

Economische potentie Hart Delflandpleinbuurt Naar een haalbaar programma



Eindrapport

Stadsdeel Slotervaart

juni 2009

Economische potentie Hart Delflandpleinbuurt Naar een haalbaar programma

Eindrapport

dossier : C3759-01.001

registratienummer : RO-SE20092034

versie : definitief

Stadsdeel Slotervaart

juni 2009

INHOUD**BLAD**

1	INLEIDING EN ACHTERGROND	2
2	HART DELFLANDPLEINBUURT: HUIDIGE MARKTPositionERING	3
2.1	Ligging in Amsterdam en de regio	3
2.2	Locatiefactoren	4
2.3	Omgevingsfactoren	5
2.4	Resumé: sterke en zwakke gebiedsfactoren	8
3	DYNAMIEK IN DE MARKT: TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	9
3.1	Kantoren en bedrijfsruimten	9
3.2	Hotels	12
3.3	Detailhandel	16
3.4	Horeca en kleinschalige leisure	19
3.5	Onderwijs en zorg	20
4	INTEGRAAL PROGRAMMA: NAAR EEN OPTIMALE SAMENHANG	23
4.1	Visie op een het gebiedsconcept	23
4.2	Haalbaar programma Hart Delflandpleinbuurt	25
4.3	Conclusie: economische potentie!	27
	COLOFON	28

BIJLAGEN

1	Lijst van geïnterviewde personen
2	Trends en ontwikkelingen per deelsector

1 INLEIDING EN ACHTERGROND

In oktober 2005 is het Uitwerkingsplan Hart Delflandpleinbuurt door de stadsdeelraad Slotervaart vastgesteld. Dit plan behelst een ontwikkeling van het gebied tot economisch zwaartepunt van Slotervaart. Het programma dat hiervoor is vastgesteld bestaat uit een fors nieuwbouwwolume voor kantoorruimte en hotels en verder ruimte voor detailhandel, leisure, kleinschalige bedrijvigheid als ook investeringen in de openbare ruimte, sport- en spelvoorzieningen en parkeervoorzieningen. In totaal is zo'n 80.000 m² nieuwbouw in het programma voor de commerciële functies opgenomen. Gezien de strategische ligging van het gebied leek het destijds een realistisch programma. Tot nu toe is echter nog niet gebleken dat het programma economisch haalbaar is.

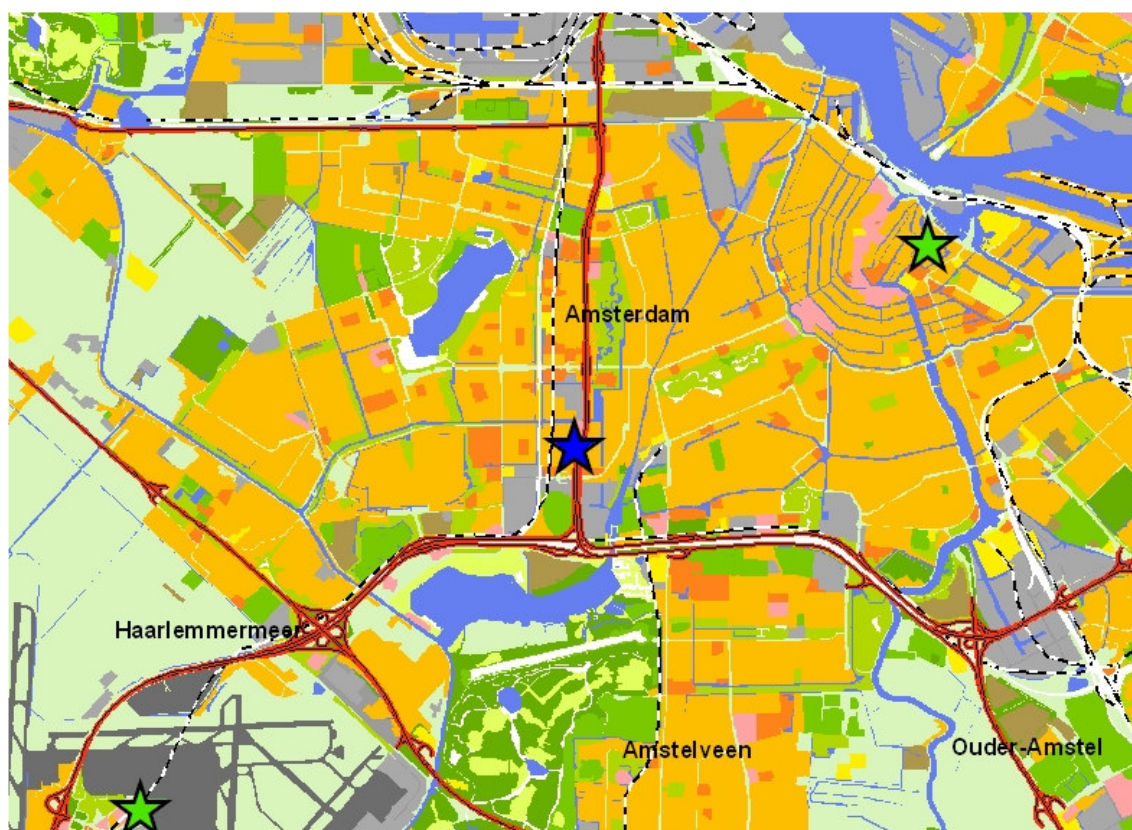
Investeringen in economische functies komen moeilijk van de grond door een tot nu toe beperkte interesse vanuit exploitanten en eindgebruikers. Daarbij lijkt er ook sprake te zijn van een blijvend overschot op de kantorenmarkt, waar juist het kantorenprogramma in het project een aanjager zou moeten zijn. Bijstelling van de plannen wordt vanuit dit perspectief overwogen. In dat kader is een verkennend onderzoek verricht naar de marktsituatie voor een realistisch vastgoedprogramma voor Hart Delflandpleinbuurt. Deze rapportage gaat achtereenvolgens in op de huidige marktpositionering van het gebied (H2), de dynamiek in (commerciële) vastgoedmarkten (H3) en een advies over het totaalprogramma voor het Hart Delflandpleinbuurt (H4). De economische potentie van het gebied is ingeschat in de vorm van een structureel beeld (lange termijn beeld) van kansen en risico's. Dit wil zeggen dat zo veel mogelijk over de huidige economische crisis is heengekeken.

2 HART DELFLANDPLEINBUURT: HUIDIGE MARKTPositionERING

Uitgangspunt voor het bepalen van de economische potentie van het Hart Delflandpleinbuurt is de huidige marktpositionering van het gebied. Belangrijk hierbij is de stedelijke en regionale context van het gebied: bestaande functies en ontwikkelingen in de (directe) omgeving. Deze bepalen tezamen de marktpositie van het te ontwikkelen gebied. Dit hoofdstuk gaat hierop in. Een analyse van locatie- en omgevingsfactoren geeft hierbij een beeld van de bestaande kwaliteit, dat resulteert in een overzicht van sterke en zwakke punten.

2.1 Ligging in Amsterdam en de regio

Het Hart Delflandpleinbuurt – gelegen aan de A10 west – kent een centrale positie tussen luchthaven Schiphol en het centrum van Amsterdam. Schiphol ligt op een reistijd van 13 autominuten. Het centrum van Amsterdam (Centraal Station) op 14 autominuten. Per auto is het gebied goed bereikbaar via de afslag S107.



2.2 Locatiefactoren

Huidige economische functies

Het Hart Delflandpleinbuurt is in de bestaande situatie ingevuld met een grote diversiteit aan functies. Het gevestigde winkelcentrum aan het Delflandplein is een klein wijkcentrum met een belangrijke boodschappenfunctie voor omliggende buurten. Daarnaast bevinden zich er enkele horecagelegenheden die zorgen voor economische activiteit ter ondersteuning van de winkels. Het gebied is verder ingevuld met gestapelde woningbouw, een hotel (HEM), enkele sociale voorzieningen (basisschool, zorgsteunpunt) en (deels leegstaande) kantoren. De kwaliteit van het gebied laat echter te wensen over. Op meerdere fronten: ruimtelijk, sociaal en economisch.

Detailhandel, horeca en consumentendiensten

Binnen het vigerende detailhandelsbeleid is het Delflandplein (als onderdeel van het Hart Delflandpleinbuurt) aangewezen als concentratiegebied. Consequentie hiervan is de gewenste vestiging van winkels, waarbij de nadruk ligt op het dagelijkse segment (levensmiddelen en persoonlijke verzorging). Het basispakket aan dagelijkse voorzieningen dient dan ook volledig te zijn. Dit betekent voldoende grote supermarkten met een minimale omvang van 1.000 m² vvo (winkelvloeroppervlakte).

Het Delflandplein wordt getypeerd als een klein wijkcentrum. In de winkelcentrahiërarchie staat een klein wijkcentrum tussen een buurtcentrum en een groot wijkcentrum (w.o. nabijgelegen Sierplein) in. De invulling van het Delflandplein bestaat uit 2 supermarkten, te weten een Albert Heijn ter grootte van 680 m² en een Lidl ter grootte van 930 m². Verder beschikt het winkelgebied over een Kruidvat, Blokker, Zeeman en enkele zelfstandige winkeliers. De totale omvang bedraagt circa 2.500 m² vvo. Naast winkels is een aantal horecazaken en enkele consumentendiensten zoals een kapper en een apotheek gevestigd.

Kantoren en bedrijfsruimten

Naast gestapelde woningen is het Hart Delflandpleinbuurt ingericht met verouderde, deels leegstaande kantoren. Deze zijn met name geconcentreerd in de kantoorstoren (hoek Rijswijkstraat-Overschiestraat). Het totale oppervlakte aan kantoor- en kleinschalige bedrijfsruimten in het projectgebied bedraagt 15.700 m² bvo (bron: Uitwerkingsplan Hart Delflandpleinbuurt).

Bereikbaarheid

Hart Delflandpleinbuurt is per auto goed bereikbaar via de snelweg A10. Schiphol en Amsterdam Centraal liggen beiden op circa 15 autominuten. Daarnaast ligt het Hart op loopafstand (ca. 5-10 minuten) van de metrostations Henk Sneevlietweg en Heemstedestraat. Deze metrolijn is verbonden met nabijgelegen NS-stations Lelylaan en Amsterdam Zuid WTC. De reistijd per OV vanaf Delflandplein naar Amsterdam Centraal bedraagt 25 tot 30 minuten. Naar Schiphol bedraagt de reistijd per OV circa 20 minuten. Het gebied is ook ontsloten via tramlijn 2 en via stadsbussen. De reistijd naar het centrum van Amsterdam bedraagt circa 20 minuten.

Zichtbaarheid

Gezien haar ligging aan de A10 west kent de locatie goede uitgangspunten als zichtlocatie vanaf de snelweg. Doordat de A10 het gebied doorsnijdt ontstaat een potentiële zichtlocatie aan beide zijden van de snelweg. Aandachtspunt hierbij zijn de geluidschermen die momenteel het zicht deels belemmeren.

Imago: overlast en criminaliteit

Slotervaart en in breder verband Nieuw-West is door VROM en de gemeente Amsterdam aangewezen als probleemwijk. De problematiek uit zich in de sociaal-economische situatie: sociale achterstand, hoge werkloosheid, jongerenoverlast, criminaliteit en problemen rondom integratie. De Delflandpleinbuurt en haar directe omgeving kent met name een relatief hoge mate van onveiligheidsgevoelens onder bewoners. (bron: veiligheidsindex Amsterdam). Gevolg van de aanwijzing als probleemwijk is dat er extra aandacht en geld beschikbaar is van overheidswege. Op deze manier moeten verbeteringsimpulsen op gang komen. Het 'slechte' imago van de buurt/wijk vormt voor private investeerders in het algemeen veelal een belemmering om te investeren in economische functies als kantoren en hotels; functies die veel bezoekers aantrekken.

Kansenzone

Het Hart Delflandpleinbuurt is onderdeel van een van de zogenaamde 'Kansenzones' in Slotervaart. Doel hiervan is om het gebied een economische impuls te geven. Dit tegen het licht van overlast die voor ondernemers ontstaat door de grootschalige wijkvernieuwingen. Via deze regeling kunnen ondernemers en vastgoedeigenaren in de kansenzone een beroep doen op co-financiering van door hen voorgenomen investeringen. Deze regeling en de maatregelen die hiermee samenhangen hebben een licht positief effect op de economische potentie van het Hart Delflandpleinbuurt.

2.3 Omgevingsfactoren

Het Hart Delflandpleinbuurt is gelegen in een dynamische omgeving met naast woonfuncties een groot aantal economische clusters. De belangrijkste nabijgelegen functies en vervoersknooppunten zijn hieronder weergegeven en toegelicht.



World Fashion Center

Ten noorden van het Hart Delflandpleinbuurt, ook gelegen aan de A10, is het World Fashion Center (WFC) gevestigd. Dit gebouwencomplex is een groothandelscentrum voor de in- en verkoop van mode en modeaccessoires. Ondernemers in de mode- en textielbranche huren showrooms en/of bedrijfsruimten voor hun bedrijfsactiviteiten. In totaal vinden meer dan 400 showrooms en een groot aantal nationale en internationale merken hier hun onderdak. Het WFC is economisch gezien een interessant cluster voor het Delflandplein. Aansluiting in de vorm van toeleverende bedrijvigheid lijkt op het eerste gezicht een kansrijke ontwikkeling. Het gaat hierbij bijvoorbeeld om kleinschalige bedrijvigheid in de creatieve industrie.

Bedrijventerrein Riekerpolder / Johan Huizingalaan / Schinkel

Ten zuidwesten van het Hart, gelegen in de oksel van de A10/A4, liggen bedrijventerrein Riekerpolder en bedrijventerrein Johan Huizingalaan. Deze terreinen voorzien - naast de vraag naar grootschalige bedrijfsruimten - ook deels in de vraag naar kantoorhuisvesting. Zo is op deze locatie het hoofdkantoor van IBM Nederland gevestigd en wordt momenteel het nieuwe hoofdkantoor van Pricewaterhouse Coopers gerealiseerd. Aan de andere kant van de A10 ligt bedrijventerrein Schinkel dat zich meer richt op lokaal georiënteerde bedrijvigheid. Wat betreft kantoren is Riekerpolder een concurrent voor het Delflandplein, met dien verstande dat op Riekerpolder met name grote kantoorgebruikers zijn gevestigd.

Slotervaart Ziekenhuis / Antoni van Leeuwenhoek Ziekenhuis

Het Slotervaart Ziekenhuis is een algemeen ziekenhuis voor Amsterdam-West. Het voorziet in specialistische basiszorg. Daarnaast heeft het ziekenhuis een aantal speerpunten (behandeling HIV en Aids, geriatrie, neurochirurgie, reumatologie/reumachirurgie en verloskunde) waarvoor patiënten uit het hele land naar Slotervaart komen. Het Antoni van Leeuwenhoek Ziekenhuis is een oncologisch instituut

waar het Nederlands Kanker Instituut is gevestigd. Beide zorginstellingen bieden mogelijkheden voor het Delflandplein in de vorm van bijvoorbeeld het huisvesten van bezoekers (hotels) en/of het aanbieden van nieuwe concepten als zorghotels.

Schiphol

Luchthaven Schiphol ligt op circa 15 autominuten van het Delflandplein. Naast de functie als luchthaven met zowel personenvervoer als goederenvervoer, huisvest Schiphol een groot aantal hoofdkantoren van internationale bedrijven. Deze bevinden zich in en om het WTC. Rond dit cluster is tevens een aantal hotelketens gevestigd, welke zich met name richten op de zakelijke klant. Ook de vakantieganger maakt veelvuldig gebruik van op Schiphol aanwezige hotels. Alhoewel deze vaak op zoek is naar lowbudget verblijfsmogelijkheden. In deze markt zou het Delflandplein met haar gunstige ligging ten opzichte van Schiphol uitkomst kunnen bieden.

Havens van Amsterdam

Andere grote infrastructurele knooppunten zijn de Amsterdamse zeehavens en de Passenger terminal Amsterdam (PTA). In 2007 deden 77 cruiseschepen de Amsterdamse haven aan met aan boord in totaal 161.380 passagiers, een lichte stijging sinds 2006. Beide economische functies hebben een specifieke functie voor de stad Amsterdam. De havens in de vorm van maritieme overslag en bijbehorende logistieke bedrijvigheid. De Passenger Terminal Amsterdam als belangrijk bronpunt voor de toeristisch-recreatieve sector van de stad/regio. Beide functies vormen een groot economische belang voor de stad Amsterdam. De betekenis van deze functies voor de ontwikkelingspotentie van het Delflandplein is echter zeer beperkt.

Zuidas

De Zuidas is een zeer grootschalige kantorenlocatie in ontwikkeling. Gelegen aan de A10 zuid. Het Delflandplein is binnen 5 tot 10 autominuten vanaf de Zuidas te bereiken. Meerdere kantoren zijn inmiddels gerealiseerd, waarin internationale ondernemingen en hoofdkantoren zijn gehuisvest. Plannen zijn er om infrastructuur (weg en spoor) onder de grond te brengen en een combinatie te maken met woonmilieus en voorzieningen. Het uitbreidingsprogramma voor kantoren staat momenteel ter discussie. Overwogen wordt om het metrage kantoren naar beneden bij te stellen. Dit betekent echter niet dat hiermee marktruimte voor het Delflandplein gaat ontstaan. Het gebruikerssegment dat op de Zuidas is georiënteerd verschilt van dat van potentiële kantoorgebruikers rond het Delflandplein.

RAI

Amsterdam RAI ligt op 9 autominuten van het Delflandplein. De RAI – een beurs- en congrescentrum – ontvangt jaarlijks circa 1,9 miljoen bezoekers en beschikt over 11 hallen met in totaal ruim 87.000 m² vloeroppervlakte. Verder is binnen de RAI een congres- en theaterzaal, meerdere kleinere zalen en parkeerfaciliteiten voor ruim 2.700 auto's aanwezig. Momenteel wordt het complex uitgebreid met RAI Elicium; een concept bestaande uit hoogwaardige congres- en vergaderzalen. De RAI wordt hiermee een congres- en vergadercentrum van Europees formaat. De economische betekenis voor Amsterdam en de regio is groot. Een mogelijk effect van de RAI op de toekomstmogelijkheden van het Delflandplein uit zich in de vraag naar hotelkamers vanuit bezoekers en exposanten van congressen en beurzen.

Noord-Zuidlijn

Een groot infrastructureel project waar momenteel veel discussie over bestaat, is de aanleg van de metrolijn Noord-Zuid. Indien de lijn volgens het thans geplande tracé wordt aangelegd zal een OV-verbinding ontstaan tussen Amsterdam-Noord en Amsterdam-Zuid. De Zuidas en de RAI krijgen hiermee een bereikbaarheidsimpuls vanuit het noorden van de stad.

2.4 Resumé: sterke en zwakke gebiedsfactoren

Hiervoor beschreven analyse van de huidige positionering van het Hart Delflandpleinbuurt laat zich vertalen in een samenvattend overzicht van sterke en zwakke punten. We concluderen dat de ligging en bereikbaarheid van de locatie zorgt voor economisch potentieel, maar dat met name het sociaal-cultureel imago van het projectgebied een mogelijke belemmering is voor een toekomstige ontwikkeling.

Sterkten	Zwakten
<ul style="list-style-type: none"> - Centrale ligging tussen Schiphol en het centrum van Amsterdam. - Bereikbaarheid per auto. - Het feit dat het gebied met meerdere openbaar vervoersmodaliteiten (trein, metro, tram en bus) bereikbaar is kan als sterkte worden gezien. Voor sommige functies is een kortere afstand ten opzichte van trein- en metrostations echter een belangrijke vestigingsplaatsfactor (zie zwakten). - Zichtbaarheid vanaf A10. Met name voor commerciële functies als kantoren en hotels is dit een unieke selling point. De zichtbaarheid vanuit trein en metro is daarentegen minder sterk. - Ligging nabij sterke economische clusters (w.o. Zuidas, Bedrijventerrein Riekerpolder, World Fashion Center). - Gunstige ligging t.o.v. RAI voor congres- en beursbezoekers. 	<ul style="list-style-type: none"> - Imago van het gebied / wijk. - Sterke concurrentie van kantorencusters Zuidas en Sloterdijk. - Relatief laag voorzieningenniveau (klein wijkcentrum). - Sociale onveiligheid in buurt / wijk. - Ringweg A10 als barrière in het projectgebied. - Bereikbaarheid per openbaar vervoer is niet optimaal. - Beperkte ruimtelijke mogelijkheden in de huidige situatie (opm: kan ook als een kans worden gezien).

In het volgende hoofdstuk gaan we in op de toekomstige marktpositionering van het Hart Delflandpleinbuurt. Welke trends en ontwikkelingen bepalen de dynamiek in (commerciële) vastgoedmarkten?

3 DYNAMIEK IN DE MARKT: TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

Dit hoofdstuk gaat in op de dynamiek in relevante deelmarkten. Achtereenvolgens komt per thema aan bod:

1. de potentiële marktruimte in cijfers;
2. de invloed van trends op de marktpotentie;
3. de visie van geïnterviewde marktpartijen;
4. voorlopige conclusies.

Uitzondering hierop vormt de analyse van de zorg- en onderwijsmarkt. Hiervoor is geen inschatting gemaakt van de potentiële 'markt'-ruimte, maar zijn trends en ontwikkelingen en de visie van geïnterviewde marktpartijen leidend.

Verder merken we op dat de marktpotentie van een gebiedsontwikkeling als het Hart Delflandpleinbuurt niet sectoraal is vast te stellen. De potentie dient juist in haar onderlinge samenhang te worden beoordeeld. Er zijn nu eenmaal dragende en niet-dragende functies te onderscheiden. Dragende functies zijn in mindere mate afhankelijk van de aanwezigheid van andere functies en hebben veelal solitaire trekkracht. Niet-dragende functies zijn juist afhankelijk van deze dragende functies voor een gezond economisch functioneren. Het geheel van dragende en niet-dragende functies bepaalt het ruimtelijk-economisch concept. Indien sprake is van de juiste complementariteit geldt dat "het geheel meer is dan de som der delen" en wordt een hogere economische potentie verondersteld. Het volgende hoofdstuk gaat hier verder op in. Eerst gaan we in op de kansen en risico's per thema.

3.1 Kantoren en bedrijfsruimten

1. Potentiële marktruimte

Plabeka

Het Platform Bedrijventerreinen en Kantoorlocaties (Plabeka) werkt aan een regionaal programma om de internationale kracht van de Noordvleugel te behouden dan wel te versterken. Hieruit blijkt welke investeringen, afspraken en eventuele beleidswijzigingen waar en wanneer noodzakelijk zijn.

In de Uitvoeringsstrategie Plabeka is vastgesteld dat voor Amsterdam een vraag van circa 1,5 miljoen m² kantoren in de periode 2006-2030 kan worden verwacht. De planvoorraad bedroeg ten tijde van het opstellen van de uitvoeringstrategie ruim 3,7 miljoen m². Afgesproken is om deze voorraad met circa 1,5 miljoen m² te reduceren. Voor de gehele Noordvleugel is een planreductie van circa 3,5 miljoen m² afgesproken.

Daarnaast is specifiek voor het aanbodsegment "snelweglocaties" ook een vraag-aanbod confrontatie vastgesteld. Deze confrontatie geeft een overschot aan planvoorraad in Amsterdam weer. Een reductie van planaanbod is als noodzakelijk vastgesteld. Het Hart Delflandpleinbuurt – gelegen aan de A10 west – valt onder de categorie snelweglocaties.

Verder wordt vanuit Plabeka ingezet op het optimaal benutten van de bestaande voorraad kantoren. Versnelling van sloop-nieuwbouw en transformatie van niet-courant kantorenaanbod is hierbij wenselijk. Het gaat om kantoren die ofwel op 'verkeerde' locaties liggen en/of dusdanig zijn verouderd dat ze niet meer aansluiten op de hedendaagse vraag.

Bovenstaande constatering en afspraken in Noordvleugelverband laten zien dat in de loop der jaren een overschot aan planvoorraad kantoren is ontstaan. De discussie zorgt voor heroverweging van diverse plannen en beleid. Inmiddels worden nieuwe Plabeka-afspraken voorbereid waarin de planvoorraad kantoren mogelijk verder wordt teruggebracht.

Het stadsdeel Slotervaart heeft gekozen om naar aanleiding van de reeds gemaakte Plabeka-afspraken de nog resterende kantoorcapaciteit voor heel Slotervaart in het Hart Delflandpleinbuurt te verdisconteren. Echter, hiermee is nog niet vastgesteld dat de locatie voldoende marktperspectief heeft. Er is sprake van een behoorlijke leegstand op de Amsterdamse kantorenmarkt (14%) Deze leegstand manifesteert zich niet alleen in de verouderde voorraad, maar ook op grootschalige (veelal nieuwbouw)locaties als Telepoort (22%), Riekerpolder (22%) en Zuidoost (excl. Arena: 33%)¹.

Historische opnamecijfers kantoren

Op basis van historische opnamecijfers van kantoorruimten schetsen we een beeld van de kantorenmarkt voor de omgeving van het Delflandplein. Onderstaande tabellen – gebaseerd op transactiegegevens van VTIS/Strabo – laten een vergelijking zien tussen de situatie in Amsterdam (rechts) en specifiek voor de omgeving Delflandplein (links). Hierbij is onderscheid gemaakt in de toestand van de opgenomen kantoorruimten, te weten: bestaand, gerenoveerd, nieuwbouw.

Opname kantoorruimten (m2) in omgeving Delflandplein					Opname kantoorruimten (m2) in Amsterdam				
	1985-1994	1995-2001	2002-2007	Jaarlijkse gemiddelde (1985-2007)		1985-1994	1995-2001	2002-2007	Jaarlijkse gemiddelde (1985-2007)
Bestaand	2.773	6.104	3.756	4.043	Bestaand	100.739	203.746	253.981	172.065
Renovatie	795	229	0	415	Renovatie	27.064	24.014	15.893	23.222
Nieuw	1.270	0	0	552	Nieuw	99.912	87.436	67.240	84.998
Totaal	4.838	6.333	3.756	5.010	Totaal	187.750	315.196	337.114	265.503

Bron: Strabo VTIS

Bovenstaande tabel laat zien dat in de directe omgeving van het Delflandplein (Overschiestraat, Rijswijkstraat, Maassluisstraat, Vlaardingenlaan) jaarlijks globaal 5.000 m² aan kantoorruimten wordt opgenomen. Veruit het grootste gedeelte hiervan (80%) betreft bestaande kantoorruimten. Dit wil zeggen dat een kantoor van gebruiker wisselt, wel of niet na een periode van leegstand. De gemiddelde jaarlijkse opname in heel Amsterdam bedraagt in dezelfde periode 265.000 m². De opname in de directe omgeving van het Delflandplein bedraagt hiermee circa 2% van de Amsterdamse opname.

De huidige voorraad kantoorruimten in het Hart Delflandpleinbuurt bedraagt 15.700 m² bvo². (opmerking: Het gaat hier om een kleiner gebied dan "omgeving van het Delflandplein" zoals hiervoor aan bod gekomen. De opnamecijfers zijn daardoor niet vergelijkbaar met cijfers over het huidige aanbod. Dit is vanwege de beperkte beschikbaarheid van gegevens op locatieniveau niet mogelijk.) De kantorenvorraad in geheel Amsterdam bedraagt circa 6,5 miljoen m². Het aandeel van het Hart Delflandpleinbuurt bedraagt hiermee 0,25% in de Amsterdamse kantorenvorraad.

¹ Bron: Vastgoedrapportage Amsterdam 2008 (peildatum september 2008)

² Bron: Uitwerkingsplan Hart Delflandpleinbuurt, oktober 2005

Deze constatering in combinatie met het feit dat de opname in de omgeving Delflandplein een neerwaartse trend kent, terwijl in geheel Amsterdam juist een opwaartse trend waarneembaar is, duidt de beperkte positie van de locatie binnen het geheel van de Amsterdamse kantorenmarkt.

2. De invloed van trends op de marktpotentie

Potentieverhogend: kansen voor de Delflandpleinbuurt:

Bedrijfsruimtemarkt wordt steeds interessanter als beleggingscategorie

De markt voor bedrijfsruimten wordt steeds professioneler en daardoor interessanter voor ontwikkelaars en beleggers. We zien een verschuiving van eigenaar/gebruikers van bedrijfsruimten naar afzonderlijke verhuurders en huurders. In het kleinschalige segment zijn de verhuurders veelal lokale ontwikkelaars en particuliere beleggers. Voor het Hart Delflandpleinbuurt betekent dit dat investeerders mogelijk sneller geïnteresseerd zijn om hun geld in een vastgoedontwikkeling te beleggen.

Vernieuwing in de bedrijfsruimtemarkt

Initiatieven van professionele marktpartijen zorgen voor meer vernieuwing in de bedrijfsruimtemarkt. Voorbeelden zijn bedrijfsverzamelplekken voor de creatieve industrie en de groeiende markt voor self storage. Het zijn concepten die goed aansluiten op de behoefte vanuit de markt. Een gebiedsontwikkeling als het Delflandplein biedt uitstekende mogelijkheden om een bedrijfsverzamelgebouw met kleinschalige units te realiseren, waardoor een aantrekkelijke vestigingsplek voor de creatieve industrie en overige bedrijfjes in de zakelijke dienstverlening ontstaat.

Potentieverlagend: bedreigingen voor de Delflandpleinbuurt:

Grootschalige kantoorontwikkeling op goed bereikbare, multimodale locaties.

Steeds meer bedrijven kiezen voor een vestigingsplek op grootschalige, geconcentreerde kantoorlocaties. Een van de eisen die aan de locatie worden gesteld zijn een uitstekende multimodale bereikbaarheid (auto en OV) en daarnaast de uitstraling van een grote nieuwbouwlocatie. De locatie van het Delflandplein voldoet niet aan deze vestigingseisen. Deze trend vormt daardoor een bedreiging voor het Delflandplein en gaat ten koste van de economische potentie.

3. De visie van geïnterviewde marktpartijen

Verscheidene marktpartijen zijn bevroegd naar hun visie op de markt voor kantoor- en bedrijfsruimten en specifiek naar de mogelijkheden voor het Hart Delflandpleinbuurt: makelaar Boer Hartog Hooft, World Fashion Center, Kleinschalig Vastgoed Amsterdam en de Kamer van Koophandel Amsterdam³.

De uitkomsten van deze interviews zijn unaniem: het Delflandplein en omgeving is geen goede locatie voor een grootschalige kantoorontwikkeling. Hiervoor zijn meerdere argumenten aan te dragen, waarvan imago / kwaliteit van de omgeving, veiligheid, bereikbaarheid, en grote concurrentie van kantoorlocaties op beperkte afstand binnen hetzelfde marktgebied, de meest genoemden zijn.

³ Een totaaloverzicht van geïnterviewde personen is opgenomen in de bijlage 2.

Kansen voor het Hart Delflandpleinbuurt lijken eerder te liggen bij de ontwikkeling van kleinschalige bedrijfsruimten voor ondernemers uit omliggende wijken. In geheel Amsterdam wordt door meerdere partijen een tekort aan dergelijke ruimten geconstateerd. Het gaat hierbij om ruimten grofweg tussen 20 en 100 m².

4. Voorlopige conclusie

Hiervoor beschreven analyses laten zien dat er geen aantoonbare marktruimte is voor kantoorontwikkeling in het plangebied. Wel is bekend dat in de directe omgeving van het Hart Delflandpleinbuurt momenteel veel kantoorruimten leegstaan. Dit beeld komt overeen met de leegstand van kantoren in de regio Amsterdam: circa 14%. Het gaat hierbij veelal om verouderde kantoorgebouwen die sterke concurrentie ondervinden van nieuwbouwprojecten aan de rand van de stad op goed bereikbare locaties.

Het Hart Delflandpleinbuurt is een gebied dat onvoldoende mogelijkheden heeft om zich te ontwikkelen als geclusterde grootschalige kantorenlocatie. Dit uit zich in een aantal zwakke locatiefactoren (w.o. veiligheid, bereikbaarheid) als zwakke omgevingsfactoren (w.o. imago, grote concurrentie elders). Voor het segment waarop het Delflandplein zich zal richten zijn momenteel concurrerende kantoorplannen in ontwikkeling (met name op Telepoort) die zijn gelegen op gunstigere locaties (met treinstation). Grote kantoorgebruikers met veel werknemers zullen op dit moment waarschijnlijk beperkte interesse hebben om zich te vestigen in het Hart Delflandpleinbuurt. Dit neemt niet weg dat door middel van goede projectontwikkeling in combinatie met gerichte marketing eventueel kantoorgebruikers te vinden zijn. De uitgangssituatie is echter minder positief.

Meer kansrijke sectoren zijn de kleine/middelgrote en/of startende bedrijfjes. Een andere kansrijke groep bestaat uit ondernemers die nu vanuit huis werkzaam zijn (ZZP'ers), maar vanwege sterke groei meer ruimte nodig hebben. Deze groep kantoor- en bedrijfsruimtegebruikers hebben veelal behoefte aan ruimten tussen de 20 en 50 m² tot maximaal 100 m². Aanbevolen wordt om de mogelijkheden van de huidige kantoorvoorraad, die thans grotendeels leegstaat, hiervoor te benutten.

3.2 Hotels

1. De potentiële marktruimte

Amsterdam

In de periode 1997-2006 groeide de vraag met gemiddeld 3,5% per jaar, terwijl het aanbod met gemiddeld 1,7% per jaar groeide. Deze onevenwichtige groeiverhouding leidde tot bijzonder hoge bezettingsgraden, en het is heel waarschijnlijk dat een ruimer aanbod een nog hogere groei van de vraag mogelijk zou hebben gemaakt. Uit de analyse van de vraag blijkt dat tot 2015 een cumulatieve groei van het aantal overnachtingen van bijna 50% te verwachten is. Om te voorkomen dat de huidige bezettingsgraad nog verder stijgt, zal het aanbod eveneens met 50% moeten stijgen. Op basis van de bestaande 18.000 hotelkamers betekent dit dat tot 2015 nog circa 9.000 hotelkamers in de gemeente Amsterdam nodig zijn om te voorkomen dat de groei geblokkeerd wordt door het tekort aan kamers (Bron: Hotelnota Amsterdam).

Omgeving Delflandplein

Voor het stadsdeel Slotervaart is eveneens een hotelbeleid vastgesteld tot en met 2015. Slotervaart sluit zich aan bij de beleidsvoornemens van Amsterdam. Slotervaart heeft de ambitie om van het gesignaleerde

tekort van 9.000 hotelkamers in Amsterdam en 1.500 in het eigen stadsdeel te realiseren in de periode tot 2015 (Bron: Hotelnota Slotervaart).

Ambitie is echter niet gelijk aan marktruimte. Voor het bepalen van de marktruimte kijken we naar:

- De locatie en de ontwikkeling van het gebied, incl. economische groei.
- Huidige en toekomstig aanbod in de directe omgeving.
- Vraag naar hotelkamers in de directe omgeving.

Locatie Delflandplein

- Snelweglocatie; een uitstekende locatie voor hotels. Helaas ligt het Delflandplein niet direct aan een snelwegafslag.
- Bereikbaarheid per OV is voor hotelgasten voldoende. Amsterdam CS is in 25 minuten bereikbaar.
- Nabijheid van Schiphol, binnenstad, Zuidas, RAI en bedrijventerreinen maken het een interessante locatie. De directe omgeving is helaas niet aantrekkelijk voor gasten om (in de avonduren) te vertoeven, waardoor de locatie voor hotelontwikkeling niet optimaal is.
- Hotels zijn volgend en zullen zich pas in een te ontwikkelen gebied vestigen, wanneer dit passend is bij het hotelconcept en wenselijk voor de gasten.
- Het Vondelpark ligt op loopafstand van de locatie.

Huidig aanbod

- 5 concurrerende hotels met 974 kamers in Slotervaart.
- Circa 250 concurrerende hotelkamers aan de randen van omliggende stadsdelen (= Osdorp, Geuzenveld-Slotermeer en Bos en Lommer). De stadskant van de A10 (= Zuideramstel, Amsterdam Oud Zuid en De Baarsjes) is hierbij niet meegenomen. De A10 is letterlijk een barrière.
- Toekomstige ontwikkelingen, gepland aanbod:
 - o HEM Hotel: 84 kamers (zacht plan)
 - o HEM Torens: 150 kamers (zacht plan)
 - o Medisch Centrum Slotervaart (nog niet in concrete planvorming opgenomen)
 - o Nachtwachtlaan (is wel een potentiële hotellocatie, maar momenteel is er geen concreet hotelplan meer)
 - o Mercure Schiphol Airport: 150 kamers (uitbreiding)
 - o AEG gebouw: 200 Studentenkamers / hotel (vgl. Casa 400, zacht plan)
 - o Oranjekwartier / Lelylaan (nieuwbouw van 270 kamers in 4* segment)

Grofweg staan 850 extra hotelkamers in de planning. Vanwege de onzekerheid van vele projecten gaan we er vanuit dat maar 50% van het aantal kamers ook daadwerkelijk zal worden gerealiseerd (t/m 2015).

Vraag

De bezettingsgraad van de Nederlandse hotels steeg van 72,1% in 2006 naar 72,5% in 2007, een stijging van 0,4% procentpunten. Een vergelijkbare stijging gold voor de gemiddelde kamerprijs, deze steeg van €108 in 2006 naar €110 in 2007. Als gevolg hiervan steeg ook de RevPAR (Revenu Per Available Room) van €78 in 2006 naar €80 in 2007.

De regio Amsterdam & Schiphol realiseert nog steeds de hoogste hotelresultaten van Nederland. Met een gemiddelde bezettingsgraad van 81,4% in 2007 is er in deze regio sprake van een tekort aan kamers. Een dergelijk tekort kan na een tijd een negatieve werking hebben op de aantrekkingskracht van de stad.

Rotterdam, Den Haag en Utrecht zijn met een gemiddelde bezetting van 70% meer flexibel in het aantrekken van potentiële gasten (Bron: Horwath HTL).

Confrontatie vraag en aanbod

De toekomstige hotelvraag wordt afgezet tegen het huidige aantal hotelkamers. Dit geeft een raming van de ontwikkelingsruimte in het hotelgebied in en om Slotervaart voor de komende jaren. Tegenover deze ruimte staan de reeds geplande hoteluitbreidingen en –ontwikkelingen.

Marktruimteberekening hotels

	A	B	C	D	E	F
	Jaarlijkse groei vraag (%)	Vraag (kamernachten)	Benodigd aanbod bij 65% (kamernachten)	Huidig + toekomstig aanbod (kamernachten)	Marktruimte (kamernachten)	Marktruimte (kamers)
2009		319.375	491.346	456.250	35.096	96
2010	2,0%	325.763	501.173	487.275	13.898	38
2011	3,0%	335.535	516.208	518.300	-2.092	-6
2012	4,0%	348.957	536.857	549.325	-12.468	-34
2013	4,0%	362.915	558.331	580.350	-22.019	-60
2014	4,0%	377.432	580.664	611.375	-30.711	-84
2015	4,0%	392.529	603.891	611.375	-7.484	-21

Het gedefinieerde hotelgebied (= stadsdeel Slotervaart en de randen van de stadsdelen Osdorp, Geuzenveld-Slotermeer en Bos en Lommer) telt grofweg 1.250 hotelkamers, met een geschatte bezettingsgraad van 70% in 2008. Op jaarbasis waren in 2008 dus 319.375 kamernachten bezet (kolom B). Bij toepassing van de verwachte groei van 4% (zoals beschreven in de hotelnota Amsterdam), is de toekomstige vraag te berekenen. Rekening houdend met de huidige crisis gaan we uit van een nulgroei in 2009, 2,0% in 2010, 3,0% in 2011 en vanaf 2012 4,0% groei in vraag (kolom A).

Kolom C geeft het benodigde aantal kamers (uitgedrukt in aantal kamernachten) weer om de vraag uit kolom B te faciliteren uitgaande van een gemiddelde bezetting van de hotelmarkt van 65%. Dit is de gemiddelde bezetting voor een stabiele markt. Hierbij wordt opgemerkt dat een gemiddelde bezettingsgraad van 65% voor de Amsterdamse markt erg laag is. Door toch deze norm te gebruiken wordt in deze berekening de bovenmarge van de marktruimte inzichtelijk gemaakt.

Omdat nog niet duidelijk is welke hotelplannen gerealiseerd worden, is uitgegaan van 425 kamers tot en met 2015. Aangenomen wordt dat er vanaf 2010 elk jaar 85 kamers bij komen. Dit is weergegeven in aantal kamernachten in kolom D, waarbij de situatie in 2009 het huidige aanbod uitgedrukt in kamernachten bedraagt (= 1.250 * 365).

Het benodigde aantal kamernachten zoals weergegeven in kolom C minus het huidige en toekomstige aantal kamernachten zoals weergegeven in kolom D resulteert in het toe te voegen aantal kamers (uitgedrukt in kamernachten) om er voor te zorgen dat de gemiddelde jaarlijkse bezetting op 65% blijft.

In kolom F is de marktruimte vertaald naar aantal kamers. Hieruit blijkt dat – rekening houdend met de realisatie van 425 extra hotelkamers – er geen extra kamers nodig zijn in de periode tot 2015.

2. De invloed van trends op de marktpotentie

Dynamiek aan vraag- en aanbodzijde van de hotelmarkt hebben hun invloed op de marktpotentie van een te ontwikkelen gebied. Hieronder gaan we in op trends en ontwikkelingen die mogelijk van invloed zijn op het Hart Delflandpleinbuurt.

Potentieverhogend: kansen voor de Delflandpleinbuurt:

Opkomst van zorghotels

Zorghotels zijn veelal een samenwerking tussen hotels, ziekenhuizen en verzorgingstehuizen. Gezien de nabijheid van het Slotervaart Ziekenhuis is het Delflandplein wellicht een interessante locatie voor een dergelijke ontwikkeling. Aandachtspunt hierbij is de milieuzonering ten opzichte van A10.

Opkomst van short stay faciliteiten

Vanwege de krapte op de woningmarkt verblijven buitenlandse werknemers, uitwisselingsstudenten en gastdocenten steeds vaker in zogenaamde appartementenhotels. In de regio Amsterdam zijn veel bedrijven en onderwijsinstellingen die tijdelijke buitenlandse werknemers en studenten ontvangen. Voor het Delflandplein biedt dit interessante ontwikkelingsmogelijkheden.

Potentieverlagend: bedreigingen voor de Delflandpleinbuurt:

Toenemende vraag naar een combinatie van hotels en andere leisudefaciliteiten

Deze trend kan een bedreiging vormen voor het Delflandplein-hotel indien in de directe omgeving (bijvoorbeeld in de plannen voor de Pellikaan Health en Racket Club) een hotel in combinatie met grootschalige leisure wordt opgenomen.

3. De visie van geïnterviewde marktpartijen

Voor dit onderdeel heeft een interview met Eden Hotel Groep (EHG) plaatsgevonden. Zij heeft de locatie Delflandplein beoordeeld vanuit investeringsperspectief. De visie van EHG is dat de omgeving Delflandplein geen geschikte plek is voor een 3-4 sterren hotel gericht op de zakelijke markt (met vergader- en congresfaciliteiten). Deze visie wordt overigens gedeeld door een meerderheid van de gesproken marktpartijen. De locatie kent weliswaar een gunstige ligging ten opzichte van Schiphol en het centrum van Amsterdam, gelegen aan de A10, maar het negatieve imago van de wijk, het lage voorzieningenniveau en de hevige concurrentie van andere locaties zorgt voor een negatieve totaalbeoordeling door de EHG. Mogelijkheden voor het Delflandplein liggen eerder in een basis 2-3 sterrenhotel in de markten: toeristengroepen, extended-stay van buitenlandse werknemers, air crew van vliegmaatschappijen die Schiphol aandoen en de zakelijke markt in het laag- en middensegment.

4. Voorlopige conclusie

Gezien de enorme krapte op de huidige Amsterdamse hotelmarkt heeft de gemeente Amsterdam in haar beleid uitgesproken te willen groeien met 9.000 kamers tot en met 2015. Ook stadsdeel Slotervaart heeft in haar beleid opgenomen te willen uitbreiden met 1.500 kamers. Er lijkt dus ruimte voor een hotelontwikkeling in het Hart Delflandpleinbuurt. Daar staat tegenover dat er in de directe omgeving veel hotelontwikkelingen in de pijplijn zitten. Dit vormt een bedreiging voor een "Delflandplein-hotel". Een

verkenning van de toekomstige hotelmarkt laat zien dat er in Slotervaart beperkte ruimte is voor het toevoegen van hotelkamers. Wanneer hotelontwikkelingen die in de pijplijn zitten niet gerealiseerd worden, leidt dit logischerwijs tot een positief saldo voor een hotelontwikkeling op het Delflandplein. Het stadsdeel Slotervaart ziet gezien haar strategische ligging (nabij de ring A10 west en het centrum van Amsterdam) juist mogelijkheden om in verhouding meer hotelkamers te ontwikkelen dan elders in de stad (bron: Hotelnota Slotervaart 2009 - 2015).

Er zijn hotelontwikkelingen te bedenken die door hun unieke concept wel extra marktruimte opleveren, of haalbaar zijn. Kansen voor de hotelontwikkeling zijn er, wanneer er een concept gerealiseerd wordt dat aansluit bij de directe omgeving en andere doelgroepen aantrekt dan de concurrentie. Er dient niet alleen een fysieke verbinding met de andere kant van de A10 gelegd te worden, maar ook een maatschappelijke.

Aanbevolen wordt om de ambities voor hotelontwikkeling – zoals opgenomen in het Uitwerkingsplan Hart Delflandpleinbuurt – naar beneden bij te stellen. Dat wil zeggen: verkleining en een juiste conceptuele invulling. Meer kansen zijn er voor een hotelfunctie in het midden- en laagsegment met flexibel gebruik van zaalruimte (zowel zakelijk gebruik, als voor feesten en partijen van omwonenden) uitgevoerd in een opvallend concept. Hierbij wordt ingespeeld op de multiculturele samenleving. De bevolking van het stadsdeel kan het concept uitermate goed vertolken. Doelgroepen: toeristen en toergroepen, maar ook zakelijke gasten door de weeks in het laag- en middenmanagement.

Suggesties voor Delflandplein om nader te onderzoeken:

- budgethotel (2*/3*-segment)
- studentenkamers / -hostel
- multicultureel hotel (bijv Bazar in Rotterdam en Amsterdam – samen met de gebruikers van het gebied)
- het hotelconcept zal van invloed zijn op het haalbare aantal hotelkamers en dient dus nader uitgewerkt te worden.

3.3 Detailhandel

1. De potentiële marktruimte

Aanbod-benchmark

Het winkelgebied Delflandplein functioneert momenteel als een klein wijkcentrum. Het gezamenlijke winkelvloeroppervlak van de 11 aanwezige winkelruimten bedraagt circa 2.500 m². Onderdeel hiervan zijn 2 supermarkten. Binnen het stadsdeel Slotervaart zijn meerdere kleine wijkcentra aanwezig, te weten:

- August Allebeplein: 4.000 m² wvo
- Nieuw Sloten: 3.800 m² wvo

Verder functioneert het nabijgelegen Sierplein als een groot wijkcentrum ter grootte van 5.200 m² wvo. In stadsdeel Osdorp functioneert winkelgebied Osdorppelein (26.000 m² wvo) als een stadsdeelcentrum dat ook een verzorgende functie voor inwoners van Slotervaart heeft. Het Delflandplein staat daarmee relatief laag in de winkelhiërarchie van Slotervaart. Het vervult dan ook vooral een boodschappenfunctie voor omliggende buurten.

Vergeleken met een landelijke benchmark van wijkwinkelcentra presteert het Delflandplein qua omvang licht ondermaats. De gemiddelde omvang van kleine wijkcentra is namelijk circa 2.750 m² wvo tegen 2.500 m² op het Delflandplein. De verdeling van type winkels is echter verschillend. De totale supermarkt-omvang

van het Delflandplein bedraagt 1.600 m² tegen een landelijk gemiddelde van circa 1.300 m² bij kleine wijkcentra. Dit verschil wordt met name veroorzaakt door het feit dat de meeste kleine wijkcentra over 1 supermarkt beschikken, terwijl het Delflandplein over 2 supermarkten beschikt. Hieruit concluderen we dat de aanwezige supermarkten op het Delflandplein – nog meer dan bij andere kleine wijkcentra - de dragende functie van het gebied vervullen. De gemiddelde omvang van de supermarkten op het Delflandplein is met 800 m² tegen 830 m² bij kleine wijkcentra enigszins aan de lage kant.

Vraag

Onderstaande tabel geeft een indicatie van de marktruimte - in de dagelijkse sector - op basis een distributie-planologische berekening (dpo). Uitgangspunt is de marktsituatie in 2008. Daarnaast is voor een viertal toekomstscenario's (2015 A, B, C en D) een berekening gemaakt. Het onderscheid tussen de scenario's betreft enerzijds het inwonertal in de buurtcombinatie Westlandgracht waar de Delflandpleinbuurt ondervalt. We gaan hierbij uit van een groei van het inwonertal op basis van de inbreiding / stedelijke vernieuwing die momenteel in volle gang is. De prognose van O+S gaat uit van een inwonertal van 7.839.

Anderzijds is gerekend met een hoge koopkrachtbinding (90%) en een lagere koopkrachtbinding (80%) in de dagelijkse sector. De koopkrachttoevoeiing stellen we in alle scenario's op 15%. De toevoeiing wordt redelijk hoog verondersteld door de directe nabijheid van bedrijventerrein/kantorenlocatie Riekerpolder waarvandaan extra bestedingen mogen worden verwacht. Scenario 2015 A dat uitgaat van een relatief sterke groei van inwoners in combinatie met een hoge koopkrachtbinding laat de bovenmarge van de ingeschatte marktruimte zien. Omgekeerd brengt scenario 2015 C de benedenmarge in beeld.

Indicatie marktruimte dagelijks winkelaanbod Delflandpleinbuurt / Westlandgracht

	2008	2015 A	2015 B	2015 C	2015 D
inwonertal Westlandgracht	4.581	7.000	8.000	7.000	8.000
bestedingen per hoofd	€ 2.078	€ 2.078	€ 2.078	€ 2.078	€ 2.078
koopkrachtbinding	90%	90%	90%	80%	80%
omzetpotentieel uit eigen wijk	8.567.386	13.091.400	14.961.600	11.636.800	13.299.200
koopkrachttoevoeiing	15%	15%	15%	15%	15%
omzettoevoeiing	1.511.892	2.310.247	2.640.282	2.053.553	2.346.918
haalbare omzet	10.079.278	15.401.647	17.601.882	13.690.353	15.646.118
normatieve vloerproductiviteit	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500
marktruimte (m ²)	1.551	2.369	2.708	2.106	2.407
huidig vloeroppervlak (m ²)	2.036	2.036	2.036	2.036	2.036
ruimte/ overschot (m ²) ca.	-485	333	672	70	371

Bovenstaande indicatie laat zien dat de toekomstige marktruimte in de dagelijkse sector (levensmiddelen en persoonlijke verzorging) grofweg tussen de 100 en 700 m² vwo bedraagt.

Marktruimte detailhandel

De benchmark-analyse en de analyse van de vraag laten zien dat er enige marktruimte is om het Delflandplein uit te breiden. Een versterking van de huidige functie van klein wijkcentrum verdient hierbij de voorkeur. Uitbreiding tot circa 4.000 m² vwo (= 5.000 m² bvo) is mogelijk.

2. De invloed van trends op de marktpotentie

Potentieverhogend: kansen voor de Delflandpleinbuurt:

Buurtcentra staan onder druk

Kleine winkelgebieden zonder supermarkt of zonder supermarkt van voldoende omvang staan al enkele jaren onder druk. Dit komt ten goede aan goed bereikbare winkelconcentraties met voldoende diversiteit en omvang van supermarkten. Het Delflandplein met haar twee complementaire supermarkten profiteert van deze ontwikkeling.

Verdergaande schaalvergroting

De gemiddelde omvang van winkels neemt steeds verder toe. Ook supermarkten doen hier aan mee. Door het realiseren van supermarkten van voldoende omvang (circa 1.200 m² wvo) speelt het Delflandplein in op de trend van schaalvergroting en blijft het gebied aantrekkelijk voor de consument.

Winkels van en voor allochtonen

De overlevingskansen en professionaliteit van allochtone detailhandelsbedrijven nemen toe. Onder autochtonen neemt de belangstelling voor deze winkels toe. Dit biedt kansen voor het Delflandplein in een verzorgingsgebied met een multiculturele bevolking.

Potentieverlagend: bedreigingen voor de Delflandpleinbuurt:

Verder opschaling van stadsdeelcentra

Door de verdergaande opschaling van stadsdeelcentra (bijv. Osdorppein) als efficiënte koopmachines op goed bereikbare locaties met veel parkeerplaatsen, wordt economisch draagvlak weggenomen bij kleine winkelcentra als het Delflandplein. Met name de niet-dagelijkse sector heeft hier last van.

3. De visie van geïnterviewde marktpartijen

Voor het thema detailhandel heeft een interview plaatsgevonden met Ahold Vastgoed en met de Kamer van Koophandel Amsterdam. De visie van beide partijen gaat uit van een ambitie voor het Delflandplein die niet verder reikt dan een klein wijkcentrum. De dagelijkse boodschappenfunctie vervult hierin de dragende, trekkende functie. Aanvullende detailhandel in met name hoog frequent benodigde artikelen (persoonlijke verzorging, huishoudelijk) is hierbij noodzakelijk om het winkelgebied in zijn geheel aantrekkelijk te houden.

Beide partijen zijn verder van mening dat de ruimtelijke opzet van het winkelgebied sterk verbeterd dient te worden, teneinde een sociaal veilig gebied te creëren. Het huidige imago draagt niet bij aan een gezond economisch klimaat.

4. Voorlopige conclusie

Het Delflandplein functioneert momenteel als een klein wijkcentrum. Dit betekent dat bewoners uit omliggende buurten met name voor dagelijkse boodschappen de gevestigde winkels bezoeken. De supermarkten (AH en Lidl) zorgen voor de meeste trekkracht. Geconstateerd is dat het winkelgebied

vergeleken met een landelijke benchmark en vergeleken met kleine wijkcentra elders in Slotervaart, aan de kleine kant is. Daarnaast is het winkelgebied sterk verouderd. Vernieuwing en een kleine opschaling dienen daarom hand in hand te gaan. De ambitie van een compleet, compact en comfortabel wijkcentrum van in totaal 4.000 m² wvo (5.000 m² bvo) is haalbaar en realistisch.

Om ook in de toekomst als trekker voor het winkelgebied te fungeren is het noodzakelijk om vooral de omvang van het supermarktaanbod uit te breiden. Dit sluit aan bij de beleidsambitie voor Stadsdeel Slotervaart, waarbij het Delflandplein als een concentratiegebied is bestempeld. Indien de toekomstige invulling van het gebied op de zakelijke markt (kantoren, hotels) blijft gericht, ontstaan meer mogelijkheden voor dienstverlenende functies als een kapper, stomerij en lunchrooms (immers: geen detailhandel).

3.4 Horeca en kleinschalige leisure

1. De potentiële marktruimte

De potentiële marktruimte voor horeca en leisure in het Hart Delflandpleinbuurt benaderen we vanuit een landelijke benchmark. Onderstaande tabel geeft een beeld van het aantal horecavestigingen en het aantal leisurevestigingen (cultuur en ontspanning) per winkel en per winkelvloeroppervlak.

Horeca / leisure (cultuur en ontspanning)

	Aantal horecavestigingen per winkel	Aantal horecavestigingen per 1.000 m ² wvo	Aantal leisurevestigingen per winkel	Aantal leisurevestigingen per 1.000 m ² wvo
Delflandplein	0,36	1,6	0	0
Benchmark wijkcentra klein	0,25	1,28	0,02	0,12

Bron: Locatus, bewerking DHV

Uit de benchmark maken we op dat het Delflandplein in zijn huidige hoedanigheid met 4 vestigingen een behoorlijke vertegenwoordiging horeca kent. De ondernemingen zijn vooral gericht op daghoreca. Wat leisure betreft (bijvoorbeeld fitness) is op het Delflandplein geen aanbod beschikbaar. Kleine wijkcentra in Nederland kennen daarentegen een zeer minimale vertegenwoordiging van leisure-aanbod.

De extra marktruimte voor horeca lijkt hiermee beperkt, maar deze is uiteindelijk sterk afhankelijk van het totaalconcept (functie en doelgroep) dat wordt gerealiseerd. Voor leisure-functies lijkt op basis van de gepresenteerde benchmark enige marktruimte te bestaan. Ook hier geldt dat de mate van marktruimte sterk afhankelijk is van het totaalconcept.

2. De invloed van trends op de marktpotentie

Potentieverhogend: kansen voor de Delflandpleinbuurt:

Toenemende vraag naar ontspanning

De stressvolle samenleving zorgt voor een groeiende behoefte aan ontspanningsmogelijkheden. Horeca en leisure functies kunnen hiervoor uitkomst bieden. Als hart van de Delflandpleinbuurt is het Delflandplein de aangewezen locatie voor dergelijke functies.

Afname verenigingsleven

Tegenover een afname van het verenigingsleven staat de opkomst van individuele sporten als fitness. Een voorzieningencluster als het Delflandplein is een uitstekende locatie voor een sportschool en/of fitnessstudio.

Potentieverlagend: bedreigingen voor de Delflandpleinbuurt:

Schaalvergroting in de leisure sector

Mogelijkheden voor kleinschalige leisure in de vorm van een sportschool en/of een fitnessstudio worden bedreigd door de ontwikkeling een grootschalig leisure ontwikkeling op voormalig sportpark Riekerhaven.

3. De visie van geïnterviewde marktpartijen

Voor het onderdeel leisure heeft een interview plaatsgevonden met Pellikaan, een ontwikkelaar en exploitant van leisurefuncties. De mogelijkheden voor horeca zijn tevens aan bod gekomen in het interview met de Kamer van Koophandel en met Ahold Vastgoed. Belangrijkste uitkomst van deze gesprekken is dat te realiseren horeca en kleinschalige leisure functies vooral kunnen profiteren van functies als kantoren en hotels. De onderlinge afhankelijkheid tussen leisure en detailhandel is zeer minimaal.

4. Voorlopige conclusie

Binnen de horecasector is een verschuiving gaande; buiten het bekende centrum ontstaat meer horeca, en dan vooral meer restaurants. Een belangrijke trend is de invulling van de concepten: van beleving naar betekenis, maar ook de multifunctionaliteit / functiemenging. In deze trend liggen de kansen voor Delflandplein.

De omgeving van het Delflandplein is gebaat bij een aantal vernieuwende concepten. Deze dienen wel aangepast te worden op de gebruikers, de multiculturele Amsterdammers en toekomstige werknemers in het gebied. Voor leisure faciliteiten geldt hetzelfde, voorzien in de behoefte van de huidige en toekomstige bewoners van het gebied. Te denken valt aan fitness, wellness en indoor entertainment. De openbare ruimte van het gebied dient ook bekeken te worden. Vooral voor allochtone doelgroepen is het buitenleven van groot belang. Qua omvang van de horeca dient het huidige aanbod als richtlijn.

3.5 Onderwijs en zorgInteressante trends en ontwikkelingen voor het Hart Delflandpleinbuurt**Internationalisering van het hogere onderwijs**

Het aantal buitenlandse studenten en docenten dat tijdelijk in Nederland verblijft neemt sterk toe. Dit vraagt om flexibele (studenten)huisvesting in de vorm van short-stay faciliteiten. Indien het Hart Delflandpleinbuurt hierop inspeelt, ontstaat tevens meer diversiteit in woondoelgroepen.

Multifunctioneel gebruik van (onderwijs)voorzieningen

Steeds meer voorzieningen worden multifunctioneel in de tijd gebruikt. Denk hierbij aan een school die 's avonds gebruikt wordt als buurthuis. Daarnaast zie je ook steeds meer voorzieningen die meerdere functies over een periode van bijvoorbeeld 20 jaar kunnen innemen. Schoolwoningen zijn een voorbeeld hiervan. Dit zijn flexibele vastgoedconcepten die naar verloop van tijd eenvoudig zijn

om te bouwen naar een andere functie. In dit geval van school naar woning. Om de levendigheid in het Hart te bevorderen is meervoudig gebruik van ruimten over de dag een interessante optie.

Clustering van zorgfuncties (gezondheidscentra) en opkomst woonzorgcomplexen

Beide trends zijn gebaseerd op het combineren van meerdere functies onder één dak. Daarnaast zie je de laatste jaren steeds meer zorgfuncties in de wijk verrijzen en dan met name in de nabijheid van overige voorzieningen. Het Delflandplein is een voorzieningencluster dat goed kan worden aangevuld met zorgfuncties. De extra loop en publieksaantrekkende werking die hiermee ontstaat is interessant voor commerciële voorzieningen als winkels.

Extramuralisering van de zorg

Steeds vaker wordt buiten reguliere zorginstellingen (bijv. ziekenhuizen) gelijkwaardige zorg aangeboden, bijvoorbeeld in de eigen woning. De trend is verschuiving van intramurale zorg naar lichtere vormen van zorg, bijvoorbeeld ziekenhuiszorg in een verpleeghuis, verpleeghuiszorg in een verzorgingshuis, verzorgingshuiszorg in een aanleunwoning. Een locatie als het Delflandplein biedt mogelijkheden voor het huisvesten van woonzorgvoorzieningen.

Onderwijs en zorg nabij snelwegen

De AMvB 'gevoelige bestemmingen' die 16 januari 2009 in werking is getreden, legt beperkende voorwaarden op aan de vestiging van gevoelige bestemmingen. Functies die hieronder vallen zijn: basisonderwijs, voorgezet onderwijs en overig onderwijs aan minderjarigen, kinderopvang, en zorgfuncties als een verzorgingshuis, verpleegtehuis en een bejaardentehuis. De AMvB houdt in dat voor een voorgenomen vestiging van genoemde functies binnen een afstand van 300 meter tot een snelweg (locatie Delflandplein), onderzoek naar luchtkwaliteit noodzakelijk is. Een overschrijding van de norm zorgt voor een verbod op het realiseren van een gevoelige bestemming.

Visie van geïnterviewde 'marktpartijen'

Voor het onderdeel 'onderwijs' heeft een interview plaatsgevonden met het ROC van Amsterdam (ROCVA). Het thema 'zorg' is belicht in een interview met SIGRA (Samenwerkende Instellingen Gezondheidszorg Regio Amsterdam).

Voor het ROCVA zijn een aantal gebiedsfactoren van groot belang bij een (nieuwbouw)locatieafweging. Dit zijn: community-gedachte, een zeer goede bereikbaarheid per openbaar vervoer, veiligheid en de kosten. Mede hierdoor is de directe omgeving van het Delflandplein afgevalen als potentiële vestigingslocatie. Veiligheid en bereikbaarheid per OV spelen hierin een grote rol. Maar ook simpelweg omdat elders betere locaties voorhanden waren (Laan van Spartaan). Het ROCVA is van mening dat in de plannen voor het Hart aansluiting bij de directe omgeving noodzakelijk is. Op gebied van onderwijs kan dan met het Technisch College (TeC) Amsterdam worden samengewerkt. Bijvoorbeeld in de vorm van vestiging van een uitzendbureau op het Delflandplein voor bijbaantjes van leerlingen. Belangrijke boodschap is dat een te ambitieus totaalplan voor het gebied niet tot de gewenste sociale cohesie leidt, waar de wijk juist wel op zit te wachten.

Het SIGRA ziet de locatie Delflandplein als een kansrijke plek voor een zorgcluster op wijkniveau. Te denk valt aan een gezondheidscentrum, maar zeker ook aan zorgwoningen waar in Amsterdam en specifiek in Slotervaart in de toekomst een tekort aan gaat ontstaan. Daarnaast is het interessant om in te zetten op sport- en welzijnsvoorzieningen voor wijkbewoners. Voorzieningen specifiek gericht op de allochtone doelgroep (zorg en onderwijs) zijn wellicht kansrijk, maar de wenselijkheid ervan blijft een politieke keuze.

Voorlopige conclusie

Voor zorgvoorzieningen op wijkniveau lijkt genoeg potentie in het Hart Delflandpleinbuurt te bestaan. Vanuit onderwijsvoorzieningen op middelbaar en hoger niveau is niet automatisch interesse voor een vestigingsplek in het gebied. Incidenten worden echter niet uitgesloten. Indien de gelegenheid zich voordoet om een middelbaar of hogere onderwijsinstelling naar het gebied te halen, adviseren we om deze kans met beide handen aan te grijpen. Het zorgt voor een differentiatie van gebruikers van het gebied en het maakt de locatie tevens interessanter voor andere sectoren om zich te vestigen.

4 INTEGRAAL PROGRAMMA: NAAR EEN OPTIMALE SAMENHANG

Voorgaande hoofdstukken geven een analyse van de huidige en toekomstige marktpositionering van het Hart Delflandpleinbuurt. Kansen en bedreigingen voor het gebied zijn hiermee geformuleerd. Hoe door middel van een gebiedsprogramma op deze toekomstige ontwikkelingen kan worden ingespeeld, behandelen we in dit afsluitende hoofdstuk. Eerst wordt ingegaan op de thema's die primair van belang zijn bij de keuze voor een concept, waarna dit vervolgens wordt doorvertaald naar het programma per vastgoedthema.

4.1 Visie op een het gebiedsconcept

Hoge ambities zijn belangrijk om een gebiedsontwikkeling tot een succes te maken, minstens even belangrijk is een realistisch kader waarbinnen de ambities vorm kunnen krijgen. Dat betekent ten eerste dat er voldoende draagkracht vanuit de markt dient te zijn. Deze is in het kader van onderhavige studie uitgebreid verkend, ook in gesprek met partijen die de marktsectoren vertegenwoordigen.

Daarnaast is het bij een gebiedsontwikkeling op de schaal van het Hart Delflandpleinbuurt eveneens van belang dat de geplande functies elkaar versterken binnen een gebiedsconcept: een overkoepelende visie op de ontwikkeling van de functies die worden geprogrammeerd. Op deze plek wordt eerst ingegaan op de drie belangrijkste aspecten met betrekking tot het concept die volgen uit de verkenning.

1. Gebiedstransformatie

De huidige investeringscondities voor het Delflandplein zijn niet optimaal. Met name met betrekking tot veiligheid en imago, ook in onderlinge samenhang. Het thema veiligheid is mogelijk het meest belangrijk om te komen tot een succesvolle gebiedsontwikkeling. In de huidige situatie is sprake van een relatief hoge mate van onveiligheidsbeleving (=subjectief). Indien deze situatie niet verbetert zal het huidige imago ook niet verbeteren, en zal het moeilijk worden om de gewenste investeerders te vinden.

Er zal – ook door het stadsdeel – fors moeten worden geïnvesteerd in de verbetering van de huidige situatie. Die hangt enerzijds samen met de huidige positionering van de functies in het gebied, die weinig uitstraling hebben op een groter en meer divers publiek. Anderzijds is er ook behoefte aan meer herkenbare en effectieve inzet op “schoon, heel en veilig”. Het Stadsdeel is hier reeds mee begonnen en de eerste effecten zijn zichtbaar (fysieke uitstraling Delflandplein). Deze inzet kan niet volgend zijn op de fysieke transformatie, maar moet ook al voorafgaand en tijdens de ontwikkeling vorm en effect krijgen. Denk hierbij aan: een goed verzorgde en daardoor aantrekkelijke openbare ruimte met voldoende groen en straatmeubilair en geen donkere afgelegen hoekjes.

Verder is het met betrekking tot de gewenste imagoverbetering aan te bevelen een doordachte fasering van het programma te hanteren. Realiseer eerste de publiekstreckende, dragende functies van het gebied. Dit zijn de motoren van een gebiedsontwikkeling. Ze zetten een proces in gang van verbetering van de maatschappelijke dynamiek, die zich vertaalt in een hogere gebiedswaarde en een meer kansrijk investeringsklimaat voor de vervolginvesteringen.

2. Positionering

Voor het concept is ook een eenduidige positionering van belang: voor welke doelgroepen en op welke schaal wordt het gebied functioneel? Een eenduidige positionering versterkt de kracht van de ontwikkeling, doordat functies een waarde krijgen voor elkaar: de meerwaarde van de combinaties.

Het Hart Delflandpleinbuurt is niet voor niets uitgeroepen tot het centrum van de Delflandpleinbuurt. Een van de doelen hierbij is het bereiken van sociale cohesie. Een plan voor het Hart dient dan ook mede gericht te zijn op huidige en toekomstige bewoners – en daarmee de gebruikers - van het gebied. De haalbaarheid van het concept is daarom gebaat bij een primaire positionering op stadsdeel- en wijkniveau. Voorzieningen met een bovenwijkse verzorgingsfunctie (kantoren, hotels) zijn op voorhand zeker niet uitgesloten, maar de focus dient in beginsel te liggen op een positionering gericht op de wijk: een programma dat aansluit op wensen en behoeften van de meest intensieve gebruikers.

In het kader van de wijk economie is een goed functionerend winkelcentrum ook van groot belang als middelpunt van de ontwikkeling. Vanuit dit middelpunt kunnen overige wijkverzorgende functies tot wasdom komen, als horeca, bedrijfsruimten, zorg, sport en welzijn. Door het realiseren van kleinschalige bedrijfsruimten ontstaan doorgroeimogelijkheden voor ondernemers uit de wijk. Groeiende ZZP'ers die nu vanuit huis werkzaam zijn blijven daardoor eerder met de wijk verbonden. Dit komt ten goede aan de wijk- en buurteconomie.

Bij het positioneren van het gebied is het verder van belang om geplande voorzieningen en functies af te stemmen op ontwikkelingen in de omgeving. Denk hierbij aan het plan voor het Oranjekwartier / Lelylaan. Het is zaak om complementair te zijn aan ontwikkelingen in de directe omgeving. Dit betekent bijvoorbeeld de keuze voor een ander kwaliteitssegment hotels en daarmee een andere doelgroep.

3. Onderling versterkende functies in een flexibel programma

Naast een commercieel vastgoedprogramma is het van belang om voldoende aandacht te hebben voor maatschappelijke functies als zorg, welzijn en sport. Commerciële en niet-commerciële functies versterken elkaar omdat combinatiebezoek wordt gestimuleerd waardoor in zijn totaliteit een aantrekkelijk programma ontstaat. Ook een eenduidige positionering van het gebied, waarbij vooral op de wijk en stadsdeel gerichte functies worden geprogrammeerd, zorgt voor onderlinge versterking. Zorgtrends als extramuralisering, opkomst van gezondheidscentra en de opkomst van geclusterde woonzorgvoorzieningen geven een aanzet tot de ontwikkelingsmogelijkheden. Sport en welzijn kunnen hier op aanhaken en zorgen op hun beurt voor onderlinge versterking.

Heel belangrijk bij het realiseren van binnenstedelijke vastgoedconcepten is 'flexibiliteit'. Zorg ervoor dat ruimten voor meerdere doeleinden geschikt zijn. Hierbij gaat het zowel om meervoudig gebruik op bijvoorbeeld één dag (bijv. overdag een school, 's avonds een buurthuis) als om een eenvoudige aanpassing naar andere gebruiksvormen na een exploitatieperiode (bijv. van school naar woning).

Een flexibel vastgoedprogramma staat voor een duurzame ruimtelijke kwaliteit. Trends in ruimtegebruik ontwikkelen zich namelijk steeds sneller. Het tijdig inspelen hierop tijdens de planvorming en exploitatie is van groot belang.

Die flexibiliteit kan ook worden gevonden in de huidige bebouwing van de omgeving van het Hart Delflandpleinbuurt. Thans staat een groot gedeelte van de kantoorruimten leeg. Het gaat hierbij met name om ruimten met een minimale omvang van 100 m² of 250 m², die tevens sterk zijn verouderd. Kansrijk is een herontwikkeling naar meer kleinschalige bedrijfsruimten (20-100 m²) en/of naar zogenoemde flexkantoren (werkplekken voor flexwerkers). Een transformatie van kantoren naar woningen, van kantoren naar een hotel en/of naar woonvormen in combinatie met hotels (in de vorm van short-stay faciliteiten) is ook zeker het overwegen waard. Zo kan ook de omgeving bijdragen aan het succes van de toekomstige integrale gebiedsontwikkeling van het Hart Delflandpleinbuurt.

Door binnen een nauwkeurige fasering parallel te investeren in het gebiedsimago, de relatie tussen functies en tussen het plangebied en haar omgeving, wordt een kansrijke investeringsomgeving gecreëerd voor de beoogde transformatie van het Hart Delflandpleinbuurt. Zo ontstaat een vernieuwd hart/centrum voor de buurt (nieuwe doelgroepen, hogere inkomens) en de wijk (bestaande doelgroepen). De dynamiek die hieruit voorkomt levert een gunstig klimaat voor wijk- en stadsdeel overstijgende functies. In de volgende paragraaf wordt ingegaan op de marktpotentie binnen het gebiedsconcept voor de verschillende marktsegmenten.

4.2 Haalbaar programma Hart Delflandpleinbuurt

Hiervoor beschreven visie op het concept laat zich vertalen naar een haalbaar totaalprogramma. Deze paragraaf gaat in op de haalbare omvang van het programma uitgesplitst naar thema. In de afsluitende paragraaf wordt kort ingegaan op de verschillen met het programma zoals opgenomen in het Uitwerkingsplan Hart Delflandpleinbuurt.

Omvang en diversiteit van een haalbaar programma

Kantoren en bedrijfsruimten

De haalbaarheid van een grootschalige kantoorontwikkeling is in deze studie niet aangetoond. Dit neemt niet weg dat door middel van goede projectontwikkeling en marketing gewenste eindgebruikers te vinden zijn. Daarnaast zijn incidenten nooit uit te sluiten. Marktonderzoek geeft weliswaar richting en is gebaseerd op ratio, maar beweegredenen van investeerders waarvan een gedeelte op onderbuikgevoel en optimisme vaart, blijven moeilijk te voorspellen. Desondanks schatten wij de ontwikkeling van kleinschalige bedrijfsruimten als meer kansrijk in dan de ontwikkelingen van grootschalige kantoren. Een haalbare omvang van het kantoren- en bedrijfsruimteprogramma schatten we in op 10.000 – 25.000 m² bvo te verdelen over beide functies. Een minimale omvang van 10.000 m² aan kleinschalige bedrijfsruimten is gewenst.

Indien binnen afzienbare tijd geen potentiële eindgebruikers zijn gevonden voor het kantorengedeelte adviseren we om dit onderdeel uit het programma te halen. Een grotere focus op kleinschalige bedrijfsruimten is dan gewenst. Indien wordt gekozen om het kantorenprogramma – als financiële drager – te blijven behouden, adviseren we om de bouw ervan in een latere fase van het uitvoeringsprogramma op te nemen. Bouwen voor (directe) leegstand wordt hiermee voorkomen.

Hotels

Het meeste kans van slagen heeft een hotelfunctie in het midden- en laagsegment (2/3 sterren) met flexibel gebruik van zaalruimte (zowel zakelijk gebruik, als voor feesten en partijen van omwonenden) uitgevoerd in een opvallend concept. Hierbij wordt ingespeeld op de doelgroepen in de wijk.. Totaalbeeld van doelgroepen: toeristen en toergroepen en doordeweeks zakelijke gasten in het laag- en middenmanagement. In de weekenden en avonden lokale bevolking voor feesten en partijen. Qua omvang denken we in eerste instantie aan een hotel van circa 200 kamers (= circa 10.000 m² bvo). Dit is afhankelijk van het type gebruiker. Ketenbedrijven zijn veelal geïnteresseerd in grotere aantallen dan zelfstandigen ondernemers. Om tegemoet te komen aan het eventuele succes van een hotelbedrijf adviseren we om uitbreiding van het hotel mogelijk te maken. Het haalbare aantal kamers is pas definitief te bepalen als het hotelconcept bekend is. Nader onderzoek is aan te raden wanneer partijen zich concreet aandienen. Vooral nog komt het totale hotelprogramma op circa 200 kamers wat overeenkomst met circa 10.000 m² bvo.

Retail

Bij een nieuw Hart voor de Delflandpleinbuurt hoort een vernieuwing en versterking van de huidige functie van het Delflandplein als klein wijkcentrum. Retail zorgt voor een publieksaantrekkende werking en zorgt daarmee voor levendigheid. Op haar beurt profiteert retail van functies als bedrijvigheid en hotels. Werknemers en klanten van kantoren en hotels laten zich veelal tot aankopen/uitgaven verleiden door winkels en kleinschalige dienstverlening. Een haalbare omvang van retailfuncties schatten we in op maximaal 4.000 m² wvo (5.000 m² bvo). Hierbij zijn kleinschalige dienstverlenende functies als een kapper, reisbureau of zonnebankstudio inbegrepen.

Horeca en leisure

Belangrijk is om de horeca- en leisurefuncties te laten aansluiten op de vraag vanuit de wijk en het toekomstige concept. Het dienen dan ook niet de dragers/trekkers van het gebied te worden. Wij adviseren dan ook om geen grootschalige horeca- en leisure concepten te realiseren. Houd het klein, maar fijn. Zorg voor vernieuwende, uitdagende concepten waar de buurt zich thuisvoelt. Horeca- en leisurefuncties zorgen voor een mogelijke verlenging van de verblijfsduur van bezoekers. Daarnaast zorgen deze functies voor een aantrekkelijk winkelcentrum. Haalbare omvang: 2.500- 3.500 m² bvo. Afhankelijk van het doorgaan van de kantoorontwikkeling kan gekozen worden voor extra horeca.

Onderwijs

Deze studie geeft geen inzicht in de huidige en toekomstige vraag naar onderwijsvoorzieningen. Wel is ingegaan op de locatie-eisen van onderwijsvoorzieningen. Het aantrekken van hoger onderwijs (HBO en/of een lyceum) wordt door experts als niet haalbaar beoordeeld. Dit neemt niet weg dat deze mogelijkheden zich kunnen aandienen. Incidenten zijn dan ook niet uit te sluiten. Sowieso is het interessant om de mogelijkheden voor studentenhuisvesting (short of long stay) nader te onderzoeken. Verder is er geen reden om te twijfelen aan de plannen voor realisatie van een brede school zoals opgenomen in het uitwerkingsplan Hart Delflandpleinbuurt.

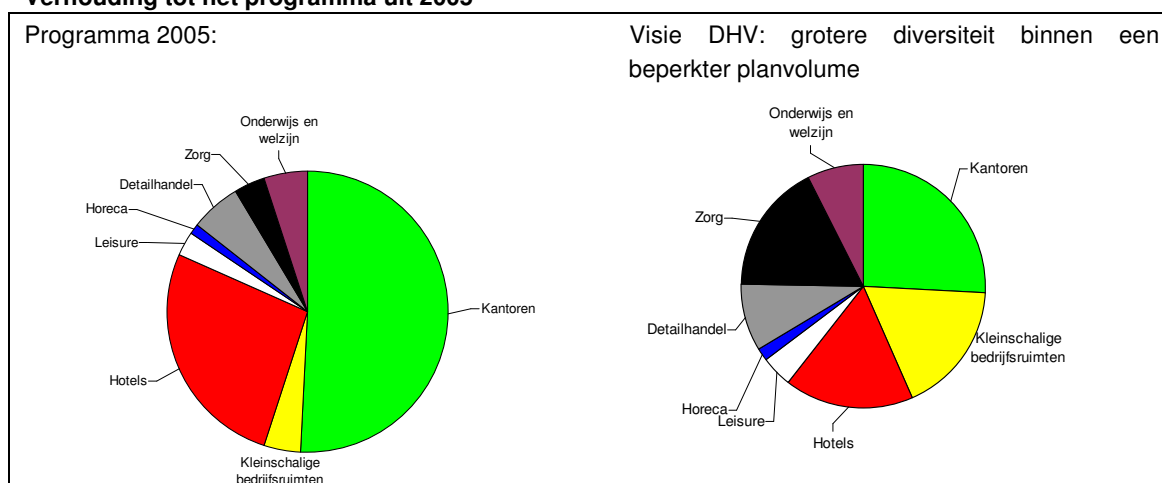
Zorg, welzijn en sport

In deze rapportage zijn de volgende zorgconcepten als kansrijke ontwikkeling voor het Hart bestempeld: gezondheidscentrum en zorgwoningen. De daadwerkelijke haalbaarheid ervan is in deze studie echter niet aangetoond. Daarvoor is nader onderzoek noodzakelijk. Wat betreft sportvoorzieningen denken we ondermeer aan een sporthal te gebruiken door de brede school en buurtbewoners, een Cruif Court, Krajicek Playground, en een ruimte voor opkomende vormen van e-sports. Ook hiervoor geldt dat nader onderzoek noodzakelijk is.

4.3 Conclusie: economische potentie!

Uit de door DHV uitgevoerde analyse komt duidelijk naar voren dat er wel degelijk marktruimte is voor een vernieuwd Hart voor de Delflandpleinbuurt. In vergelijking tot het programma dat in het Uitwerkingsplan uit 2005 werd gehanteerd, betreft het echter een kleiner totaal planvolume (van ruim 80.000 m² bvo naar circa 50.000 - 60.000 m² bvo). Kenmerkend is het marktsignaal dat er vooral behoefte is aan een grotere diversiteit van – elkaar versterkende – functies binnen het programma en een sterkere nadruk op buurt- en wijkverzorgende functies en ook niet-commerciële ontwikkelingen ter ondersteuning van het commercieel programma.

Verhouding tot het programma uit 2005



Voorstel omvang totaalprogramma

<i>Functie</i>	<i>omvang (in m² bvo)</i>
Kantoren en bedrijfsruimten	10.000 - 25.000
Hotels	10.000
Detailhandel	5.000
Horeca en leisure	2.500 - 3.500
Onderwijs	4.375
Zorg, welzijn en sport	10.000

Via een gefaseerde aanpak worden hierbij eerst de meest publiektrekkende functies op stadsdeel- en wijkniveau gerealiseerd. Tegelijk wordt gewerkt aan een beter “schoon, heel en veilig” investeringsklimaat, waarbinnen vervolgens ook kansen voor kantoor- en hotelontwikkeling ontstaan. Op deze manier wordt een dynamisch maatschappelijk en commercieel klimaat gecreëerd dat daadwerkelijk kan bijdragen aan de ambities voor het Hart Delflandpleinbuurt als het middelpunt van een bloeiende wijk economie binnen westelijk Amsterdam.

COLOFON

Opdrachtgever	: Stadsdeel Slotervaart
Project	: Economische potentie Hart Delflandpleinbuurt
Dossier	: C3759-01.001
Omvang rapport	: 28 pagina's
Auteur	: Marcel Embregts en Michiel Pellenbarg
Bijdrage	: Titia Koningen
Interne controle	:
Projectleider	: Michiel Pellenbarg
Projectmanager	: Herman Timmermans
Datum	: 22 juni 2009
Naam/Paraaf	:

DHV Groep

Laan 1914 nr. 35

3818 EX Amersfoort

Postbus 1076

3800 BB Amersfoort

T (033) 468 27 00

F (033) 468 28 01

www.dhv.nl

BIJLAGE 1 Lijst van geïnterviewde personen

Gesprekspartner	Bedrijf / instelling	Thema
Marc Wolthuis en Andrea van Buren	Boer Hartog Hooft	Kantoren en bedrijfsruimten
Felix Hillen	Eden Hotel Group	Hotels
Rene van Schie	Gemeente Amsterdam	Hotels
Peter Nieuwendijk en Marcel Clement	Ahold Vastgoed	Retail
Edwin Denekamp	World Fashion Centre	Kantoren, bedrijfsruimten, hotels
Bert Heine	Kleinschalig Vastgoed Amsterdam	Kleinschalige bedrijfsruimten
Erick Siebers	ROCVA	Onderwijs
Hans Polling en Nienke Veerbeek	SIGRA	Zorg
Edu Zuger	Pellikaan	Leisure
Marije Leek en Martin Touber	KvK A'dam	Bedrijfsruimten en winkels
Eric Amory en Remco Coelman	VOF Delflandplein	Gebiedsprogramma

BIJLAGE 2 Trends en ontwikkelingen per deelsector

Kantoor- en bedrijfsruimten

Aanbodtrends
Ontwikkeling huurprijzen De tophuurprijzen voor bedrijfsruimte zijn gestegen tot ongeveer € 90/m ² in de regio Schiphol. Gemiddeld werd in 2007 € 51/m ² betaald voor bedrijfsruimte. De hoogste huurprijzen worden betaald voor kleinschalige ruimte tot 1.000 m ² en voor grootschalige objecten vanaf 5.000 m ² (bron: FGH)
Bedrijfsruimten als beleggingscategorie De bedrijfsruimtemarkt wordt steeds professioneler en daardoor interessanter voor ontwikkelaars en beleggers. Toch zijn het vooral specialisten die in de markt actief zijn. In het kleinschalige segment zijn dit lokale ontwikkelaars en particuliere beleggers. In het grootschalige segment zijn het juist partijen die actief willen zijn in grote delen van Europa. (bron: FGH)
Vernieuwing in de bedrijfsruimtemarkt Initiatieven van professionele marktpartijen zorgen voor meer vernieuwing in de bedrijfsruimtemarkt. Voorbeelden zijn bedrijfsverzamelplekken voor de creatieve industrie en de groeiende markt voor self storage. Het zijn concepten die goed aansluiten op de behoefte vanuit de markt.
Gebiedsmarketing of 'branding' Steeds vaker wordt gebruik gemaakt van gebiedsmarketing of branding. Hiermee proberen gemeenten, ontwikkelaars en ondernemers een (economisch) gebied op de kaart te zetten en te promoten bij potentiële afnemers. Vaak is hierbij sprake van een duidelijke en herkenbaar profiel en wordt het gebied als product op de markt gezet. Dit komt niet alleen de verkoopbaarheid en de verhuurbaarheid van het vastgoed ten goede, maar kan ook kleinere, veelal minder bekende bedrijven helpen bij het zorgen voor herkenbaarheid.
Opkomst van binnenstedelijk beheer en commercieel gebiedsmanagement Gebiedsmanagement is in feite het 'managen' of het 'sturing geven aan' de inrichting en beheer van de ruimte in bijvoorbeeld een winkelgebied, met als doel het verkrijgen en vooral op de lange termijn behouden van een hoog kwaliteitsniveau van de openbare en private ruimte. Het is van belang om naast het creëren van een initiële kwaliteit van gebouwen, openbare en semi-openbare ruimte en de voorzieningen via gebiedsmanagement ook de verdere toekomst van de exploitatietechnische kant van gronden, gebouwen en voorzieningen via commercieel beheer te garanderen. Binnen commercieel beheer valt bijvoorbeeld de acquisitie van bedrijven, de PR en de verhuur van winkel- en bedrijfsruimten.
Integratie van functies: van monofunctionaliteit naar multifunctionaliteit Het mengen en integreren van verschillende functies wordt in toenemende mate regel binnen gebiedsontwikkeling. Naast een integratie van functies is er ook sprake van een vervaging van grensvlakken tussen functies. Zo vervaagt het verschil tussen wonen, werken en vrije tijd evenals het verschil tussen woon- en werkmilieus.
Van monofunctionaliteit naar multifunctionaliteit: de gevolgen voor vastgoed Zoals eerder aangegeven zal monofunctionaliteit steeds meer omslaan naar multifunctionaliteit. Multifunctionaliteit leidt, voor wat betreft vastgoedontwikkeling, tot een behoefte aan grote flexibiliteit in gebouwen (aanpasbaar, flexibel indeelbaar) en gebieden. Als multifunctionaliteit ook tijdens de levensduur van het vastgoed (een gebouw herbergt verschillende functies door de tijd) uitgangspunt wordt, respectievelijk zal gelden voor gebieden, dan krijgen beheer en commercieel management een wezenlijke taak, zeker in relatie tot rendementsdenken (o.a. balanswaarde).

Vraagtrends

Veranderende vestigingsplaatsfactoren: focus op kwaliteit en samenwerking

De komende jaren zal in alle geledingen van industrie, handel en zakelijke diensten een groter belang worden toegekend aan de kwaliteit van het vestigingsmilieu. Het gaat hierbij om de kennisinfrastructuur (aanwezigheid onderwijsinstellingen), het arbeidsklimaat, de aanwezigheid van geschikte en goed ontsloten bedrijfslocaties, de ligging ten opzichte van belangrijke economische centra en de bereikbaarheid. De beschikbaarheid van ruimte alleen is niet meer voldoende. In toenemende mate wordt daarom gezocht naar relevante partners (markt, overheden, belangenverenigingen) en samenwerkingsvormen (PPS-constructies) om (bestaande) bedrijventerreinen en kantorenlocaties een kwalitatieve impuls te geven.

Beleidentrends

Intensiever ruimtegebruik

De laatste jaren is de roep om zuinig om te springen met beschikbare ruimte steeds sterker geworden. Met name op de markt voor bedrijventerreinen en kantoorlocaties. Mede ingegeven door de commissie Noordanus zal de komende jaren minder ruimte voor greenfield ontwikkeling beschikbaar zijn. Een grotere opgave komt te liggen bij de bestaande voorraad.

Plabeka

Door de vaststelling van Plabeka (in Noordvleugelverband) is een ontwikkelstop afgekondigd voor grootschalige kantoorontwikkeling. Doel hiervan is het reduceren van de planvoorraad. Naar aanleiding hiervan is de nog resterende kantoorcapaciteit voor Slotervaart in het Hart Delflandpleinbuurt verdisconteerd.

Plannen / ontwikkelingen in de omgeving:

- 41 bedrijfsruimten in het plangebied Hart Staalmanpleinbuurt.
- Kantoorontwikkeling op bedrijventerrein Riekerpolder.
- Kantoorontwikkeling op de Zuidas.
- Verder ontwikkeling van kantorenlocatie Telepoort nabij station Sloterdijk.

Hotel

Aanbodtrends

De hotelsector groeit en verandert

De hotelsector ontwikkelt zich relatief positief. De opkomst van kortere vakanties (stedentrips), de veranderende bevolkingssamenstelling en de vraag naar meer luxe, dragen allen bij aan de versterking van de hotelsector.

⇒ het aantal hotel(ver)bouwplannen bereikte in 2008 een nieuw record. In totaal werden 271 plannen geregistreerd. Dit is tevens het hoogste aantal (ver)bouwplannen uit de laatste acht jaar.

Schaalvergroting

De gemiddelde omvang van de hotels zal de komende jaren vermoedelijk verder stijgen door de toetreding van grotere hotels op de hotelmarkt.

⇒ In 2000 telde de hotels in Amsterdam gemiddeld 49 kamers per hotel. In 2008 is dit toegenomen naar een gemiddelde van 58 kamers per hotel.

Er zijn 4 hotels in het stadsdeel Slotervaart. Het Fashion Hotel zal in juni 2009 geopend worden. Daarmee komt het aanbod in Slotervaart op 974 hotelkamers, allemaal in het drie- en viersterren segment. Gemiddeld beschikken hotels in Slotervaart over 195 kamers. Ze richten zich vooral op de zakelijke markt.

<p>Opkomst nieuwe hotelketens</p> <p>Een opmerkelijk aantal nieuwe hotelketens zijn toegetreden tot de bestaande markt.</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ EasyHotel: presenteren zich nadrukkelijk als franchise formule. ⇒ CitizenM: in relatief kleine kamers wordt met gebruik van technologie een bepaalde luxe aangeboden aan de gast. Op de kamer zijn airconditioning, multimedia mogelijkheden, gratis internet, luxe bedden en degelijke en suite badkamers te vinden. ⇒ Qbic hotels: veel luxe op weinig m².
<p>Ketenvorming</p> <p>Landelijk gezien heeft tegenwoordig meer dan 50% van alle hotelkamers een of andere vorm van ketenbinding.</p>
<p>Afstoten van hotelvastgoed</p> <p>Grote ketens leggen het accent op beheer door hun hotelvastgoed af te stoten. Een van de redenen om dit te doen is het vrijmaken van financiële middelen voor een wereldwijde groeirace, die is losgebrand onder de grote ketens.</p>
<p>Ruimte is luxe</p> <p>Ruimte, ruimte en nog meer ruimte is een luxe. Vrijheid om te bewegen is een toenemende trend waar met name de welgestelde reizigers om vragen. De luxe hotels zetten in op 'refurbishment' (renovatie/herinrichting) van de hotelkamers door niet alleen de inrichting te veranderen, maar ook door de kamers te vergroten (bijv. Okura Amsterdam: van 3 kamers 2 maken).</p>
<p>Combinatie met andere leisurefaciliteiten</p> <p>Leisure trekt verblijf. Steeds vaker maken hotels deel uit van 'leisure'-centra, megabioscopen, voetbalstadions, congres- en recreatiecomplexen en universiteitscampussen. Hiermee samenhangend is de trend naar luxe en kwaliteit. Het aantal gasten in het toeristische segment dat behoefte heeft aan kwaliteit in faciliteiten en dienstverlening bij een hotelverblijf stijgt. De ontwikkelingen op culinair en wellness gebied spelen hier goed op in.</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Het aantal hotels dat in Nederland wordt gebouwd of verbouwd waarbij 'wellness' in de plannen voorkwam lag in 2008 op 37. Het aantal plannen waarin wellness voorkomt is voor het eerst hoger dan het aantal hotel(ver)bouwplannen waarin vergaderzalen en congresmogelijkheden voorkwam. Het aantal plannen waarin 'vergaderen' voorkwam bleef in 2008 steken op 36 (bron: hotelbouwplannen).
<p>Opkomst van zorghotels</p> <p>Bezuinigingen in de zorg en verkorting van de opnameduur leiden in toenemende mate tot samenwerkingsverbanden tussen hotels, ziekenhuizen en verzorgingshuizen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Het totaal aantal zorghotelkamers is tussen 2005 en 2008 verdubbeld van 396 naar 815 kamers. Er zitten nog 7 projecten in de pijplijn met een volume van 471 extra kamers tot 2012. ⇒ Nieuwe ontwikkeling: Zotel AMC in Amsterdam
<p>Opkomst van short stay-faciliteiten</p> <p>Combinatie woningmarkt en de hotelsector, in de vorm van 'short stay'-faciliteiten. Vanwege de krapte op de woningmarkt verblijven buitenlandse werknemers, uitwisselingsstudenten en gastdocenten in zogenoemde appartementenhotels.</p>
<p>Duurzame hotels</p> <p>'Duurzame Hotels Amsterdam Centrum', de invoering van de zogenaamde 'Green Key', blijkt succesvol. Green Key, het keurmerk voor toerisme in Nederland, heeft als doel de milieuprestaties van hotels te verbeteren en zo de kosten te verlagen.</p>
<p>Vraagrends</p>
<p>Groei hotellerie vlakt af</p> <p>De Nederlandse hotelmarkt heeft in 2007 slechts een minimale groei van de hotelbezetting gerealiseerd.</p>

- ⇒ De gemiddelde bezettingsgraad in de Nederlandse drie-, vier- en vijfsterren hotels is in 2007 met 0,4% gestegen naar 72,5%. De bezettingsgraad in Amsterdam en Schiphol was 81,4%.
- ⇒ De gemiddelde kamerprijs steeg met 1,9% naar € 110. In Amsterdam was de gemiddelde kamerprijs € 140.
- ⇒ Als gevolg van de recessie zullen minder zakelijke hotelgasten in hotels verblijven. In januari 2009 merkten hotels een sterke daling in de bezettingsgraad. Als gevolg hiervan daalt ook de gemiddelde kamerprijs. Hierbij moet opgemerkt worden dat januari altijd een moeilijke maand is, en in vergelijking met de overige periodes in het jaar, altijd de laagste resultaten behaalt.

Hoge bezettingsgraden als gevolg van tekort aan kamers

De regio Amsterdam & Schiphol realiseert (2007) nog steeds de hoogste bezettingsgraden (81,4%) van Nederland. Er is in deze regio sprake van een tekort aan kamers. Een dergelijk tekort kan na een tijd een negatieve werking hebben op de aantrekkingskracht van de stad. Rotterdam, Den Haag en Utrecht zijn met een gemiddelde bezetting van 70% meer flexibel in het aantrekken van potentiële gasten.

Beleids trends

Nota Hotelbeleid 2007 – 2010 (vastgesteld in november 2007 door het college van B&W van Amsterdam)

Voldoende hotelcapaciteit is een basisvoorwaarde voor **Amsterdam** om haar economische doelstellingen te bereiken: versterking van de positie als vestigingsstad (Amsterdam Topstad) en als toeristische en congresbestemming. De conclusie is dat tot 2015 een groei van het aantal overnachtingen van gemiddeld 4% per jaar is te verwachten. Deze verwachte groei vertaalt zich naar een behoefte van 9.000 nieuwe hotelkamers in Amsterdam tot 2015.

Om de doelstelling te bereiken heeft de gemeente Amsterdam de volgende acties ondernomen:

- hotelloods aangesteld
- 50 nieuwe locaties aanwijzen en herbeoordelen op geschiktheid
- Verbetering van de communicatie tussen de gemeente en de marktpartijen door het transparant maken van de procedures
- College van B&W maakt afspraken met de Dagelijks Besturen van de stadsdelen om de doelstelling van 9.000 extra hotelkamers te realiseren
- Omgang met relatief snelle oplossingsrichtingen, onderzoek naar:
 - * Hotels te water (tijdelijke grootschalige hotelcapaciteit, bijv cruiseschepen)
 - * Omzetten van leegstaande kantoren in hotels
- Effectiviteit van het hotelbeleid blijven controleren, dmv monitoring

In **Slotervaart** ontbrak een beleidsinstrument om hotelinitiatieven te beoordelen. Na de hotelnota 2007-2010 voor Amsterdam heeft het stadsdeel de hotelnota Slotervaart 2009-2015 opgesteld. Het doel is in Slotervaart meer hotels te realiseren. De ambitie is 1.500 extra hotelkamers tot 2015. Na voltooiing van het Fashion Hotel telt het stadsdeel 974 hotelkamers.

Het streven van het stadsdeel is erop gericht dat hotelinitiatieven alleen op puur bedrijfseconomische worden beoordeeld en niet op procedurele gronden. Om dat te realiseren worden de onderstaande aanbevelingen gedaan:

- Actief bestemmen – hotellocaties aanwijzen
- Begeleiding – hotelloods - begeleiding van hotelinitiatieven – verkorten van het ontwikkelingstraject door gemeentelijke procedures af te stemmen en inzichtelijk te maken
- Monitoring – om te voorkomen dat er een overschot ontstaat aan hotelfaciliteiten
- Promoting – potentiële hotellocaties benoemen op website van stadsdeel

Plannen / ontwikkelingen in omgeving

- Gemeentelijke opgave om 9.000 extra hotelkamers te realiseren in de periode tot 2015. PM: aantal hotelkamers dat reeds in plannen is opgenomen.
- Opgave vanuit het stadsdeel Slotervaart is om tot 2015 1.500 extra hotelkamers te realiseren, naast de 974 al bestaande kamers.
- Het stadsdeel Slotervaart telt 8 potentiële hotelontwikkelingslocaties.

Hotelnaam	Class.	Aantal kamers	Details
Fashion Hotel Andreasterrein	4	272	Westcord
HEM hotel	3	84	Upgrade en uitbreiding bestaande 216 3* kamers
HEM torens	3	150	Torens op bestaand HEM hotel
Medisch Centrum Slotervaart	n.b.	n.b.	Niet in planvorming opgenomen
Nachtwachtlaan		n.b.	Geen hotelplan weer
Delta-10 (Delflandplein)	4	450	Onderwerp van deze studie- te combineren met HEM hotel
Mercure Schiphol Airport	4	150	Uitbreiding
AEG Gebouw	n.b.	200	Studentenkamers / hotel
Oranjekwartier / Lelylaan	n.b.	100	Aanvraag in pril stadium

n.b. = niet bekend

Detailhandel

Aanbodtrends
Buurtcentra staan onder druk In stedelijke gebieden staan kleine winkelgebieden zonder supermarkt of zonder supermarkt van voldoende omvang (600-1.200 m ² wvo) al enkele jaren onder druk. Zij ondervinden veel concurrentie van supermarktaanbod in stadsdeelcentra, grotere wijkcentra en van solitair gelegen supermarkten.
Thematisering De eerste thematische ontwikkeling in het Nederlandse winkellandschap is de meubelboulevard. In de 21ste eeuw deed het Factory Outlet Centre (FOC) zijn intrede in Nederland. Deze centra zijn veelal perifeer gelegen op goed bereikbare locaties. Op dit moment zijn er in Nederland 3 FOC's; Lelystad, Roermond, Roosendaal. Daarnaast ontwikkelen zich ook de eerste sportclusters zoals The Globe in Den Haag en de ontwikkeling van Stappegoor in Tilburg. Hier zijn sport- en recreatievoorzieningen gecombineerd met detailhandel in aanverwante branches (sport/outdoor/duiken/skiën, etc.). De zorgboulevard is één van de nieuwste trends op gebied van thematisering. Tot enkele jaren geleden was het nog een onbekend begrip, maar inmiddels is de zorgboulevard uitgegroeid tot een fenomeen in zowel de ziekenhuiswereld als in retailland. Veel ziekenhuizen en andere zorgaanbieders zien kansen voor zorgboulevards, health parks of zorgvalleien. Een zorgboulevard combineert de functie van het ziekenhuis met andere gerelateerde gezondheidsdiensten, en met detailhandel in de gemaksfeer. Het winkelaanbod bestaat veelal uit een kleine supermarkt, tijdschriftenwinkel, bloemenwinkel, minidrogist, cadeauwinkel, etc.
Experience centers Consumenten willen artikelen proberen alvorens ze te kopen. Winkeliers spelen daarop in door het inrichten van experience centers. Klanten kunnen bijvoorbeeld in de winkel een taart bakken met behulp van de eventueel te kopen oven. Koken op zowel een inductie- als een gasfornuis om de verschillen te

testen. Of consumenten kunnen hun eigen muziek meenemen om deze in de winkel in huiskamersfeer te beluisteren op de eventueel aan te schaffen muziekinstallatie. Een andere vorm is dat consumenten het product eerst een tijdje kunnen huren, voordat ze besluiten het te kopen. Ook zijn er aanbieders die tijdens een weekendje in een bungalowpark cursussen geven in hoe om te gaan met de nieuwste videocamera.

Schaalvergroting: megasupermarkten en retail parks

Deze trend komt voort uit het streven van retailers naar kostenbesparing en marktvergroting. Met schaalvergroting in het kader van marktvergroting probeert de retailer enerzijds in te spelen op de behoefte van de consument aan gemak en vermaak (inspiration & experience). Anderzijds voorziet deze in de behoefte aan voldoende ruimte om het volledige assortiment goed te presenteren en zodoende goed tot zijn recht te laten komen. Het aantal vestigingspunten is de laatste jaren redelijk stabiel gebleven. Terwijl de gemiddelde winkelvloeroppervlakte van een winkel toe neemt. In 1968 bedroeg het gemiddelde winkelvloeroppervlak 35 m². Momenteel ligt dit gemiddelde op 252 m² per winkel. De effecten van schaalvergroting als het gaat om door de consument gevraagde kwaliteit en compleetheid zien we in de detailhandelsstructuur door het verdwijnen van buurtstrips en –centra.

Krapte leidt tot hogere overnamesommen in de binnenstad en sterke toename filialisering

Als de economische groei weer gaat doorzetten en de huidige krapte op de winkelvastgoedmarkt aanhoudt, zullen de huurprijzen en de overnamesommen in binnensteden (met name A-locaties) verder stijgen. Kleinere, zelfstandige winkeliers kunnen het overnamegeweld van grote retailpartijen steeds minder weerstaan. Steeds vaker besluiten zelfstandigen de hoge overnamesom te accepteren en de deuren in de binnenstad te sluiten (bron: DTZ, Retailers in de rij).

Opkomst van trafficlocaties

In Nederland is een ontwikkeling gaande in de vorm van vestiging van winkelruimten op trafficlocaties. Trafficlocaties kenmerken zich door een dagelijkse grote passantenstroom als gevolg van de nabijheid van een verkeersknooppunt. Te denken valt aan treinstations en benzinstations. De winkelruimten zijn vaak klein van omvang, bieden een beperkt assortiment aan artikelen en zijn gericht op gemak.

Winkels van en voor allochtonen

Het aantal ondernemingen van niet-westerse allochtone ondernemers is in ruim tien jaar tijd verdubbeld: van ruim vijf tot ruim tienduizend. In 2005 was 10% van alle ondernemingen in de detailhandel van niet-westerse allochtone ondernemers; in 1993 was dit nog slechts 5%. Ook het aandeel en aantal ondernemingen van westerse allochtone ondernemers groeiden, zij het minder sterk (6 naar 8 procent). Het aantal bedrijven van autochtone ondernemers nam met ongeveer 2.500 toe; het aandeel binnen de totale detailhandel daalde echter van 87 naar 81%.

De grootte van het assortiment van deze winkels hangt sterk samen met het aantal allochtonen in een bepaalde wijk. Kenmerk van deze winkels is dat zij hun producten van andere toeleveranciers betrekken dan de reguliere detailhandel. Onder autochtonen neemt de belangstelling voor deze winkels toe. Toch bestaat de klantenkring vaak nog vrijwel geheel uit allochtonen. De overlevingskansen van allochtone detailhandelsbedrijven nemen toe. Dit is vooral te danken aan het feit dat het aandeel van startende ondernemers van de tweede generatie stijgt. Dit blijkt uit de vijfde publicatie van het HBD-onderzoeksprogramma 'Demografie van de detailhandel'.

Toenemende concurrentie en opkomst van "category killers"

Kleinere winkels met een algemeen assortiment ondervinden hevige concurrentie van speciaalzaken, brandstores, internetwinkels en grootschalige concurrenten. Steeds meer videotheken, fotohandelaren, kleine algemene boekenwinkels en kleinere elektronica-zaken verdwijnen uit het winkellandschap. In de consumentenelektronica winnen bijvoorbeeld grootschalige ketens als Mediamarkt, BCC en IT's steeds meer terrein ten koste van inkooporganisaties (bijv. Expert) en zelfstandigen. (bron: DTZ, Retailers in de rij). Meer branches zullen te maken krijgen met zogenaamde "category killers". Dit zijn grote ketens – meestal internationaal opererend – die binnen korte tijd een groot marktaandeel weten te krijgen (bron: De

Veranderende Stad). Bekendste voorbeelden in Nederland zijn: Mediamarkt, IKEA, Hornbach en Decathlon.

Vraagrends

Kredietcrisis als onderdeel van conjuncturele ontwikkelingen

Na een aantal goede jaren (2007 en 2008 en mogelijk 2009) voor de detailhandel is – los van de kredietcrisis – een terugloop in consumentenbestedingen voor de jaren erna te verwachten. Dit proces is onderdeel van conjuncturele ontwikkelingen in de economie. De kredietcrisis kan zorgen voor een versterking van de recessie. Mede gezien het sterke overheidsingrijpen in de financiële wereld, verwachten wij op dit moment geen structurele terugval van bestedingen. Na een periode van recessie zullen bestedingen in de detailhandel weer aantrekken. De kredietcrisis heeft voor de detailhandel geen structurele (lange termijn) gevolgen.

Momentconsumentisme: gemak en vermaak

De consument van nu en in de toekomst blijft sterk veranderlijk. Dit zorgt ervoor dat de consument steeds moeilijker valt te voorspellen in zijn aankoopgedrag. Dat wat gisteren een nieuwe trend werd genoemd, kan morgen al weer geschiedenis zijn. Als gevolg van maatschappelijke ontwikkelingen (arbeidsparticipatie, vergrijzing, huishoudengrootte en de multiculturele samenleving) is er sprake van een sterke ontwikkeling in termen van 'momentconsumentisme'. Andere vormen van samenleven, consumeren en beleven hebben duidelijk hun weerslag op het gedrag van de consument. Het ruimtelijke koopgedrag van de consument laat zich op hoofdlijnen goed vertalen in termen van 'gemak' en 'vermaak'.

- **Gemak** betekent daarbij alles wat je nodig hebt dicht bij elkaar, met als kernwoorden efficiëntie en bereikbaarheid (doelgericht aankopen en boodschappen doen). Het gemakswinkelen concentreert zich op goed bereikbare plaatsen in stadsdeelcentra en de periferie.
- **Vermaak** betekent dat het meer gaat om de sfeer en de beleving (recreatief winkelen als vorm van vrijetijdsbesteding, jezelf verwennen) waarin je bepaalde aankopen wilt doen die passen bij de stemming van het koopgedrag.

Internetwinkelen

De bestedingen in de detailhandel via het internet is de afgelopen jaren gestegen. In 2006 werd 1% van de consumptiebestedingen via het aankoopkanaal internetwinkels en postorderbedrijven gedaan. Volgens recente cijfers van het HBD/CBS is dat inmiddels 4,5%. Verder blijkt dat Nederlanders steeds meer kopen via Amerikaanse webwinkels omdat het goedkoper is of omdat een product niet op de Nederlandse markt te verkrijgen is. Een groot deel van de aankopen die thuis worden gedaan, gaat ten koste van de bestedingen in de reguliere, fysieke detailhandel. Internet is vooral populair voor de aankoop van consumentenelektronica. Op de tweede plaats qua besteding via internet staan de branches kleding en schoenen. Naast de verkopen van nieuwe artikelen via de internetshops, heeft ook het tweedehands doorverkopen van goederen een grote invloed. Consumenten kopen massaal tweedehands spullen op Marktplaats, Speurders en Ebay.

Beleidrends

Bereikbaarheid van winkels belangrijk

Bij retailers speelt bereikbaarheid een belangrijke rol. Ondanks de toenemende mobiliteit van de Nederlandse consument zijn er verschillende beleidskeuzes die een invloed uitoefenen op de keuze van het koopgedrag van de consument. De beschikbaarheid van voldoende parkeerplaatsen is nog steeds een bepalende vestigingsplaatsfactor voor binnensteden en winkelcentra. Een verhoging van parkeertarieven in binnensteden of parkeertariefdifferentiatie (bepaalde klassen auto's betalen meer) kan daarbij leiden tot een vermindering of een verandering van de mobiliteit.

Daarnaast zorgen milieuzoneringen voor het weigeren van bepaalde voertuigen, die vooral voor binnenstedelijke locaties gevolgen kunnen hebben. Oude auto's en vrachtauto's/bestelauto's krijgen wellicht beperkingen opgelegd voor de toegang tot binnensteden.

Meer ontwikkelingsmogelijkheden in de periferie

Vanuit de markt speelt schaalvergroting, bereikbaarheid en daarmee toenemende belangstelling voor perifere locaties al enige tijd. Branches zoals speelgoed, bruin- en witgoed en sport vinden steeds vaker een plek in de periferie daar waar bouwmarkten, tuincentra en woonboulevards al langer te vinden zijn. Deze trend is in gang gezet door de Nota Ruimte waarin meer beleidsruimte wordt geboden voor perifere detailhandelsontwikkelingen. Perifere winkelplannen nemen een steeds groter aandeel in van het totaal aan plannen. Momenteel is grofweg de helft van alle geplande winkelmeters voorzien in de periferie. Volgens recente cijfers van Cushman & Wakefield⁴ zit er in Nederland voor de komende 5 jaar circa 1,5 miljoen m² aan perifere winkelplannen in de pijplijn. Dit is circa 5% van het totale huidige winkelareaal. De verwachting is dat 225.000 m² hiervan in 2008 wordt opgeleverd. Of al deze plannen definitief doorgaan is de vraag, maar feit is dat de interesse vanuit de markt voor perifere locaties een enorme vlucht heeft genomen.

Plannen / ontwikkelingen in de omgeving:

- Herontwikkeling winkelcentrum August Allebeplein (4.000 m² bvo)
- Herontwikkeling stadsdeelcentrum Osdorppelein

Horeca en kleinschalige leisure

Aanbodtrends

Veranderende spreiding van horeca in de stad

Van oudsher is de horeca vooral gevestigd in het centrum van de stad en nog steeds zit daar bijna de helft van alle zaken. Maar de bescheiden groei van de horeca van 3% sinds 1990 zien we vooral terug buiten het centrum: Osdorp (+66%), Slotervaart (+59%), Zeeburg (+58%), Zuidoost (+53%) en Amsterdam-Noord (+37%). Oud-Zuid (-13%) en Oud-West (-10%) hebben veel horecabedrijven verloren.

Minder vestigingen, meer horecaoppervlak => schaalvergroting

De totale horecaoppervlakte is in sinds 2002 toegenomen met 6%. Een horecazaak beslaat nu gemiddeld 32 m² meer dan in 2002. Vooral bij restaurants en fastfoodzaken is de gemiddelde oppervlakte toegenomen (15% respectievelijk 13%).

Meer restaurants, minder cafés en minder maar grotere fastfoodzaken

De profilering van de horeca verandert. Nog kort geleden waren cafés het meest voorkomende type horeca in de stad. Nu zijn dat restaurants geworden. Een daling doet zich vooral voor in het aantal fastfoodzaken, cafés en coffeeshops. Bij cafés en coffeeshops zien we naast een daling van het aantal vestigingen ook een daling van het aantal werkzame personen en de oppervlakte. Bij fastfoodzaken is een andere ontwikkeling gaande: het aantal is afgenomen maar hier speelt de schaalvergroting en de 'verketening' van deze branche een rol. Bedrijven die verdwijnen zijn voornamelijk kleine zaken (één tot en met vijf werknemers), terwijl het aantal zaken met 10-20 werknemers groeit. Steeds meer van deze zaken maken een deel uit van een keten. Het horecaprofiel van een stadsdeel vertoont veelal enige samenhang met het gemiddelde inkomen van de bewoners. Restaurants zijn te vinden in de stadsdelen waar inwoners relatief hoge inkomens hebben en snackbars meestal in stadsdelen met lagere inkomens. Alleen in Amsterdam-Noord, waar inkomens relatief laag zijn, zijn er zoveel restaurants bijgekomen dat ze het

⁴ Bron: Cushman & Wakefield: European retail warehousing 2008

aantal snackbars naar de kroon steken.

Van belevenis naar betekenis

Als gevolg van de wensen en eisen van de consument, zijn een aantal trends waar te nemen in het horeca-aanbod:

- De horeca gaat steeds gezondere producten aanbieden zoals salades en gezonde fruitdranken.
- De horeca neemt haar verantwoordelijkheid in de strijd tegen obesitas en bieden vaker een tasting menu aan dat bestaat uit meerdere kleine gangen. Machtige en zware gerechten zijn passé.
- Werken met ingrediënten en producten uit de streek neemt een vlucht. Biologisch geteelde groenten, biologisch vlees, vis in het seizoen: de horeca speelt zo betekenisvol in op maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- Boeking en betalingen gaan online.
- De opmars van specialiteitenkoffie is niet te stuiten. Barista's maken de koffie klaar die jij wenst – espresso, ristretto, macchiato – en dat van een melange die je lekker vindt.
- Speciaalbier krijgt een steeds belangrijke plaats in de cafés. In combinatie met kleine hapjes wordt het proeven van bier als een prettige sociale activiteit ervaren. Ook een goed glas wijn wordt in het café steeds vaker geschonken.
- De horeca als third place wordt steeds belangrijker. Een neutraal en gastvrij terrein waarin mensen van allerlei kleur en leeftijd elkaar ontmoeten, leren kennen en leren vertrouwen. En zo een basis leggen voor samenleven en samenwerken in Nederland.
- Het nachtleven wordt kleinschaliger en gevarieerder. In diverse restaurants en cafés draaien deejays lekkere muziek. Grootschalige dance-events met een vriendelijke sfeer op opvallende locaties worden bezocht door tieners en zestigers. Jong van geest is niet aan leeftijd gebonden.
(Bron: Koninklijke Horeca Nederland ism Foodstep en Bedrijfschap Horeca & Catering)

Multifunctionaliteit binnen de leisure sector neemt toe

De markt wordt breder. Sportscholen en fitnesscentra bieden bijvoorbeeld steeds vaker wellnessfaciliteiten aan. Zo ontstaat een mozaïek van bedrijven die eerst in andere markten opereerden. Saunafaciliteiten worden in toenemende mate aangeboden door fitnesscentra, beautycomplexen en recreatieparken. Het marktaandeel van solitaire sauna's neemt af (2.250 ondernemingen in totaal waarvan klein deel sauna als hoofdactiviteit heeft). Er ontstaat een toenemende concurrentie van fitnesscentra met saunafaciliteiten.

Vraagrends

Horecabestedingen gegroeid

Horecabezoek is een geliefde bezigheid, zeker in de grote steden. Een derde van de grotestadsbewoners gaat minstens eens per maand naar een café, tweederde gaat meer dan eens per jaar uit eten. In andere delen van het land gaat het dan om een kwart respectievelijk ruim de helft. Gemiddeld gaat 5% van het huishoudbudget op aan horecabezoek. Sinds 2000 zijn die uitgaven met 14% gegroeid. Naast inkomen zijn ook leeftijd, gezinssituatie en beroep medebepalend voor de frequentie en keuze van het horecabezoek. Het publiek dat regelmatig uit gaat eten bestaat voor een groot deel uit jongeren, alleenstaanden en mensen met een beroep in de creatieve kennissector. Van alle mensen die wel eens een café of een restaurant bezoeken zijn de meest frequente bezoekers jonge alleenstaanden. Verder geldt dat in de buurten waar relatief veel yuppen wonen ook veel horecagelegenheden zijn gevestigd. Het toenemende aantal alleenstaanden, yuppen en mensen met een creatieve of een kennisberoep zal ongetwijfeld leiden tot meer behoefte aan horeca in Amsterdam.

Toenemende vraag naar ontspanning

De stressvolle samenleving zorgt ervoor dat er een groeiende behoefte is aan ontspanning. Alles omtrent ontspanning, genot en een goed gevoel wint aan populariteit.

Vraag naar kwaliteit

Nederlandse consumenten vinden kwaliteit van voorzieningen en activiteiten erg belangrijk. Ondanks het feit dat de meeste ondervraagden een abonnementsprijs van 40 euro per maand voor een fitnesscentrum relatief duur vinden, is er toch weinig behoefte aan een sober maar goedkoop centrum.

Weatherproof

Vanuit de consument is steeds meer behoefte aan ontspanningsmogelijkheden die onafhankelijk zijn van het weer (weatherproof).

Beleids trends

- Ruimere en flexibele openingstijden worden steeds vaker overwogen en/of doorgevoerd in het gemeentelijk beleid.
- Horeca als ondersteunde functie voor winkel-, werk- en woongebieden.

Plannen / ontwikkelingen in de omgeving:

Ontwikkeling van Pellikaan Health & Racket Club op voormalig sportpark Riekerhaven, mogelijk in combinatie met hotelontwikkeling.

Zorg

Aanbod trends

Opkomst woonzorgcomplexen en geclusterde woonvormen

Huisvesting en zorgdienstverlening voor senioren en mensen met een lichamelijke of geestelijke beperking.

Clustering van zorgfuncties / opkomst gezondheidscentra

Mede ingegeven door de privatisering van de zorgsector zijn zorgaanbieders als huisartsen, fysiotherapeuten, consultatiebureaus, etcetera elkaar gaan opzoeken. Resultaat is een gemaksvoordeel voor de zorgvrager en een schaalvoordeel (gezamenlijk gebruik van assistenten, telefonisten, administratie, etc.) voor de zorgverleners. Ook in verband met doorverwijzingen is een clustering voor beide partijen voordelig. Gezondheidscentra met verschillende zorgfuncties zijn de laatste jaren mede hierdoor een groot succes gebleken.

Vraag trends

Blijvende vraag naar en aanbod van mantelzorg

Veel mantelzorgers willen graag voor hun hulpbehoevende naaste zorgen, maar lopen tegen steeds meer problemen aan. Zo is het bijvoorbeeld moeilijk om de zorg te combineren met een betaalde baan, is het moeilijk om de zorg tijdelijk over te dragen en maken veel mantelzorgers extra kosten.

Beleids trends

Privatisering van de zorgsector

Zorginstellingen gaan als gevolg van de privatisering meer met elkaar concurreren. Organisaties zijn hierdoor genoodzaakt om efficiënter te gaan werken. Dit vanwege bedrijfseconomische redenen. Onderdeel hiervan zijn de huisvestingskosten: het vastgoed. Ziekenhuizen en overige zorginstellingen zijn hierdoor op zoek naar passende en gunstige oplossingen om hun zorgverlening optimaal te kunnen aanbieden.

Extramuralisering van de zorg

Steeds vaker wordt buiten reguliere zorginstellingen (bijv. ziekenhuizen) gelijkwaardige zorg aangeboden, bijvoorbeeld in de eigen woning. De trend is verschuiving van intramurale zorg naar lichtere vormen van zorg, bijvoorbeeld ziekenhuiszorg in een verpleeghuis, verpleeghuiszorg in een verzorgingshuis,

verzorgingshuiszorg in een aanleunwoning.

Wet Maatschappelijke Ondersteuning (WMO)

Door invoering van de WMO ontstaan WMO-loketten bij zorgpunten. Mensen hoeven dus niet meer naar het gemeentehuis, maar kunnen dichterbij huis op een persoonlijke / laagdrempelige manier hun zorgondersteuning aanvragen. Dit is met name bedoeld voor minder-validen: ouderen en gehandicapten.

Verder zien wij dat:

- Veel mensen – met name de minder mobiele – waarde hechten aan een hoge mate van nabijheid van zorgvoorzieningen. Denk hierbij aan ouderen en moeders met jonge kinderen. Daarnaast wordt het gemak van meerdere voorzieningen onder één dak op prijs gesteld (zie hiervoor).
- Een nieuwe trend ontstaat doordat specialisten uit ziekenhuizen naar de zorgvrager “toekomen” in plaats van andersom. Denk hierbij aan een zorgpunt in een wijk waar geregeld een specialist aanwezig is. Een soort van polikliniek in een wijk. Dit is een trend mede bepaald door de aankomende vergrijzing.

Onderwijs

Aanbodtrends

Multifunctioneel gebruik van (onderwijs)voorzieningen

Steeds meer voorzieningen worden multifunctioneel in de tijd gebruikt. Denk hierbij aan een school die 's avonds gebruikt wordt als buurthuis. Daarnaast zie je ook steeds meer voorzieningen die meerdere functies over een periode van bijvoorbeeld 20 jaar kunnen innemen. Schoolwoningen zijn een voorbeeld hiervan. Dit zijn flexibele vastgoedconcepten die naar verloop van tijd eenvoudig zijn om te bouwen naar een andere functie. In dit geval van school naar woning.

Opkomst van brede scholen

Deze ontwikkeling is begonnen in de jaren '80 door de samenvoeging van kleuter- en basisonderwijs tot basisscholen. Nu – sinds half jaren '90 – zie je een opkomst van brede scholen. Dit is een concept waarbij onderwijsvoorzieningen fysiek worden samengevoegd met voorzieningen als zorg, cultuur, sport en vrije tijd.

Internationalisering

Het hoger onderwijs internationaliseert. Het aantal studenten dat in het buitenland studeert en het aantal buitenlandse studenten in Nederland neemt sterk toe. Dit vraagt om flexibele studentenhuisvesting, om short stay faciliteiten.

Vraagtrends

Life long learning

Werknemers zijn nooit uitgeleerd. Traditioneel gezien wordt een opleiding voorafgaand aan de werkcarrière gevolgd. Deze situatie verandert. Alumninetwerken, cursussen en additionele opleidingen tijdens de loopbaan zorgen voor de trend: Life long learning.”

Toename ICT gebruik

ICT is niet meer weg te denken uit het hedendaagse onderwijs. ICT heeft zich de laatste jaren vooral ontwikkeld tot een onderwijs ondersteunend middel, wat zich uit in digitale schoolborden en elektronische leeromgevingen. De opkomst van podcast en videoconferencing in het onderwijs is nog betrekkelijk nieuw maar kan grote gevolgen hebben voor het ruimte gebruik van grote onderwijsinstellingen. Om demand digitaal onderwijsaanbod kan de behoefte aan grote collegezalen wegnemen en de vraag naar mediatheken doen toenemen.

De mogelijkheden van ICT dragen bij aan de groei van het aantal buitenlandse instellingen in ons land (transnationaal onderwijs), waarbij het met name gaat om instellingen uit de Angelsaksische landen.

Transnationaal onderwijs vraagt om hoogwaardige ICT-faciliteiten als onderdeel van studentenhuisvesting.

Plannen / ontwikkelingen in de omgeving:

Verplaatsing van basisschool Professor Einsteinschool van de Delflandpleinbuurt naar de Staalmanpleinbuurt in de vorm van een brede school-concept.