleid vast te stellen, spreken de gemeenten af de hierboven geformuleerde uitgangspunten toe te passen in hun gemeentelijke detailhandelsbeleid, in hun detailhandelsplannen en in hun nieuwe dan wel te wijzigen bestemmingsplannen.

Uiteraard binnen hun eigen verantwoordelijkheid en gegeven hun specifieke lokale situatie.

Door als gemeenten gezamenlijk deze uitgangspunten toe te passen, ontstaat er binnen iedere gemeente zelf én tussen de gemeenten onderling een eenduidig en gelijk speelveld.

²⁹ Zie voor de onderverdeling van het winkelgebied van de Amsterdamse binnenstad en de weergave van de winkelstructuur van de Stadsregio bijlage 1.

Bijlage 1 Winkelstructuur Stadsregio Amsterdam (kaarten)

De Stadsregio Amsterdam kent een fijnmazige winkelstructuur met een breed palet aan winkelgebieden. Ze verschillen van elkaar qua type winkels en assortiment, en daarmee ook qua bezoekmotief en geografisch invloedsgebied (verzorgingsgebied). De binnenstad en sommige binnenstedelijke winkelstraten in Amsterdam worden voor recreatief winkelen bezocht door consumenten uit de hele regio en ook daar buiten. De grotere hoofd- en stadsdeelcentra bieden in het algemeen winkels voor alle drie de bezoekmotieven: recreatief winkelen, doelgericht winkelen en dagelijkse boodschappen. Deze categorie winkelgebieden trekt naast lokale consumenten ook veel consumenten tot op het geografische niveau van een hele subregio (bijvoorbeeld Zaanstreek / Waterland of Amstelland en de Meerlanden).

De kleinere hoofd-, wijk- en buurtcentra bieden vooral winkels voor dagelijkse boodschappen en hebben een lokale functie.

Apart zijn de PDV/GDV gebieden aangegeven: ook dat zijn specifieke winkelgebieden waar speciale eisen gelden en die vooral gericht zijn op doelgericht, en soms ook recreatief winkelen. Er is daar sprake van een lokaal – subregionaal invloedsgebied.

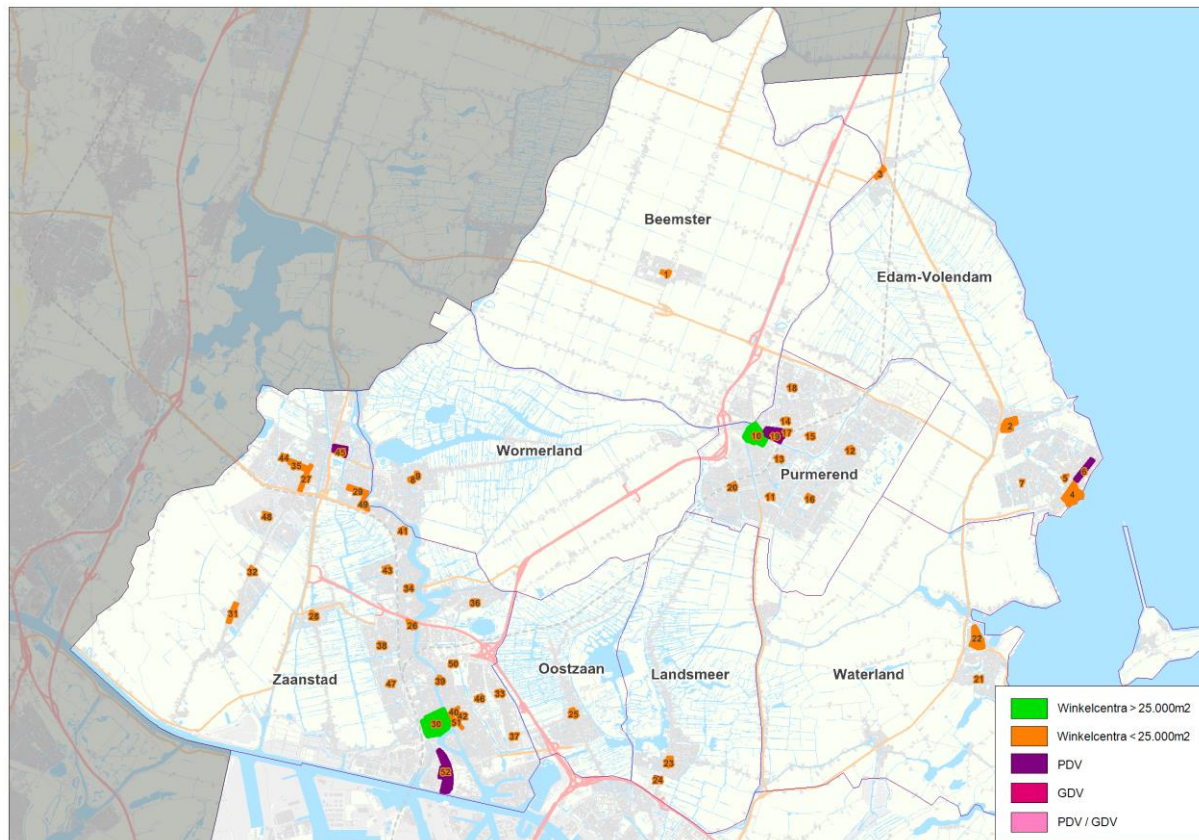
De ambitie van het regionale beleid is om deze fijnmazige winkelstructuur in stand te houden dan wel verder te versterken. Het ruimtelijke en maatschappelijke belang van de bestaande structuur is in de eerste plaats dat deze garandeert dat de meeste inwoners in de regio binnen een aanvaardbare afstand van hun woning terecht kunnen voor in ieder geval hun dagelijkse boodschappen.

Leeswijzer kaart winkelstructuur Stadsregio Noord, Midden en Zuid:

Voor een goed begrip en gebruik van de kaartbeelden het volgende:

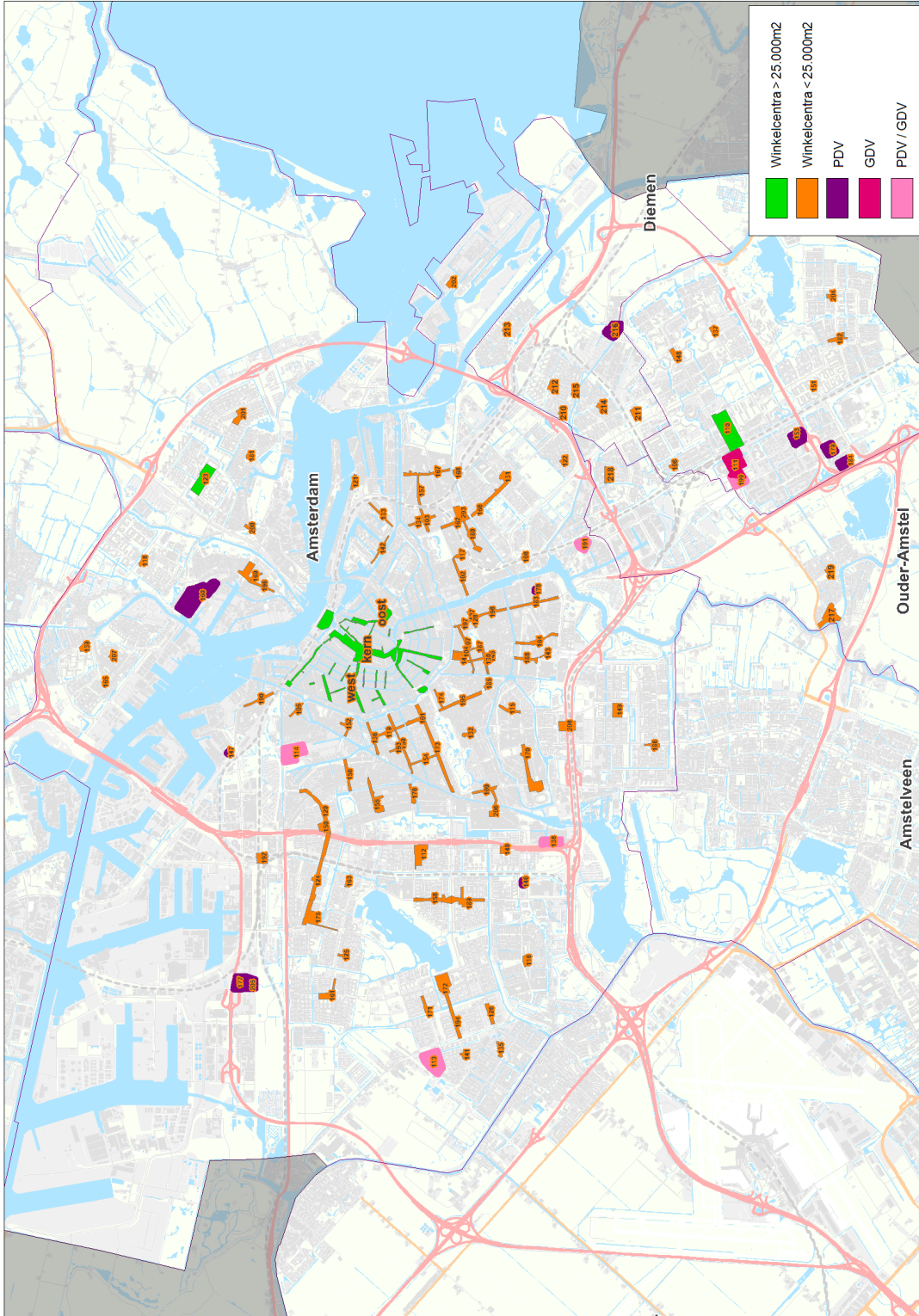
- 1) De onderverdeling van de winkelgebieden is gebaseerd op de verdeling uit het provinciaal beleid van winkelgebieden groter dan 25.000m² wvo (bij een uitbreiding van meer dan 3000m² wvo moet advies aan de ADZ gevraagd worden) en de overige winkelgebieden (waar dat advies gevraagd moet worden vanaf 1500m² wvo).
- 2) De kaarten geven een globaal beeld van de winkelstructuur, niet de exacte locaties van individuele winkels of de exacte afbakening van winkelgebieden. *Aan de kaarten kunnen dan ook geen rechten ontleend worden.* Voor exacte bestemmingen en locaties wordt verwezen naar de bestemmingsplankaarten behorende bij de betreffende bestemmingsplannen.
- 3) De weergegeven winkelgebieden zijn gebaseerd op de *feitelijk bestaande en op dit moment functionerende winkelgebieden met een onherroepelijke juridisch-planologische basis*. Locaties waar bewinkeling wel mogelijk is, maar feitelijk nog niet bestaat in afwachting van bijvoorbeeld voldoende woningbouw of waar de juridisch-planologische basis nog niet onherroepelijk is, staan niet op de kaarten.
- 4) Verspreide winkels en kleine winkelstrips, zoals deze met name in sterk verstedelijkt gebied voorkomen, staan niet op de kaarten.
- 5) In Amsterdam is de binnenstad als winkelgebied onderverdeeld in drie aparte gebieden, ieder ruim groter dan de genoemde 25.000m² wvo: het kernwinkelapparaat, de binnenstad west en de binnenstad oost. Deze gebieden zijn heel anders van aard en sluiten aan bij de wijze waarop de consument deze winkelgebieden beleeft en hoe deze functioneren. Bovendien is het totale (winkel)gebied van de binnenstad zo groot dat in rede niet verwacht kan worden dat een ingreep in de Haarlemmerstraat van invloed is op de Utrechtsestraat.

Winkelstructuur Stadsregio Noord



<i>nr</i>	<i>gemeente</i>	<i>winkelgebied</i>	<i>nr</i>	<i>gemeente</i>	<i>winkelgebied</i>
1	Beemster	Rijperweg	27	Zaanstad	Centrum Krommenie
2	Edam-Volendam	Centrum Edam	28	Zaanstad	Centrum Westzaan
3	Edam-Volendam	Centrum Oosthuizen	29	Zaanstad	Centrum Wormerveer
4	Edam-Volendam	Centrum Volendam	30	Zaanstad	Centrum Zaanstad
5	Edam-Volendam	De Stient	31	Zaanstad	Dorpsstraat Assendelft
6	Edam-Volendam	Julianaweg	32	Zaanstad	Dorpsstraat-Communicatieweg
7	Edam-Volendam	Van Baarstraat	33	Zaanstad	Gibraltar
23	Landsmeer	Centrum Landsmeer	34	Zaanstad	Guisweg
24	Landsmeer	Zuideinde 70	35	Zaanstad	Heiligeweg
25	Oostzaan	Oostzaan Centrum	36	Zaanstad	Het Kalf
10	Purmerend	Centrum Purmerend	37	Zaanstad	Lobelius
11	Purmerend	De Gors	38	Zaanstad	Molenwerf
12	Purmerend	Gildeplein	39	Zaanstad	Oostzyde
13	Purmerend	Gorselaar	40	Zaanstad	Peperstraat
14	Purmerend	Kooimancentrum	41	Zaanstad	Plein 13
15	Purmerend	Makado	42	Zaanstad	Prinsenstraat
16	Purmerend	Meerland	43	Zaanstad	Rooswijk
17	Purmerend	Miro Center	44	Zaanstad	Rosariumplein
18	Purmerend	Overwhere	45	Zaanstad	Runningshopping Noorderveld
19	Purmerend	Wagenweg	46	Zaanstad	Vermiljoenweg
20	Purmerend	Weidevenne	47	Zaanstad	Westerwatering
21	Waterland	't Spil	48	Zaanstad	Winkelcentrum de Saen
22	Waterland	Centrum Monnickendam	49	Zaanstad	Zaanbocht
8	Wormerland	Centrum Wormer	50	Zaanstad	Zorgboulevard
9	Wormerland	Dorpsstraat Wormer	51	Zaanstad	Zuiddijk
26	Zaanstad	Centrum Koog a/d Zaan	52	Zaanstad	Zuiderhout

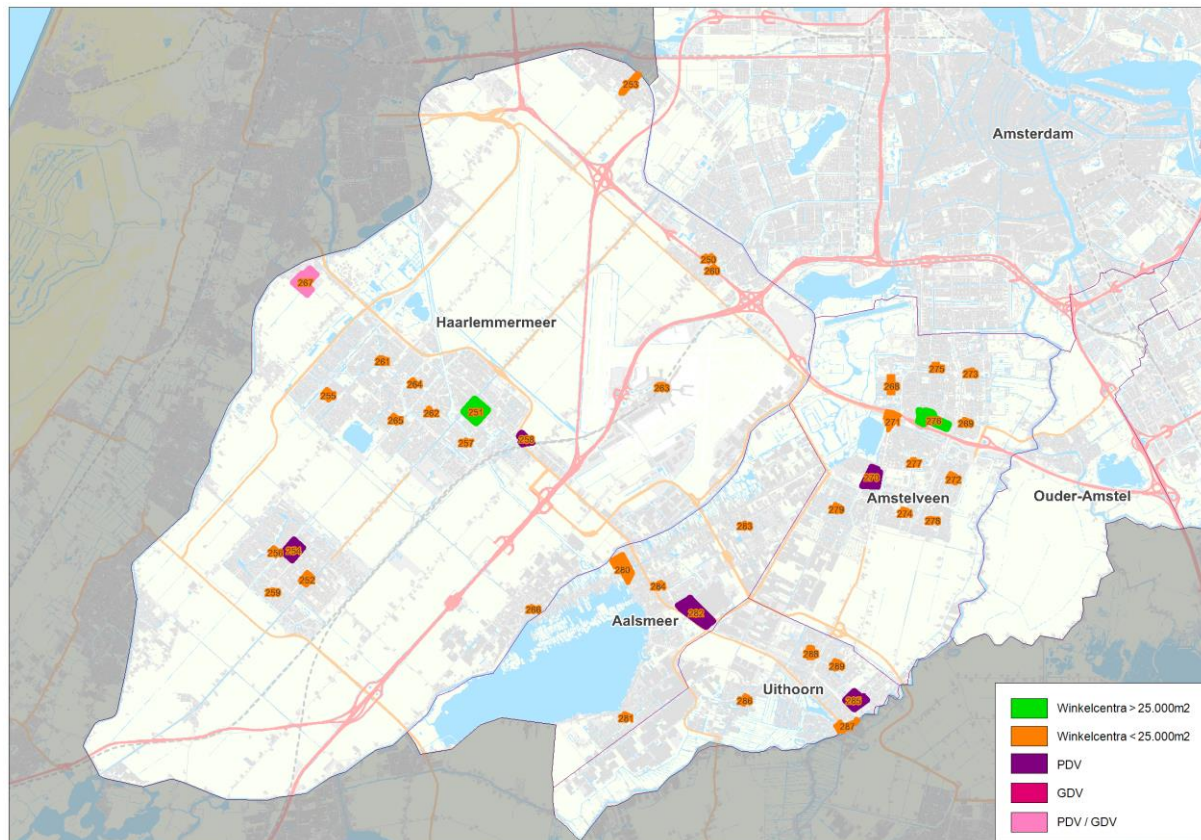
Winkelstructuur Stadsregio Midden



nr	sub	gemeente	winkelgebied	nr	sub	gemeente	winkelgebied
60	kern	Amsterdam	Centraal Station	76	west	Amsterdam	Leliegracht/O Leliestraat
61	kern	Amsterdam	Dam/Magna Plaza eo	77	west	Amsterdam	Raadhuisstraat
62	kern	Amsterdam	Kalverstraat/Heiligeweg/Rokin	78	west	Amsterdam	Reestr/Hartenstr/Gasthuismolenstg
63	kern	Amsterdam	Leidseplein/Max Euweplein	79	west	Amsterdam	Rozengracht
64	kern	Amsterdam	Leidsestraat/Koningsplein	80	west	Amsterdam	Runstraat/Huidenstr/W Heisteeg
65	kern	Amsterdam	N. Spiegelstraat/Spiegelgracht	81	west	Amsterdam	Westerstraat
66	kern	Amsterdam	Nieuwendijk/Damrak	82	oost	Amsterdam	Damstraat/Hoogstraten
67	kern	Amsterdam	Reguliersbreestraat/Munt	83	oost	Amsterdam	Grimburgwal
68	kern	Amsterdam	Singel/Reguliersdwarsstraat	84	oost	Amsterdam	Nieuwmarkt wz/Geldersekade
69	kern	Amsterdam	Vijzelstraat/Vijzelgracht	85	oost	Amsterdam	Sint-Anthoniesbreestraat
70	west	Amsterdam	2e Goudsbloemdwarsstraat	86	oost	Amsterdam	Staalstraat
71	west	Amsterdam	2e Leiedwarsstraat/2e Anjeliërdwarsstr	87	oost	Amsterdam	Utrechtsstraat
72	west	Amsterdam	Berenstraat/Wolvenstr/O Spiegelstr	88	oost	Amsterdam	Warmoesstraat/L Niezel
73	west	Amsterdam	Elandsgracht/Hazenstraat	89	oost	Amsterdam	Waterlooplein/Jodenbreestraat
74	west	Amsterdam	Haarlemmerstraat/dijk	90	oost	Amsterdam	Zeedijk
75	west	Amsterdam	Herenstraat/Prinsenstraat				

nr	gemeente	winkelgebied	nr	gemeente	winkelgebied
101	Amsterdam	1e Constantijn Huyjgensstraat	160	Amsterdam	Klaprozenweg (PDV)
102	Amsterdam	1e Oosterparkstraat	161	Amsterdam	Lambertus Zijlplein
103	Amsterdam	1e van Swindenstraat	162	Amsterdam	Linneausstraat
104	Amsterdam	1e vd Helststraat	163	Amsterdam	Louis Couperusstraat
105	Amsterdam	2e Nassaustraaf/v Limburg Stirumstr	164	Amsterdam	Maasstraat
106	Amsterdam	Albert Camuslaan	165	Amsterdam	Mercuriusplein
107	Amsterdam	Albert Cuypstraat	166	Amsterdam	Middenweg
108	Amsterdam	Amstelstation	167	Amsterdam	Molukkenstraat
109	Amsterdam	Amstelveenseweg	168	Amsterdam	Molukkenstraat (PDV)
110	Amsterdam	Amsterdamse Poort	169	Amsterdam	Mosveld/Hagendoornweg
111	Amsterdam	Arena-gebied (GDV)	170	Amsterdam	Olympiaplein-Stadionweg-Stadionplein
112	Amsterdam	August Allebeplein	171	Amsterdam	Osdorper Ban/Hoekenes
113	Amsterdam	Bedrijventercentrum Osdorp (PDV)	172	Amsterdam	Osdorpplein/Tussen Meer
114	Amsterdam	Bedrijventerrein Westerkwartier (PDV)	173	Amsterdam	Overtoom
115	Amsterdam	Beethovenstraat	174	Amsterdam	P C Hoofstraat
116	Amsterdam	Belgieplein	175	Amsterdam	Plein 40-45 en omgeving
117	Amsterdam	Beukenplein	176	Amsterdam	Postjesweg eo
118	Amsterdam	Bezaanjachtplein	177	Amsterdam	Praxis Noordzeeweg (PDV)
119	Amsterdam	Bilderdijkstraat	178	Amsterdam	Praxis Trompenburgstraat (PDV)
120	Amsterdam	Bos en Lommerweg	179	Amsterdam	Praxis Zuidoost (PDV)
121	Amsterdam	Brazilie	180	Amsterdam	Pretoriusstraat
122	Amsterdam	Brink Betondorp	181	Amsterdam	Purmerplein
123	Amsterdam	Buikslotermeerplein	182	Amsterdam	Reigersbos
124	Amsterdam	Burg de Vlughtlaan	183	Amsterdam	Rijnstraat
125	Amsterdam	Burg van Leeuwenlaan	184	Amsterdam	Riva-terrein Zuidoost (PDV)
126	Amsterdam	Caleido	185	Amsterdam	Roelof Hartststraat
127	Amsterdam	Ceintuurbaan O Nz	186	Amsterdam	Rooswijk
128	Amsterdam	Ceintuurbaan O Zz	187	Amsterdam	Sarphatipark Wz
129	Amsterdam	Ceintuurbaan W Nz	188	Amsterdam	Scheldestraat
130	Amsterdam	Ceintuurbaan W Zz	189	Amsterdam	Sierplein en omgeving
131	Amsterdam	Christiaan Huygensplein	190	Amsterdam	Spaarndammerstraat
132	Amsterdam	Cornelis Schuytstraat	191	Amsterdam	Spaklerweg (PDV)
133	Amsterdam	Czaar Peterstraat	192	Amsterdam	Station Sloterdijk e.o.
134	Amsterdam	Dapperstraat/Dapperplein	193	Amsterdam	Ten Katestraat
135	Amsterdam	De Aker	194	Amsterdam	Tussenmeer midden
136	Amsterdam	De Clerqstraat	195	Amsterdam	van Baerlestraat
137	Amsterdam	de Kameleon	196	Amsterdam	van der Pekstraat
138	Amsterdam	De Schinkel (PDV)	197	Amsterdam	van Woustraat N
139	Amsterdam	De Wieken	198	Amsterdam	van Woustraat Z
140	Amsterdam	Delflandplein	199	Amsterdam	Villa Arena (PDV)
141	Amsterdam	Dijkgraafplein	200	Amsterdam	Waddenweg eo
142	Amsterdam	Eilandenboulevard	201	Amsterdam	Waterlandplein
143	Amsterdam	Europaplein	202	Amsterdam	winkelcentrum IJburg
144	Amsterdam	F Bolstraat N/ M Heinekenplein	203	Amsterdam	Winkelcentrum Oostpoort
145	Amsterdam	F Bolstraat Z	204	Amsterdam	Wisseloordplein Gein
146	Amsterdam	Gamma Alette Jacobslaan (PDV)	205	Amsterdam	Woon- en Bouwcentrum Westpoort (PDV)
147	Amsterdam	Gamma Nieuwe Hemweg (PDV)	206	Amsterdam	Zeilstraat/Hoofddorpplein
148	Amsterdam	Ganzenhoef/Ganzenpoort	207	Amsterdam	Zonneplein
149	Amsterdam	Gelderlandplein	208	Amsterdam	Zuidplein.Station Zuid
150	Amsterdam	Gulden Winckelplantsoen eo	210	Diemen	Arent Krijtstraat
151	Amsterdam	Holendrechtplein	211	Diemen	Campus Diemen Zuid
152	Amsterdam	Hugo de Grootplein eo	212	Diemen	Centrum Diemen
153	Amsterdam	Ikea (PDV)	213	Diemen	Diemen-Noord
154	Amsterdam	J.P. Heijeststraat	214	Diemen	Kruidenhof
155	Amsterdam	Jan Evertsenstraat eo	215	Diemen	Muiderstraatweg
156	Amsterdam	Jan van Galenstraat	216	Diemen	Sniep
157	Amsterdam	Javastraat	217	Ouder-Amstel	Centrum Ouderkerk a/d Amstel
158	Amsterdam	Joh Huizingalaan N	218	Ouder-Amstel	Hart van Duivendrecht
159	Amsterdam	Kinkerstraat	219	Ouder-Amstel	Sluisplein

Winkelstructuur Stadsregio Zuid



nr	gemeente	winkelgebied	nr	gemeente	winkelgebied
280	Aalsmeer	Centrum Aalsmeer	253	Haarlemmermeer	Centrum Zwanenburg
281	Aalsmeer	Centrum Kudelstaart	254	Haarlemmermeer	De Pionier
282	Aalsmeer	Hornmeer	255	Haarlemmermeer	Floriande
283	Aalsmeer	Oosteinde	256	Haarlemmermeer	Getsewoud
284	Aalsmeer	Ophelialaan	257	Haarlemmermeer	Graan voor Visch
268	Amstelveen	Amsterdamseweg	258	Haarlemmermeer	Kruisweg
269	Amstelveen	Bankrashof	259	Haarlemmermeer	Linquenda
270	Amstelveen	Bovenkerkerhoek	260	Haarlemmermeer	Pa Verkuylaan
271	Amstelveen	Dorpsstraat	261	Haarlemmermeer	Paradijs
272	Amstelveen	Groenhof	262	Haarlemmermeer	Pax
273	Amstelveen	Kostverlorenhof	263	Haarlemmermeer	Schiphol Plaza
274	Amstelveen	Middenhoven	264	Haarlemmermeer	Skagerhof
275	Amstelveen	Rembrandtweg-Noord	265	Haarlemmermeer	Toolenburg
276	Amstelveen	Stadshart Amstelveen	266	Haarlemmermeer	Werf
277	Amstelveen	Van der Hooplaan	267	Haarlemmermeer	Woonboulevard Cruquius
278	Amstelveen	Waardhuizen	285	Uithoorn	Bedrijventerrein Uithoorn
279	Amstelveen	Westwijk	286	Uithoorn	Centrum De Kwakel
250	Haarlemmermeer	Centrum Badhoevedorp	287	Uithoorn	Centrum Uithoorn
251	Haarlemmermeer	Centrum Hoofddorp	288	Uithoorn	De Legmeer
252	Haarlemmermeer	Centrum Nieuw-Vennep	289	Uithoorn	Zijdelwaard

Bijlage 2 Inhoudsopgave Toolkit

Zoals in § 1.2 gemeld, wordt deze beleidsnotitie ondersteund door een 'gereedschapskist' met rapporten, data, handleidingen, tips & trucs, best practices en jurisprudentie over de vele aspecten van detailhandelsbeleid.

Deze gereedschapskist is bedoeld om de gemeenten te inspireren en te helpen bij hun lokale beleid.

Omdat er zoveel ontwikkelingen in de detailhandel zijn (en ook de regelgeving sterk in beweging is), zal ook de inhoud van de gereedschapskist steeds weer aangepast en vernieuwd worden. Het is de bedoeling dat het een dynamisch en interactief instrument wordt waar gemeenten, maar ook bedrijfsleven en individuele winkeliers, kennis en voorbeelden uit kunnen putten.

Onderdeel van deze digitale 'toolkit' zal echter ook zijn dat we 'kennisbijeenkomsten' kunnen organiseren, al dan niet voor de hele regio of voor een aantal specifieke gemeenten, over specifieke onderwerpen. Dat kunnen ook bijeenkomsten zijn samen met het bedrijfsleven, zoals al genoemd in § 1.3.

Deze gereedschapskist is in ontwikkeling (en door de aard van het beestje ook nooit 'af'). Onderstaand een indicatie van wat er in kan (komen te) staan:

- Ladder Duurzame Verstedelijking (LDV):
 - Handleiding en Bouwstenen voor toepassing van de LDV voor detailhandel specifiek voor de Stadsregio (opsteller: BSP).
 - Handleiding ministerie:
 - Brief minister IenM over aanpassingen aan de LDV (23/11/2015).
 - Jurisprudentie en best practices.
- Branchevervaging en blurring:
 - Rapport 'Blurring', Lexence & BSP (2015).
 - Column 'De juridische aspecten van Blurring', Bosselaars Strengers Advocaten.
- Provinciaal detailhandelsbeleid: Definitielijst.
- Statistische gegevens:
 - Winkelleegstandsbarometer Amsterdam, 2015, gemeente Amsterdam, Economie, 2015.
 - Bewoners regio kopen minder in eigen gemeente, Factsheet Onderzoek, Informatie en Statistiek (OIS), Amsterdam, augustus 2015.
 - Hier volgt uiteraard nog uitgebreide informatie uit het nieuwe Koopstromenonderzoek (2016) en het Marktruimteonderzoek (2016/2017).
 - Winkelleegstand (b.v. via Locatus).
- Specifieke data, jurisprudentie, artikelen en voorbeelden over thema's:
 - Leegstand, herstructurering/transformatie en planschade
 - Stedelijke herverkaveling.
 - In stand houden van (detailhandels) voorzieningen in kleine kernen.
 - Jurisprudentie in bestemmingsplannen: *Blurring in bestemmingsplannen*, AIM Advocaten.
- Verslagen en aankondigingen van kennisbijeenkomsten.
- Verwijzingen / links naar andere kennisbanken, zoals van het MKB.
- Beleidsnotities individuele SRA-gemeenten, alsmede geselecteerde voorbeelden van buiten de SRA.
