

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie



Amsterdam Zuidoost

**Vraag en aanbod
buurtwinkelcentrum 't Gein**



DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Amsterdam Zuidoost

Opdrachtgever: Stadsdeel Zuidoost

Projectnummer: 651.0307

Datum: 19 juni 2007

Vraag en aanbod buurtwinkelcentrum 't Gein

Droogh Trommelen en Partners

Voorstadslaan 254

6542 TG Nijmegen

T 024 - 379 20 83

F 024 - 378 06 53

E info@dtnp.nl

W www.dtnp.nl

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1	Bijlage 1	Bewonerspanel	17
2	Aanbodzijde	2	Bijlage 2	Begrippenlijst	18
2.1	Aanbodstructuur Zuidoost	2			
2.2	Winkelcentrum 't Gein	4	Bijlage 3	Literatuurlijst	20
3	Vraagzijde	6			
3.1	Aantal inwoners	6			
3.2	Leeftijdsopbouw	6			
3.3	Huishoudenstypen	7			
3.4	Herkomst bevolking	7			
3.5	Ontwikkelingen vraagzijde	8			
4	Toekomstige situatie	9			
4.1	Detailhandelsontwikkelingen	9			
4.2	Distributieve mogelijkheden	11			
4.3	Branchering en ruimteclaim	13			
5	Conclusie	15			

1 Inleiding

Amsterdam Zuidoost kent een fijnmazige, planmatig ontwikkelde winkelstructuur, met een stadsdeelcentrum, wijk- en buurtwinkelcentra en locaties voor perifere en grootschalige detailhandel. Het huidige detailhandelsbeleid van het stadsdeel zet in op behoud van deze fijnmazige structuur. De centra Reigersbos en Ganzenpoort zijn recentelijk vernieuwd. Voor Kraaiennest en Holendrecht bestaan concrete plannen en voor het stadsdeelcentrum Amsterdamse Poort zijn plannen deels in uitvoering, deels in voorbereiding. Op dit moment (2007) vragen de buurtwinkelcentra Venserpolder en 't Gein aandacht. Beide centra zijn verouderd en de indruk bestaat dat het aanbod niet goed aansluit bij de vraag. Dit rapport gaat in op winkelcentrum 't Gein.

Doel en onderzoeksvragen

Het huidige doel van het stadsdeel is het behoud van een fijnmazige structuur, die goed aansluit bij het (gewenste) koopgedrag van de inwoners.

In dit onderzoek worden de volgende onderzoeksvragen beantwoord:

1. Hoe ziet de huidige aanbodstructuur van winkelcentrum 't Gein en omgeving eruit?
2. Hoe ziet de huidige vraagstructuur van winkelcentrum 't Gein eruit?
3. Welke relevante ontwikkelingen doen zich voor in vraag en aanbod in winkelcentrum 't Gein en omgeving?
4. Hoe ziet de toekomstige potentiële vraagzijde voor winkelcentrum 't Gein eruit (kwantitatief en kwalitatief), rekening houdend met genoemde ontwikkelingen?
5. Welk aandeel van de koopkracht kan in de toekomst worden gebonden aan een geoptimaliseerd winkelcentrum 't Gein?
6. Welke omvang en branchering is haalbaar en gewenst om optimaal in te kunnen spelen op de potentiële vraag?
7. Welke acties zijn gewenst om dit te bereiken?

Aanpak

Om deze vragen te beantwoorden hebben we allereerst de huidige vraag- en aanbodzijde van winkelcentrum 't Gein onderzocht. Dit is gebeurd door deskresearch, observatie ter plaatse, een gesprek met de

supermarktondernemer en een bewonerspanel, waarin de mening van de inwoners uit de wijk Gein is gevraagd. Op basis van deze uitgebreide inventarisatie, komen we tot aanbevelingen voor de toekomstige omvang en branchering voor winkelcentrum 't Gein.

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 gaan we in op het winkelaanbod in Zuidoost. Voor winkelcentrum 't Gein maken we een uitgebreide analyse van sterke en zwakke punten. De resultaten van het bewonerspanel zijn integraal meegewogen in deze analyse. Een verslag van deze bijeenkomst is opgenomen in bijlage 1. In hoofdstuk 3 beschrijven we de vraagzijde van winkelcentrum 't Gein. We gaan in op de huidige omvang en samenstelling van de bevolking en op verwachte ontwikkeling hierin. Op basis van de analyse komen we in hoofdstuk 4 tot het haalbare winkelaanbod voor winkelcentrum 't Gein. Naast de omvang gaan we ook in op de gewenste branchering van het winkelcentrum. We sluiten af met een concluderend hoofdstuk met actiepunten (hoofdstuk 5). In bijlagen 2 en 3 zijn een begrippen- en literatuurlijst opgenomen.

2 Aanbodzijde

2.1 Aanbodstructuur Zuidoost

Het stadsdeel Zuidoost is planmatig ontwikkeld. Het winkelaanbod in Zuidoost heeft een fijnmazige en hiërarchische structuur, met een stadsdeelcentrum, 2 wijkwinkelcentra en 4 buurtwinkelcentra.

Stadsdeelcentrum Amsterdamse Poort ligt nabij station Bijlmer en heeft een omvang van circa 35.100 m² winkelvloeroppervlak (wvo)* met zowel dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen. Dit winkelcentrum heeft een relatief groot aanbod dagelijkse artikelen**. Voor dagelijkse boodschappen zijn de supermarkten Albert Heijn, Vomar, Aldi en Lidl de belangrijkste trekkers. Daarnaast is de Shopperhal een bijzondere trekker in dit winkelcentrum. Amsterdamse Poort heeft een langgerekte en enigszins onoverzichtelijke opzet met doodlopende straten en passages.

* wvo=wvo (zie begrippenlijst), aanbodcijfers centra: aangeleverd door Stadsdeel Zuidoost, 2007

** Seinpost Adviesbureau (2003), Detailhandel in Zuidoost

In samenhang met de ontwikkelingen in het ArenA-gebied wordt een plan voor revitalisering van het winkelcentrum gemaakt.

Wijkwinkelcentrum Reigersbos in Gaasperdam is recent herontwikkeld en uitgebreid tot een omvang van circa 7.600 m² wvo. Er is een compleet en uitgebreid winkelaanbod voor dagelijkse en semi-dagelijkse artikelen. Belangrijkste trekkers zijn de supermarkten C1000 en Boni. Het winkelcentrum heeft een langgerekte structuur, met tweezijdige bewinkeling aan een voetgangersgebied. Door het winkelcentrum loopt een fietsroute. Parkeren gebeurt aan de achterzijde van de winkels.

Het tweede wijkwinkelcentrum in Zuidoost is Kraaiennest en heeft een omvang van circa 4.600 m² wvo. Supermarkt Albert Heijn is de belangrijkste trekker in het winkelcentrum. In plaats van het huidige verouderde en slecht zichtbare winkelcentrum wordt nabij metrostation Kraaiennest een nieuw winkelcentrum ontwikkeld met een geplande omvang van circa 8.500 m².



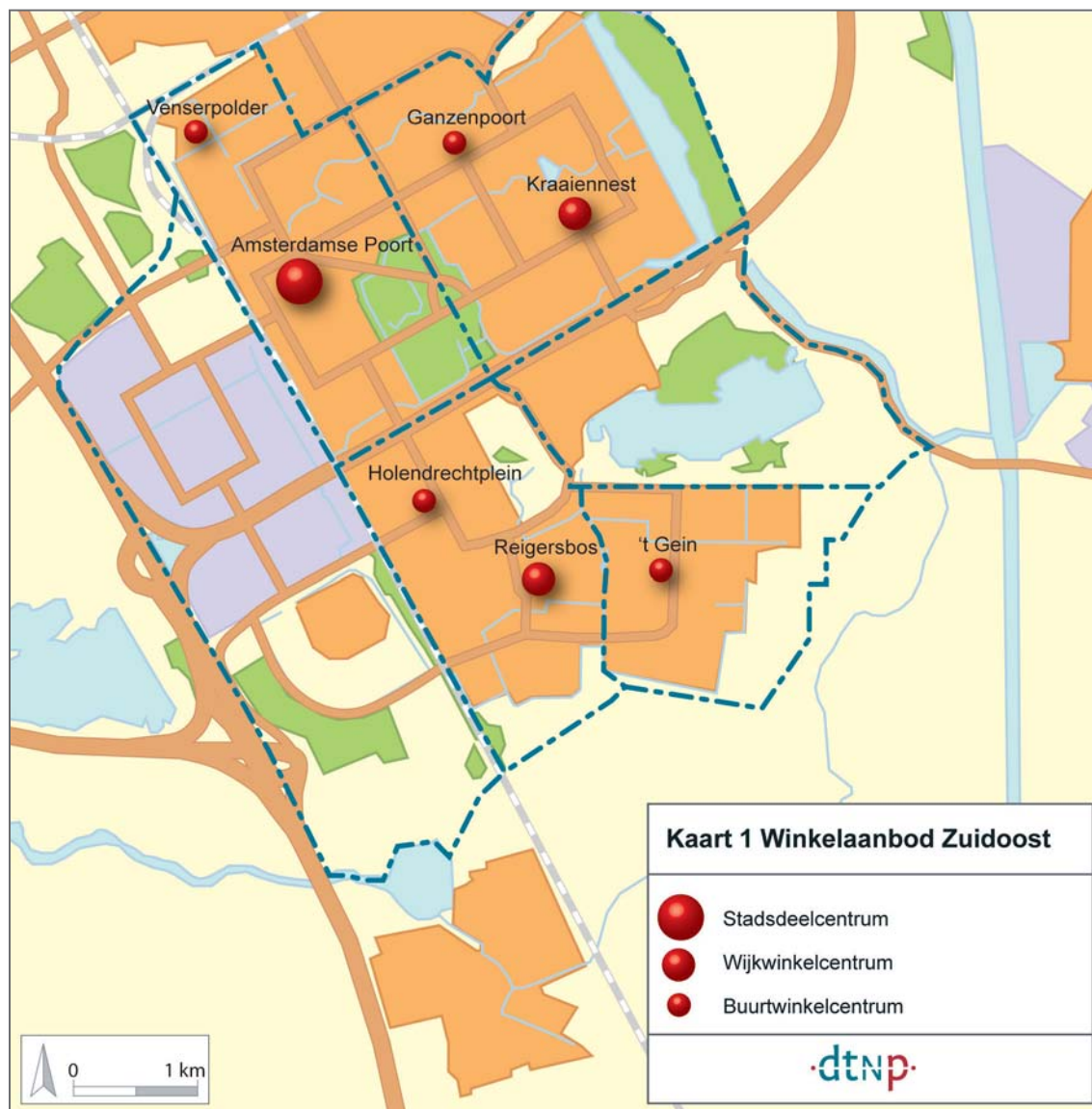
Stadsdeelcentrum Amsterdamse Poort



Winkelcentrum Reigersbos



Holendrechtplein



In 2002 is winkelcentrum Ganzenpoort geopend, ter vervanging van winkelcentrum Ganzenhoef. Dit buurtwinkelcentrum heeft een omvang van circa 3.800 m² wvo. Albert Heijn is de belangrijkste trekker. Het overige aanbod is uitgebreid, maar enkele branches ontbreken (bijvoorbeeld slijter, huishoudelijke artikelen). Het winkelcentrum heeft een langgerekte structuur, met parkeren voor de winkels.

Buurtwinkelcentrum Holendrecht heeft een totale omvang van circa 3.100 m² wvo. Supermarkt Vomar is de belangrijkste aanbieder in dit centrum. Het overige aanbod is incompleet en van beperkte omvang. Er zijn plannen om een nieuw winkelcentrum van circa 3.200 m² te ontwikkelen nabij de Ochtenhof en het metrostation.

De omvang van buurtwinkelcentrum Venserpolder is met 1.400 m² wvo beperkt. Het aanbod bestaat uit supermarkt Super de Boer en enkele overige winkels. Ook is er een strip met horeca aanwezig. De samenhang tussen de verschillende delen is beperkt.

2.2 Winkelcentrum 't Gein

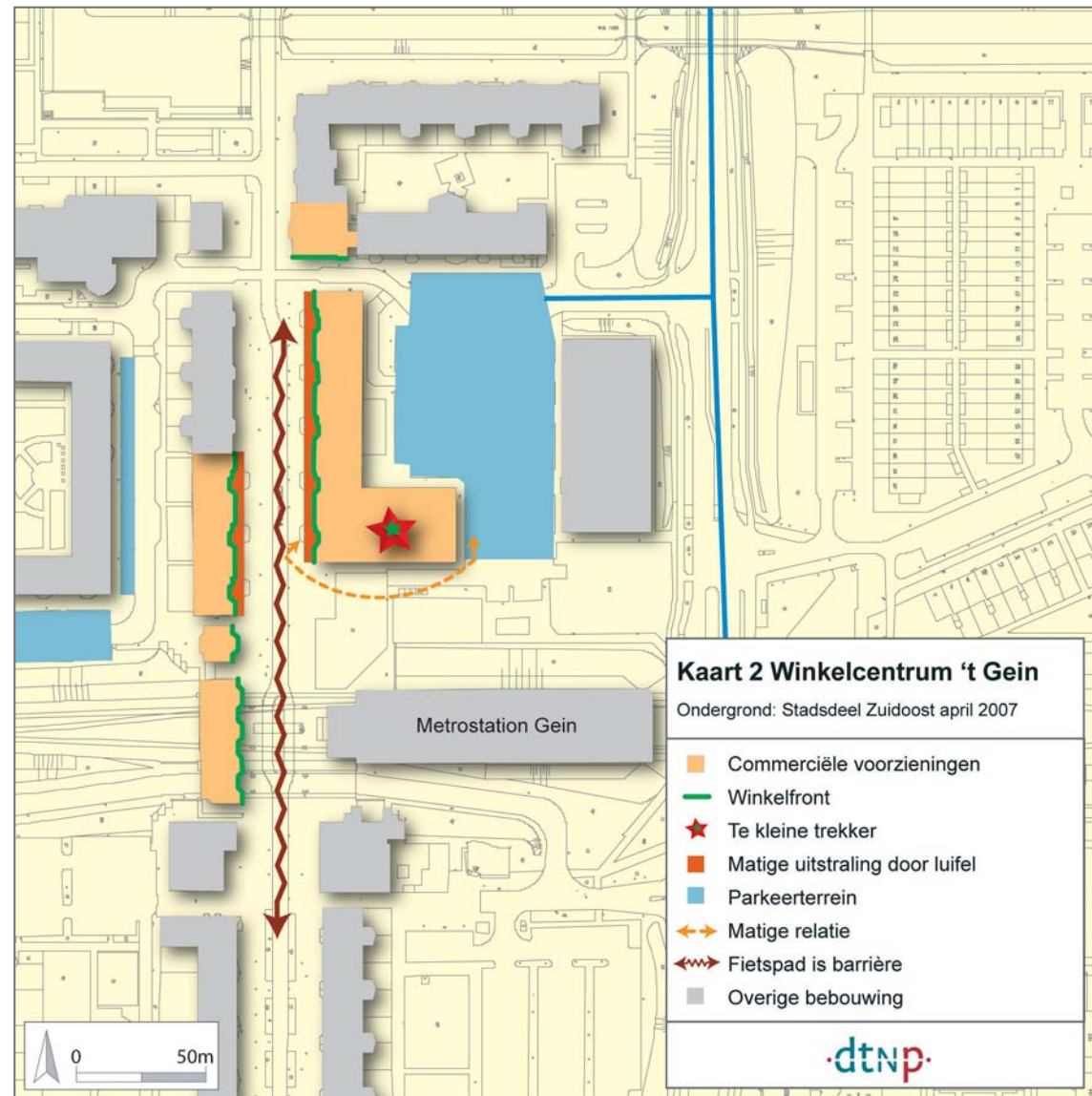
Winkelcentrum 't Gein ligt centraal in het verzorgingsgebied, de buurtcombinatie T97* (Gein, zie kaartje pagina 6). Per auto is het winkelcentrum goed bereikbaar via de Wageningendreef. Door de ligging direct naast metrostation Gein is ook de bereikbaarheid met het openbaar vervoer goed te noemen. Het fietspad dwars door het winkelcentrum zorgt ook voor een goede bereikbaarheid voor langzaam verkeer.

De autobezoeker komt vanaf de Wageningendreef direct uit op de belangrijkste parkeerlocatie van het winkelcentrum. De parkeerdruk op dit terrein is hoog, deels door langparkeerders en deels doordat het terrein ook gebruikt wordt door bezoekers aan aangrenzende voorzieningen (sporthal).

Het winkelaanbod in winkelcentrum 't Gein heeft een omvang van circa 1.100 m² wvo. Belangrijkste aanbieder in het winkelcentrum is de supermarkt C1000 van ± 680 m² wvo**.

* Gedefinieerd door Dienst O&S Amsterdam

** Supermarktgids, 2007





Supermarkt is te klein



Luifels belemmeren zicht op winkels



Gratis parkeren, hoge parkeerdruk

Met deze omvang kan deze supermarkt een functie als trekker onvoldoende vervullen. Het overige winkelaanbod is incompleet en bestaat slechts uit enkele, relatief kleine winkels in dagelijkse artikelen (bakker, toko, Primera). Het overige aanbod commerciële voorzieningen bestaat uit een enkele (avond)horecagelegenheid en enkele dienstverleners, zoals apotheek en kapper.

De commerciële ruimten liggen aan twee zijden van Wisseloord, een straat met een functie als fietspad. De afstand tussen beide zijden van deze straat is relatief groot. Deze afstand in combinatie met de barrièrewerking van het fietspad zorgt voor een matige relatie tussen beide winkelstrips. Het parkeerterrein ligt aan de achterzijde van de winkels, waardoor er een relatief grote afstand moet worden overbrugd tussen de ingang van de winkels en het parkeerterrein.

De uitstraling van het winkelcentrum is matig. Het investeringsniveau van de meeste commerciële voorzieningen is laag. Doordat een deel van het horeca-aanbod alleen 's avonds geopend is, wordt een deel van het centrum gedomineerd door dichte rolluiken.

De luifels belemmeren het zicht op de winkels. De inrichting van de openbare ruimte is gedateerd (bestrating, bloembakken, meubilair).

Ligging	+	Centraal in verzorgingsgebied
Bereikbaarheid	+	Goed bereikbaar per auto, metro en fiets
Parkeren	+ -	Gratis parkeren op groot parkeerterrein Hoge parkeerdruk
Branchering	- - -	Incompleet dagelijks aanbod Kleine winkels Veel (avond)horeca
Trekkerbeeld	-	Te kleine supermarkt
Routing/opzet	+ +/- +/-	Overzichtelijke opzet Afstand tussen winkelfronten groot Relatie winkels - parkeren matig
Uitstraling	- - -	Investeringsniveau winkels is laag Luifels belemmeren zicht op winkels Inrichting openbare ruimte gedateerd

3 Vraagzijde

3.1 Aantal inwoners

Winkelcentrum 't Gein ligt centraal in de duidelijk afgebakende buurtcombinatie T97 (Gein). We beschouwen dit als het primaire verzorgingsgebied van winkelcentrum 't Gein. In totaal wonen in dit deel van Zuidoost circa 12.000 inwoners*.

3.2 Leeftijdsopbouw

De leeftijdsopbouw in Gein wijkt niet veel af van de opbouw van heel Zuidoost. In vergelijking met de landelijke leeftijdsopbouw is wel een aantal verschillen te noemen. Zo is het aandeel jongeren (5-19 jaar) groter in Gein dan in heel Nederland (23% in vergelijking met 18%). Ook het aandeel 20- tot 49-jarigen is iets groter dan in de rest van Nederland. De leeftijdscategorie 65 jaar en ouder is in Gein minder vertegenwoordigd (7% ten opzichte van 14% in Nederland).

* Dienst O&S Amsterdam (1-1-2007)

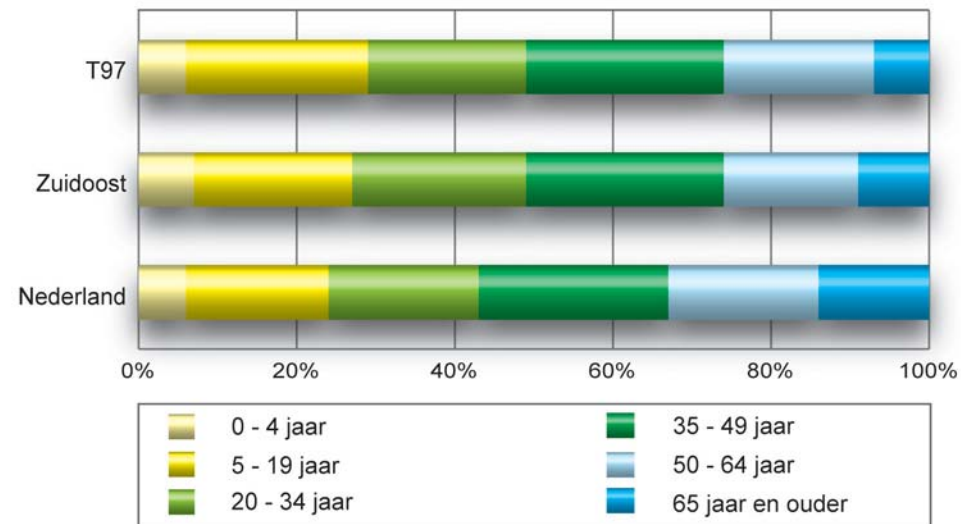


Gein telt circa 12.000 inwoners



Relatief jonge bevolking in Gein

Figuur 1 Leeftijdsopbouw bevolking Gein (T97), Zuidoost en Nederland



Bron: Dienst Onderzoek en Statistiek Amsterdam (2007)/CBS (2006); bewerking DTNP

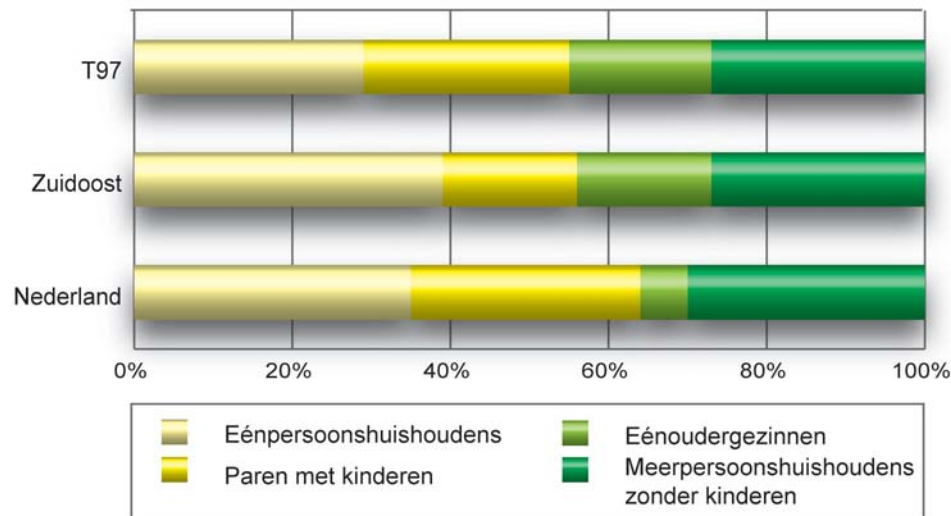


In Gein zijn relatief veel gezinnen met kinderen



Woningen in Gein

Figuur 2 Huishoudenssamenstelling Gein (T97), Zuidoost en Nederland



Bron: Dienst Onderzoek en Statistiek Amsterdam (2007)/CBS (2006); bewerking DTNP

3.3 Huishoudenstypen

Opvallend in de samenstelling van de typen huishoudens in Gein ten opzichte van Zuidoost is het relatief kleine aandeel éénpersoonshuishoudens en het relatief grote aandeel (echt)paren met kinderen.

In vergelijking met de landelijke verdeling van huishoudenstypen is vooral het grote aandeel éénoudergezinnen in Gein opvallend (18% ten opzichte van 6%). Het aandeel éénpersoonshuishoudens, (echt)paren met kinderen en meerpersoonshuishoudens zonder kinderen is in Gein relatief klein.

3.4 Herkomst bevolking

In vergelijking met de rest van Nederland is het aandeel allochtonen in Zuidoost zeer groot (circa 70% in Zuidoost ten opzichte van circa 20% in Nederland). Het grootste deel van de allochtonen in Zuidoost bestaat uit Surinamers en "overige niet-Westerse allochtonen" (in dit geval vooral Ghanezen). Ook Gein bestaat uit een gemêleerde bevolking, met een belangrijk deel Surinamers en Ghanezen. Het totale aandeel allochtonen in Gein is met circa 60%

kleiner dan in heel Zuidoost, maar nog altijd groter dan gemiddeld in Nederland.

3.5 Ontwikkelingen vraagzijde

Op dit moment (2007) telt de wijk Gein circa 12.000 inwoners. Voor de komende decennia wordt een lichte afname van het aantal inwoners verwacht. In de gemeentelijke prognoses (Dienst O&S, 2007) wordt uitgegaan van circa 11.750 inwoners in 2010 en circa 11.550 in 2015. Voor de komende jaren wordt een toename van het aandeel niet-westerse allochtonen verwacht in Gaasperdam (waar Gein onderdeel van uitmaakt)*. Veel Surinamers en overige niet-westerse allochtonen verhuizen vanuit de Bijlmermeer naar Gaasperdam, waar van oudsher relatief meer laagbouw is. Dit zijn vooral inwoners die zo een stap omhoog in hun wooncarrière maken. De invloed hiervan op de sociaal-economische positie van Gaasperdam, en Gein in het bijzonder, is moeilijk te voorspellen.

* Stadsdeel Zuidoost (2006), Kompas stadsdeel Amsterdam Zuidoost, Trends en perspectieven 2006-2010

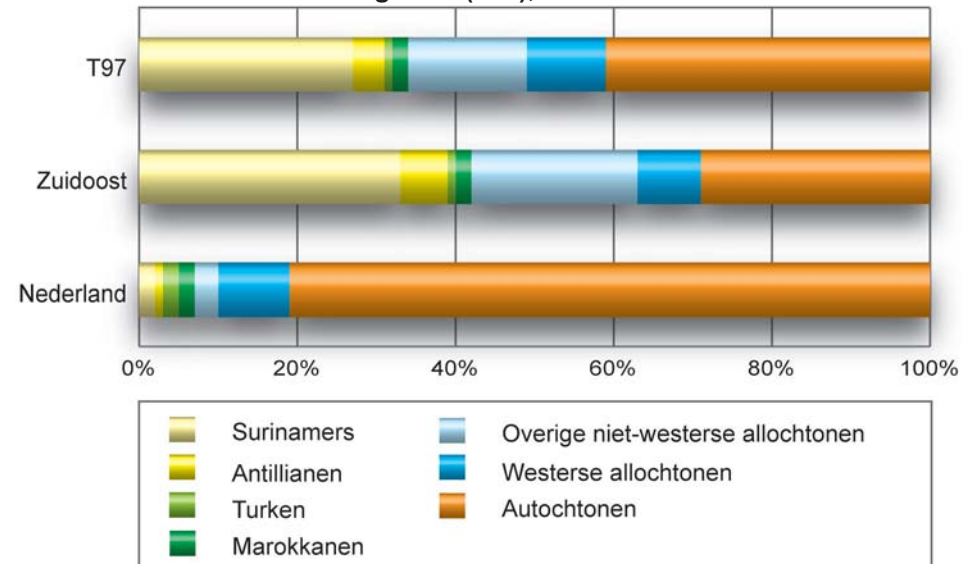


In Gein zijn zowel autochtone als allochtone inwoners



Geen grote stedelijke vernieuwingsplannen in Gein

Figuur 3 Herkomst bevolking Gein (T97), Zuidoost en Nederland



Bron: Dienst Onderzoek en Statistiek Amsterdam (2007)/CBS(2006); Bewerking DTNP



Supermarkt is trekker bij dagelijkse aankopen



Bloemen vaak ook in dagelijks boodschappencentrum

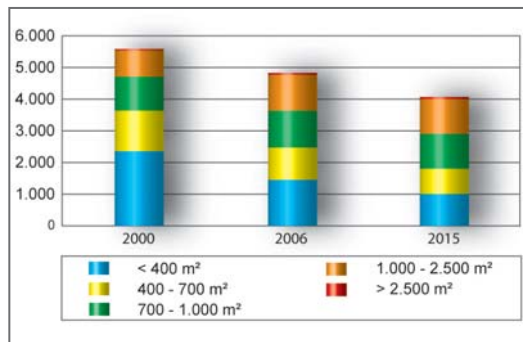


Fig. 4 Ontwikkeling supermarkten naar omvang

4 Toekomstige situatie

4.1 Detailhandelsontwikkelingen

In een buurtwinkelcentrum is boodschappen doen het belangrijkste bezoekmotief. De aankoop van voedings- en genotmiddelen en frequent benodigde non-food (o.a. drogist, bloemen) staat centraal. Verkrijgbaarheid (compleet assortiment), gemak (reistijd, comfort, openingstijden) en bereikbaarheid spelen een belangrijke rol. Enkele relevante ontwikkelingen in de detailhandel voor winkelcentra met een dagelijkse boodschappenfunctie zijn:

Schaalvergroting in de structuur

Door de toegenomen mobiliteit krijgt de consument meer mogelijkheden bij het kiezen van een winkelgebied. Voor kleinschalige voorzieningen is het steeds moeilijker om aan de toenemende eisen van de consument te voldoen. Die verwacht een compleet aanbod en keuze, of het nu gaat om levensmiddelen, mode of meubelen. De noodzakelijke massa (aantal m² wvo) voor een winkelgebied neemt dan ook toe en daarmee weer het benodigde

aantal consumenten. Op deze wijze vindt geleidelijk schaalvergroting plaats in de voorzieningsstructuur. Het gevolg is dat buurtcentra verdwijnen en binnensteden en grote wijk- en themacentra opkomen. Dit proces staat dikwijls op gespannen voet met de maatschappelijke en beleidsmatige wens voor winkels in de woonomgeving. Deze dragen immers bij aan de aantrekkelijkheid van een woonbuurt en zijn vooral belangrijk voor niet mobiele inwoners (o.a. ouderen). Deze groep is echter onvoldoende groot om een compleet dagelijks winkelaanbod op buurtniveau in stand te houden.

Schaalvergroting op winkelniveau

Ook op het niveau van de winkel vindt schaalvergroting plaats (zie figuur 4), waarbij de omvang per winkel toeneemt en het aantal supermarkten afneemt. Tegenwoordig heeft een volwaardige servicesupermarkt al gauw een minimale omvang van 1.000 m² wvo. Voor de toekomst moet rekening worden gehouden met een nog grotere omvang (>1.200 m² wvo).

Supermarkt steeds belangrijker

De kwaliteit en omvang van de supermarkt zijn sterk bepalend voor de trekkracht van een

boodschappencentrum. Het aandeel van de supermarkt in de totale bestedingen is sterk toegenomen ten koste van speciaalzaken. Inmiddels hebben supermarkten voor aankopen in winkels in voedings- en genotmiddelen circa 80% marktaandeel*.

Het stijgende marktaandeel van supermarkten zorgt ervoor dat speciaalzaken het moeilijker krijgen. Tegelijkertijd zorgen supermarkten in een winkelcentrum voor een grote bezoekersstroom. Uit onderzoek** blijkt dat 1/3 deel van de bezoekers aan supermarkten in buurt- en wijkcentra ook één of meer van de nabijgelegen speciaalzaken bezoekt. Dit percentage varieert niet of nauwelijks met de omvang van de supermarkt. Speciaalzaken kunnen daarom meer bezoekers verwachten indien zij nabij een sterk supermarktaanbod gelegen zijn.

Consumentengedrag in beweging

Het consumentengedrag in Nederland is in beweging door de gestage groei van het aantal inwoners van buitenlandse afkomst.

* HBD (2006), Bestedingen en marktaandelen 2005
** G.F.B. Stinstra/DTNP (2005), Compleet anders?!

Deze bevolkingsgroep bestaat vooral uit Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen. Hun consumentengedrag wijkt op onderdelen af van het traditionele Nederlandse patroon. Meer en meer ontdekken winkelbedrijven het marktpotentieel van de allochtone bevolkingsgroepen en proberen zij hun assortiment af te stemmen op de specifieke vraag. De noodzaak van een goede afstemming van het winkelaanbod is met name groot in de steden waar allochtonen een belangrijk aandeel in de bevolking van het verzorgingsgebied innemen. Uit onderzoek* blijkt dat autochtone huishoudens relatief meer geld besteden aan de branches levensmiddelen, persoonlijke verzorging en huis, tuin en dier. Surinamers (in Gein sterk vertegenwoordigd) besteden gemiddeld meer aan audiovisuele en huishoudelijke apparatuur, mode en accessoires en juweliersartikelen. Andere bestedingen wijken niet wezenlijk af. Etnische winkels en de markt zijn voor allochtonen belangrijke aankoopplaatsen als het gaat om de dagelijkse boodschappen, maar de Nederlandse supermarkt is de belangrijkste

* F. Wokke (2006), Kleurrijk winkelen

aankoopplaats voor levensmiddelen*. Net als autochtone inwoners hebben allochtonen steeds meer behoefte aan het gemak van een servicesupermarkt waar ze een groot deel van de boodschappen kunnen doen. Supermarkten spelen hierop in door een speciaal 'exoten-assortiment' aan te bieden of een 'halalcorner' in te richten. Dit assortiment is ook interessant voor de autochtone consument. Vooral voor de middenklasse (allochtoon en autochtoon) is een servicesupermarkt met een volledig aanbod en ruime openingstijden belangrijk, aangezien deze middenklasse druk is met het combineren van een carrière, kinderen en een sociaal leven. Ook het traditionele Nederlandse consumptiepatroon is aan verandering onderhevig. Door verre reizen en kookprogramma's op televisie komen mensen steeds vaker in contact met exotische producten en buitenlandse gerechten waardoor het bestedingspatroon wordt beïnvloed. Er is steeds minder sprake van specifiek 'allochtoon' koopgedrag.

* HBD (1998), Koop- en bestedingsgedrag allochtone consumenten in Nederland



Supermarkt ook voor allochtonen belangrijk



Shopperhal (A'damse Poort): exotische winkels



Etnische speciaalaak is aanvulling op supermarkt

4.2 Distributieve mogelijkheden

In een buurtwinkelcentrum gericht op dagelijkse boodschappen wordt de basis voor winkelvoorzieningen bepaald door het aanbod winkels in voedings- en genotmiddelen. De supermarkt heeft bij het doen van dagelijkse boodschappen een marktaandeel van circa 80% en fungeert daarmee als trekker in het winkelcentrum. Alleen als er een goede supermarkt aanwezig is, krijgen andere winkels met dagelijks aanbod potentie (zoals versspeciaalzaken, drogist). Indien ook dit aanbod haalbaar is, ontstaan kansen voor overige artikelen (zoals huishoudelijke artikelen, textiel). Bij het bepalen van het haalbare aanbod aan winkels in Gein, kan uitgegaan worden van deze 'stapeling' met de supermarkt (en verswinkels) als basis. Zonder deze basis vervallen de kansen voor de meeste overige winkels. De draagvlakanalyse voor winkelcentrum 't Gein begint dan ook met een analyse van het haalbare aanbod voor winkels in voedings- en genotmiddelen.

De distributieve mogelijkheden voor het aanbod winkels in voedings- en genot-

middelen berekenen we aan de hand van de volgende variabelen:

- omvang verzorgingsgebied (aantal inwoners);
- gemiddelde toonbankbestedingen;
- haalbare koopkrachtbinding en -toevloeiing;
- gemiddelde vloerproductiviteit (omzet per m² wvo).

Verzorgingsgebied

Het primaire verzorgingsgebied van het winkelaanbod in Gein wordt gevormd door de inwoners van de buurtcombinatie T97 (Gein). Voor 2010 wordt het inwonertal ingeschat op circa 11.750. Daarna zal het aantal inwoners nog licht dalen. Deze beperkte daling zal naar verwachting weinig invloed hebben op de distributieve mogelijkheden na 2010.

Toonbankbestedingen

In veel berekeningen wordt uitgegaan van bestedingen die consumenten doen in een bepaalde branche (voedings- en genotmiddelen, duurzame en overige goederen). Wij kiezen voor het rekenen met winkels als eenheden, omdat het uiteindelijk gaat om uitbreidingen in winkelmeters. In onze

methodiek worden de non-foodaankopen in supermarkten opgeteld bij de bestedingen in winkels in voedings- en genotmiddelen. Op deze wijze kunnen de toonbankbestedingen die terecht komen in winkels in voedings- en genotmiddelen in Nederland worden bepaald op € 1.973,- per hoofd per jaar*.

Het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner van Gein ligt $\pm 7\%$ lager dan het Nederlandse gemiddelde**. Het is moeilijk in te schatten hoe het inkomensniveau in Gein zich gaat ontwikkelen ten opzichte van het Nederlands gemiddelde. Over het algemeen gaan dergelijke wijzigingen langzaam. In onze berekeningen voor 2010 gaan we daarom uit van de huidige cijfers. Omdat het gemiddeld besteedbaar inkomen in Gein afwijkt van het Nederlands gemiddelde, is het gewenst de landelijke bestedingscijfers aan te passen. Voor toonbankbestedingen in voedings- en genotmiddelen is het gebruikelijk het bestedingscijfer aan te passen met een correctie van $\frac{1}{4}$ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands

gemiddelde*. Voor Gein gaan we daarom uit van een toonbankbesteding in winkels in voedings- en genotmiddelen van € 1.941,- ($\text{€ } 1.973 - (\frac{1}{4} \times 7\% \times \text{€ } 1.973)$).

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

Niet alle bestedingen van inwoners uit het primaire verzorgingsgebied komen terecht in het eigen winkelapparaat. Het aandeel (%) van de totale bestedingen van inwoners uit Gein dat wordt gedaan in winkelcentrum 't Gein is de koopkrachtbinding. Uit een analyse van het huidige marktaandeel van de supermarkt kunnen we constateren dat de huidige koopkrachtbinding aan het winkelcentrum laag is. Een verklaring hiervoor is dat de omvang en diversiteit van het aanbod in winkelcentrum 't Gein beperkt is en het aanbod in de omgeving (onder meer Reigersbos) sterker is. In een wijk van circa 12.000 inwoners is het mogelijk een buurtwinkelcentrum met een compleet aanbod en eigentijdse omvang te behouden. Op basis van algemene kengetallen en ervaringscijfers schatten wij in deze situatie de haalbare

koopkrachtbinding voor een compleet buurtwinkelcentrum 't Gein in op 40 à 50%.

Naast inkomsten uit het eigen verzorgingsgebied komt een deel van de omzet van buiten dit gebied. Dit aandeel binnen de totale omzet noemen we de koopkrachttoevloeiing. Vanwege de geïsoleerde ligging van de wijk Gein en de beperkte omvang van het buurtwinkelcentrum in verhouding tot omliggende centra (met name Reigersbos), verwachten wij dat de toevoeiing relatief laag is. Voor de toekomst gaan we uit van een gemiddelde toevoeiing in een buurtwinkelcentrum van 10%.

Vloerproductiviteit

De gemiddelde omzet per m² winkelvloeroppervlak (wvo) (vloerproductiviteit) kan als maat worden gezien voor het economisch functioneren. De noodzakelijke omzet per m² varieert per regio, type winkelgebied, branche en winkelformule. In Nederland ligt de gemiddelde omzet per m² wvo in winkels in voedings- en genotmiddelen rond de € 7.100,- (HBD, 2006). In de Randstad moet rekening worden gehouden met gemiddeld hogere huisvestingslasten, waardoor de noodzakelijke

* HBD (2006) Bestedingen en Marktaandelen 2005

** CBS (2007), Statline databank

* o.a. Bolt (2003), Winkelvoorzieningen op Waarde geschat



Eigentijdse supermarkt van tenminste 1.000 m² wvo



Daarnaast ruimte voor enkele versspeciaalzaken



Overig aanbod deels richten op allochtone bevolking

omzet per m² hoger is. Wij gaan in deze situatie uit van een benodigde vloer-productiviteit van € 8.000,-.

Haalbaar aanbod voedings- en genotmiddelen

Door inwoners (11.750), toonbankbestedingen (€ 1.941) en binding (40 à 50%) met elkaar te vermenigvuldigen, wordt duidelijk welk bedrag bestedingen in het winkelcentrum terecht komt (€ 9,1 à 11,4 mln). Omdat 10% van de omzet van buiten het verzorgingsgebied komt, vormt dit bedrag 90% van de totale omzet. De totale omzet (100%) is zo te berekenen op € 10,1 à 12,7 miljoen. Door dit bedrag te delen door de benodigde omzet per m² (€ 8.000), wordt het haalbare winkelvloeroppervlak winkels in voedings- en genotmiddelen duidelijk: 1.250 à 1.600 m² (zie tabel 1).

Dit betekent dat in Gein mogelijkheden zijn voor een winkelcentrum met een eigentijdse supermarkt (± 1.200 m² wvo) aangevuld met enkele versspeciaalzaken (zoals bakker, slager, toko). In de volgende paragraaf gaan we in op de branchering en ruimtebehoefte van buurtwinkelcentrum 't Gein, uitgaande van dit foodaanbod als basis.

Tabel 1 Haalbaar aanbod in winkels in voedings- en genotmiddelen in Gein 2010

Verzorgingsgebied	11.750
Toonbankbestedingen	€ 1.941
Koopkrachtbinding	40-50%
Gebonden bestedingen	€ 9,1-11,4 mln
Koopkrachttoevoeiing	10%
Totale bestedingen	€ 10,1-12,7 mln
Gem. omzet per m ² wvo	€ 8.000
Haalbaar aanbod wvo	1.250-1.600 m ²

4.3 Branchering en ruimteclaim

Haalbare branchering

In een winkelcentrum gericht op de dagelijkse boodschappen is de aanwezigheid van een eigentijdse supermarkt cruciaal. Een supermarkt met een omvang die groot genoeg is om te voldoen aan de eisen van de moderne consument (compleet assortiment, veel keuze, ruime gangpaden, etc.) fungeert als publiekstrekker voor het winkelcentrum. Deze winkel zorgt voor een gegarandeerde dagelijkse stroom van bezoekers, waar overige winkels in het winkelcentrum van kunnen profiteren. Een buurtwinkelcentrum met een eigentijdse supermarkt als trekker

heeft een totaal winkeloppervlak van 2.500 à 3.000 m², inclusief horeca en dienstverlening.

In Gein zijn voldoende distributieve mogelijkheden voor een eigentijdse supermarkt. Een supermarkt in een prijsvriendelijk marktsegment en met een gevarieerd, deels exotisch assortiment, is zowel voor autochtone als allochtone consumenten een belangrijke aankoopplaats. Met deze supermarkt als basis is daarnaast ruimte voor enkele winkels voor dagelijkse boodschappen en een aantal horecavestigingen en dienstverlenende instanties (zoals apotheek en kapper). Ook voor deze branches geldt dat het koopgedrag van allochtone consumenten steeds meer lijkt op dat van autochtone consumenten (onder andere verswinkels, drogist). De supermarkt en het overige basisaanbod voor dagelijkse aankopen kan in winkelcentrum Gein mogelijk worden aangevuld met enkele winkels, die gericht zijn op de specifieke kenmerken van de inwoners in Gein.

De branchering en bijbehorende omvang voor buurtwinkelcentrum 't Gein is weergegeven in tabel 2.

Tabel 2 Indicatie haalbare omvang en branchering winkelcentrum 't Gein

Branche	WVO
Supermarkt	1.200
Versspeciaalzaken (bijv. bakker, slager, toko)	100-300
Slijter	100-150
Tabak/lectuur/schrijfwaren	100-150
Drogist	200-300
Overige winkels (bijv. bloemen, optiek)	400-500
Horeca (bijv. snackbar), diensten (bijv. kapper, apotheek)	400
TOTAAL	2.500-3.000

Ruimtebehoefte

Een compleet buurtwinkelcentrum in Gein heeft een omvang van 2.500 à 3.000 m² wvo. Dit komt neer op een ruimtebehoefte voor commerciële voorzieningen van circa 3.300 à 4.000 m² brutovloeroppervlak (bvo)*.

Naast ruimte voor het commerciële programma (winkels, horeca, diensten) moet ook rekening worden gehouden met

* bvo = totale ruimte van een winkel bestaande uit winkelvloeroppervlak inclusief niet voor consumenten toegankelijke ruimte (opslag, kantine, etc.). We gaan hier uit van een verhouding 100% wvo = 75% bvo

voldoende ruimte voor parkeren. Om de ruimteclaim voor parkeren te berekenen maken we gebruik van landelijke kengetallen. Voor buurt- en wijkwinkelcentra is een parkeernorm van 2,5 à 4 plaatsen per 100 m² bvo* gebruikelijk. Voor supermarkten wordt vaak een parkeernorm van 5 à 6 plaatsen per 100 m² bvo gehanteerd. In winkelcentrum 't Gein vormt de supermarkt een groot deel van het totale winkeloppervlak.

Wij gaan in deze situatie uit van een parkeernorm voor het winkelcentrum van 4 parkeerplaatsen per 100 m² bvo. Dit komt neer op een totaal aan benodigde plaatsen van 130 à 160. De ruimtebehoefte voor een parkeerplaats is circa 25 m² (inclusief ontsluiting). Voor winkelcentrum 't Gein kan de ruimteclaim voor parkeren daarmee worden berekend op 3.250 à 4.000 m².

* CROW (2004), ASVV 2004



Winkelaanbod in Gein is van beperkte omvang



Reigersbos met compleet aanbod op korte afstand



Uitbreiding supermarkt noodzakelijk

5 Conclusie

Het huidige doel van het stadsdeel is het behoud van een fijnmazige winkelstructuur, die goed aansluit bij het (gewenste) koopgedrag van de inwoners. Buurtwinkelcentrum 't Gein is verouderd en de indruk bestaat dat het aanbod niet goed aansluit bij de vraag. In dit onderzoek hebben we de vraag- en aanbodzijde van winkelcentrum 't Gein onderzocht. Dit is gebeurd door deskresearch, observatie ter plaatse, een gesprek met de supermarktondernemer en een bewonerspanel, waarin de mening van de inwoners uit de wijk Gein is gevraagd. Op basis van de input uit deze inventarisatie en onderzoek naar de economische haalbaarheid komen we tot aanbevelingen voor de toekomstige omvang en branchering voor winkelcentrum 't Gein.

1 Huidige aanbodstructuur

Het winkelaanbod in Zuidoost bestaat uit een stadsdeelcentrum, 2 wijkwinkelcentra en 4 buurtwinkelcentra. Buurtwinkelcentrum 't Gein is centraal gelegen in de wijk Gein. Het winkelaanbod in winkelcentrum 't Gein is van

beperkte omvang. De supermarkt is te klein om de functie van trekker goed te kunnen vervullen. Ook het overige dagelijkse aanbod is klein en incompleet. Het winkelcentrum heeft een verouderde uitstraling.

2 Huidige vraagstructuur

Het verzorgingsgebied van winkelcentrum 't Gein wordt gevormd door de inwoners uit de wijk Gein (circa 12.000). In deze wijk wonen relatief veel jongeren (< 20 jaar) en relatief weinig ouderen (65 jaar en ouder). Het aandeel alleenstaanden is klein. Ten opzichte van het Nederlands gemiddelde wonen in Gein relatief veel éénoudergezinnen. Dit geldt overigens voor het hele stadsdeel Zuidoost. Circa 60% van de inwoners is van allochtone afkomst (vooral Surinamers en Ghanezen).

3 Relevante ontwikkelingen

Er zijn de komende jaren geen grote stedelijke vernieuwingsoperaties in dit gebied gepland, waardoor geen grote wijzigingen in de samenstelling van de bevolking te verwachten zijn. Ook in de aanbodstructuur in de omgeving zijn geen grote ingrepen gepland. Het Holendrechtplein heeft geen wezenlijke invloed op Gein.

4 *Toekomstige vraagzijde*

In de toekomst kan worden uitgegaan van circa 11.750 inwoners in 2010 en circa 11.550 in 2015. De bevolkingssamenstelling zal naar verwachting niet substantieel wijzigen.

5 *Marktaandeel winkelcentrum 't Gein*

Uitgaande van een opgewaardeerd en compleet buurtwinkelcentrum en rekening houdend met concurrerend aanbod, schatten wij de koopkrachtbinding (marktaandeel) voor winkels in voedings- en genotmiddelen in op 40 à 50%. Daarnaast mag $\pm 10\%$ toevloeiing van omzet van buiten Gein verwacht worden.

6 *Omvang en branchering*

Het is mogelijk in Gein een compleet en eigentijds buurtwinkelcentrum te realiseren bestaande uit een supermarkt met een toekomstgerichte omvang, aangevuld met enig overig dagelijks aanbod. Voor het totale winkelcentrum moet gedacht worden aan een omvang van 2.500 à 3.000 m² wvo (tabel 2).

7 *Benodigde acties*

Om optimaal in te kunnen spelen op de potentiële vraag is het gewenst het huidige

winkelcentrum te versterken. Wij bevelen de volgende acties aan:

- Uitbreiden supermarkt tot ± 1.200 m² wvo, zodat deze winkel als trekker voor het winkelcentrum kan fungeren;
- Ruimte bieden voor enig overig dagelijks aanbod zo dicht mogelijk bij de ingang van de supermarkt, behoud van een compacte opzet van het winkelcentrum;
- Zorgen voor voldoende parkeerplaatsen voor bezoekers aan het winkelcentrum, bij voorkeur zo dicht mogelijk bij de ingangen van de winkels;
- Verbeteren van de uitstraling en zichtbaarheid van de winkels (is nu matig door aanwezige luifels);
- Moderniseren van de inrichting van de openbare ruimte (bestrating, meubilair, verlichting).

Deze acties dienen in samenhang te worden uitgevoerd. In een ruimtelijk-functioneel plan voor het winkelcentrum kan een optimale ruimtelijke opzet met courante winkelunits en goede parkeergelegenheid worden uitgewerkt.

De gewenste versterking zal binnen de huidige contouren van het winkelcentrum niet kunnen worden gerealiseerd. De kleine units, de opgangen van de woningen, de luifels voor de winkels en het verspreide eigendom vormen knelpunten bij de uitbreiding van het bestaande vastgoed. Aansluitend aan het bestaande vastgoed is naar verwachting wel voldoende ruimte voor uitbreiding van het winkelcentrum. Bij voorkeur wordt bij herontwikkeling van het winkelcentrum een betere relatie gelegd met het parkeerterrein.

De functioneel-ruimtelijke opzet en daarmee het vestigingsklimaat voor winkels en daarmee weer het toekomstige aanbod van het winkelcentrum hangt af van de mate waarin het stadsdeel en overige belanghebbende partijen bereid zijn ruimte te maken voor substantiële herontwikkeling van het winkelcentrum.

Bijlage 1 Bewonerspanel

Op 8 mei 2007 is er een paneldiscussie gevoerd met 16 bewoners van Gein. Voor veel bewoners is winkelcentrum Reigersbos de belangrijkste aankoopplaats. De meeste bewoners geven aan winkelcentrum 't Gein wel te bezoeken, maar dan alleen voor een kleine of vergeten boodschap. Reden voor dit koopgedrag is het grote aantal zwakke punten van winkelcentrum 't Gein en het sterke aanbod in het nabijgelegen Reigersbos.

Als zwakke punten (en redenen om het winkelcentrum niet te bezoeken) worden genoemd:

- Supermarkt te klein (beperkt assortiment);
- Aantal winkels is te beperkt/diverse branches ontbreken (bijvoorbeeld verszaken, drogist), winkelaanbod wordt steeds kleiner
- Te veel avondhoreca (is overdag vaak gesloten, geen meerwaarde voor winkelcentrum)
- Buurtcentrum wordt matig benut (is overdag vaak dicht, heeft een gesloten, ongezellige uitstraling)

- Uitstraling is slecht/verloederd (inrichting winkels, onderhoud panden, inrichting openbare ruimte)
- Hangjongeren zorgen voor groot gevoel van onveiligheid
- Luifels zorgen voor slechte uitstraling en onveilige situaties: ze zijn donker en vies
- Parkeerterrein staat vaak vol met langparkeerders, die met de metro de stad ingaan

De volgende punten vinden bewoners sterk aan winkelcentrum 't Gein:

- Aanwezigheid buurtcentrum
- Goede bereikbaarheid (fiets, metro)
- Goede en betrokken supermarkt-ondernemer
- Aanwezigheid consumenten (onder meer door verzorgingshuis naast winkelcentrum)

De volgende verbeterpunten of acties zijn door de bewoners naar voren gebracht:

- Uitstraling en veiligheid in het winkelcentrum verbeteren, door meer licht (luifels weg), herinrichting van de openbare ruimte (nieuwe bestrating) en opknappen van de panden

- Diversiteit aan winkels vergroten (uitbreiden supermarkt, meer winkels toevoegen in plaats van horeca en overige niet-winkelvoorzieningen)
- Parkeerterrein vrijmaken voor winkelbezoekers door langparkeerders te verwijzen naar ander parkeerterrein bij metrostation
- Winkelcentrum op de kaart zetten door gezamenlijke promotie, activiteiten

Algemene conclusie is dat als er niet snel actie wordt ondernomen, het winkelcentrum verder zal verloederen en de supermarkt als belangrijkste trekker in het winkelcentrum waarschijnlijk zal verdwijnen.

Overigens vragen de bewoners zich af wat de status van deze bijeenkomst is en hoe deze avond en dit onderzoek zich verhoudt tot eerdere onderzoeken en plannen. Ze geven aan al vaker hun mening te hebben gegeven over het winkelcentrum en vragen zich af waarom daar tot op heden niets mee is gedaan. Ook vragen ze zich af waarom de supermarkt nog niet is uitgebreid, terwijl het Stedebouwkundig Programma Van Eisen al in 2005 door de raad is vastgesteld.

Bijlage 2 Begrippenlijst

Branche

Een groep van bedrijven die wordt gekenmerkt door één bepaalde (dominante) assortimentsgroep of door een veel voorkomende combinatie van assortimentsgroepen (bijv. warenhuizen). Winkels zijn onder te verdelen in winkels in voedings- en genotmiddelen (VGM) en winkels in duurzame en overige goederen (DOG). De sector voedings- en genotmiddelen bestaat uit de supermarkten en versspeciaalzaken. De sector duurzame en overige goederen is opgebouwd uit artikelen in de branchegroepen frequent benodigde non-food (o.a. drogisterij, huishoudelijke artikelen), modisch recreatief (o.a. kleding, lederwaren), overig recreatief (o.a. boeken, juwelier, warenhuis) en overige detailhandel (o.a. tweedehands).

Brutovloeroppervlak (bvo)

Totale ruimte van een winkel bestaande uit winkelvloeroppervlak inclusief niet voor consumenten toegankelijke ruimten (opslag, kantine, etc.). Globaal gaan we uit van een

verhouding 100% wvo = 70 à 80% bvo, afhankelijk van de branche.

Detailhandel

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit alsmede anders dan voor verbruik ter plaatse.

Dienstverlening

Een bedrijf met uitsluitend of in hoofdzaak een dienstverlenende of verzorgende taak met een publieksaantrekkende functie (bijv. wasserette, kapsalon, schoenmaker, autorijschool, videotheek, reisbureau, postagentschap alsmede naar aard en uitstraling overeenkomstige bedrijven).

Grootschalige detailhandelsvestiging (GDV)

Vestiging van detailhandel op een locatie buiten de bestaande winkelgebieden waar ruimte is gereserveerd voor dergelijke grootschalige detailhandel (minimaal 1.000 m² winkelvloeroppervlak per vestiging) waarbij

de branchebeperkingen van de perifere detailhandelsvestiging (PDV) niet of niet volledig gelden.

Horeca

Een bedrijf waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt en/of waarin bedrijfsmatig logies wordt verstrekt.

Koopkrachtbinding

Niet alle bestedingen van de inwoners van een verzorgingsgebied komen terecht in het eigen winkelapparaat. Het aandeel (%) van de totale bestedingen van inwoners dat wordt gedaan in het winkelapparaat in het eigen verzorgingsgebied, noemen we de koopkrachtbinding.

Koopkrachttoevoeiing

Naast de inkomsten uit het eigen verzorgingsgebied komt een deel van de omzet van buiten het verzorgingsgebied. Dit aandeel binnen de totale omzet noemen we de koopkrachttoevoeiing of het aandeel vreemde koopkracht.

Maatschappelijke voorzieningen

Educatieve, sociaal-medisch, sociaal-culturele en levensbeschouwelijke voorzieningen. Voorzieningen ten behoeve van sport en sportieve recreatie en voorzieningen ten behoeve van openbare dienstverlening, als ook ondergeschikte detailhandel en horeca ten dienste van deze voorzieningen.

Perifere detailhandel

Detailhandel gevestigd buiten de reguliere winkelconcentraties, maar binnen bestaand of te ontwikkelen stedelijk gebied (bijv. op een bedrijventerrein).

Perifere detailhandelsvestiging (PDV)

In het beleid voor perifere detailhandelsvestigingen (PDV-beleid) is tot op heden een uitzondering gemaakt voor de detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen en detailhandel in ABC-goederen (auto's, boten en caravans), tuincentra, bouwmarkten, grove bouwmaterialen, keuken en sanitair alsmede woninginrichting waaronder meubels. Deze volumineuze detailhandel heeft vanwege omvang en aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig voor de uitstalling en kunnen

daarom niet binnen de aangewezen winkelconcentratiegebieden gevestigd worden. Deze branches worden wel PDV-branches genoemd.

Toonbankbesteding

Consumentenbestedingen in winkels. Hiertoe behoren dus niet de bestedingen aan aankopen via bijvoorbeeld postorderbedrijven en internet. In veel distributieplanologische berekeningen wordt uitgegaan van bestedingen die consumenten doen in een bepaalde branche. Wij kiezen ervoor te rekenen met winkels als eenheden, omdat we in de distributieplanologie de uitbreidingsruimte van winkelmeters berekenen.

In onze methodiek wordt de aankoop van pannen (huishoudelijke artikelen) bij een supermarkt gerekend tot een besteding in winkels in de branche voedings- en genotmiddelen en de aankoop van een Hemaworst (voeding) wordt gerekend tot een besteding in winkels in duurzame en overige goederen.

Verkoopvloeroppervlak (vvo)

Gelijk aan winkelvloeroppervlak (wvo). Vanwege de verwarring die kan ontstaan met verhuurbaar vloeroppervlak (vvo) hanteren wij het begrip winkelvloeroppervlak.

Vloerproductiviteit

De gemiddelde omzet per m² winkelvloeroppervlak kan als maat worden gezien voor het economisch functioneren. De noodzakelijke omzet per m² varieert per type winkelgebied, branche en winkelformule. In Nederland ligt de gemiddelde omzet per m² in winkels voor voedings- en genotmiddelen rond de € 7.100,-. Voor winkels in duurzame en overige goederen (zonder wonen en doe-het-zelf) is de gemiddelde omzet per m² € 2.400,- (HBD, 2006).

Winkelvloeroppervlak (wvo)

De voor het publiek toegankelijke winkelruimte ten behoeve van detailhandel, inclusief zichtbare ruimten zoals bijvoorbeeld etalages en de ruimte achter toonbanken en kassa's.

Bijlage 3 Literatuurlijst

- Drs. E.J. Bolt (2003), Winkelvoorzieningen op Waarde geschat, Bolt, Merkelbeek
- CBS (2007), Statline databank (www.cbs.nl)
- CROW (2004), ASVV 2004 aanbevelingen voor verkeersvoorzieningen binnen de bebouwde kom, CROW, Ede
- Dienst O&S Amsterdam (2007) (www.os.amsterdam.nl)
- HBD (1998), Koop- en bestedingsgedrag allochtone consumenten in Nederland, HBD, Den Haag
- HBD (2006) Bestedingen en Marktaandelen 2005, HBD, Den Haag
- Seinpost Adviesbureau (2003), Detailhandel in Zuidoost, Seinpost Adviesbureau, Arnhem
- Stadsdeel Zuidoost (2006), Kompas stadsdeel Amsterdam Zuidoost, Trends en perspectieven 2006-2010, Stadsdeel Amsterdam Zuidoost, Amsterdam
- G.F.B. Stinstra/DTNP (2005), Compleet anders?!, DTNP Nijmegen
- Supermarktgids, 2007, Ondernemerspers Nederland, Ter Aar
- F. Wokke (2006), Kleurrijk winkelen, Afstudeeronderzoek, Utrecht School of Economics, Universiteit van Utrecht