

CONCEPT Eindrapport Horecavisie ArenAPoort Amsterdam

Concept Eindrapport



titel rapport
**CONCEPT Eindrapport
Horecavisie ArenA-
Poort Amsterdam**

datum
12 maart 2021

projectnummer
P03686

opdrachtgever
Gemeente Amsterdam

BRO
Projectleider
JCJV
Projectteam
DV, EK

bron Kaft
BRO

BRO
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl
www.bro.nl

BRO
Ruimte | om in te leven



*“Het doel van wetten is niet om af te schaffen of te beperken,
maar om vrijheid te behouden en te vergroten.”*
John Locke

Inhoudsopgave

1	Introductie	3		
1.1	ArenAPoort: een bijzondere plek....	3		
1.2	Vraagstelling	3		
1.3	Proces	3		
1.4	Opzet van het rapport	3		
2	ArenAPoort: ruimtelijke structuur, aanbod en plannen	4		
2.1	Ruimtelijke structuur plangebied	4		
2.2	Horeca Zuidoost in cijfers	5		
2.3	Horeca in Amsterdam Zuidoost algemeen	6		
2.4	Horeca in ArenAPoort naar deelgebied	7		
2.4.1	Arenapoort West	7		
2.4.2	Stationsomgeving	8		
2.4.3	Amsterdamse Poort, Anton de Komplein	9		
2.4.4	Cumulus Park	11		
2.4.5	Atlas Arena	12		
3	Beleid en planvorming algemeen	13		
3.1	Algemeen en voorzieningen	13		
3.2	Plannen in omgeving	14		
3.3	Kralensnoer van pleinen	14		
4	Vraagstructuur nu en toekomst	16		
4.1	Draagvlak inwoners Zuidoost en Regio	16		
4.2	Marktruimte horeca: behoefte bewoners Zuidoost	21		
4.3	Behoeftedagbezoekers	22		
4.4	Behoeftehotelgasten	22		
4.5	Behoeftezakelijk en onderwijs	23		
4.6	Totaal bestedingspotentieel en marktruimte horeca ArenAPoort	23		
5	Trends horeca, SWOT en referentiegebieden ArenAPoort	26		
5.1	Landelijke trends en ontwikkelingen in horeca	26		
5.2	Trends in de horeca	27		
5.3	Aansluiting horeca ArenAPoort op doelgroepen	28		
5.4	Referentiegebieden ArenAPoort	32		
6	Visie horeca ArenAPoort	34		
6.1	Uitgangspunten horecavisie	34		
6.2	Ontwikkelingskansen concentratiegebieden	35		
6.2.1	Entree ArenAPoort / UID (1)	35		
6.2.2	Entreegebied station Bijlmer ArenA westzijde (2)	36		
6.2.3	Hoekenrodeplein (3)	37		
6.2.4	Groot Bijlmerplein (4)	38		
6.2.5	Klein Bijlmerplein en Shopperhal (5)	39		
6.3	Horeca buiten concentratiegebieden	40		
6.3.1	Horeca elders in ArenAPoort	40		
6.3.2	Toetsing ontwikkellocaties	41		
6.4	Bijzondere formules en functiemenging	42		
6.5	Gecombineerde foodconcepten	43		
6.6	Maatschappelijke meerwaarde horeca	43		
7	Fasering, beleidsaspecten en uitvoering horecavisie	45		
7.1	Verdeling en fasering marktruimte	45		
7.2	Terrassen	46		
7.3	Overige beleidsaspecten	46		
7.4	Implementatie horecavisie in ruimtelijk beleid	47		
7.5	Rolverdeling horecavisie	48		
7.6	Acquisitie marktpartijen	49		
7.7	Toetsingskader nieuwe initiatieven	49		
	Bijlage 1: Indeling horeca naar sector en branche en verantwoording databronnen			51
	Bijlage 2: Kenmerken en positie horeca in referentiecentra voor ArenAPoort West			53

1 Introductie

1.1 ArenAPoort: een bijzondere plek...

Het gebied ArenAPoort in Amsterdam Zuidoost is in vele opzichten uniek. Het omvat naast het grote Amsterdamse Poort (winkels, horeca en dienstverlening, maatschappelijk) en Woonmall Villa Arena ook een groot uitgaans- en evenementencentrum met landelijke allure, het drukstbezochte stadion van Nederland, een Woonmall, andere grootschalige winkels en steeds meer hotels en kantoren. De woonfunctie van het gebied is relatief bescheiden maar zal fors groeien de komende decennia, in alle marktsegmenten.

De gemeente Amsterdam richt zich middels de Ontwikkelstrategie ArenAPoort 2030 op groei en ontwikkeling tot een volwaardig en aantrekkelijk stedelijk centrum. Het gebied richt zich nu op vele doelgroepen, maar de synergie tussen de verschillende deelgebieden qua bezoekgedrag is beperkt. Het tussenliggende station Bijlmer ArenA maakt het gebied uitstekend bereikbaar per OV, maar vormt ruimtelijk ook een barrière tussen het westelijk en oostelijk deel. In het gehele gebied en zeker rond de Johan Cruijff Boulevard en in Amsterdamse Poort bestaan ingrijpende herontwikkelingsplannen.

1.2 Vraagstelling

Er zijn vele initiatieven uit de markt voor nieuwe horeca in het gebied, op diverse locaties. In allerlei vormen en maten, soms als zelfstandige functie maar vaak ook ondersteunend aan andere activiteiten. Marktpartijen ruiken kortom kansen. Omdat het gebied echter volop in transitie is en een integrale visie ontbreekt kan gemeente deze lastig toetsen op wenselijkheid, haalbaarheid en synergie. Het gemeentelijk horecabeleid is gedateerd. De plantoetsing heeft momenteel dan ook een nogal ad-hoc karakter.



BRO is door gemeente Amsterdam gevraagd om een integrale horecavisie voor ArenAPoort te ontwikkelen. Deze visie bouwt voort op de vermelde strategische Ontwikkelstrategie (gericht op zowel programmatische, ruimtelijke, beeldkwaliteiten als andere aspecten) en gaat deel uitmaken van de nog op te stellen Programmastrategie voor ArenAPoort. In de tussenliggende periode kunnen de uitkomsten echter ook reeds worden benut voor de planbegeleiding en –toetsing van ‘lopende’ projecten.

1.3 Proces

Deze horecavisie is tot stand gekomen in samenspraak met de belangrijkste betrokken partijen en werd begeleid door een ambtelijke werkgroep.

Op hoofdlijnen werd daarbij het volgende proces gevolgd:

- Startoverleg, kennismaking werkgroep
- Verkenning gebied ter plekke en o.b.v. beschikbare documentatie, basisanalyses (zie rapport)

- Interviews stakeholders (ambtelijk EZ/RO/uitvoering, gebiedsmakelaars, vastgoedeigenaren, centrumbeheerders, grote venues, etc.)
- Overleg met gemeente ambtelijk (functioneel, ruimtelijk, inrichting buitenruimte, infrastructuur, terrassen, etc.)
- Tussenoverleg met werkgroep
- Terugkoppeling contouren horecavisie met stakeholders (zie boven)
- Verkenning trends, referenties, raming marktruimte
- Visie en uitwerking in deelgebieden, overige beleidsaspecten
- Strategie en uitvoering horecavisie
- Overleg concept-horecavisie (werkgroep), afronding

1.4 Opzet van het rapport

Het volgende hoofdstuk beschrijft eerst de ruimtelijk-functionele structuur van het plangebied. Ook wordt het horecaaanbod in Zuidoost beschreven, toegespitst op ArenAPoort, ook naar deelgebied. De relevante beleidskaders en planvorming in het gebied zijn het onderwerp van hoofdstuk 3. Het volgende hoofdstuk analyseert de vraagstructuur en doelgroepen in ArenAPoort, voor zover van belang voor de horeca. Hieruit volgt het bestedingspotentieel voor de horeca en de beschikbare marktruimte tot 2030.

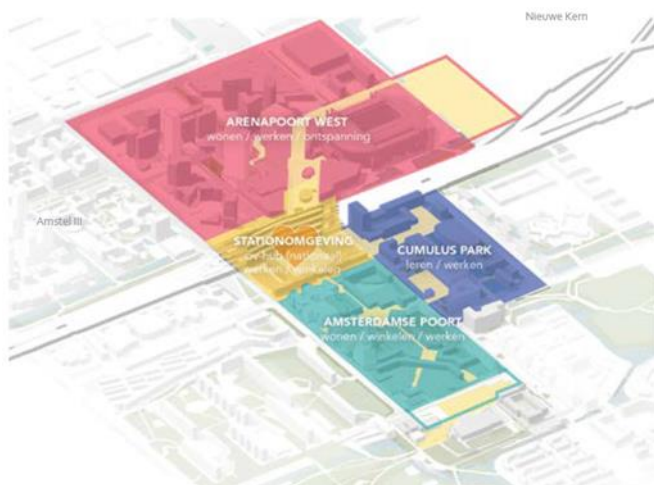
Hoofdstuk 5 beschrijft de belangrijkste trends in de horecasector en de relevantie voor ArenAPoort. Ook wordt de horecacapaciteit verkend in referentiegebieden, voor zowel ArenAPoort-West als Amsterdamse Poort. De toekomstvisie wordt in hoofdstuk 6 beschreven, gespecificeerd voor de belangrijkste ontwikkelgebieden en de overige ontwikkellocaties. Ter inspiratie worden voorbeelden vermeld van functiemenging, foodmarkten en maatschappelijke meerwaarde van horeca. We sluiten in hoofdstuk 7 af met aanbevelingen voor de fasering van de marktruimte, de belangrijkste beleidsaspecten en het uitvoeringskader voor de visie.

2 ArenAPoort: ruimtelijke structuur, aanbod en plannen

2.1 Ruimtelijke structuur plangebied

We onderscheiden binnen ArenAPoort, voor deze horecavisie de volgende deelgebieden, inclusief hun 'kernfuncties':

- ArenAPoort West (Ontspanning, evenementen, wonen, kantoren, grootschalige retail, etc.);
- Stationsomgeving (OV Hub, trafficfunctie, kantoren);
- Amsterdamse Poort (winkelcentrum, horeca, kantoren, werken);
- Cumuluspark (kantoren, onderwijs, 'Leren en Werken').



Figuur 1: Structuurbeeld functies ArenAPoort nu en toekomst (bron: Ontwikkelstrategie ArenAPoort 2030)

Het gebied ArenAPoort zal er in de toekomst heel anders uitzien dan nu, met deels nieuwe doelgroepen, meer bewoners, werkenden, studenten en (andere) bezoekers. Met een functiemix en verzorgingsfunctie die uniek is in Nederland en zelfs vanuit internationaal perspectief.

Met name in ArenAPoort West staan veel nieuwe en deels grootschalige vastgoedontwikkelingen op stapel. Zowel t.b.v. kantoren, hotels, cultuur, wonen als horeca. Ten dele gaat het om bijzondere mengvormen, zoals een hotel bovenop een theater (UID). In de Stationsomgeving betreft het vooral uitbreiding van het busstation en extra kantoorruimte met horeca. Amsterdamse Poort wordt ingrijpend geherstructureerd qua functiepatroon en ruimtelijke uitstraling, tot regionaal ver-

zorgend stadsdeelcentrum. In het Cumuluspark wordt de onderwijs- en kantoorfunctie kwalitatief versterkt. In par. 3.2 komen we hierop terug.

Definitie 'horeca' in het kader van deze visie:

Openbaar toegankelijke zaken die bij de Kamer van Koophandel staan ingeschreven met hoofdfunctie 'horeca-activiteiten'. Horecavormen als catering (door bedrijven, particulieren), bedrijfskantines en in pandige horeca binnen leisurebedrijven (alleen toegankelijk voor betalende gasten) blijven hier buiten beschouwing. Gegeven de bijzondere aard van dit plangebied wordt er in de visie overigens wel nadrukkelijk rekening mee gehouden (randvoorwaardelijk). Zie ook Bijlage 1.

2.2 Horeca Zuidoost in cijfers

De totale horecacapaciteit in Zuidoost omvat 159 zaken met samen ca. 23.000 m² VVO (verkoopvloeroppervlak, indicatief 29.000 m² BVO; bedrijfsvloeroppervlak). Er zijn opvallend veel fastservicezaken en juist weinig restaurants. De drankverstrekkers zijn alleen in ArenAPoort West goed vertegenwoordigd. Tabel 1 beschrijft de horecacapaciteit naar deelgebied op hoofdlijnen. In de gebiedstypering (par. 2.4) gaan we hier dieper op in.

Tabel 1 Capaciteit horeca (openbaar toegankelijk) naar deelgebied in Amsterdam Zuidoost (bron: HorecaDNA)

Gebied	Bedrijven	M ² vvo	Accent branching
ArenAPoort West	29	7.177	Fastservice, drank
Stationsomgeving	10	1.722	Restaurant
Amsterdamse Poort	27	2.269	Fastservice
Cumulus Park	2	450	Drank
Subtotaal ArenAPoort	68	11.558	
Overig Zuidoost	91	11.461	Fastservice
Totaal Amsterdam Zuidoost	159	23.019	

Het deelgebied ArenAPoort West biedt de meeste horecacapaciteit, zeker qua vloeroppervlak (m²). Het aantal zaken is in ArenAPoort West vergelijkbaar met Amsterdamse Poort, maar de zaken zijn daar aanmerkelijk kleiner. De zaken in de Stationsomgeving zijn vooral ondersteunend aan OV-gebruikers. Cumuluspark heeft momenteel slechts twee openbaar toegankelijke horecazaken. Daarnaast bieden diverse bedrijven en onderwijsinstellingen in het gebied 'eigen' horeca, veelal niet openbaar toegankelijk.



Figuur 2: Horeca in Amsterdam Zuidoost inclusief buurt/wijkcentra en bijzondere clusters

Met gemiddeld 145 m² VVO per zaak zijn de horecazaken in geheel Zuidoost verhoudingsgewijs wat kleiner dan gemiddeld in Nederland (165 m²). Dit komt mede door het opvallend grote aantal fastservicezaken, die in praktijk veelal beduidend kleiner zijn dan drankenverstrekkers en restaurants. In ArenAPoort West en de Stationsomgeving, waar ook het Hoekenrodeplein onder valt, zijn de horecazaken overigens gemiddeld groter dan elders.

Per 10.000 inwoners zijn in Zuidoost (totaal 88.610 inwoners) 17,9 horecazaken beschikbaar. De keuze is daarmee aanmerkelijk kleiner (-25%) dan het landelijk gemiddelde per

10.000 inwoners: 24 zaken. Qua vloeroppervlak horeca ligt het aanbod in Zuidoost zelfs 34% beneden dit referentiecijfer. Overigens benadrukken we dat vergelijkingen met landelijke gemiddelden slechts indicatief zijn; geen enkel gebied is hetzelfde. In Zuidoost zijn waarschijnlijk vooral de bijzondere sociaal-culturele achtergrond en het (relatief lage) bestedingspotentieel van de lokale bevolking verklaringen. Daarnaast zal ook de matige uitstraling van veel horecazaken in Zuidoost (vooral gevestigd in en rond de winkelcentra) een rol spelen. Horeca is bij uitstek een sector waar sterk aanbod (product, uitstraling, gastvrijheid) veel extra vraag kan creëren.

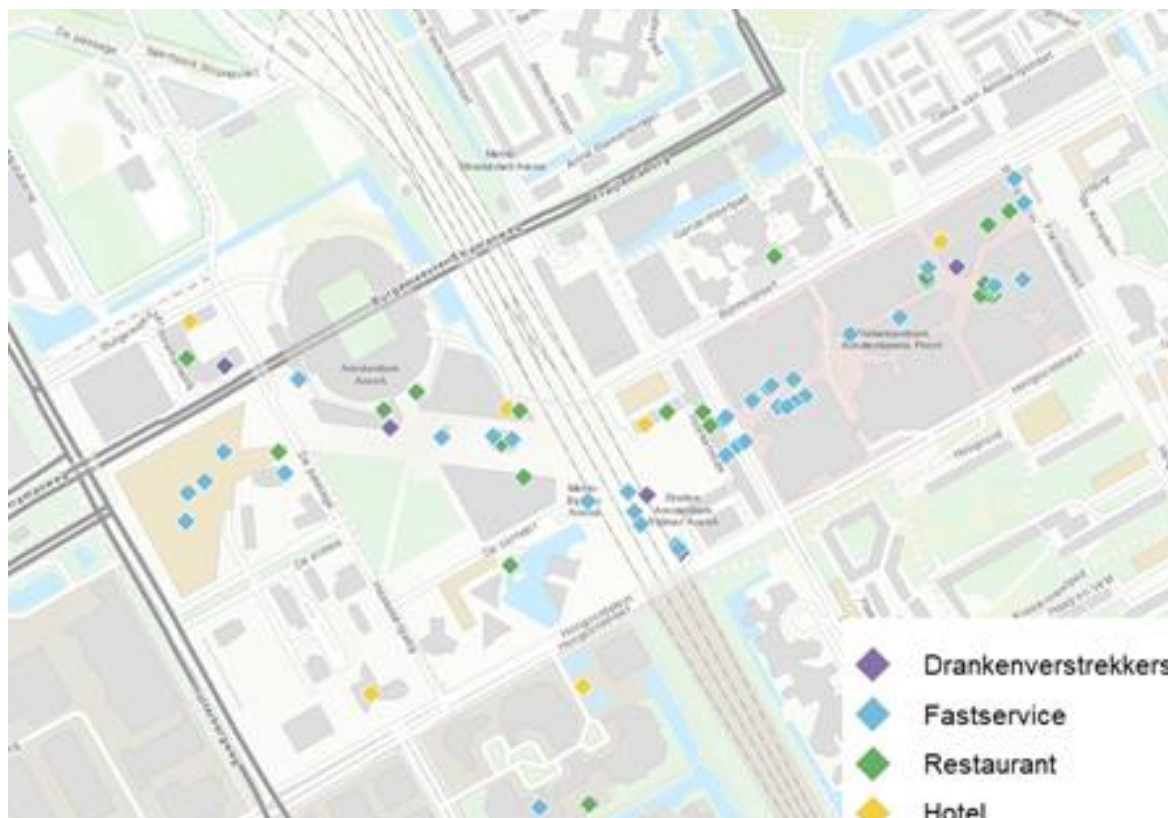
2.3 Horeca in Amsterdam Zuidoost algemeen

De potenties voor horeca in ArenAPoort zijn mede afhankelijk van het aanbod elders in het stadsdeel. De horeca in Amsterdam Zuidoost is, evenals vrijwel alle commerciële functies, opvallend geconcentreerd in het hoofdcentrum (ArenAPoort) en de buurt- en wijkcentra Ganzenpoort, Kameleon, Gein, Holendrecht en Reigersbos. Daarnaast zijn er twee bijzondere horecaclusters. De Foodstrip Amsterdam langs de A2 omvat drie zaken gericht op fastfood.

In World of Food (Develstein, afslag S112) bieden 32 ondernemers (veelal starters) middels kleine outlets streetfood “uit de hele wereld” met gezamenlijk terras, naast een McDonald's. Het geheel heeft eigen parkeergelegenheid. De inrichting, uitstraling en verblijfskwaliteit van het concept is matig (donker, krap, rommelig), maar er zijn plannen voor een integrale verbetering.



Er zijn in Zuidoost opvallend weinig andere concentratiegebieden of solitaire (verspreid gelegen) horecazaken. Wel zijn op de bedrijventerreinen Amstel III en Bullewijk enige verspreide zaken gevestigd, ondersteunend aan de bedrijvenfunctie en soms van tijdelijke aard. Dit zijn tevens de meest



Figuur 3: Horeca in ArenAPoort

onderscheidende c.q. trendsettende zaken in het stadsdeel (vormgeving, inrichting, menukeuze, terras). Voorbeelden zijn Bullewijk by Par Hasard en De Proefzaak. Zij zijn ‘anders dan anders’.

De horeca in Zuidoost heeft een sterk accent op fastservice; het aantal drankenverstrekkers en restaurants is zeer beperkt. Veelal betreft het zelfstandige ondernemers met afhaal- en bezorgfaciliteiten. De bekendste landelijke ketens

zijn nauwelijks vertegenwoordigd. Hoewel er zeker uitzonderingen zijn, is de uitstraling van de horecazaken overwegend matig (ook in Amsterdamse Poort) en soms wat onverzorgd en rommelig. In de buurt- en wijkcentra zijn opvallend weinig terrassen.

2.4 Horeca in ArenAPoort naar deelgebied

Het gehele gebied ArenAPoort biedt als vermeld totaal 68 horecazaken, met een totaal vloeroppervlak van 11.558 m² VVO. Ondanks de belangrijke winkel- en uitgaansfunctie drukt de horeca momenteel nauwelijks een stempel op het gebied. De capaciteit is relatief beperkt, veel horecazaken liggen wat 'verborgen' (verspreid) t.a.v. de belangrijkste looproutes, de uitstraling is vaak matig en kwalitatief is het aanbod in het gehele gebied overwegend gericht op fastservice.

2.4.1 Arenapoort West

Huidige situatie

ArenAPoort West is het grootschalige, landelijk bekende uitgaans- en evenementencentrum in ArenAPoort, maar omvat ook vele kantoorgebouwen, grootschalige winkels en enige hotels. Het Johan Cruijff-stadion is een zeer beeldbepalende blikvanger.

Tabel 2 Horeca in ArenAPoort West

	Omvang in m ² VVO	Aantal zaken	Gemidd. Omvang in m ² VV)
Dranken verstrekkers	1.770	10	177
Fastservice zaken	1.870	10	187
Restaurants	3.527	9	392
Totaal	7.167	29	247

De horeca in dit gebiedsdeel omvat 29 openbaar toegankelijke zaken (dus excl. Bedrijfskantines en binnen het betaalde deel van de verschillende Venues). Het totale VVO (verkoopvloeroppervlak) is 7.167 m². Drankenverstrekkers, fastservicezaken en restaurants zijn gelijk vertegenwoordigd. De

restaurants zijn relatief grootschalig, maar ook de fastservicezaken zijn opvallend ruim voor dit horecatype.



Dit gebiedsdeel biedt (zeker qua vloeroppervlak) de meeste horeca in Zuidoost. De horeca ligt nogal verspreid, in een langgerekte structuur. Direct naast het station springt lounge-bar-restaurant JinSo het meest in het oog, maar er zijn ook enige andere restaurants en eetcafés in het middensegment. In westelijke richting ligt het accent qua horeca op de Johan Cruijff Arena en de omgeving van hotel Jazz in the City. Het betreft vooral moderne en deels hoogwaardige restaurantconcepten met veelal ook een fraaie bar. Met gemiddeld ca. 250 m² VVO zijn de horecazaken hier aanmerkelijk groter dan gemiddeld in gemeente Amsterdam (140 m² VVO per zaak).

De uitstraling van de meeste horecazaken aan en rond de Johan Cruijff Boulevard en de Passage is (veel) beter en verzorgder dan elders in Zuidoost maar soms nogal introvert. Sommige zaken liggen wat verborgen voor de (toevallige) passant. Dit betreft vooral de zaken aan de Passage (stadion

en overzijde), maar ook elders in het gebied. De zichtbaarheid en uitstraling van de horeca is kortom matig en een belangrijk verbeterpunt voor de toekomst.



In Villa Arena zijn vijf horecazaken, vooral gericht op lunchen en koffie/thee. Deze inpassende horeca is vooral ondersteunend aan de winkelfunctie, ook qua openingstijden. Door de ligging aan het water en het ruime terras is restaurant/lounge-bar Vanzz een onderscheidend concept binnen ArenAPoort en zelfs geheel Zuidoost.

Beleid en plannen

Evenementen, ontspanning en werk blijven voorop staan. In het hart van het gebied woningen voor mensen op zoek naar een levendige woonomgeving en daarbuiten een meer divers woonmilieu, deels in hoogbouw. Totale woningbouwprogramma is omvangrijk.

Het Urban Interactive District (UID) wordt middenin het uitgaans- en evenementengebied ontwikkeld en omvat ca. 950 woningen, kantoren, een groot hotel (ca. 380 kamers), groot theater (ca. 1.600 zitplaatsen) en totaal max. 3.800 m² BVO restauratieve horeca, deels ondersteunend aan het hotel en het theater (dus niet geheel openbaar toegankelijk).

Tabel 3 Plannen in ArenAPoort West

Plan	Kantoren	Woningen/overig	Horeca in m² BVO
UID	Zie boven		3.800 (deels niet-openbaar)
Pathé/AFAS	Geen plannen bekend		
Regenboogkantoren	Zie boven		
Kavels 15 en 16	Zie boven. Max. 500 m² in kavel 15		
Dreefkwartier, Dreeftoren	Herontwikkeling (op termijn), invulling nog onbekend		
Kavel 12	Planvorming, primair woongebied (ca. 300), wellicht basisschool, mogelijk horeca		
Kavel 9 (Entreekwartier)	Wellicht kantoren, horeca, leisure (op termijn)		
Kantorencluster (Entreekwartier)	Geen concrete plannen.		
Stationskwartier (Europlaza, Centerpoint, Vanzz, Oliphant) en Corridor	Diverse concrete en minder concrete plannen voor ingrijpende transformatie, vernieuwing en verdichting. Behalve kantoren en woningen mogelijk ruimte voor horeca of andere commerciële functies. Autoluwe Corridor.		

De Johan Cruijff ArenA krijgt een nieuwe gevel en de hoeken aan de noordzijde worden dichtgebouwd. De Febo krijgt een nieuw, ruimer gebouw. Aan de noordwestzijde (kavel 15) wordt een nieuw gebouw ontwikkeld met kantoren, horeca (max. 500 m²¹), een fanshop en de Ajax Experience. Dit gebeurt in samenhang met de nieuwe bebouwing aan de noordoostzijde (kavel 16). Voorwaarde is dat het programma hier stadiongericht is. Het kan, aldus gemeente, ook een goede locatie zijn voor horeca ondersteunend aan het toekomstige park aan de noordzijde.

Eigenaar overweegt om leegstaande Prenatalwinkel (locatie Regenboogkantoren) te vullen met niet-retail, bijvoorbeeld leisure met eventueel ondersteunende horeca. Naast de huidige Dreeftoren met kantoren wordt een nieuwe woontoren gebouwd (ca. 300 woningen). Beoogde oplevering 2023.

Sfeerimpressie toekomst (bron: Ontwikkelstrategie)



Het kavel Europlaza (planvorming nog in vroeg stadium) grenst aan het station. Een studie van West8 voorziet o.a. in een stationsplein aan de zuidwestzijde. Ook door de ligging aan het water wellicht potenties voor horeca.

Zie voor de overige plannen (hard en zacht) nevenstaande tabel.

2.4.2 Stationsomgeving

Stationsomgeving

Een belangrijke en dynamische OV-Hub met dagelijks circa 30.000 in- en uitstappers alleen al in de treinen. De helft van hen komt/gaat met een aansluitende bus. Het gebied omvat

zowel het NS- en busstation als het Hoekenrodeplein met omliggende bebouwing.



In totaal is in dit gebied 1.672 m² VVO horeca gevestigd. De OV functie weerspiegelt zich in relatief veel, maar kleine fast-service zaken. Aan het Hoekenrodeplein zijn drie restaurants en een hotel-restaurant gevestigd. Ze beschikken over een zeer ruim terras. Dichtbij en binnen het station bieden zes

Tabel 4 Horeca in Stationsomgeving

	Omvang in m² VVO	Aantal zaken	Gemidd. Omvang in m² VVO
Dranken verstrekkers	50	1	50
Fastservice zaken	266	5	53
Restaurants	1.356	4	339
Totaal	1.672	10	167

¹ Alle omvangsmaten betreffende nieuwbouwplannen zijn in m² BVO (bedrijfsvloeroppervlak)

horecazaken vooral fastservice aan (o.a. Burger King), primair gericht op de vele dagelijkse reizigers op het NS- en busstation. Ook zit hier een Starbucks.



Beleid en plannen

Het station is door haar uitvoering beeldbepalend voor ArenAPoort, maar de openbare ruimte eromheen wordt momenteel als kaal en verlaten ervaren. De ambitie is een levendige plek ("kloppend hart") voor ontmoetingen, activiteiten, kantoren en horeca. De openbare ruimte wordt heringericht, met o.a. meer groen. In en rond het station krijgt het openbaar vervoer (treinen, bussen) meer ruimte, verbonden met aantrekkelijke fietspaden en wandelroutes.

Het Hoekenrodeplein wordt door velen ervaren als te ruim en nogal stenig. Vanaf het plein is Amsterdamse Poort vrijwel onzichtbaar. Rondom het plein kan conform de gemeentelijke plannen hoogbouw worden ontwikkeld, met in de plinten o.a. horeca en stationsgerelateerde voorzieningen.

Architectenbureau West8 voert een verkennende studie uit naar herinrichting/invulling van het NS- en busstation en het Hoekenrodeplein. Beoogd wordt o.a. een ingrijpende heront-

wikkeling, modernisering en uitbreiding van het trein/bus/metrostation en fietsenstalling, ook om piekbelastingen beter te kunnen faciliteren. Tevens nieuwe, attractieve looproutes, o.a. via de Corridor, Hoogoorddreef en Bijlmerdreef. Aan de zuidzijde van het Hoekenrodeplein wordt een nieuw gebouw voorgesteld, met als invullingssuggestie een Markthal. In combinatie met vooruitgeschoven plinten in de huidige bebouwing wordt het plein kleiner en meer besloten dan nu.

De huidige parkeergarage van het Hampton hotel krijgt een kantoorfunctie, incl. wellicht enige horeca in de plint van het gebouw.

Tabel 5 Plannen in Stationsomgeving

Plan	Kantoren	Woningen/ overig	Horeca in m² BVO
Hoekenrode Noord/Hampton	Kantoortoren t.h.v. huidige parkeerparkeergarage. Mogelijk horeca.		
Hoekenrode Zuid/Vattenfall	Wellicht kantoortoren, maar wellicht is ruimte nodig voor uitbreiding busstation		
Hoekenrodeplein	Studie herinrichting/invulling plein (West8), wellicht (horeca)paviljoen en/of Markthal		
Uitbreiding busstation	Zie boven		

Sfeerimpressie toekomst (bron: Ontwikkelstrategie)



2.4.3 Amsterdamse Poort, Anton de Komplein

Amsterdamse Poort is veruit het grootste winkel- en voorzieningencentrum in Zuidoost en wordt binnen afzienbare tijd geherstructureerd tot stadsdeelcentrum met regionale werkkraacht. Ook de westzijde van het Anton de Komplein (aansluitend aan Amsterdamse Poort) maakt deel uit van het plangebied ArenAPoort.



Amsterdamse Poort omvat nu 27 horecazaken met totaal 2.269 m² VVO (verkoopvloeroppervlak). Meer nog dan gebruikelijk in dit soort centra ligt er een opvallend accent op

fastservice, met in dit geval veel broodjeszaken, grillrooms en snackbars met opvallend veelzijdige, multiculturele keukens (Surinaams/roti, Chinees, Falafel, etc.). Veel zaken bieden ook afhalen/bezorgen aan. Overigens is de horecacapaciteit in dit winkelcentrum opvallend bescheiden i.v.t. andere, grote na-oorlogse centra (zie par. 5.4).

Tabel 6 Horeca in Amsterdamse Poort

	Omvang in m ² VVO	Aantal zaken	Gemidd. Omvang in m ² VVO
Dranken verstrekkers	315	3	105
Fastservice zaken	1.686	21	80
Restaurants	268	3	89
Totaal	2269	27	84

De presentatie van de horecazaken in Amsterdamse Poort is overwegend matig (rommelig, donkere inrichting matige onderhoudsstaat), wat overigens mede komt door de wat gedateerde inrichting, aankleding en gevelbeeld binnen het centrum. Mede hierom wordt het centrum binnenkort ingrijpend gerenoveerd. Ook bekende namen als KFC, Febo, McDonald's zijn hier aanwezig. De Shopperhal biedt, naast detailhandel, diverse outlets met horeca, met eveneens een matige uitstraling.

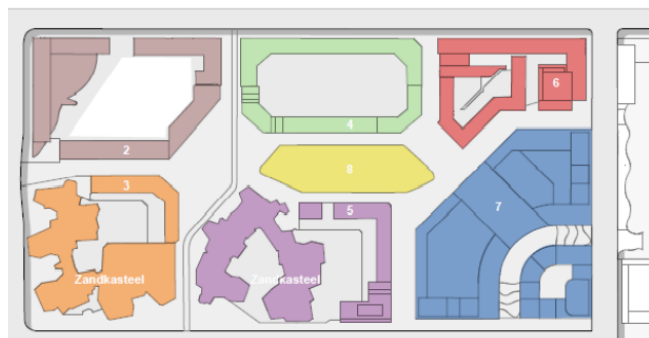
Het grootste horecacluster binnen het centrum ligt aan de westzijde, aan de route richting Hoekenrodeplein. Deze fastservicezaken zijn wat hoogwaardiger dan elders in het centrum en richten zich deels ook op lunchgerechten voor de vele kantoorwerkers in de omgeving. Zij lopen in praktijk vaak door richting Hoekenrodeplein. Opvallenderwijs bevindt

zich rond het 'grote' Bijlmerplein nauwelijks horeca. Rond het 'kleine' Bijlmerplein bevindt zich meer horeca, maar de terrasruimte is hier beperkt.

Beleid en plannen

Dit gebied krijgt de komende jaren een flinke kwaliteitsslag. Het winkelcentrum wordt door eigenaar CBRE GI ingrijpend herontwikkeld tot een multifunctioneel, modern centrumgebied met regionale aantrekkingskracht. Gericht op een beter en gevarieerder woon-, werk- en winkelmilieu, met naast winkelen meer ruimte voor (kwaliteits)horeca, kunst, cultuur, leisure en maatschappelijke voorzieningen. Bovendien worden veel woningen toegevoegd: van momenteel circa 500 tot ongeveer 2.250 woningen in 2030. De bestaande bebouwing en functies zijn het uitgangspunt, maar functies worden meer gemengd, aldus de plannen.

Figuur 4: Indeling clusters Amsterdamse Poort



De huidige Shopperhal (Cluster 7) wordt veranderd in een "eigentijdse foodbeleving" met zowel food, non-food als horeca en (wellicht) leisure. Het krijgt een multicultureel tintje en wordt een belangrijke drager voor Amsterdamse Poort. Het totale concept omvat 2.000 m², met een mogelijkheid voor 1.000 m² bvo extra op verdieping. De Shopperhal biedt

ruimte voor zowel lokale als regionale ondernemers (diverse 'wereldkeukens') als aan (inter)nationale bedrijven met een aanvullend concept. Tevens komt er een aantrekkelijke verblijfsruimte, ook voor consumptie ter plekke. Bovendien ruimte voor kleinschalige evenementen als (kook)workshops, muziekoptredens en food-gerelateerde festiviteiten.



Het voormalige belastingkantoor en Zandkasteel worden getransformeerd van werken naar wonen, ook in de sociale sector en middenhuur. In de nieuwe ontwikkeling komen o.a. kleinschalige kantoren, cultuur (met wellicht ondersteunende horeca), een internationale school, woningen en max. ca. 1.450 m² horeca (2 zaken). In het 'Framebuilding' worden 212 appartementen gerealiseerd (oplevering 2023).

Het Klein- en Groot Bijlmerplein zijn nu vooral gericht op winkelend publiek. In de toekomst komt er na herinrichting meer horeca op het Groot Bijlmerplein (toevoeging onbekend). Vanwege de zonnige ligging zijn ze ook zeer geschikt voor terrassen. Ook elders in het winkelcentrum (cluster 2, 4, 5, 8) wordt waarschijnlijk extra horeca toegevoegd, met een onbekend metrage.

Overigens is ook aan de zuidoostzijde van het Anton de Komplein nieuwe horeca voorzien (totaal max. 500 m²). Dit valt evenwel buiten het plangebied voor deze horecavisie.

Tabel 7 Plannen in Amsterdamse Poort

Plan	
Cluster 2	Eigenaren maken samen plan voor verdichting, incl. kantoren en woningen (ca. 100) en wellicht horeca. Afsluiting loopdekken en inrichting als binnentuin, eigen gebruik.
Cluster 3	Moderniseren puien en voorzien.
Zandkasteel, Framebuilding	Zie hoofdtekst
Cluster 4	Verbeteren presentatie en inrichting van commerciële functies aan voorzijde
Cluster 5	Moderniseren puien en voorzien, mogelijk kleinschalige toevoeging woningen.
Cluster 6	Binnenstraat tussen Clusters 6 en 7 is entree centrum vanaf Anton de Komplein. Transformatie vml. Belastingkantoor naar wonen (korte termijn). Meerdere eigenaren.
Cluster 7	Winkels vooral t.b.v. dagelijkse boodschappen, incl. 2 supermarkten. Ruimte voor meer horeca en maatschappelijke voorzieningen. Aanpak puien en toevoeging woningen (ca. 700). Shopperhal wordt verbouwd tot publiekstrekker met winkels en horeca (zie boven). Totaal max. 4.000 m ² BVO horeca toegestaan.
Cluster 8	Het 'Hart van Amsterdamse Poort'. CBRE beoogt ingrijpende aanpak, gericht op grotere winkelfunctie en andere voorzieningen (meerdere lagen). Wellicht extra woningen (ca. 110). Onderzoek naar (gedeeltelijk) culturele invulling.
Anton de Komplein (westzijde)	Mogelijkheid uitbreiding commercieel vastgoed aan Anton de Komplein i.c.m. verbetering pleinvandens en fraaiere entree centrum. Opties horeca aan noordzijde (t.h.v. cluster 6, onbekend m ²) en zuidzijde max. 500 m ² horeca.

2.4.4 Cumulus Park

Dit gebied aan de overzijde van de Bijlmerdreef is momenteel vooral een onderwijs- en kantorenlocatie. De enige openbaar toegankelijke horeca bestaat hier uit het nieuwe horecapaviljoen met restaurant The Traveller; door haar moderne vormgeving een echte blikvanger. Recent is het woonproject Change= opgeleverd, met 600 woningen.



Beleid en plannen

Gemeente, ING, HvA en ROC werken in Cumulus Park aan een gezamenlijk plan, waarbij de wisselwerking tussen leren en werken wordt versterkt. Er komen toegankelijke werk- en leerplekken, o.a. voor start-ups en scale-ups. Zo kan het uitgroeien tot een plek van samenwerking, talentontwikkeling en innovatie. Er wordt ruimte gecreëerd voor (ver)blijven en ontmoeting en de beide scholen willen extra horeca exploiteren (omvang en doelgroepen nog onbekend).



Er is in het Cumulus Park veel aandacht voor een betere relatie tussen gebouw en de (semi)openbare ruimte en invulling van de plinten. HvA breidt haar businessgerelateerde faculteiten op deze locatie verder uit, zodat hier de Business-campus van de HvA ontstaat.

Laanderpoort is een grootschalig sloop-nieuwbouw project. Naast ca. 40.000 m² kantore is ruimte voor maximaal 500 m² openbaar toegankelijke horeca in de plint. Deze horeca is ook bedoeld als bedrijfsrestaurant voor de gebruikers van het pand.

De Bijlmerdreef wordt heringericht tot 'stadsstraat', met meer ruimte, verblijfskwaliteit en groen voor voetgangers. De dreef wordt een belangrijke entree voor zowel het Cumulus Park als Amsterdamse Poort.

Tabel 8 Plannen in Cumulus Park

Plan	Kantoren	Woningen/ overig	Horeca in m ² BVO
HvA en ROC	Wens exploitatie (tijdelijke) horeca. Wordt uitgewerkt.		
Acantus (ING)	Kantoren, geen horeca		
Laanderpoort	40.000 m ²		500 m ²

Sfeerimpressie toekomst (bron: Ontwikkelstrategie)



2.4.5 Atlas Arena

Atlas Arena is primair een bedrijvenpark, met een zekere monumentale status vanwege de kenmerkende bouwwijze en stedenbouwkundige opzet uit de jaren '70. Er zijn momenteel twee horecazaken gevestigd (Restaurant Gard Taste, Brasserie Absolute Taste), die vooral een functie hebben voor de werknemers en bezoekers van de kantoren.

3 Beleid en planvorming algemeen

3.1 Algemeen en voorzieningen

Ontwikkelstrategie ArenAPoort 2030

De gemeente Amsterdam richt zich middels de Ontwikkelstrategie ArenAPoort 2030 (concept, november 2020) op groei en ontwikkeling tot een volwaardig en aantrekkelijk stedelijk centrum met vele voorzieningen. Gericht op alle doelgroepen en met een optimale synergie tussen de verschillende deelgebieden en het stationsgebied als verbindende schakel. Ook met een sterke 'Couleur Locale' kan het centrum zich onderscheiden. In het gehele gebied en zeker rond de Johan Cruijff Boulevard en in Amsterdamse Poort bestaan ingrijpende herontwikkelingsplannen.

Rode draad in de plannen is een goed woonklimaat, gevarieerder functiepatroon, meer levendigheid in de openbare ruimte, betere spreiding van bezoekers in ruimte en tijd (dag, week, jaarrond), optimale bereikbaarheid met alle modaliteiten en forse investeringen in ruimtelijke kwaliteit en verblijfs-waarde. Strevend naar een gemengd gebied waar bewoners, winkelend- en uitgaanspubliek, werkers en toeristen het naar hun zin hebben en elkaar ontmoeten. Vooral de capaciteit van kantoren en woningen wordt aanmerkelijk verruimd, maar ook voor andere functies (zoals horeca) ontstaat ontwikkelruimte.



Gemeente streeft naar een verhouding van 30% wonen, 30% werken en 40% voor andere functies. De verdichting vindt plaats door transformatie, sloop-nieuwbouw en nieuwbouw. Exclusief bestaande functies lijkt voldoende ruimte beschikbaar voor het volgende programma, additioneel aan de bestaande capaciteit:

- 5.700 woningen (waarvan 40% sociale huur, 40% middenhuur en 20% dure segment);
- transformatie van ca. 100.000 m² kantoorruimte naar wonen. Circa 250.000 m² nieuwe kantoren (per saldo dus + 150.000 m²), incl. flexibele werkplekken;
- circa 15.000 m² winkels, overige commerciële voorzieningen en horeca, deels in 'levendige en actieve plinten';
- meer ontspanning voor bewoners;
- meer scholen, met op korte termijn opening van een internationale school en (later) tenminste twee basisscholen;
- meer maatschappelijke voorzieningen;
- nieuw wijkpark ten noorden van de Johan Cruijff ArenA.

De huidige grootschaligheid rond de Johan Cruijff Boulevard wordt aangevuld met deels kleinschaliger horeca, retail en leisure. In Amsterdamse Poort kan horeca de verblijfs-waarde versterken, passend bij een regionaal verzorgend winkel- en voorzieningencentrum. Via de 'Lifeline' ontstaat een levendige en hoogwaardig ingerichte wandelroute tussen Villa Arena en Anton de Komplein, inclusief diverse 'levendige pleinen' met elk hun eigen karakter. Gemeente gaat hiertoe fors investeren in o.a. openbare ruimte en infrastructuur.

ArenAPoort krijgt een gemêleerd aanbod voor een brede doelgroep: van jong tot oud, van arm tot rijk en voor alle culturen. Een centrum met een eigen identiteit, toekomstbestendig en met ruimte voor experiment, educatie en nieuwe concepten op het gebied van leisure, winkelen en vervoer. ArenAPoort wordt in alle opzichten beter aangehecht aan de stad. De ontwikkeling zal bovendien bijdragen aan een evenwichtiger spreiding van toeristisch-recreatieve bestemming in Amsterdam en minder toeristische druk op de binnenstad (Stad in Balans 2018-2022).

Amsterdamse Poort krijgt veel meer dan nu een regionale verzorgingsfunctie inclusief bijpassend aanbod in retail en horeca. ArenAPoort West kan haar functie als bijzonder, grootschalig uitgaanscentrum (met landelijke betekenis) versterken, o.a. door realisatie van het UID. Samen met de stationsomgeving is dit gebied aangewezen als Hoogbouwstimuleringsgebied (max. 145 meter hoogte), maar met variatie daarin. Het krijgt daardoor een geheel ander karakter en uitstraling als Amsterdamse Poort. Nieuwbouw mag, aldus het beleid, niet ten koste gaan van bestaande openbare ruimte en het verblijfsklimaat op de pleinen.

Op de kaart op de volgende pagina duiden de gele vierkanen de belangrijkste verblijfsplekken aan in de toekomst (2030, indicatief).

Over horeca wordt in de Ontwikkelvisie gesteld, dat het steeds belangrijker wordt voor stadscentra. Een hoogwaardig en meer onderscheidende horeca aanbod is onmisbaar voor ArenAPoort. Qua leisure is vooral ontspanning gericht op bewoners uit Zuidoost wenselijk.

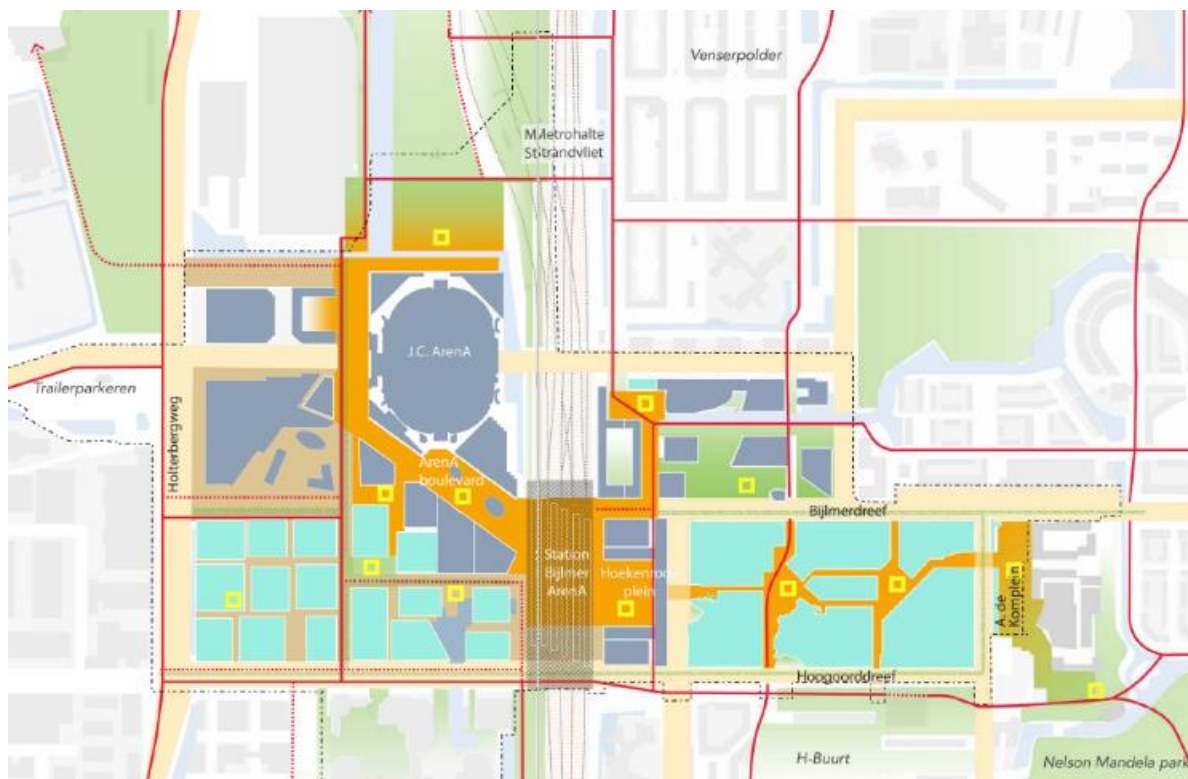
Horecanota Zuidoost 2007-2012

De hoofddoelstelling van de Horecanota Zuidoost 2007-2012 (in wezen nogal gedateerd) was het creëren en stimuleren van een horecabedrijfstad die past bij het aantrekkelijke woon-, werk- en leefklimaat van Zuidoost. Horeca kan, aldus deze nota, bijdragen aan een aantrekkelijker woon-, werk- en leefomgeving en biedt daarbij kansen voor versterking van de sociale samenhang en ontmoetingsplekken van bewoners en bezoekers, groei van de werkgelegenheid en imagoverbetering van het stadsdeel.

Het centrumgebied Zuidoost ("ArenAPoort") ontwikkelt zich, aldus de Horecanota, tot een grootschalig leisure gebied. Continue ontwikkeling en vernieuwing van het bestaande horeca-aanbod is een must om het bijzondere karakter van het centrumgebied tot recht te laten komen. De nota doet per deelgebied aanbevelingen.

1Zuidoost

Deze nota is vooral bedoeld om de sociale verbondenheid in Zuidoost te bevorderen. Onder de noemer '1Zuidoost' zorgt gemeente ervoor dat de huidige bewoners en ondernemers van Zuidoost kunnen profiteren van de grootschalige gebiedsontwikkeling in dit stadsdeel en dat toekomstige bewoners en gebruikers profiteren van alles wat er reeds is. Gericht op een ongedeeld stadsdeel waarin alle gebruikers met elkaar verbonden zijn, elkaar ontmoeten op verschillende plekken en gebruik maken van gezamenlijke voorzieningen binnen en buiten. Hiervoor is een programma met maatregelen ontwikkeld.



Figuur 5: Ruimtelijke structuurkaart ArenAPoort 2030 (bron: Ontwikkelstrategie ArenAPoort 2030)

3.2 Plannen in omgeving

- Woongebied De Nieuwe Kern, juist noordelijk van ArenAPoort West. Totaal 4.500 woningen (in 2030 9.000 inwoners). Commerciële voorzieningen en horeca vooral lokaal verzorgend. Tevens recreatievoorzieningen gericht op lokale bevolking en Smart Mobility Hub, nabij Ziggo Dome.
- Amstel III: transformatie van monofunctionele werklocatie naar menging met ca. 15.000 woningen en eigen voorzieningen.

3.3 Kralensnoer van pleinen

Levendige pleinen

De zogenaamde Lifeline, een 'kralensnoer' van pleinen, loopt van het Anton de Komplein tot óm de hoek' bij Villa Arena. De pleinen hebben elk hun eigen karakter. Langs de Lifeline worden de voorzieningen geconcentreerd die het meeste publiek trekken. Zo ontstaat zowel overdag als 's avonds een levendig en dynamisch gebied.



Figuur 6: Lifeline ArenAPoort (bron: DELVA Architecten)

Het gehele kralensnoer krijgt een herkenbare inrichting van hoge kwaliteit, ingericht op grote mensenmassa's en intensief gebruik. Er is weinig windhinder en er zijn plekken waar mensen in de zon of juist in de schaduw kunnen zitten. Van west naar oost gaat de Lifeline er als volgt uit zien:

1. **Arenapark** (zuidzijde), **Passage** en de **Loper** vormen het noordwestelijke deel van de Lifeline. Ze verbinden de Johan Cruijff Boulevard met station Strandvliet en de toekomstige woonwijk De Nieuwe Kern. Hier komen tijdens evenementen veel mensen samen. De Passage wordt samen met de Haaksbergweg onderdeel van een langeafstandsfietsroute. Ook hier is een adaptieve inrichting belangrijk.
2. Met de realisatie van het **Urban Interactive District (UID)** komen er twee nieuwe pleinen in ArenAPoort West. Het plein in het hart van UID is levendig en dynamisch en wordt omringd door winkels, ontspanning en horeca. Het plein aan de Corridor is rustig, groen en meer op bewoners gericht.
3. De **ArenA (Johan Cruijff) Boulevard** is een belangrijk plein voor de evenementenaccommodaties en de grootchalige winkels ter plekke. Gemeente zet in op een 'adaptieve' openbare ruimte: aanpasbaar aan grote

drukke tijdens peaktijden (concerten, voetbalwedstrijden), maar ook een prettige verblijfsplek op andere tijden.

4. **Station Bijlmer ArenA** is het hart en entree van ArenAPoort. Het verbindt oost met west, maar ook ArenAPoort met de overige stad en de rest van Nederland. De openbare ruimte onder het station wordt overzichtelijk en sfeervol ingericht, met ruimte voor grote mensenmassa's.
5. Het **Hoekenrodeplein** is de schakel tussen station Bijlmer ArenA, Amsterdamse Poort en Cumulus Park. Vooral druk tijdens de ochtend- en avondspits. De routing voor fietsers en voetgangers wordt verbeterd. Belangrijke opgave is een betere zichtbaarheid van het centrum vanaf dit plein.
6. Het **grote Bijlmerplein** is een plein voor bewoners, maar ook voor toeristen en zakelijke bezoekers. Ook geschikt voor evenementen en themamarkten. Met zitplekken, horeca, terrassen, water en groen en een speelvoorziening.
7. Het **kleine Bijlmerplein** is het hart van Amsterdamse Poort, waar bewoners en bezoekers samenkomen om te kletsen, eten en drinken. Het plein wordt omringd door winkels, horeca, terrassen en nieuwe werkconcepten.
8. **Anton de Komplein** (alleen westzijde behoort tot onderhavig plangebied) wordt gekenschetst als de schakel tussen ArenAPoort, Nelson Mandelapark, H-buurt en Vogeltjeswei. Een levendig en multifunctioneel plein met ruimte voor de markt en op bewonersgerichte activiteiten. Met (nieuwe) bebouwing langs de randen van het plein en in de plint ruimte voor horeca en terrassen.

Arenapark

Dit gebied juist ten noorden van de Johan Cruijff ArenA (nu sportvelden) wordt een buurtpark. De ambitie is een park met veel groen (gras, struiken, bomen) t.b.v. bewoners van o.a. ArenAPoort, De Nieuwe Kern en Venserpolder. Niet zozeer

een plek voor reguliere, maar wel incidentele, passende evenementen.

4 Vraagstructuur nu en toekomst

Voor de demografische gegevens zijn zowel gegevens van gemeente Amsterdam (OIS, Data en informatie), CBS, Horeca DNA en Primos online gebruikt. Ondanks de omvang zijn er voor sommige onderwerpen slechts beperkte data over stadsdeel Zuidoost beschikbaar, waardoor soms wordt gewerkt met data over de gemeente Amsterdam. Per tabel of figuur is de herkomst van de gegevens aangegeven.

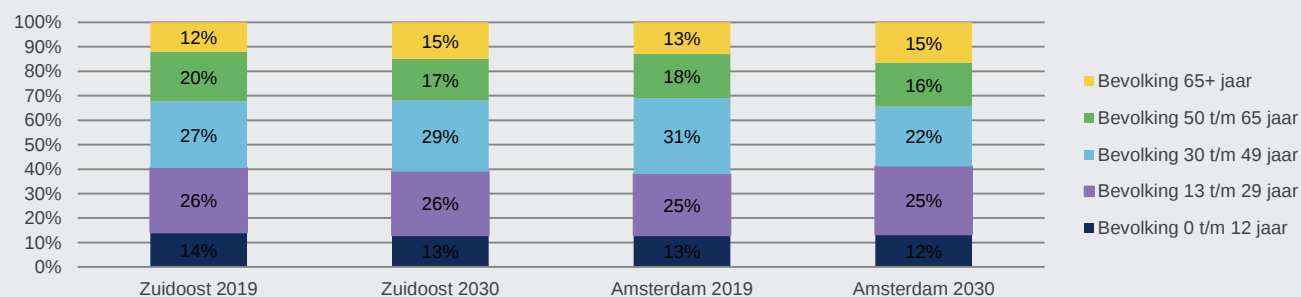
4.1 Draagvlak inwoners Zuidoost en Regio

Bevolkingsontwikkeling

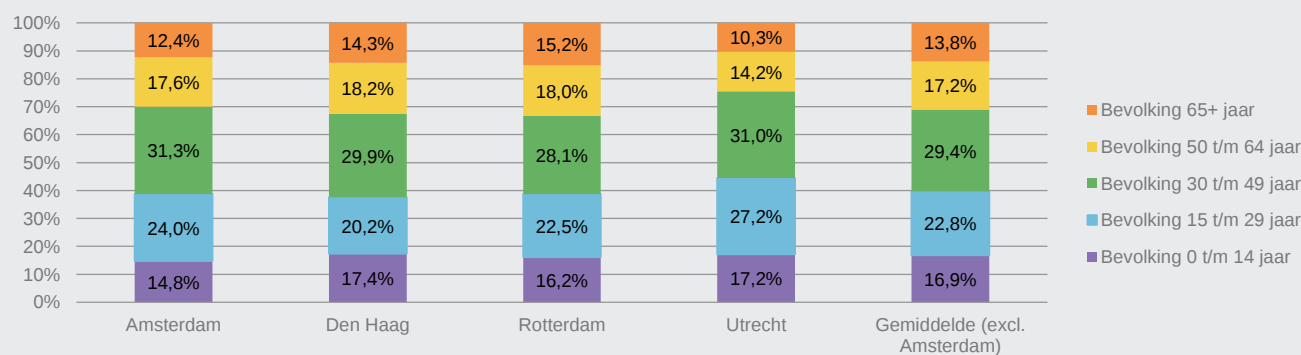
Het stadsdeel Zuidoost heeft circa 88.610 inwoners en zal de komende decennia nog aanzienlijk groeien. Tot 2030 met ruim 20.000 inwoners en tot 2040 nog eens 10.000 inw. extra. Andere prognoses wijzen overigens op een aanzienlijk grotere groei van het inwonertal in Zuidoost, namelijk tot ruim 140.000 inw. in 2030. Dit verschil wordt mede veroorzaakt door onzekerheden over de fasering van de woningbouw door markttechnische en planologische omstandigheden. In par. 4.2 lichten we toe welke correctie in de bevolkingsprognose is toegepast t.b.v. dit onderzoek.

In het juist noordwestelijk gelegen De Nieuwe Kern, komen woningen voor ca. 9.000 bewoners. Dit past in de ambities van metropoolregio Amsterdam, waar een enorme bevolkingsgroei wordt voorzien. In het stadsdeel Zuidoost moet een significant deel van deze groei plaatsvinden.

Leeftijdopbouw gemeente Zuidoost t.o.v. gemeente Amsterdam 2019-2030 (Bron: gem Amsterdam)



Leeftijdopbouw gemeente Amsterdam t.o.v. referentiegemeente 2019 (Bron: CBS)

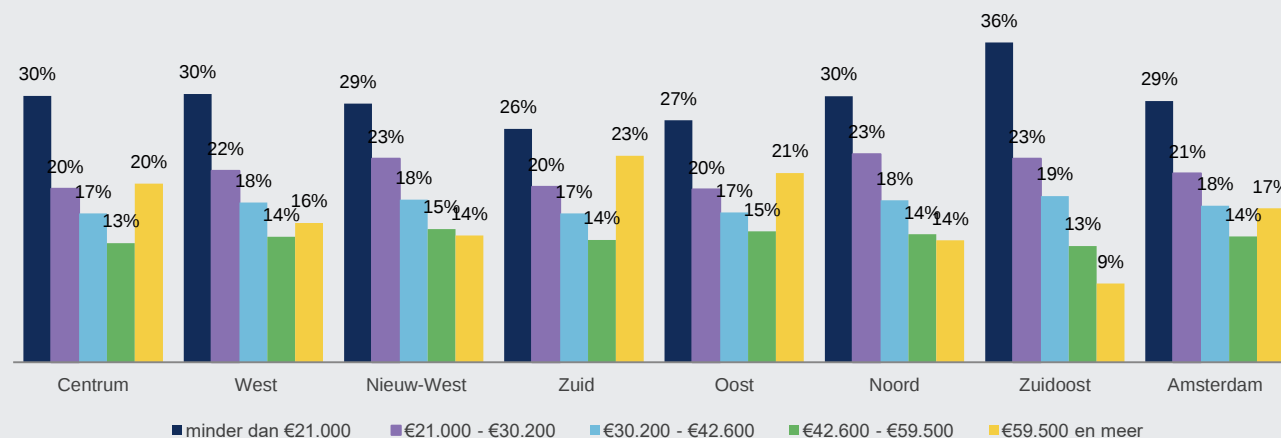


Leeftijdsofbouw

- De leeftijdsopbouw van stadsdeel Zuidoost komt op hoofdlijnen redelijk overeen met de gemeente Amsterdam, maar de bevolking is gemiddeld iets jonger. Richting 2030 neemt vooral de groep 65+ duidelijk toe in Zuidoost. Dat geldt ook voor de categorie 30 t/m 49 jaar, zeker in verhouding tot geheel Amsterdam.
- In vergelijking tot andere grote gemeente ligt de leeftijdsopbouw van Amsterdam rond het gemiddelde.
- De leeftijdsgroep 'jongeren' (15 t/m 29 jaar) is van oudsher de belangrijkste uitgaansgroep. Ze komen vaak in vriendenverband en zijn vooral georiënteerd op (moderne), lunchrooms, 'hippe' koffiezaken en terrassen. Ook festivals en evenementen (muziek, sport) zijn bij hen zeer in trek.
- De categorie 30 t/m 49 jaar betreft voor een belangrijk deel gezinnen met inwonende kinderen, maar ook één- en tweepersoonshuishoudens. Deze categorie heeft een veelal actief vrijetijdspatroon en voelt zich in hoge mate aangetrokken tot familierestaurants, fastfoodzaken en Delivery services, mede vanwege de volle agenda's. Men hecht sterk aan budgetformules. De gezinssituatie is daarbij sterk bepalend.

Tabel 9 Bevolkingsprognose Amsterdam Zuidoost en omgeving² (zie ook toelichting/nuancering in par. 4.1)

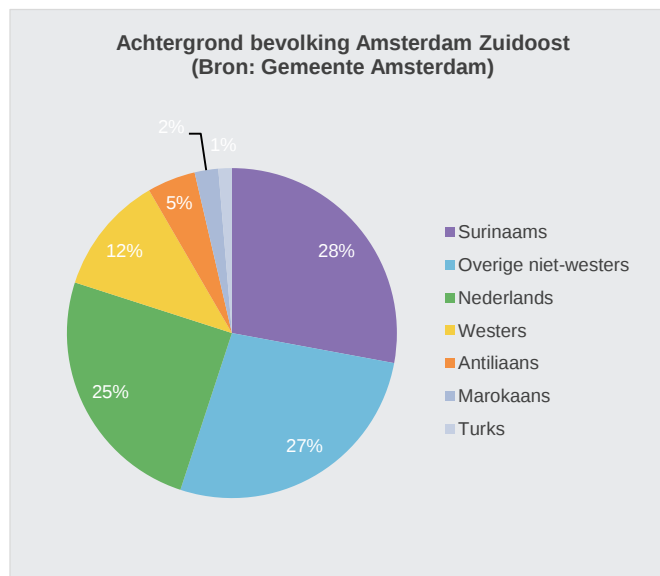
Plaats	2019	2025	2030	2040	Vershil 2019-2040
Amsterdam Zuidoost	88.610	99.806	108.529	117.768	+33%
Ouder-Amstel	13.920	16.250	18.870	23.280	+67%
Amstelveen	90.840	95.890	101.520	111.760	+23%
Diemen	29.200	35.150	37.180	41.420	+42%
Amsterdam	862.970	974.840	1.045.100	1.134.900	+32%

Huishoudens met inkomens naar stadsdelen en inkomensklasse (Bron: CBS)² Primos Online en Gemeente Amsterdam (OIS, Data en informatie)

- Voor de categorie 50 t/m 64 jaar geldt, dat de kinderen deels al uitwonend zijn, waardoor men vaak een actief recreatiegedrag buitenshuis heeft en in kleiner verband (stellen). De koopkracht is bij deze groep doorgaans wat groter dan in de jongere categorieën en men bezoekt graag restaurants en terrassen.
- De categorie 65-plus. Senioren worden steeds actiever en bezoeken graag en veelvuldig horeca overdag, zowel in binnensteden als in het buitengebied. Zij worden relatief sterk aangetrokken tot cultuur(historie) en hechten aan een persoonlijke benadering.

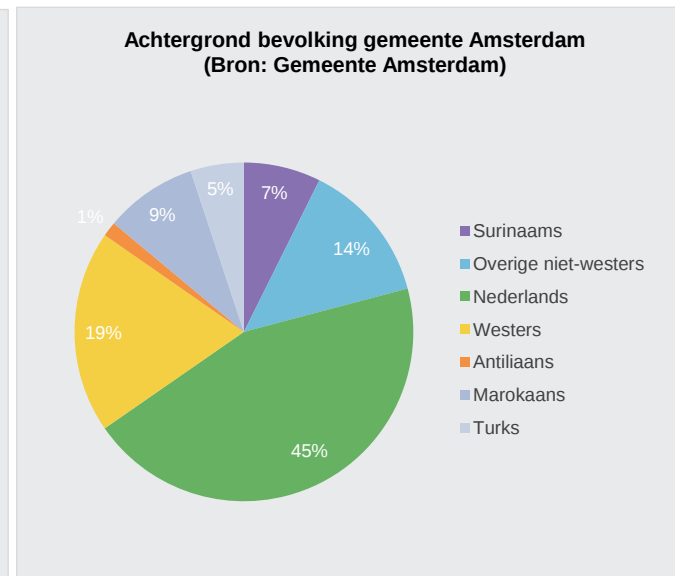
Inkomen

- Het gemiddeld persoonlijk inkomen, het totaal van inkomsten uit arbeid en premies, ligt in Amsterdam 10% hoger dan het gemiddelde van de 3 andere grote steden (€36.400 tegen €33.100)³.
- Tussen de verschillende stadsdelen van Amsterdam zitten echter grote verschillen. In Zuidoost bevinden zich meer huishoudens met lagere inkomen en het kleinste deel huishoudens van de hoogste inkomensklasse.
- In Zuidoost behoren 24% van de huishoudens tot het sociaal minimum. De gemeente Amsterdam gebruikt als inkomensgrens voor een laag inkomen 120% van het landelijke sociaal minimum⁴.
- Op basis van de grote woningbouwopgave in Zuidoost (waaronder koopwoningen en middeldure huurwoningen) zal in de toekomst het inkomensverschil met de andere stadsdelen afnemen.



Achtergrond

- Opmerkelijk is dat het percentage eenouder gezinnen in stadsdeel Zuidoost met 15,8% veel hoger ligt dan het gemiddelde van Amsterdam 8,6%.⁵
- Daarnaast heeft Zuidoost een hoog aantal inwoners met een migratieachtergrond, waarbij ongeveer 63% een niet-westerse achtergrond heeft. Dit ten opzichte van 36% van de inwoners in de gemeente Amsterdam.
- Op basis van de bevolkingsprognose van het CBS blijkt dat landelijk gezien het deel van inwoners met een migratieachtergrond zal toenemen, vooral inwoners met een niet-westerse migratieachtergrond zullen de komende 30 jaar nog flink toenemen.

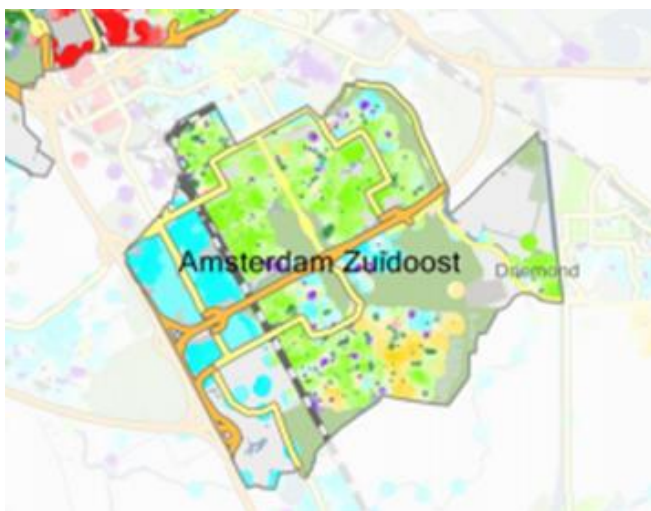


Recreatie

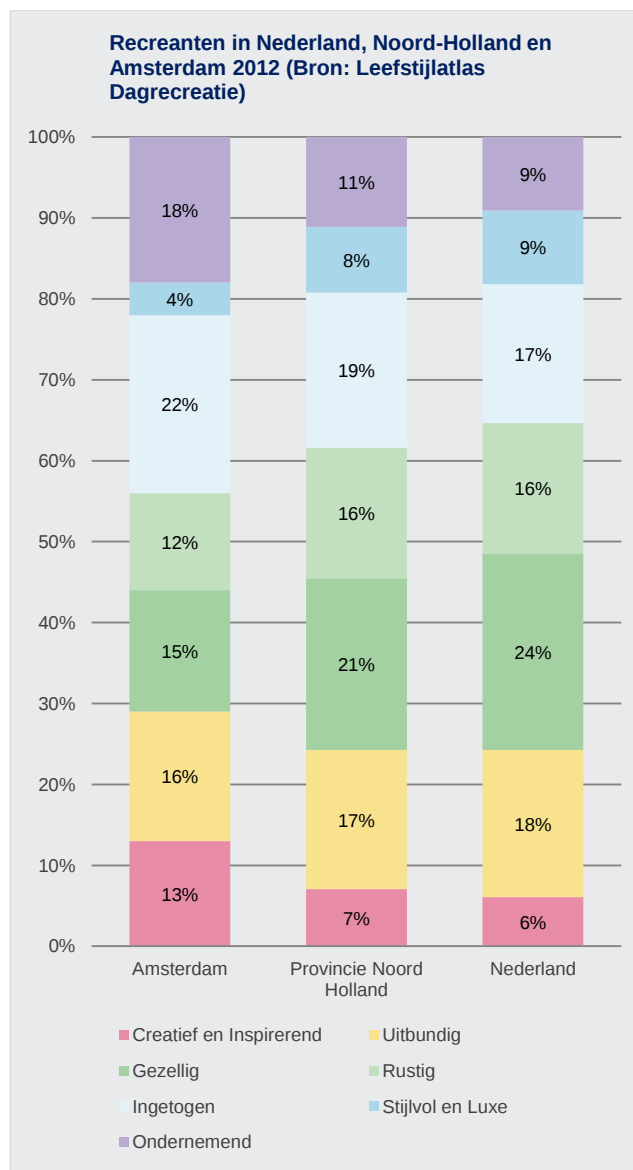
- De Leefstijlatlas Dagrecreatie voor de Provincie Noord-Holland is voor dit onderzoek omgezet naar verschillende personas in het overzicht op de volgende pagina. Op basis van de overzichtskaart in de Leefstijlatlas is te zien dat in 2012 veel inwoners van Zuidoost hun vrije tijd besteedde aan gezelligheid, ontspanning en lichamelijke inspanning. Een omschrijving van deze vrijetijdstypen wordt verwoord door drie verschillende (fictieve) gezinnen; de familie Hartman (*Groen*), Marcus & Johanna (*Lichtblauw*) en Ilse, Joris en de kids (*Geel*). De drie gezinnen vertegenwoordigen gemiddeld gezien de meest voorkomende vormen van vrijetijdsbesteding in Zuidoost.

³ CBS: inkomen van personen, 2019
⁴ Dashboard Armoede, Gemeente Amsterdam, 2020
⁵ Demografie, Gemeente Amsterdam, 2020

- In geheel Amsterdam zijn vergeleken met het landelijke en provinciaal gemiddelde vooral veel creatieve en ondernemende mensen te vinden, zoals Irune (*Paars*) en Pieke (*Rood*), maar ook de iets ingetogener Marcus & Johanna (*Lichtblauw*) komen veel voor.
- Met de demografische veranderingen in Zuidoost (bevolkingsgroei, nieuwe doelgroepen) zal de verdeling waarschijnlijk meer opschuiven richting het Amsterdams gemiddelde, waarmee er meer mensen zoals Pieke (*Rood*) en Irune (*Paars*) zullen vestigen.



Figuur 7: Leefstijlatlas Dagrecreanten Amsterdam Zuidoost. Aqua op de kaart correspondeert met Marcus & Johanna (*Lichtblauw*) en limegroen met de Familie Hartman (*Groen*)

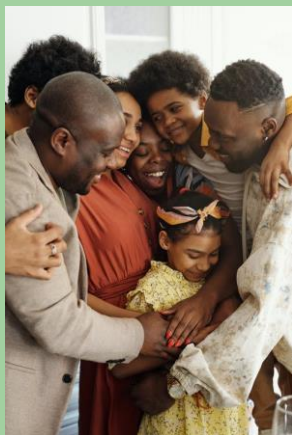


Familie Hartman

Vader Hartman werkt als accountmanager terwijl moeder, nu de kinderen want ouder zijn, weer part-time als kapster bijverdiend.

In het weekend is het belangrijk even weg te zijn van het dagelijkse sleur. Onder het motto 'niets hoeft maar alles mag' wordt er ontspanning opgezocht, waarbij vooral gezelligheid en tijd met elkaar centraal staat.

Favoriete uitjes zijn een picknick of barbecue bij de Gaasplas, winkelen in de stad en een dagje naar een pretpark.

**Ilse, Joris en de Kids**

De startende familie van adviseur Joris en creatief therapeut Ilse profileren zich als echte levensgenieters, die graag samen met andere actieve activiteiten ondernemen. Het versterken van vriendschap en relatie is de basis.

Op zaterdag ontstaan spontane ideeën voor een tripje naar een onbekende stad, een bezoek aan kinderboerderij of het huren van een bootje. Ook festivals, kookcursussen en tentoonstellingen kunnen rekenen op enthousiasme.

**Marcus & Johanna**

Marcus en Johanna werkten beide in de zorg en genieten nu van hun welverdiende pensioenen.



Ze zijn geïnteresseerd in natuur en cultuur en hebben ook nu nog de behoefte op een betekenisvolle manier bij te dragen aan de maatschappij. De meeste tijd wordt besteed aan eigen hobby's en interesses, de vereniging van de kerk en het bezoeken van bijzondere plekken in de omgeving. Behulpzaamheid, respect en verbondenheid staan centraal.

Pieke

Pieke is tweedejaars student fotografie aan de HKA. Hij heeft zijn jeugddorp achter zich gelaten op zoek naar vrijheid en zelfontplooiing in de stad. Eigenwijs en avontuurlijk omschrijft zijn karakter het beste.

In zijn vrije tijd zoekt hij naar nieuwe uitdagingen en bijzondere ervaringen, het liefst iets wat hem uniek maakt. Om de maand bezoekt hij een optreden van een bandje op een *underground*-locatie. Verder is hij veel te vinden in interessante (koffie)barretjes of nieuwe galeries. Liefhebber van moderne kunst en lokale speciaal biertjes.

**Irene**

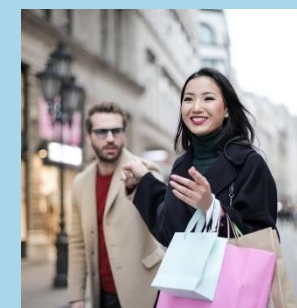
Vanuit Madrid heeft ze de overstap gemaakt naar Amsterdam en een uitdagende baan bij een grote multinational aan de haak geslagen.

In haar schaarse vrije tijd is ze op zoek naar verrassende en inspirerende ervaringen, vooral op het gebied van cultuur. Ze geniet van de musea, filmhuizen, historie en verschillende uitgaangelegenheden in de stad en vindt het geen probleem actief bezig te zijn. Met een sterk gevoel van onafhankelijkheid en een intelligent maar eigenwijs karakter zet ze zich af tegen de gevreesde burgerlijkheid.

**Yuen & Nick**

Advocaat Yuen en ondernemer Nick streven beide een succesvolle carrière na. Ze zijn zelfverzekerd en hebben een sterk karakter.

In hun vrije tijd verdienen ze, naar eigen zeggen, stijlvolle ontspanning. Dit wordt gevonden in het bezoeken van luxe evenementen en faciliteiten, met een prettige ambiance en uitstekende service. Ze worden graag gezien in de beste restaurants, wijn- en cocktailbars van de stad. Ook uitgaan moet in stijl. Sporten en ontspannen wordt gedaan in het 5* hotel om de hoek.



4.2 Marktruimte horeca: behoefte bewoners Zuidoost

Methodiek algemeen

Om een inschatting te maken van het toekomstige bestedingspotentieel aan horeca in ArenAPoort nemen we de behoefte per doelgroep als basis. Deze wordt hieronder cijfermatig geanalyseerd.

De in par. 5.4 aangegeven referentiecentra dienen ter illustratie van de marktmogelijkheden voor horeca in (min of meer) vergelijkbare gebieden als ArenAPoort West en centrum Amsterdamse Poort.

Bewoners Zuidoost

De raming van de marktruimte voor horeca vanuit de bewoners in Zuidoost is nadrukkelijk indicatief. De toekomstige horecabestedingen in een gebied zijn immers afhankelijk van vele factoren aan vraag- en aanbodzijde, waaronder de omvang, kwaliteiten en onderscheidend vermogen van het gevestigde aanbod ('aanbod schept vraag'). Er bestaan bovendien weinig data over koopstromen in de horecasector.

In onderstaande raming is dan ook bewust geen onderscheid gemaakt tussen inwoners naar deelgebied binnen Zuidoost (bijv. centrum en overig). Zeker op lagere gebiedsniveaus zijn bestedingen niet betrouwbaar te ramen: de concurrentie van andere horecabestemmingen in Amsterdam en omgeving is groot en inwonertallen kunnen fors afwijken van de prognoses. Onderstaande aannames zijn mede gebaseerd op koopstroomcijfers in de modische detailhandel (in zekere mate verwant aan horeca) alsmede de horecacapaci-

Tabel 10 Raming bestedingspotentieel horeca inwoners Zuidoost in ArenAPoort in 2030 (uitgangspunt ingrijpende structuurversterking)

	Minimaal	Maximaal
Aantal inwoners Zuidoost 2030	124.500	124.500
Besteding horeca per jaar (in €, landelijk cijfer)	988	988
Binding inw. op horeca centrum AP	20%	30%
Omzet horeca in mln. €	24,6	36,9
Omzet per m ² VVO gemiddeld in mln. €	4.000	4.000
Marktruimte horeca m ² inwoners Zuidoost in ArenAPoort m ² VVO	6.150	9.225
Marktruimte horeca m ² inwoners Zuidoost in ArenAPoort m ² BVO (VVO + 25%)	7.380	11.071

teit in grote naoorlogse centra elders in Nederland. De bestedingen van andere doelgroepen worden in de volgende paragrafen geraamd.

Als vermeld in par. 4.1 zijn er voor Zuidoost diverse, uiteenlopende inwonersprognoses beschikbaar. Dit komt mede door onzekerheden over de fasering van de woningbouw vanwege markttechnische en planologische aspecten. Het toekomstige inwonertal in Amsterdam Zuidoost is voor onderhavige visie bepaald als het gemiddelde van de twee belangrijkste prognoses voor 2030: 108.529 en 140.509⁶ inwoners. Dit resulteert in een inwonertal van 124.500 in 2030.

De inwonersprognose is in dit kader vermenigvuldigd met de gemiddelde jaarlijks horecabesteding per Nederlander⁷ (het 'bestedingspotentieel'). Hierop is een realistische gemiddelde binding toegepast op het centrum van het stadsdeel i.c. geheel ArenAPoort (20-30%). De resulterende omzet is vervolgens gedeeld door de normatieve, landelijke horecaomzet per m² VVO voor moderne horecazaken (circa € 4.000,-).

Vanwege het indicatieve karakter hanteren we een afgerond gemiddelde voor alle horecabranches samen.

Vanuit de inwoners van Zuidoost bestaat er t.b.v. geheel ArenAPoort in 2030 dus een bestedingspotentieel in de horeca ad. € 24,6 - € 36,9 mln. per jaar (gemiddelde beide varianten dus € 30,8 mln.). Dit komt neer op ongeveer 7.400 à 11.000 m² BVO horeca (afgerond).

Bewoners De Nieuwe Kern

Grenzend aan ArenAPoort wordt in de komende jaren De Nieuwe Kern gebouwd, met in 2030 ca. 9.000 inwoners. Deze wijk krijgt vooral lokaal verzorgende functies, waaronder ca. 2.000 m² BVO horeca. Voor deze nieuwe bewoners zal ArenAPoort dus een belangrijke centrumfunctie gaan vervullen. Uitgaande van een gemiddelde jaarbesteding aan horeca van € 988,- levert dit dus een **totaal bestedingspotentieel op van bijna € 8,9 mln. De binding van deze bewoners aan ArenAPoort t.b.v. horeca veronderstellen we op totaal 25%; jaarlijkse horecabesteding in ArenAPoort derhalve ca. € 2,2 mln.**

⁶ Bron: Uitvoeringsagenda Sociale Accommodaties Zuidoost, gemeente Amsterdam, 2018.

⁷ Voor deze gemiddelde besteding veronderstellen we geen groei tot 2030, maar we passen ook geen verlaging toe. Het gemiddeld inkomen per inwoner zal immers geleidelijk stijgen in Zuidoost en tegelijkertijd zullen de horecabestedingen landelijk op termijn waarschijnlijk verder toenemen.

4.3 Behoeftedagbezoekers

ArenAPoort trekt dagelijks vele bezoekers van buitenaf.

- Alleen al station Bijlmer Arena verwerkt dagelijks circa 30.000 in- en uitstappers (prognose 2030: 40.000). Iets minder dan 10% daarvan is overstapper van of naar een andere NS trein. 50% stapt vanuit andere OV vervoerders over op de trein.
- ArenAPoort West heeft drie grootschalige Venues, namelijk Ziggo Dome, AFAS Live en de Johan Cruijff Arena. Ook Pathé Arena is een belangrijke recreatieve trekker. Samen trekken deze accommodaties ongeveer 5,4 mln. bezoekers per jaar. Het toekomstige theater binnen UID zal naar verwachting ca. 300.000 extra bezoekers trekken.
- Uitgangspunt voor de raming van de marktruimte voor horeca vanuit deze leisurefuncties is totaal 6 mln. bezoekers per jaar voor alle Venues samen, incl. het toekomstige theater. Uitgangspunt: gemiddeld 25% van deze bezoekers bezoekt ook horeca buiten de venue en besteedt gemiddeld € 15,-. Totale besteding vanuit deze doelgroep derhalve € 22,5 mln.**
- Daarnaast blijkt uit het Koopstromenonderzoek Randstad (KSO) 2018 dat de Johan Cruijff Boulevard samen met Woonmall Villa Arena (ArenAPoort West) met circa 54 winkels ongeveer € 197 miljoen euro aan niet-dagelijkse bestedingen aantrekt. Hiervan komt 44% uit andere gemeenten in de Randstad.
- Het horeca-aanbod krijgt van de winkelbezoekers hier het rapportcijfer 7.2; iets hoger dan gemiddeld in benchmarkcentra. Cijfers over combinatiebezoek ontbreken voor dit gebied.

- Uit het KSO onderzoek komt ook naar voren dat in winkelcentrum Amsterdamse Poort vooral is gericht op de gemeente Amsterdam: 97% van de dagelijkse bestedingen en 82% van de niet dagelijkse bestedingen komen hiervandaan. Totaal wordt hier in de niet-dagelijkse sector € 74,8 miljoen euro omgezet en in de dagelijkse sector € 83,5 mln. Het centrum wordt de komende jaren ingrijpend herontwikkeld tot een regionaal verzorgend centrum, waardoor er in de toekomst waarschijnlijk aanmerkelijk meer bezoekers van buiten Zuidoost het centrum zullen bezoeken.
- 30% van de bezoekers in Amsterdamse Poort combineert winkelen met bezoek aan een andere voorziening. Het grootste deel, 67% (dus ca. 20% van het totale bezoek), bezoekt ook een horecazaak. Het horeca-aanbod krijgt het rapportcijfer 7.5; iets hoger dan gemiddeld in (min of meer) vergelijkbare centra.
- Het aantal 'shoppers' van buiten Amsterdam Zuidoost en De Nieuwe Kern ('lokale' winkelbezoekers zijn deel andere vermelde doelgroepen) ramen we op 2 mln. per jaar. Uitgangspunt: gemiddeld een derde (33%) van deze bezoekers bezoekt ook horeca en besteedt gemiddeld € 7,50. Totale besteding vanuit deze doelgroep derhalve € 5 mln. per jaar.**

4.4 Behoeftehotelgasten

Toeristisch bezoek aan Amsterdam

- In 2019 waren er circa 18,4 miljoen overnachtingen in de gemeente Amsterdam, ongeveer 9,2 miljoen gasten. Ongeveer 16% hiervan waren binnenlandse toeristen⁸.
- Uit het Rapport Toerisme MRA blijkt dat er in 2019 circa 81.257 bedden zijn in de gemeente Amsterdam, waarvan zich 7% bevindt in stadsdeel Zuidoost. Daarnaast

Tabel 11 Hotelcapaciteit Metropoolregio Amsterdam en Nederland in 2019⁹

Plaats	Hotels	kamers	bedden	Mutatie bedden t.o.v. 2018
Nederland	3.808	138.216	302.748	+6%
MRA	800	53.239	116.402	+7%
Amsterdam	520	36.860	81.257	+6%
Zuidoost	17	2.328	5.921	0%

kent Zuidoost ook nog circa 333 unieke listings op Airbnb.

- Het aanbod hotels in Zuidoost bestaat uit formules van o.a. Hampton by Hilton, Holiday Inn, EasyHotel, Jaz Hotels en Gr8 Hotels. Daarnaast zijn er ook hostels (A&O) en bed & breakfasts (B&B ZOH) te vinden. Totaal zijn in Zuidoost 2.328 hotelkamers beschikbaar. Hiervan zijn er in 2030 naar verwachting ca. 1.662 in het gebied ArenAPoort.
- In 2018 bedroeg de gemiddelde kamerbezetting in Amsterdam 84%, waarbij de druk op de hotels vooral in het centrum groot is. Wereldwijd werd er in 2019 een jaarlijkse groei van 4% van toerisme verwacht en in Amsterdam een groei van 6%.
- Uitgangspunt voor de raming van de marktruimte voor horeca door hotelgasten (buiten het hotel) is een totaalpotentieel van 776.500 bezoeken per jaar¹⁰. Uitgangspunt: gemiddeld een derde (33%) van de hotelgasten bezoekt ook horeca en besteedt gemiddeld € 25,- (relatief veel restaurantbezoek). Totale besteding vanuit deze doelgroep derhalve € 6,4 mln. per jaar.**

⁸ Dashboard Toerisme, Gemeente Amsterdam, 2019

⁹ Rapport Toerisme MRA, Gemeente Amsterdam, 2018-2019

¹⁰ 1.662 kamers * gemidd. 1,6 personen/kamer * 80% * 365.

- De impact van toerisme op de leefomgeving is groot in Amsterdam. Daarom bestaat voor de meeste deelgebieden een hotelstop. Bijlmer Centrum en Amstel III zijn aangewezen als een Nee-tenzij gebied: er wordt alleen medewerking verleend aan verruiming van de hotelcapaciteit als dit aantoonbaar een “exceptionele bijdrage levert aan het innovatieve aanbod van verblijfsaccommodaties als een bijzonder aspect van het maatschappelijke, culturele of economische klimaat” Er wordt daarnaast ingezet het op het spreiden van bezoekers over gebieden en onbekende wijken, om het centrum te ontlasten. Hierbij zijn Zuidoost en Arenapoort aangemerkt als wenselijk spreidingsgebied¹¹.
- Vanuit het KSO Randstad blijkt dat de toeristische bestedingen voor niet-dagelijkse artikelen in zowel Arena Poort als de Johan Cruijff Boulevard/Villa Arena momenteel dermate laag zijn ten opzichte van de andere toevloeiing, dat deze niet naar voren komen in het koopstromen onderzoek. In vergelijking: in het centrum van Amsterdam is dit meer dan de helft van alle bestedingen.
- Netto komt er op termijn 150.000 m² BVO kantoorruimte bij in het gebied. Dit resulteert in ca. 5.000 extra banen.¹²
- Totaal veronderstellen we dus op termijn 17.000 kantoorwerkers in ArenAPoort die wekelijks meer dan 12 uur werken.
- **Uitgangspunt voor de raming van de marktruimte horeca vanuit de werknemers in ArenAPoort is een totaalpotentieel van 1,7 mln. horecabezoeken per jaar¹³. Uitgangspunt: gemiddeld een derde (33%) van deze bezoekers bezoekt openbare horeca en besteedt gemiddeld € 10,-. Totale besteding vanuit deze doelgroep derhalve € 5,6 mln. per jaar.**
- **De bestedingen door werknemers van buiten ArenAPoort zijn een aanname: € 1 mln.**
- . Het betreft hier immers vele banen, die zich deels echter op een behoorlijk afstand van ArenAPoort (bijv. in Amstel III Zuid) bevinden.
- Ook de Hogeschool van Amsterdam is met drie locaties, Fraijlemaborg, Nicolaes Tulphuis en BOOT gevestigd in het stadsdeel. In het Zandkasteel komt een Internationale School.
- **Voor de doelgroep studenten is het bestedingspotentieel voor de marktruimte een aanname: € 1 mln.**

4.5 Behoeftte zakelijk en onderwijs

- In Amsterdam Zuidoost zijn vele grote bedrijven en hoofdkantoren gevestigd, zoals ING bank, EndemolShine, Capgemini, Cisco, ABN-AMRO en Deutsche Bank. Er ligt een sterk accent op kantoren.
- Volgens data van de gemeente zijn er in het gebied ArenAPoort nu totaal 215 kantoren, met totaal 18.815 werknemers. We veronderstellen (mede o.b.v. andere data van de gemeente) dat van hen 2/3 meer dan 12 uur per week werkt en dus wellicht (ook) horeca bezoekt in de omgeving (lunch, borrel, coffee-to-go). Dit resulteert in (afgerond) 12.000 kantoorwerkers.

4.6 Totaal bestedingspotentieel en marktruimte horeca ArenAPoort

Uitgangspunten

Om een inschatting te maken van het bestedingspotentieel aan horeca in ArenAPoort nemen we de in de vorige paragrafen vermelde (vetgedrukte) behoeftecijfers per doelgroep inclusief bewoners Zuidoost als basis. Vermenigvuldiging met de veronderstelde binding (welk aandeel per doelgroep

bezoekt straks de horeca in ArenAPoort?) en de gemiddelde besteding per bezoek resulteert in de totale bestedingen. Alle cijfers zijn op jaarbasis en inclusief BTW en de uitkomsten zijn nadrukkelijk indicatief.

Vermelde cijfers zijn inschattingen van BRO en gebaseerd op vele onderzoeken en databronnen. Eenduidige referentie-cijfers over horecabestedingen ontbreken namelijk; ook omdat horecabezoek in praktijk sterk afhankelijk is van de kenmerken van de doelgroepen, de ruimtelijk-functionele structuur, herkenbare horecaclusters (terraspleinen), uitstraling van de horeca en uiteraard de ondernemerskwaliteiten ter plekke. Vanwege de diversiteit (qua achtergrond en beschikbare cijfers) is per doelgroep steeds de meest geschikte methodiek gehanteerd.

Conclusies bestedingspotentieel en marktruimte

Het totale marktpotentieel voor (openbare) horeca in ArenAPoort omvat in 2030 totaal (indicatief) 18.600 m² VVO, als volgt opgebouwd:

- inwoners Zuidoost: 7.700 m² VVO (gemiddelde varianten MIN-MAX, zie par. 4.2);
- overige gebruikers/bezoekers (zie boven): 10.900 m² VVO.

Momenteel biedt ArenAPoort ca. 11.558 m² VVO horeca. Per saldo is er dus in het gehele gebied tot 2030 een uitbreidingsruimte van circa + 7.000 m² VVO horeca, te herleiden tot circa + 8.750 m² BVO (VVO + 25%). De totale toename van de horecapaciteit bedraagt daarmee + 61% t.o.v. de huidige situatie.

¹¹ Stad in Balans, 2018-2022

¹² 150.000 m² / gemidd. 20 m² ruimte per werker (norm Rijksvastgoedbedrijf), uitgangspunt 2/3 werkt >12u per week.

¹³ 17.000 werknemers in gebied (> 12 uur per week) * gemidd. 2,5 werkdagen 'op kantoor' * 40 weken.

We vermelden nogmaals dat de niet openbaar toegankelijke horeca in het gebied (bijv. binnen de grote Venues en kantoren) hier buiten beschouwing is gelaten. Dit geldt ook voor horeca-activiteiten door bijvoorbeeld winkels, catering vanuit de informele sector (bijvoorbeeld catering door particulieren vanuit hun eigen keukens) en paracommercie vanuit bijvoorbeeld (sport)verenigingen en kerken. Deze activiteiten zijn niet te kwantificeren, maar in de visie gaan we hier wel nader op in.

Onzekerheid effecten Coronavirus

Het Coronavirus (en wellicht een economische recessie) zal de komende jaren forse effecten hebben op de ontwikkelingskansen voor horeca. Het gaat dan bijvoorbeeld om bedrijfsssluitingen, ontslagen en minder bezoek- c.q. omzetcapaciteit (1,5 meternorm). De impact is vooralsnog onduidelijk en mede afhankelijk van de werking van vaccins en andere medicatie. Door de meeste deskundigen wordt rond 2023-2024 hetzelfde omzetniveau verwacht als in 2019. Aan de andere kant is de horeca een zeer veerkrachtige sector die van nature snel inspeelt op veranderend(e) trends, consumentenwensen en bezoekgedrag. De bezorgconcepten en andere acties tijdens de Coronacrisis zijn daarvan een illustratie. Ook na eerdere recessies (9/11, kredietcrisis) herstelde de sector steeds binnen enige jaren en stegen bestedingen daarna zelfs verder. Wel zal de financiering van horeca-initiatieven de komende jaren waarschijnlijk lastiger worden.

Om deze redenen, maar ook vanwege concurrerende (deels onvoorspelbare) horecaontwikkelingen elders in Amsterdam en omgeving, worden in dit onderzoek de bestedingcijfers per horecabezoeker niet verhoogd richting 2030. Dit is naar onze inschatting een behoudende aanname.

Tabel 12 Indicatie totale bestedingen horeca in ArenAPoort 2030

	Potentieel bezoeken horeca	Horecabezoeken buiten Venue / kantoor in %	Bestedingen in € per keer	Potentieel bestedingen-horeca ArenAPoort totaal (mln. €)
Inwoners Zuidoost (zie par. 4.2, tabel 10)	-	-	-	30,8
Hotels (alleen ArenAPoort, par. 4.4)	776.500	33	25	6,4
Leisure incl. grote Venues en zakelijke gasten (par. 4.3)	6.000.000	25	15	22,5
Kantoren/werkers Arenapoort (par. 4.5)	1.700.000	33	10	5,6
Kantoren/werkers omgeving (aanname, par. 4.5))	-	-	-	1,0
Studenten (aanname, par. 4.5)	-	-	-	1,0
Shoppers Villa Arena, megastores, Amsterdamse Poort (excl. Zuidoost, Nieuwe Kern, par. 4.3) ¹⁴	2.000.000	33	7,5	5,0
Nieuwe inwoners Nieuwe Kern (par. 4.2)	9.000	25	-	2,2
TOTAAL bestedingen horeca ArenAPoort in mln. € per jaar				74,5
In m² horeca VVO				18.622

¹⁴ 2 mln. bezoekers per jaar is aanname.

5 Trends horeca, SWOT en referentiegebieden ArenAPoort

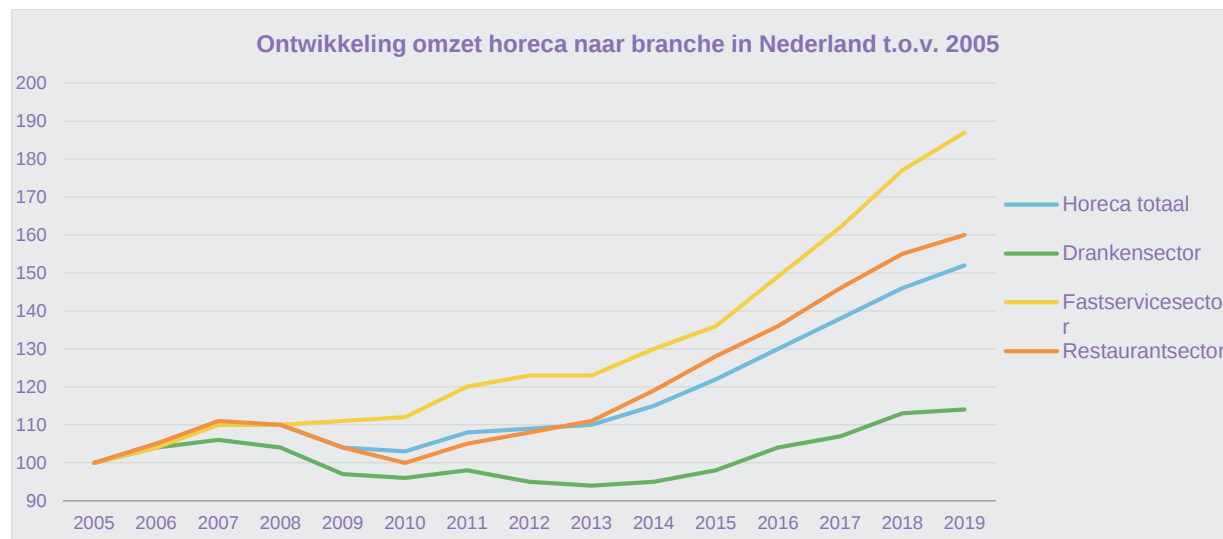
5.1 Landelijke trends en ontwikkelingen in horeca

Een economische sector met betekenis

Er hebben zich de afgelopen jaren vele ontwikkelingen voorgedaan in de (restaurantieve) horeca, zowel aan de vraag- als de aanbodzijde. We beperken ons in dit overzicht tot de hoofdlijnen, aangezien er in en rond de zeer veelzijdige horecasector vele trends spelen, zowel op macro- als microniveau. Voor de beschrijving hebben we geput uit vele bronnen, onderzoeken (o.a. CBS, HorecaDNA, NRIT, KHN), horeca- en algemene media en vele gesprekken met ondernemers, grote horecaformules en centrumorganisaties.

Er zijn in Nederland circa **41.500 horecazaken**, waaronder bijna 16.800 drankverstrekkers, bijna 12.900 fastservice-zaken (snackbars, etc.) en 11.900 restaurants. In 2019 realiseerde de restaurantieve horeca (dus excl. hotels) een totale omzet van ca. **17,2 miljard euro**. Hoewel de bestedingen in de sector de afgelopen jaren fors zijn gestegen is de **toekomstverwachting** onzeker. Behalve de effecten van het **Coronavirus** speelt ook het overaanbod van 'traditionele' horecazaken een rol; er is 'teveel van hetzelfde'. Anno 2021 bestaan er vooral ontwikkelingskansen voor zaken die zich qua thema, product, service en marketing sterk en onderscheidend profileren.

De algemene **economische groei** zal de komende jaren waarschijnlijk gering zijn. De ontwikkeling van het inkomend toerisme (de afgelopen jaren een enorme groeier, zeker in Amsterdam) is onzeker geworden door het Coronavirus. De



Figuur 8: Omzetontwikkeling horeca in Nederland 2005-2019 (CBS)

komende jaren zal de marktruimte in de sector hoe dan ook aanmerkelijk lager en wellicht negatief uitvallen, maar op de langere termijn is een verdere groei reëel.

Groeiende maatschappelijke functie

Vrijwel elke Nederlander bezoekt tegenwoordig weleens een horecazaak, in welk verband en met welk motief dan ook en steeds vaker. Hoewel de economische conjunctuur daarbij een rol speelt is het hoogstwaarschijnlijk een blijvende trend. Uitgaan en restaurantbezoek staan voor **gezelligheid** en zorgen voor **ontmoeting**. Lunchzaken en koffieformules (**dag-horeca**) hebben in korte tijd hun marktpositie enorm versterkt. Bovenal verwachten mensen een aantrekkelijke, al dan niet bijzondere '**beleving**' en men is in het algemeen bereid daarvoor een **faire prijs** te betalen. Het onderwerp '**food**' staat volop in de belangstelling. Ook **sociale contac-**

ten worden steeds meer buitenshuis onderhouden, met horecazaken als primaire bestemming. In de volgende paragraaf beschrijven we de trends in concreto.

Daarnaast laten steeds meer mensen zich echter leiden door **kortingsacties**, die online volop voorhanden zijn. De groeiende groep (**koopkrachtige**) **ouderen** wil optimaal genieten van haar ruime vrije tijd. Ook het groeiende aantal **kleine huishoudens** leidt tot extra consumptie buitenshuis. Het aantal dagelijkse '**eetmomenten**' neemt nog steeds toe. Tenslotte leveren de sterk toenemende overnachtingen van **buitenlandse toeristen** eveneens veel extra vraagpotentieel voor de horeca.

In toenemende mate wordt het **economisch en sociaal-maatschappelijk belang** van een sterke horecasector erkend, ook door overheden. Horeca richt zich steeds meer op **vermaak en beleving** en moderne zaken zijn actief bezig



met productontwikkeling, marketing en organisatie van activiteiten en arrangementen. Sterke horeca zet gebieden 'op de kaart', ook voor bovenlokale en toeristisch-recreatieve bezoekers. Belangrijk is dan wel de beschikbaarheid van geschikte vestigingslocaties en terrasruimte.

Hoewel er nauwelijks landelijke cijfers bestaan omtrent het bezoek aan horecazaken naar doelgroep is wel duidelijk dat er grote onderlinge verschillen zijn. Het bezoekgedrag en de bestedingen worden vooral bepaald door de leeftijd, gezinssituatie en stedelijkheid van de woonomgeving. Zo eet van de 'Millennials' (geboren tussen 1980 en 2000) 29% tenminste eens per week buiten de deur. Van de 'Babyboomers' (geboren tussen 1940 en 1965) doet slechts 10% dat, al besteden zij per bezoek wel gemiddeld anderhalf keer zoveel.

5.2 Trends in de horeca

De horecasector is onderhevig aan vele trends en ontwikkelingen, op zowel macro- als microniveau. In concreto zijn landelijk en internationaal vooral de volgende trends opvallend, inclusief aansprekende voorbeelden. Overigens combineren moderne horecaformules vaak meerdere trends.

- **Schaalvergroting:** De ruimtebehoefte van horecazaken neemt toe, vanwege rendementseisen, multifunctionaliteit (zalen), meer ruimtebehoefte gasten (Corona) en de consumentenbehoefte in algemene zin.
Voorbeelden: Vapiano, Happy Italy, La Place, Wagamama, Wereldrestaurant
- **Multifunctionaliteit:** Horecabedrijven bieden een steeds bredere menukeuze, met per dagdeel soms verschillende doelgroepen. Dat is vaak ook nodig voor een gezonde bedrijfsexploitatie. Voorbeelden: High Tea, Lazy Sunday Breakfast, Sunday Roast. Ook worden vaker recreatieve en culturele activiteiten georganiseerd (DJ, Pub Quiz) of zaalverhuur (zakelijke markt) aangeboden.
Voorbeelden: Dudok, Volkshotel Amsterdam, Stan & Co (diverse plaatsen), Café de Ceutel.
- **Vers en verantwoord:** Een onmiskenbare trend die vooral in steden met een jonge bevolking goed zichtbaar is. Hoewel restaurants hierin vooropliepen, is de fastfood branche bezig met een opvallende inhaalslag. Vaak betreft het Aziatische producten, maar ook producten als frites en (om maar wat te noemen) avocado's blijken zich hiervoor prima te lenen. Presentatie en vormgeving zijn vaak opvallend en eigentijds.

Voorbeelden: Stach Café, SLA, Frites Atelier, Taco Bell, Wok to Go, Juicebrothers, The Avocado Show.

- **Samen delen.** Horeca gericht op het gezamenlijk consumeren van kleinere hapjes (tapas, pinxtos, sushi, borrelplankjes) groeit snel. Niet meer allemaal een 'eigen' gerecht, maar gezellig samen delen. Het sociale aspect speelt hier een belangrijke rol.
Voorbeelden: La Cubanita, Happyhappyjoyjoy, Boca's, 't Zusje, Sumo, Gossimijne
- **Specialistische koffiemarkten:** Landelijk een opvallende ketenvorming, met ook op lokaal niveau veel initiatieven. Voor jongeren en ZZP-ers hebben deze zaken vaak een belangrijke ontmoetings- en werkfunctie.
Voorbeelden: Starbucks, Coffeecompany, Coffee & Coconuts vele lokale zaken met hoogwaardige koffiemachines en gediplomeerde barista's, bijzondere inrichting
- **Drankspecialiteiten:** Cafés waren in Nederland van oudsher sterk gericht op het schenken van bier, met een beperkte keuze aan andere dranken. Speciaal bieren ('Craft Beers') zijn in opkomst, maar ook de groeiende populariteit van wijn en gedestilleerd (cocktails, whisky, gin) is opvallend. Vaak betreft het zelfstandige horecazaken, met een uitgebreide keuze, ook op tap en per glas.

Voorbeelden: Cocktailbar Mr Mofongo Groningen, Biercafés (Olivier Utrecht, Tales & Spirits, 5&33, In den Uiver Haarlem, De Gouverneur Maastricht).

- **Beleving en actie:** Gasten mogen zelf biertappen of krijgen een rondleiding, productdemonstratie of proeverij. Ook ambachtelijke brouwerijen met een proeflokaal zijn een voorbeeld.

Voorbeelden: De bierfabriek, Brouwerij 't IJ, Taphuys, Beers & Barrels, Jopenkerk Haarlem.

- **Foodhallen:** Meerdere ondernemers met eigen keukens onder één dak, met een gezamenlijk terras (binnen, maar vaak ook buiten) en veelal een centrale bar. Onge dwongen 'festival' sfeer, levendig karakter. Zeer populair, mits de verschillende counters goed worden aange-stuurd vanuit een centrale bedrijfsleiding (kwaliteit, openingstijden, presentatie).

Voorbeelden: Downtown Gourmet Market Eindhoven, MingleMush Den Haag, Foodhallen Amsterdam/Rotterdam, World of Food, The Food Department Magna Plaza (beide Amsterdam)

- **Thuisbezorging:** Steeds meer mensen laten hun avondeten thuisbezorgen. Naast gespecialiseerde ketens (Domino's, New York Pizza, Sushi Point) bezorgen ook steeds meer reguliere restaurants en high end (bijv. RIJKS) restaurants aan huis via algemene bezorgplatforms (Ubereats, Fooddrop, Deliveroo, Takeaway.com). Forse groei tijdens Coronacrisis.

- **Horecazaken en –ondernemers worden Merken:** Goedlopende zaken verbreden hun horecafunctie door bijvoorbeeld pop-up vestigingen, bezorgconcepten (soms vanuit een extra keuken), inzet van de chefkok op andere plekken of deelname aan mediaproducties. Vaak met een mediagenieke ondernemer als 'uithangbord'. *Voorbeelden: De Librije (Jonnie Boer), Herman den Bijker (Restaurant Goud), The Avocado Show.*

- **Vervlechting horeca en detailhandel:** Mede door veranderende consumentenwensen ontstaan steeds meer 'blurring'-concepten. Bijvoorbeeld een dagelijkse of niet-dagelijkse winkel met gelegenheid voor koffiedrinken of lunchen. Vanuit de landelijke regelgeving is alcoholver-strekking hier overigens verboden.

Voorbeelden: Backwerk, Vlaamsch Broodhuys, Bakker Bart, Boekwinkels Van Piere Eindhoven, Waanders In de Broeren Zwolle, Lola Bikes & Coffee Den Haag, Huts-pot.

- **Horeca versterkt cultuurfunctie:** Behalve de vanzelfsprekende synergie tussen cultuur en horeca, kan deze laatste functie de exploitatiebasis van cultuurclusters aanmerkelijk versterken. Met name zichtbaar bij filmtheaters, bibliotheken en musea.

Voorbeelden: Forum Groningen, Rozet Arnhem, Lux Nijmegen, Eye Amsterdam, RIJKS, Milk Café, Kriterion, vele musea

- **Steeds meer terrassen:** Alom zichtbaar, in binnen- en buitenland en met vaak sterk beeldbepalende parasols. Terrassen krijgen steeds vaker een 'eigen' inrichting, aansluitend op bedrijfsconcept en doelgroepen. Door Corona ontstaan (deels blijvend) ruimere terrassen. *Voorbeelden: Beukenplein Amsterdam, Stadhuisplein Rotterdam, Leidseplein Amsterdam, Neude Utrecht, Plein Den Haag*

- **Vormgeving, architectuur en locatie** als attractiefactor. De afgelopen jaren zijn in Nederland vele horecazaken geopend met een markante stijl, inrichting en interieur, vaak gericht op een specifiek thema, doelgroep of life style. Ook de opkomst van 'Industrial Design', Rooftop bars en Pop Up concepten vallen binnen deze trend. Vele voorbeelden, met name in de grotere steden. *Voorbeelden: Mama Kelly, Bulls & Dogs, Moon, Ma'dam, Escobar, BAUT, van t Spit, The Seafoodbar Cannibale Royale, The Butcher, Loetje, Anan Saigon,*

- **Horeca ondersteunt nieuwe werklocaties:** Vaak innovatieve, 'hippe' en soms grootschalige concepten met individuele of gezamenlijke werkplekken ('Workspaces'). Ze vervangen deels de traditionele bedrijfsrestaurants, maar richten zich op een bredere doelgroep. In industrieel erfgoed, maar ook als transformatie van gedateerd kantorenvastgoed.

Voorbeelden: Blokhuispoort Leeuwarden, Performance Factory Enschede, Strijp-S Eindhoven, Caballerofabriek Den Haag.

5.3 Aansluiting horeca ArenAPoort op doelgroepen

In onderstaand overzicht zijn de belangrijkste doelgroepen vermeld, in elk geval deels van toepassing op de (toekomstige) horeca in ArenAPoort. Behalve hun algemene profiel en behoeften worden ook de specifieke behoeften t.a.v. horecabezoek vermeld alsmede de belangrijkste relevante kerngebieden in ArenAPoort (zie legenda onderaan).

We benadrukken dat er in praktijk veel overlappings bestaan tussen doelgroepen en hun bezoekvoorkeuren en –gedrag. Afhankelijk van de groepssamenstelling, bezoekmotief of bezoekdoel kunnen voorkeuren soms afwijken. Iemand met jonge kinderen heeft bij een bezoek in zakelijk of vriendenverband bijvoorbeeld vaak andere voorkeuren dan bij een familietrip.

Ook de 'toedeling' naar deelgebieden is indicatief. Het overzicht is gebaseerd op vele onderzoeken (landelijk, lokaal, consumentengedrag, etc.) en eigen expertise van BRO. De beoordeling is afkomstig van BRO en bewust kritisch ingestoken. Versterking van de verzorgingsfunctie van ArenAPoort qua horeca staat in dit onderzoek immers voorop.

Doelgroepen	Aanwezigheid in Zuid-oost, ArenAPoort	Profiel en behoeften (algemeen)	Behoeften horeca	Kerngebieden ArenAPoort	Oordeel aansluiting ArenAPoort op doelgroep
Inwoners lokaal en regio:					
1. Gezinnen met inwonende kinderen	● ●	Weinig tijd Beperkt budget Accent functioneel Accent weekend Kinderen bepalen....	Familierestaurants Fast Food/Casual Buffetconcepten Tapas, Sushi, Aziatisch, Pizza, Prijsvriendelijk	Amsterdamse Poort	
2. Startende huishoudens zonder kinderen (incl. 'Yuppen', Expats, etc.)	● ● ●	Weinig tijd Ruim budget Ontspanning, Ontmoeting Gezond, verantwoord Trendsettend/hip Weekrond Frequent horecabezoek	Fast Food/Casual Tapas, Sushi, Aziatisch, Pizza, Luxe Delivery Bijzondere keukens, concepten Cafés, terrassen Foodhallen Uitgaan tot laat	Arenapoort West Stationsomgeving Amsterdamse Poort	
3. Overige huishoudens zonder (inwonende) kinderen, < 70 jaar	● ●	Veel tijd Vaak ruim budget Kwaliteit Ontspanning Persoonlijk Sfeer Weekrond	Daghoreca Eetcafé Restaurant Terrassen 'Beleving'	Arenapoort West Amsterdamse Poort	
4. Senioren >= 70 jaar	●	Veel tijd Loyaal Budget varieert Herkenbaarheid, Authenticiteit Veiligheid Bereikbaarheid (auto) Toegankelijkheid	Restaurant, lunchroom, daghoreca Bekende keukens, horecaformules Service, bediening, aandacht Prijsvriendelijk Horeca in wijken en wijkwinkelscentra	Amsterdamse Poort	

Doelgroepen	Aanwezigheid in Zuidoost, accent ArenAPoort	Profiel en behoeften (algemeen)	Behoeften horeca	Kerngebieden ArenAPoort	Oordeel aansluiting ArenAPoort op doelgroep
5. Studenten	● ● ●	Ontmoeting medestudenten Gemak Gezond, verantwoord Ontspanning Levendigheid Trendsettend/hip Beperkt budget Frequent horecabezoek	Fast Food/Casual Tapas, Sushi, Aziatisch, Pizza Coffeabar Delivery, To Go Cafés, terrassen Innovatieve zaken Wifi Uitgaan tot laat Prijsvriendelijk	Stationsomgeving Amsterdamse Poort	
6. Scholieren	● ●	Ontmoeting leeftijdgenoten Gevoelig Social Media Trendvolgend Beperkt budget Accent weekend	Fast Food (Feest)cafés Horeca bij leisure Terrassen Voordelig Wifi Laagdrempelige zaken, entree <18 jaar Prijsvriendelijk	Stationsomgeving Amsterdamse Poort	
<u>Bezoekers van buiten regio:</u>					
7. Winkelbezoekers en dagcreanten	● ●	Gedrag afhankelijk groepssamenstelling, leeftijd, etc. Ontdekking, verrassing, authenticiteit Recreatie, winkelen Evenementen Levendigheid Relatief veel vrouwen Bereikbaarheid auto, trein	Daghoreca, borrelen Restaurants Bijzondere keukens, concepten Terrassen Alle prijsklassen Aansluiting op winkelgebied	Arenapoort West Stationsomgeving Amsterdamse Poort	
8. Bezoekers grote evenementen ArenAPoort West	● ●	Aansprekende evenementen, concerten (Grote Namen) Bereikbaarheid OV en auto	Fast Food Fast Casual Café	Arenapoort West Stationsomgeving	

Doelgroepen	Aanwezigheid in Zuid-oost, accent ArenAPoort	Profiel en behoeften (algemeen)	Behoeften horeca	Kerngebieden ArenAPoort	Oordeel aansluiting ArenAPoort op doelgroep
9. Kantoorwerkers, ZZP-ers, etc.	● ● ●	Primair motief werken Koffie of lunch tijdens/na werktijd Borrel na werktijd Vers en gezond Weinig tijd Rustige overleglocatie	Coffeebar Lunchcafé Café Outlet versspeciaalzaak	Arenapoort West Stationsomgeving Amsterdamse Poort Cumuluspark	
10. Hotelgasten	● ●	Toerisme Zakelijke ontmoeting, congres Bezoek grote concerten Locatie, comfort, kwaliteit Beperkt deel budgetsegment Bereikbaarheid auto en/of OV	Restaurant Lunchzaak Coffeebar Café Service, bediening	Arenapoort West Stationsomgeving	

Legenda:

Scores oordeel (laatste kolom):  Goed  Neutraal (niet bijzonder goed/slecht)  Matig/slecht

Kerngebieden ArenAPoort :

Tabel 43 SWOT-analyse horeca in ArenAPoort

Sterke aspecten	Zwakke aspecten (relatief)
• Unieke combinatie groot winkelcentrum (regionale functie) uitgaanscentrum (landelijke allure) en kantoren • Veel leisure, evenementenlocaties, retail met bovenregionale functie • Aansprekende trekkers (Johan Cruijff Arena, Ziggo, Afas Live, Pathé) • Landelijke bekendheid gebied (Johan Cruijff Arena), Ziggo Dome • Ligging in dichtbevolkte regio • Goede bereikbaarheid per OV, fiets en auto • Ruime parkeercapaciteit	• Matige samenhang west- en oostzijde ArenAPoort, nauwelijks combinatiebezoeken • Barrièrewerking station en Hoekenroplein • Matige inrichtingskwaliteit in algemeen, stenig, weinig groen, geen sfeervolle terrassen • Westzijde: horeca heeft ondanks ruime capaciteit geen 'smoel', o.a. door verspreide structuur, introverte uitstraling, etc. • Westzijde: door grootschalige opzet ('blokkendozen') en grote pleinruimten matige verblijfswaarde, weinig reuring overdag • Oostzijde: matige uitstraling winkelcentrum, geen uitnodigende uitstraling Hoekenrodeplein • Onduidelijke identiteit gebied, matig imago
Kansen	Bedreigingen
• Grote dynamiek in gebied in algemene zin • Aanwijzing als nieuw uitgaansgebied in Amsterdam, ook als alternatief voor de (toeristische) binnenstad • Forse groei inwonertal, studentenpopulatie en werkgelegenheid in en rond gebied (extra draagvlak horeca) • Ingrijpende structuurversterking winkelcentrum Amsterdamse Poort • Ontwikkeling hotel, theater en uitgaanscentrum UID • Ontwikkeling Arenapark (groen, ontspanning) • Veel marktruimte horeca Zuidoost (cijfermatig) • Groeiende uitgaanscultuur en bestedingen in horeca algemeen (waarschijnlijk ook na Coronacrisis) • Veel belangstelling projectontwikkelaars, hoewel tijdelijke 'dip' en mogelijke vertraging, mede vanwege Corona • Extra vrijetijdsvoorzieningen in De Nieuwe Kern (noordwestzijde) • Ontwikkeling Smart Mobility Hub (noordwestzijde)	• Bij grote concerten/wedstrijden hoge parkeerdruk westzijde • Afnemende, maar nog steeds aanwezige negatieve associaties 'Bijlmermeer' • Stijgende kosten voor ondernemers door toenemende milieueisen, (lokale) lasten, heffingen, brouwerijbinding • Paracommercie vanuit verenigingen, instellingen met andere hoofdfunctie kan ontwikkeling reguliere horeca beperken • Groei horeca in directe omgeving en overig Amsterdam kan rendement bestaande bedrijven aantasten • Effecten Coronavirus en economische recessie kunnen investeringen in horeca verminderen

De belangrijkste conclusie is dat de horeca in ArenAPoort nogal eenzijdig is en een beperkt bereik heeft qua doelgroepen.

De toedeling van doelgroepen naar de belangrijkste deelgebieden is overigens globaal. Belangrijke oorzaak is dat de horeca in ArenAPoort een nogal verspreide structuur kent, ook qua trekkerbeeld en doelgroepen. Met name ArenAPoort West heeft hierdoor een onduidelijk profiel.

5.4 Referentiegebieden ArenAPoort

Benchmark ArenAPoort West

Voor de horecavisie zijn enige internationale referentielocaties verkend als horeca-inspiratie voor ArenAPoort West, die evenals dit gebied worden gekenmerkt door:

- Primair gericht op leisure en horeca.
- Deels gecombineerd met shoppingcentra met recreatief bezoekmotief (geen supermarkten).
- Relatief grote omvang, veel variatie in leisure en horeca.
- Diverse bovenregionaal/nationaal bekende trekkers.
- Breed doelgroepenprofiel.
- Locatie in grootstedelijk gebied, maar solitair t.o.v. de binnenstad.
- Goed bereikbaar per auto en openbaar vervoer.
- Ruimte voor grootschaligheid.

De volgende leisurecentra zijn geanalyseerd als referenties voor UID:

- Potsdamerplatz, Berlijn (Duitsland).
- Media City UK, Manchester (Verenigd Koninkrijk).
- O2 Arena (Millennium Dome), Londen (Verenigd Koninkrijk).
- CentrO (Oberhausen, Duitsland).

Een overzicht van de belangrijkste kenmerken van vermelde leisurelocaties staat in bijlage 2.

De geanalyseerde referentiecentra voor ArenAPoort West bieden alle minimaal 25 horecazaken en gemiddeld ongeveer 35 zaken. De omvang van de horeca kan daarbij indicatief (data over m² ontbreken veelal) worden geraamd op ongeveer 8.000 – 12.000 m² BVO per centrum, hoewel de capaciteit nogal varieert. Daarnaast is er in de omgeving van vermelde centra vaak ook horeca gevestigd, net als bij ArenAPoort West het geval is (Stationsomgeving, Amsterdamse Poort).

In het gebied ArenAPoort West zijn nu totaal 29 horecazaken gevestigd, met samen bijna 7.200 m² VVO (indicatief ca. 9.000 m² BVO, opgave HorecaDNA excl. station). Indien vermelde referentiecentra als uitgangspunt worden genomen, dan bestaat er dus zeker nog uitbreidingsruimte voor horeca

in dit deelgebied. Daar komt bij dat de zeer hoge piekbelasting ter plekke (veel gasten in korte tijd, zeker bij 'Triples') extra ruimte vergt voor horeca.

Benchmark Amsterdamse Poort

De vorige benchmark is exclusief de potenties voor winkelcentrum Amsterdamse Poort, omdat dit centrum en haar directe omgeving grotendeels een geheel eigen dynamiek en verzorgingsfunctie hebben. De herontwikkeling is gericht op een modern en veelzijdig centrum met een multicultureel tintje en een regionale verzorgingsfunctie. Mede hierom is de marktruimte voor horeca voor dit centrum separaat berekend.

Om een indicatie te kunnen geven van de economisch haalbare horecacapaciteit in Amsterdamse Poort, hebben we

enige grote, moderne (naoorlogse) winkelcentra in Nederland verkend tabel 14). Het betreft zowel enige stadsdeelcentra als hoofdcentra.

De totale omvang van vermelde centra varieert tussen 51.000 en 113.000 m² VVO. De grootste (qua m² totaal en horeca) zijn stadsdeelcentrum Alexandrium Rotterdam en hoofdcentrum Hoofddorp. Zij bieden resp. 5.600 en 11.300 m² BVO horeca (afgerond) en resp. 36 en 70 zaken. Ook het Rotterdamse Zuidplein komt qua horecacapaciteit in de buurt hiervan, de overige centra (Stadshart Amstelveen en In de Boogaard Rijswijk) hebben duidelijk minder horeca. Het aandeel horeca binnen het totale aanbod (in m²) varieert aanzienlijk, namelijk tussen 3% en 11%.

In de laatste kolom is de horecacapaciteit in vermelde hoofd/stadsdeelcentra afgezet tegen het inwonertal in het primaire verzorgingsgebied. Deze gebieden beschikken alle, net als Zuidoost, ook over ondersteunende winkelcentra en horecaclusters. Het aanbod per 10.000 inw. in het primaire verzorgingsgebied varieert eveneens aanzienlijk tussen centra en bedraagt gemiddeld 650 m² BVO. Overigens is deze horeca ten dele ook gericht op andere doelgroepen dan de lokale inwoners (onbekend aandeel).

Indien voor centrum Amsterdamse Poort (modern, veelzijdig, veel 'beleving') wordt uitgegaan van 700 m² BVO per 10.000 inw. in Zuidoost, dan bestaat er in Amsterdamse Poort (vanuit deze benchmark) een indicatieve marktruimte van circa 8.700 m² BVO horeca t.b.v. de lokale inwoners in geheel Zuidoost. Dit is exclusief de overige doelgroepen voor de horeca in ArenAPoort en horeca voor de lokale inwoners elders in ArenAPoort (zie hoofdstuk 4).

Tabel 14 Capaciteit horeca in grote, na-oorlogse winkelcentra in Nederland (bron: Locatus)

Winkelcentrum:	Totale omvang m ² VVO	Detailhandeling m ² VVO	Horeca zaken	Horeca m ² VVO	Horeca m ² BVO (raming)	Horeca in % totaal m ²	Inwoners stadsdeel	Horeca m ² BVO/ 10.000 inw. stadsdeel
In de Bogaard Rijswijk	63.599	39.286	18	1.907	2.384	3	53.500	446
Zuidplein Rotterdam	51.033	44.014	50	4.503	5.629	9	201.000	280
Alexandrium Rotterdam	113.150	103.067	36	5.173	6.466	5	96.000	674
Stadshart Amstelveen	52.412	47.259	31	2.893	3.616	6	91.000	397
Centrum Hoofddorp	79.533	63.790	70	9.030	11.288	11	76.700	1.472
Amsterdamse Poort (nu, afgerond)	33.350	24.000	27	2.770	3.465	8	88.610	391

6 Visie horeca ArenAPoort

6.1 Uitgangspunten horecavisie

Achtergrond

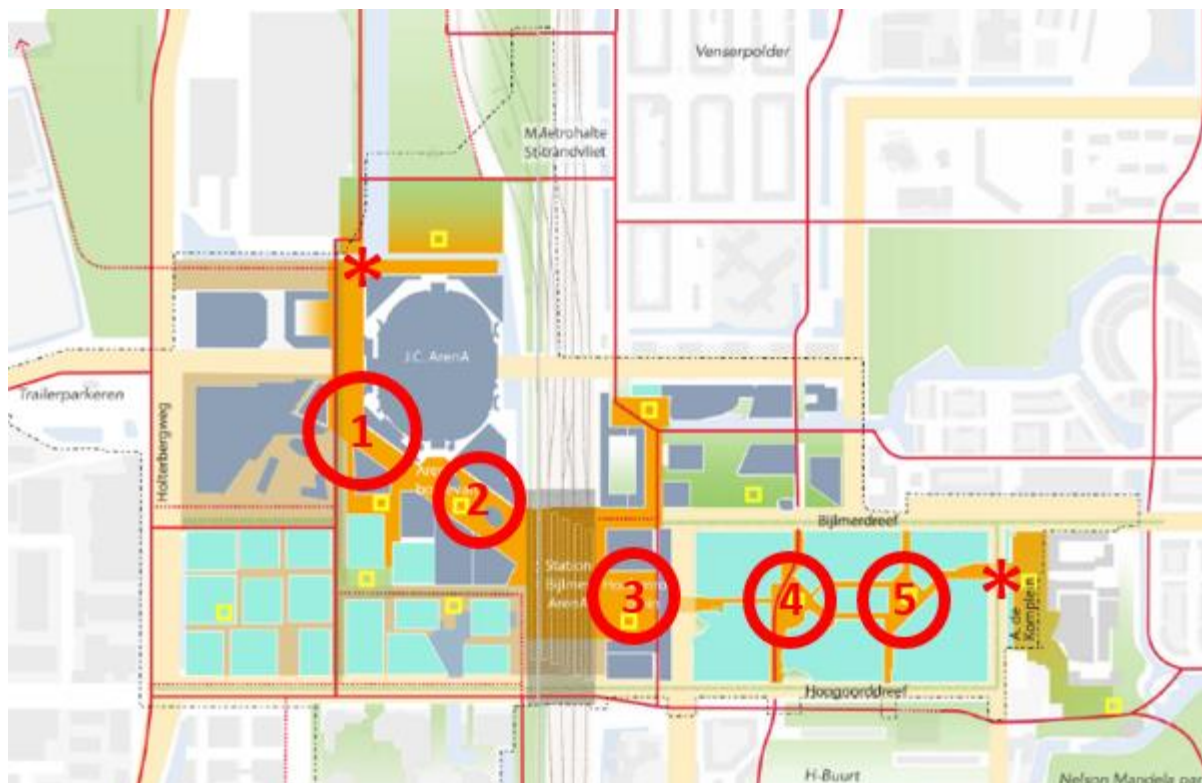
Ondanks de belangrijke winkel- en uitgaansfunctie drukt de horeca in de optiek van BRO momenteel nauwelijks een stempel op ArenAPoort. De horecapaciteit is relatief beperkt, de uitstraling soms matig en kwalitatief is het aanbod in het gehele gebied (hoewel met uitzonderingen) overwegend gericht op fastfood en het lagere- en middensegment. Wel is in het winkelcentrum Amsterdamse Poort een duidelijke culturele inslag zichtbaar in de horeca, met bijzondere Caribische en Afrikaanse producten.

Ook gezien vergelijkbare centra elders in binnen- en buitenland is een stevige impuls in de horeca in ArenAPoort noodzakelijk, maar ook kansrijk. Door de extra bewoners, bezoekers, werkers en hotelgasten (en hun bestedingspotentieel) ontstaan veel nieuwe kansen voor de sector. Elk deelgebied heeft daarin haar eigen potenties, maar de synergie maakt uiteindelijk het verschil.

Uitgangspunten horecavisie ArenAPoort

De belangrijkste, generieke uitgangspunten voor deze horecavisie zijn als volgt.

- Horeca voor alle doelgroepen, op de meest geschikte locaties qua bezoekdoel en –gedrag.
- Versterking strategische locaties gericht op verbinding, sfeer en levendigheid.
- Concentratie horeca op meest kansrijke locaties en pleinen, aansluitend op de Lifeline.
- Optimale synergie met andere functies gebied (detailhandel, kantoren, recreatie, cultuur, OV Hub, etc.).



Figuur 9: Concentratiegebieden (excl. solitaire horecazaken en kleinere clusters), aansluitend op Lifeline

- Stimulering levendigheid en leefbaarheid gebied, daggrond.
- Horeca heeft tevens functie om bezoekers voor en na grote evenementen (Triples) langer in gebied te houden (voorkomen grote passantenstromen vanaf/richting station Bijlmer).
- Verzorgde uitstraling, inrichting en terrassen.
- Inspelen op DNA, kernkwaliteiten Zuidoost qua vormgeving, inrichting en branchering.
- Inspelen op trends in horeca, ook internationaal.
- Profileren en branchering concentraties o.b.v. (primair) bezoekdoel, bezoekgedrag en doelgroepen.
- Solitaire zaken alleen indien ondersteunend aan andere functies in omgeving.
- Maatschappelijke betekenis (MVO, gezondheid, ontmoeting, participatie).
- Duurzaamheid in inrichting, materialisatie en exploitatie.

6.2 Ontwikkelingskansen concentratiegebieden

We onderscheiden voor de toekomst, mede op basis van de huidige situatie, vermelde uitgangspunten (incl. de Lifeline) en de synergie met andere functies, vijf concentratiegebieden voor horeca in ArenAPoort (zie kaart). Het betreft:

1. Kerngebied Mega Venues;
2. Entreegebied station Bijlmer ArenA westzijde;
3. Hoekenrodeplein;
4. Groot Bijlmerplein;
5. Klein Bijlmerplein.

Hieronder worden deze horecaconcentratiegebieden gekenschetst op de belangrijkste aspecten vanuit de beleidsmatige ambities, ruimtelijke en functionele kansen en uiteraard het marktperspectief. De nummers corresponderen met bovenstaande kaart. Voor de motivering verwijzen we naar eerdere en latere hoofdstukken. De onderscheiden doelgroepen zijn toegelicht in par. 5.3. Concrete voorbeelden van bijvoorbeeld functiemenging en foodconcepten staan in par. 6.4 en 6.5.

De beschreven concentratiegebieden sluiten aan op de Lifeline (par. 3.3), maar de beide uiteinden daarvan ('kop en staart': Arenapark en Anton de Komplein, aangegeven als * op de visiekaart) zijn niet benoemd als horecaconcentratiegebied. Horeca is hier vanuit deze visie wel mogelijk, maar met een beperkte omvang. Dit sluit beter aan op de specifieke gebiedskwaliteiten en de bewuste keuze in de horecavisie voor een beperkt aantal concentratiegebieden met horeca als beeldbepalende (primaire) functie. Zoals vermeld is de huidige spreiding en 'onzichtbaarheid' van de horeca een belangrijke oorzaak van de relatief bescheiden horecafunctie van ArenAPoort op dit moment.

6.2.1 Entree ArenAPoort / UID (1)

Hoogmodern kerngebied Mega Venues, leisure en horeca	
Kerngebied	Kruising Johan Cruijff Boulevard, Passage, UID, Kavel 9, directe omgeving
Ambitie en ontwikkelingsrichting horeca algemeen	• 2^e uitgaanscentrum van Amsterdam • Levendige combinatie horeca, entertainment, cultuur, retail en evenementen • Attractief en levendig dagrond • Internationale allure • Hoog-moderne inrichting en vormgeving
Doelgroepen horeca	• Verbreding doelgroepen algemeen • Accent herkomst: Zuidoost, Overig Amsterdam, Regionaal, Bovenregionaal, Toeristisch, Zakelijk • Type (zie legenda): 2, 3, 7, 8, 9, 10
Kansrijke horeca, branchering, marktruimte	• Fastservice, fast-casual, casual dining, restaurant, lunchcafé, bar, club • Ook potenties nachthoreca: uitgaan tot diep in de nacht • Schaalgrootte klein-groot • Functiemenging horeca-leisure
Inspiratie horecaformules, kwaliteiten	• Hoogwaardige, trendsettende formules (ook binnen UID) • Hybride horecazaken brasserie-restaurant-bar (wisselende doelgroepen door evenementen, piekbelasting) • Intiem, hoogwaardig foodcourt UID • Sportcafé • Café-restaurant met thema Muziek
	• Rooftop Bar • Entertainment/Comedy Restaurant
Sfeerbeeld en uitstraling	<i>Modern, kleurrijk, licht, levendig, iconisch, internationaal niveau (zie bijv. referenties Times)</i>

gebied (inspiratie)	<i>Square NY, Piccadilly Circus Londen, Media City UK Manchester, etc.)</i>
Bijzondere aandachtspunten <u>functioneel</u>	• Synergie met leisurefuncties, hotels, evenementen, Villa Arena • Verbreding aanbod • Groter onderscheid tussen zaken (product, presentatie, inrichting, etc.) • Internationale uitstraling • Uitgaan tot in de nacht (ruime openingstijden)
Bijzondere aandachtspunten <u>ruimtelijk</u>	• Ruimte voor grote bezoeksstromen in piektijden (w.o. ruime zaken, horeca op verdieping) • Vestigingen nachthoreca zoveel mogelijk concentreren, afgestemd met vereisten/belangren andere functies (w.o. wonen). Bijzondere kansen in verbindingzone met hotel Jazz in the City/Ziggodome. • Versterken verblijfskwaliteit, meer intimiteit, groen, zitbanken, etc. • Vanwege piekbelasting openbare ruimte: deels verplaatsbaar straatmeubilair, groen, etc. • Flexibele terrascapaciteit (kleiner bij drukke evenementen) • Ruimte activiteiten in openlucht • Ruimte foodtrucks etc. tijdens grote evenementen • Accent op (hoog)moderne architectuur • Bestemmingsplan: actueel, helder, flexibel
<u>Overige</u> aandachtspunten	• Veiligheid/openbare orde: zichtbare handhaving, sociaal veilige inrichting, verlichting, etc. • Aantrekkelijke terrasinrichting • Frequente afvalverwijdering • Verwijderen (ongewenste) graffiti

	• Directe reparatie defecte inrichtingselementen etc. • Voorzieningen fietsparkeren, • Taxistandplaatsen • Ruimte voor hulpdiensten
--	--

Inspiratie horecaformules, kwaliteiten	• Laagdrempelige horeca, brede doelgroep • Synergie met entertainment, retail, OV-functie • Lunch café • Familie/kindgerichte fast casual/buffet • Street food, Bowls • Movie Café
--	---

	• Voorzieningen fietsparkeren, • Ruimte voor hulpdiensten
--	--

6.2.2 Entreegebied station Bijlmer ArenA westzijde (2)

Leisure en retail voor een brede doelgroep	
Kerngebied	Westzijde station, Pathé/AFAS, plinten noordzijde
Ambitie en ontwikkelingsrichting horeca algemeen	• Versterking als retail- en leisurebestemming. • Betere zichtbaarheid en presentatie horeca, sfeervolle terrassen, inrichting buitenruimte, groen, gevelbeeld, etc. • Sterke relatie met kerngebied Megavenues • Levendige combinatie horeca, entertainment, retail en evenementen • Attractief en levendig daggrond
Doelgroepen horeca	• Zeer breed doelgroepenprofiel • Accent herkomst: Zuidoost, Overig Amsterdam, Regionaal, Toeristisch • Type (zie legenda): 1, 3, 5, 6, 7, 8, 9
Kansrijke horeca, branchering, marktruimte	• Fastservice, fast-casual, casual dining, koffiebar, reguliere stationsformules (accent prijsvriendelijk) • Ook potenties nachthoreca: uitgaan tot diep in de nacht • Schaalgrootte: klein-middelgroot • Functiemenging (thematisch, ruimtelijk) met bioscoop, AFAS

Sfeerbeeld en uitstraling gebied (inspiratie)	Modern, kleurrijk, licht, levendig, laagdrempelig
Bijzondere aandachtspunten <u>functioneel</u>	• Verbreding aanbod • Combinatie leisure, retail en station biedt veel draagvlak horeca • Groter onderscheid tussen zaken (product, presentatie, inrichting, etc.)
Bijzondere aandachtspunten <u>ruimtelijk</u>	• Ruimte voor grote bezoekerstromen in piektijden • Betere zichtbaarheid, presentatie horeca-zaken • Versterken verblijfskwaliteit plein (meer intimiteit, groen, zitbanken, etc.) • Vanwege piekbelasting deels verplaatsbare inrichtingselementen/groen, etc. • Flexibele terrascapaciteit (kleiner bij grote evenementen) • Weinig fysieke ruimte voor nieuwe horeca • Bestemmingsplan: actueel, helder, flexibel
<u>Overige</u> aandachtspunten	• Veiligheid/openbare orde: zichtbare handhaving, sociaal veilige inrichting, verlichting, etc. • Frequente afvalverwijdering • Verwijderen (ongewenste) graffiti • Directe reparatie defecte inrichtingselementen etc.

6.2.3 Hoekenrodeplein (3)

Beeldbepalend plein met allure	
Kerngebied	Hoekenrodeplein
Ambitie en ontwikkelingsrichting horeca algemeen	• Beeldbepalend plein, centraal in ArenA-Poort • Versterken plein als verblijfsplek en entree naar Amsterdamse Poort, inclusief hoogwaardige, innovatieve horeca. • Afwegen opties voor kleiner plein i.c.m. versterkende functies
Doelgroepen horeca	• Accent herkomst: Toeristisch, Zakelijk • Type (zie legenda): 2, 8, 9, 10 • Ook hogere marktsegment
Kansrijke horeca, branchering, marktruimte	• Casual dining, restaurant, lunchcafé, koffiebar, bar, club • Functiemenging horeca-zakelijk • Grote terrassen (plein is populaire 'Sun Spot')
Inspiratie horecaformules	• Vernieuwende horecaconcepten, midden- en hoge segment • Moderne restaurants met bar, terras • Internationale ketens/keukens, topkoks • Hybride horeca: restaurant-bar-club • Horeca i.c.m. flexibele werkplekken, vergaderruimten • Visrestaurant • Nader onderzoek haalbaarheid Versmarkt in Markthal (feitelijk detailhandel)
Sfeerbeeld en uitstraling gebied (inspiratie)	Modern, licht, levendig stadspan met sfeervolle terrassen

Bijzondere aandachtspunten <u>functioneel</u>	• Strategische, beeldbepalende locatie vraagt hoogwaardige invulling • Inspelen op zakelijke behoefte (hotel, kantoren)
Bijzondere aandachtspunten <u>ruimtelijk</u>	• Meer intimiteit t.b.v. verblijfskwaliteit • Relatief ruime horecazaken met terras • Ruimte activiteiten in openlucht (podium?) • Nadere verkenning invulling horeca en/of verswaren bebouwing zuidzijde, Markthal (plan West8) • Bestemmingsplan: actueel, helder, flexibel
<u>Overige</u> aandachtspunten	• Veiligheid/openbare orde: zichtbare handhaving, verlichting, etc. • Aantrekkelijke terrasinrichting • Frequente afvalverwijdering • Directe reparatie defecte inrichtingselementen etc. • Voorzieningen fietsparkeren, • Ruimte voor hulpdiensten

6.2.4 Groot Bijlmerplein (4)

Bijzondere ontmoetingsplek "Hart voor Zuidoost"	
Kerngebied	Kruising Bijlmerplein, Abcoudepad, incl. panden gericht op plein en aansluitende straatdelen
Ambitie en ontwikkelingsrichting horeca algemeen	• Ingrijpende vernieuwingsplannen gebied (vastgoed, inrichting, beeldkwaliteit) • Visitekaartje voor het nieuwe Amsterdamse Poort, incl. beeldbepalende, hoogwaardige terrassen • Verbreding doelgroepen en aanbod • Horeca ter versterking retail- en cultuurfunctie • Attractief en levendig dagrond • Multiculturele sfeer, invulling, inrichting
Doelgroepen horeca	• Accent herkomst: Zuidoost, Overig Amsterdam, Regionaal, Zakelijk • Type (zie legenda): ALLE • Kantoorwerkers omgeving bieden veel extra draagvlak
Kansrijke horeca, branchering, marktruimte	• Daghoreca met doorloop naar avond • Moderne/hoogwaardige fastservice, streetfood, casual-dining, restaurant, lunchcafé, koffiebar, borrelcafé, etc.
Inspiratie horecaformules	• Inspelen op thema's food, fashion, urban arts, leisure • Trendsettende 'Urban' foodconcepten • Vegan, health food, Bowls, Sushi, etc. • Gourmet Burgers/Frites • Grand Café • Caribisch Danscafé • Hybride concepten horeca-retail-cultuur-maatschappelijk • Horeca i.c.m. flexibele werkplekken, vergaderruimten (Zandkasteel)

Sfeerbeeld en uitstraling gebied (inspiratie)	Levendig, multicultureel, kleurrijk, laagdrempelig, beeldbepalend voor Amsterdamse Poort
Bijzondere aandachtspunten <u>functioneel</u>	• Rustplek tijdens het winkelen • Kleiner accent op fastfood dan nu • synergie met vernieuwd Zandkasteel (onderwijs, cultuur, wonen, zakelijk),
Bijzondere aandachtspunten <u>ruimtelijk</u>	• Versterken verblijfskwaliteit, meer intimiteit, groen, zitbanken, etc. • Representatieve terrassen gericht op meerdere doelgroepen (beeldbepalend) • Hogere beeldkwaliteit bebouwing (cf. planvorming) • Bestemmingsplan: actueel, helder, flexibel
<u>Overige</u> aandachtspunten	• Veiligheid/openbare orde: zichtbare handhaving, verlichting, etc. • Frequentie afvalverwijdering • Directe reparatie defecte inrichtingselementen etc. • Voorzieningen fietsparkeren, • Ruimte voor hulpdiensten

6.2.5 Klein Bijlmerplein en Shopperhal (5)

Proef de hele Wereld in Amsterdamse Poort	
Kerngebied	Klein plein in oostelijk deel Amsterdamse Poort, direct verbonden met nieuwe entree Shopperhal en aansluitende straatdelen
Ambitie en ontwikkelingsrichting horeca algemeen	• Ingrijpende vernieuwing gebied (vastgoed, inrichting, beeldkwaliteit) • Accent op thema Food in brede zin (incl. supermarkten, speciaalzaken, horeca) • Verbreding doelgroepen en aanbod • Intiem plein met winkels, horeca en 'hippe' terrassen, incl. mengvormen foodwinkel/horeca • Shopperhal: unieke 'foodbeleving' met combinatie food, non-food en horeca (wellicht ook leisure) • Kansen voor lokaal ondernemerschap, maatschappelijke participatie
Doelgroepen horeca	• Accent herkomst: Zuidoost, Overig Amsterdam, Regionaal, Bovenregionaal, Toeristisch, Zakelijk • Type (zie legenda): ALLE • Breed draagvlak: winkelend publiek, bezoekers supermarkten, Shopperhal, warenmarkt Anton de Komplein, kantoorwerkers, theaterbezoekers, bewoners, etc.
Kansrijke horeca, branchering, marktruimte	• <u>Plein</u>: accent fastservice, streetfood, fast-casual, casual dining, koffiebar, bowls, sushi, etc. • <u>Shopperhal</u>: smaakvol/gezond fast-food/streetfood uit gehele wereld (kleiner accent op regulier fastfood dan nu)
Inspiratie horecaformules	<u>Plein</u> : • Accent fastservice (multicultureel en gezond) met attractieve, kleurrijke terrassen

	• Vegan, health food • Mengvormen met verswinkels <u>Shopperhal</u> : • Concept: Variatie, verrassing & avontuur • "Wereldplek met Buurtgevoel" • Horeca: kleurrijk, ongedwongen, sociaal, levendig, overzichtelijk, 'instagrammable' • Goed, smaakvol streetfood uit gehele wereld of accent op Latino-Caribbean • Zicht op bereiding voedsel, ambacht • Gezamenlijk, representatief terras • Levendige 'Festival' sfeer • Inspiratie: Torvehallen Kopenhagen, Borough Market Londen
Sferbeeld en uitstraling gebied (inspiratie)	<u>Shopperhal</u> : Multicultureel, laagdrempelig, uniek, 'de hele Bijlmer op je Bord'
Bijzondere aandachtspunten	<u>Shopperhal</u> : • Interactie horeca met detailhandel verswaren • Interactie gast-ondernemer • Ruimte voor kleinschalige activiteiten met thema Food • Voorkeur lokale, regionale ondernemers • Hoge maatschappelijke betrokkenheid • Wenselijke omvang horeca in Shopperhal: 1.500-2.000 m² BVO (incl. terras etc.)
Bijzondere aandachtspunten	<u>Plein</u> : • Versterken verblijfskwaliteit, groen, zitbanken, etc. • Hogere beeldkwaliteit bebouwing (cf. planvorming) • Optimale verbinding plein-Shopperhal (zichtlijn, looproute) • Ruimte voor terrassen

	• Bestemmingsplan: actueel, helder, flexibel
<u>Overige</u> aandachtspunten	• Veiligheid/openbare orde: zichtbare handhaving, verlichting, etc. • Frequente afvalverwijdering, tegengaan verrommeling • Voorzieningen fietsparkeren • Ruimte voor hulpdiensten

6.3 Horeca buiten concentratiegebieden

6.3.1 Horeca elders in ArenAPoort

Het betreft hier diverse, deels zeer verschillende vestigingsmilieus. Onderstaande tabel beschrijft de ontwikkelingskansen voor horeca. Overigens zal in veel gevallen maatwerk nodig zijn bij de beoordeling van horeca-initiatieven. Het is ten dele immers een onvoorspelbare sector, die echter vaak wel een impuls geeft aan (toekomstige) gebiedsontwikkelingen.

De wenselijkheid voor horeca in de beschreven majeure ontwikkellocaties in ArenAPoort wordt in de volgende paragraaf beschreven, maar is mede gebaseerd op onderstaande uitgangspunten.

Horeca ondersteunend aan andere functies en versterkend voor woon-, werk- en leefklimaat	
Kerngebied	Geheel ArenAPoort EXCLUSIEF gedefinieerde concentratiegebieden horeca
Ambitie en ontwikkelingsrichting horeca algemeen	'Ontdekken, Ontspannen, Ontmoeten' - Horeca ter versterking recreatie-, winkel-, kantoor-, OV- en woonfunctie - Meer 'beleving' en langere verblijfsduur bezoekers - Maatschappelijke meerwaarde - Bijzondere aandacht voor 'strategische' locaties met bijzondere kenmerken (water, groen, clusters kantoren/onderwijs, etc.) - Horeca ter ondersteuning gebiedsontwikkeling en placemaking Bijzondere aandacht per deelgebied (excl. benoemde concentratiegebieden): <u>ArenAPoort West</u>: versterking woon- en recreatiefunctie

	<u>Stationsomgeving</u>: versterking OV-functie en zakelijke ontmoeting <u>Centrum Amsterdamse Poort</u>: versterking winkelfunctie, warenmarkt Anton de Komplein (oostzijde), incl. daghoreca binnen gehele centrum <u>Cumulus Park</u>: versterking onderwijsfunctie
Doelgroepen horeca	- Aansluitend op locatieprofiel en directe omgeving (ruimtelijk, functioneel) - Herkomst: ALLE - Type (zie legenda): ALLE
Kansrijke horeca, branchering, marktruimte	- Afhankelijk locatieprofiel en doelgroepen - Bijzondere aandacht voor functiemenging horeca met detailhandel-cultuur-maatschappelijk-recreatie etc. - Indicatie marktmte extra horeca: Pro Memorie m² bvo (binnenruimte)
Inspiratie horecaformules	- Broodjes/Roti/Cakes Bar - Koffiebar - Buurtrestaurant met ontmoetingsruimten - Park Paviljoen met terras, speeltuin
Bijzondere aandachtspunten <u>functioneel</u>	- Horecatypen: afhankelijk locatieprofiel en doelgroepen - Bijzondere aandacht innovatieve, 'eigenzinnige' horecaconcepten, gezonde fast-food - Kansen voor functiemenging (binnen wetelijke kaders, w.o. regelgeving Drank- en Horecawet) - Nieuwe initiatieven per geval toetsen
Bijzondere aandachtspunten <u>ruimtelijk</u>	Accent kleinschalige, solitaire horecazaken passend bij locatieprofiel (geen extra horecaconcentratiegebieden)

	- Terrassen in openbare ruimte alleen indien niet hinderlijk voor doorstroming passanten, hulpdiensten en woon- en leefklimaat in omgeving - Sluitingstijden terras mede afhankelijk van hoofdfunctie en woon- en leefklimaat in omgeving - Blijvende aandacht schoon, heel en veilig - Verzorgde inrichting en beheer openbare ruimte - Bestemmingsplan: actueel, helder, flexibel
<u>Overige</u> aandachtspunten	- Veiligheid/openbare orde: zichtbare handhaving, sociaal veilige inrichting, verlichting, etc. - Frequente afvalverwijdering - Verwijderen (ongewenste) graffiti - Directe reparatie defecte inrichtingselementen etc. - Voorzieningen fietsparkeren,

Voor de beide uiteinden van de Lifeline zien we in concreto de volgende ontwikkelingskansen voor horeca:

Westzijde Lifeline: Arenapark/omgeving hotel Jazz in the City/Smart Mobility Hub (De Nieuwe Kern):

- Versterking huidige horeca, eventueel bijzonder horecaviljoen met terras in Arenapark (eventueel seizoensgebonden).
- Smart Mobility Hub (De Nieuwe Kern): beperkte horeca ondersteunend aan overstapfunctie. Zie ook volgende paragraaf.

Oostzijde Lifeline (westzijde Anton de Komplein):

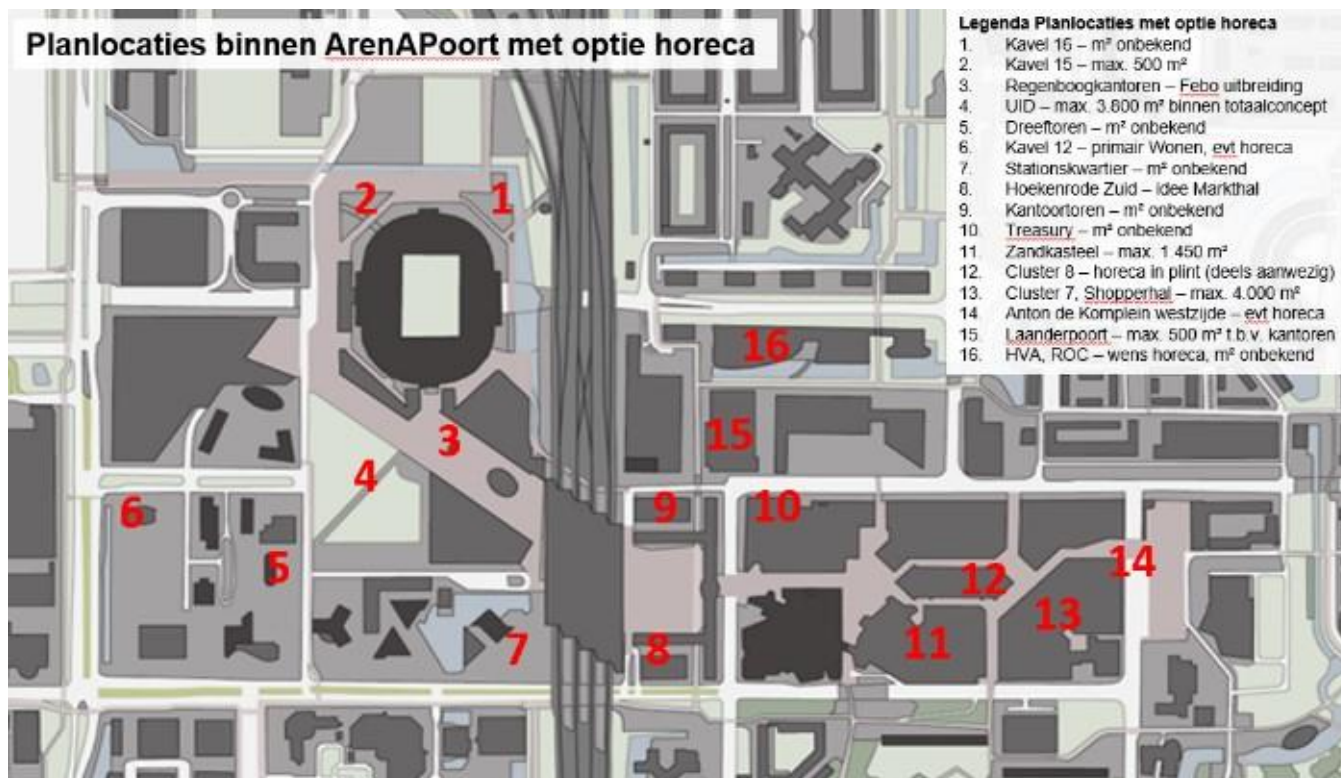
- Accent daghoreca, fastservice (max. 2-3 zaken), gecombineerd met integrale herontwikkeling oostelijke entree centrum Amsterdamse Poort.

6.3.2 Toetsing ontwikkellocaties

Onderstaande kaart verbeeldt de belangrijkste ontwikkellocaties in ArenAPoort. Zie voor nadere toelichting hoofdstuk 2.

Per ontwikkellocatie beoordelen we het perspectief voor (openbaar toegankelijke) horeca als volgt. De uitgangspunten uit par. 6.1 (ruimtelijk, functioneel, synergie, etc.) zijn hierbij leidend.

1. Kavel 16 (m² onbekend):
Vanwege hoogstedelijk karakter en ligging naast spoor minder geschikt voor horeca, ook niet t.b.v. toekomstig park.
2. Kavel 15 – max. 500 m²: horeca:
Positief, mits hechte relatie met Ajax Experience.
3. Regenboogkantoren – Febo uitbreiding:
in uitvoering.
4. UID – max. 3.800 m² binnen totaalconcept:
Hoogwaardige horeca essentieel binnen concept en gebied.
5. Dreeftoren – m² onbekend:
Binnen dit kwartier (incl. Kavel 12) kansen voor max twee horecazaken ondersteunend aan wonen, kantoren incl. geschikt verblijfsklimaat buiten (plein, groen, etc.). Indicatie max. 400 m² BVO.
6. Kavel 12 – primair Wonen, evt. horeca:
Zie 5 Dreeftoren.
7. Stationskwartier – m² onbekend:
Horeca ondersteunend aan OV-functie en kantoren, bijv. aan nieuw Stationsplein en/of water. Indicatie max. 400 m² BVO.
8. Hoekenrode Zuid – idee Markthal:
Zie gebiedsprofiel Hoekenrodeplein.
9. Kantoortoren – m² onbekend:
Vanwege primaire verkeersfunctie Bijlmerdreef/Foppingadreef minder geschikt als horecamilieue.



Figuur 10: Planlocaties binnen ArenAPoort met optie horeca

- Vanwege afgezonderde ligging horeca minder wenselijk, tenzij het (op termijn) directe uitgang station wordt: max 200 m² BVO stationsgebonden horeca (fastservice, etc.).
10. Treasury – m² onbekend:
Zie 9. Kantoortoren.
 11. Zandkasteel – max. 1.450 m²:
Zeer geschikt als horecalocatie, zie gebiedsprofiel Groot Bijlmerplein.
 12. Cluster 8 – horeca in plint (deels aanwezig):
Zeer geschikt als horecalocatie, zie gebiedsprofiel Klein Bijlmerplein.
 13. Cluster 7, Shopperhal – max. 4.000 m²:
Geschikt voor horeca i.c.m. bijzondere foodmarkt, zie gebiedsprofiel Klein Bijlmerplein/Shopperhal.
 14. Anton de Komplein westzijde – evt. horeca:
Vanwege ligging aan veelzijdig plein met entreefunctie Amsterdamse Poort is horeca kansrijk. Bijvoorbeeld fast-service/fastfood.
 15. Laanderpoort – max. 500 m² t.b.v. kantoren:
Vanwege gecombineerde verzorgingsfunctie kantoren en onderwijs optie bescheiden horeca (max. 250 m²).
 16. HVA, ROC – wens horeca, m² onbekend:
Horeca ter verbinding studenten/docenten/bedrijfsleven kansrijk. Max. 250 m².

Tabel 15 Voorbeelden functiemenging met horeca (binnen een gebouw) in Nederland en internationaal

	Locatietype	Horecatype	Andere functies binnen concept	Opmerkingen
Kleinschalig:				
The Boardroom Cafe (Den Haag, Haarlem)	Binnenstad	Spellen café	Winkel in bordspellen	'Community' liefhebbers bordspellen
Beej Benders Venlo	Binnenstad	Bar, casual dining	Verkoop regionale foodspecialiteiten (vers, DKW), ambacht	Relatief kleinschalig, intiem
Nando's Music Exchange	VK, diverse locaties	Kiprestaurant	Eigen muziekproducties , live muziek, lokale artiesten, kunstexpo	Sterke lokale betrokkenheid
Van Piere (Eindhoven), Waanders in de Broeren (Zwolle), etc.	Binnenstad	Brasserie	Boekwinkel	Populaire combinatie, ook internationaal
Only for Men	Divers	Brasserie	Modezaak	Detailhandel modisch/horeca schaars
Look Mum No Hands	Solitair	Eetcafé (hip)	Ambacht (werkplaats), cursussen, exposities rijwielen	Ook: Lola Bikes & Coffee Den Haag
Wasbar (diverse locaties in België)	Centrumrand	Eetcafé	Wasserette	Ook: De Witwasserij Nijmegen
Visch (Den Bosch)	Binnenstad	Seafoodbar	Viswinkel , kant-en-klaarmaaltijden	Hoog niveau
Neleman Organic Vineyards Zutphen	Binnenstad	Proeflokaal	Wijnverkoop	Hoog niveau, milieubewust
HNK Het Nieuwe Kantoor	Kantoorclusters	Cafe SOOF	Flexibele werkplekken , vergader ruimten	Opvallende trend
Arts District Brewing Centre Los Angeles	Uitgaansgebied	Proeflokaal	Arcadehal, hostel	Gebied in opkomst, gentrification
Grootschalig:				
Eataly (diverse locaties, vnl. Italië)	Lingotto Turijn: solitair	Diverse typen, vormen	Verkoop regionale foodspecialiteiten , ambacht, exposities, etc.	Voorloper Slow Food, concept met 'verhaal'
Jumbo Foodmarkt (div. locaties)	Solitair	Café, La Place	Grote supermarkt	Producten supermarkt ter plekke consumeren
Verkadefabriek Den Bosch, Rozet Arnhem, ECI Roermond	Solitair	Brasserie	Cultuur (Filmhuis, theater, muziek, cursussen, etc.)	Culturele hotspot met relatief ruime horeca
Performance Factory Enschede	Rand binnenstad	Foodhall	Cultuur, sport, ambacht, bedrijven	Bijzondere, veelzijdige combinatie
Cultuurhaven Veghel	Havengebied	Divers	Foodmarkt , theater, bioscoop, oefenruimtes muziek, etc.	Vernieuwende invulling industrieel erfgoed
Printworks Manchester	Vml drukkerij binnenstad	15 restaurants, bars	Diverse entertainment bedrijven	Entertainment voor brede doelgroep

6.4 Bijzondere formules en functiemenging

Er ontstaan landelijk en internationaal steeds meer concepten, waarbij horeca binnen een pand wordt gecombineerd met functies als retail, cultuur, leisure en zakelijke activiteiten. Hiernaast benoemen we schematisch enige Nederlandse en internationale voorbeelden. In allerlei soorten en maten. Functiemenging vindt immers plaats op alle schaalniveaus. Ook foodmarkten zijn goede voorbeelden, zie hiervoor de volgende paragraaf.

Overigens benadrukken we dat voor functiemenging (blurring) met horeca geen 'toverformule' bestaat. Naast succesnummers bleken in Nederland diverse zaken niet succesvol. Met vele oorzaken: consumenten bleven weg, detailhandel levert vaak meer rendement per m² en de bedrijfsvoering van een horecazaak is wezenlijk anders dan van een winkel (groter accent op dienstverlening). Illustratie van dit laatste is de moeizame integratie van restaurant La Place binnen Jumbo supermarkten; de exploitatie is inmiddels overgedaan aan de Vermaat Groep. Daarnaast is het in Nederland wettelijk verboden om alcohol te verstrekken gecombineerd met detailhandel. Vanwege dit laatste zijn buitenlandse voorbeelden van functiemenging vanwege andere wetgeving soms niet 1-op-1 toepasbaar in Nederland. Wellicht ontstaat hierin op termijn enige verruiming.

6.5 Gecombineerde foodconcepten

Binnen het nieuwe Amsterdamse Poort (Cluster 7) bestaan concrete plannen voor een “eigentijdse foodbeleving” met zowel food, non-food als horeca. Hieronder een analyse van deze bijzondere horecavorm. De laatste jaren was een opvallende opkomst zichtbaar van foodconcepten met meerdere ondernemers/outlets onder een dak. Soms domineert de horecafunctie, soms detailhandel (verswaren). We onderscheiden drie hoofdtypen:

1. Foodhall;
2. Foodmarkt;
3. Versmarkt.

Foodhall

Een Foodhal is een goed voorbeeld van een vernieuwend en tamelijk recent horecaconcept met keuze, ongedwongen ‘festival’ sfeer en ‘beleving’ als belangrijke attractie. Meerdere, vaak startende ondernemers met eigen keukens (Urban Streetfood) onder één dak, met een gezamenlijk terras (binnen, maar vaak ook buiten) en veelal een centrale bar. Steeds vaker bediening aan tafel, waardoor gasten rustig kunnen blijven zitten. Omvang veelal 1.000-2.500 m² BVO. Dominante doelgroepen: 20-40 jaar, hoger opgeleid, toeristen. Essentieel is dat de verschillende ondernemers goed worden aangestuurd vanuit een centrale bedrijfsleiding (kwaliteit, openingstijden, presentatie).

Voorbeelden reguliere Foodhallen: Foodhallen, Market33 Amsterdam, Down Town Gourmet Market Eindhoven, MingleMush Den Haag, Mathallen Oslo, Time Out Market (diverse steden in Europa),

Voorbeelden hoogwaardige invulling: The Kitchens at Old Spitalfields Market, Dinerama (beide Londen), El Nacional Barcelona, Mercado do Bom Sucesso Porto, Ostermalms Saluhal Stockholm, Mercado de Campo de Ourique Lissabon.

Foodmarkt

Feitelijk een combinatie van een versmarkt (detailhandel) en horeca-activiteiten. Hiervan bestaan internationaal vele vormen en het kwaliteitsniveau/doelgroepen en de uitstraling en vormgeving loopt in praktijk sterk uiteen. Ook de omvang varieert, soms tot wel 3.500 m² BVO. In Nederland bestaan maar weinig voorbeelden. Hoewel veel supermarkten zich profileren als ‘Foodmarkt’ zijn het feitelijk Versmarkten (zie onder). Vanwege de kritische logistiek en bederfelijkheid van verswaren is een professionele bedrijfsvoering zeer belangrijk. Ook moet er in de omgeving voldoende consumentendraagvlak en koopkracht zijn voor hoogwaardige en/of exotische verswaren. Als dit laatste niet het geval is, krijgen dit soort concepten soms een groter horeca-accent en worden ze feitelijk een Foodhall (zie Markthal Rotterdam).

Voorbeelden: Markthal Rotterdam, Torvehallen Kopenhagen, Borough Market Londen

Versmarkt

Primair gericht op verkoop van verswaren en delicatessen (detailhandel), vaak in een marktopstelling. Soms wordt aanvullend ook horeca aangeboden. Nederland kent nauwelijks zelfstandige Versmarkten, maar in Mediterrane landen zijn ze een bekend fenomeen. Soms vallen versmarkten binnen het vastgoed en de exploitatie van een supermarkt. De omvang en het kwaliteitsniveau varieert sterk.

Voorbeelden: Mercado de la Boqueria Barcelona, La Grande Épicerie de Paris, Les Halles de Lyon Paul Bocuse, vele lokale versmarkten in bijv. Spanje

Toekomstperspectief gecombineerde foodconcepten

Foodconcepten als beschreven kunnen grote publiekstrekkingen zijn, ook voor ArenAPoort. Ze spelen in op diverse trends en zijn laagdrempelig. Toch is het geen vanzelfsprekende succesformule; er zijn de afgelopen jaren landelijk en internationaal diverse faillissementen geweest of initiatieven

bleven in de planfase steken. Belangrijkste oorzaken hiervoor zijn veelal:

- te weinig uitstraling, rommelig, niet schoon, donkere inrichting, etc.;
- matige vindbaarheid vanaf de straat;
- onvoldoende kwaliteit, onderscheid, presentatie aanbieders, gesloten counters;
- te hoge financieringslasten;
- te hoge huren en overheadlasten ondernemers;
- te weinig consumentendraagvlak in regio, andere bezoekers;
- onvoldoende bezoekers buiten het weekend;
- et cetera.

Conclusie: gecombineerde foodconcepten vergen een professionele, integrale conceptontwikkeling alsmede gericht marktonderzoek. De economische potenties kunnen sterk verschillen per locatie, ook binnen ArenAPoort.

6.6 Maatschappelijke meerwaarde horeca

Horeca en leefbaarheid

Het aantal woningen in ArenAPoort wordt de komende jaren aanzienlijk uitgebreid. Horeca levert in principe een belangrijke meerwaarde aan de leefbaarheid in het gebied.

In ArenAPoort West wordt rond de Johan Cruijff Boulevard een hoogstedelijk woongebied gerealiseerd met kenmerken van een levendige binnenstad. Dat zal voor veel toekomstige bewoners ook een belangrijk keuzemotief zijn. Vanwege de positionering als ‘2^e uitgaansgebied van Amsterdam’ zullen de openingstijden van de horeca ruim (moeten) zijn en is enige hinder richting omwonenden nooit volledig te voorkomen. Dit moet ook zo worden gecommuniceerd richting toekomstige bewoners.

Ook in Amsterdamse Poort wordt de wooncapaciteit aanzienlijk verruimd. De horeca zal hier mede voorzien in hun behoefte. Primair gericht op een dagfunctie, maar veel zaken zullen ook 's avonds zijn geopend. Belangrijk is een adequate handhaving van het beleid t.a.v. openingstijden, geluid, terrassen, afvalverwijdering en openbare orde en veiligheid.

Stimuleren lokaal ondernemerschap

Horeca kent in principe een laagdrempelige toetreding voor ondernemers. Het kan dus een belangrijke rol spelen in het stimuleren van lokaal ondernemerschap, ook in Zuidoost. Het stadsdeel huisvest vele nationaliteiten, met vaak smaakvolle keukens en hooggewaardeerde kookkunsten. Momenteel vindt er al veel catering plaats door particulieren ('Kokende Moeders') en soms zelfs in grootschalige vorm (feesten, evenementen).

World of Food, met vele lokale (veelal startende) ondernemers, is hiervan een aansprekend voorbeeld, maar de uitstraling en wervingskracht is tot op heden matig. Dit heeft vele oorzaken, maar het toont ook aan dat een doelmatige regie op het totaalconcept (branchering, inrichting, presentatie, openingstijden, promotie), begeleiding van ondernemers en dagelijks beheer en toezicht onmisbaar zijn. Voor *World of Food* bestaan verbeteringsplannen.

De *Grote Wisseltruck* in Amsterdam Zuidoost selecteert de meest talentvolle lokale koks in de wijk en biedt hen een begin in een opvallende foodtruck. Met professionele ondersteuning krijgen ze de kans om hun food concept te perfectiëren en wellicht ooit hun eigen foodtruck te runnen.

De *Kazerne* in de wijk Reigersbos is een broedplaats waar creatief Zuidoost dagelijks werkt, de buurt elkaar ontmoet en waar je terecht kan om te sporten. Ook is er een community

garden (Jam Garden). De Kazerne werkt o.a. samen met het kledingmerk Timberland.

Essentieel is het besef dat goede horeca een brede vakken-nis en professionele bedrijfsvoering vereist, met enthousiast en klantgericht personeel. Ondernemers moeten dus intensief worden begeleid. In het grootste deel van ArenAPoort zullen de huurprijzen en –voorwaarden in de toekomst waarschijnlijk te hoog zijn voor de meeste startende ondernemers uit Zuidoost en elders. Belangrijke uitzondering is de vernieuwde Shopperhal in Amsterdamse Poort (cluster 7).

Gemeente moet heldere afspraken maken met de toekomstige eigenaar/exploitant over de integratie en toetreding van starters. Met haalbare huurprijzen (bijv. ingroeihuren), maar tegelijkertijd ook duidelijke verplichtingen t.a.v. inrichting, presentatie en openingstijden.

Horeca met maatschappelijke meerwaarde

Steeds meer horecazaken in Nederland stimuleren maatschappelijke participatie, bijvoorbeeld door inzet en (re-)integratie van personeel met een achterstand tot de arbeidsmarkt en het bieden van leer-werkplekken. Sommige formules hebben dit uitgangspunt zelfs als hun hoofdthema. Een gemeenschappelijk kenmerk is het veelal laagdrempelige karakter met een accent op ontmoeting en de hoge gun-factor vanuit de lokale en regionale bevolking en andere bezoekers.

Voorbeelden van dit horecatype:

- Brownies & DownieS (vele plaatsen).
- The Colour Kitchen (Utrecht).
- De Nieuwe Poort (Amsterdam, Rotterdam): Restaurant met ruimte voor zingeving, reflectie, filosofie, rust en 'menselijkheid'. Inzet medewerkers met afstand tot de arbeidsmarkt.
- Inclusief Helmond: een 'maatschappelijk' restaurant, gericht op eten, drinken, vergaderen en ontmoeten.

-
- Instock (Amsterdam) kookt met onverkochte groenten etc. van producenten en supermarkten.
 - Bakkerij Driekant (Zutphen): bakkerij, winkel, lunchcafé met ruimten voor exposities en activiteiten.
-

7 Fasering, beleidsaspecten en uitvoering horecavisie

7.1 Verdeling en fasering marktruimte

Marktruimte horeca

De marktruimte voor extra horeca in ArenAPoort bedraagt tot 2030 indicatief in totaal circa 9.000 m² BVO. De raming is nadrukkelijk behoudend ingestoken, vanwege de (vooralsnog) onvoorspelbare Corona-effecten en onzekerheid omtrent de fasering van de (vele) nieuwbouwwoningen in het gebied.

De marktruimte is exclusief:

- Bijzondere concepten met aantoonbaar additioneel bezoek (bijv. unieke Foodmarkt, ander concept).
- Ondersteunende horeca aan andere hoofdfunctie (bijv. UID-hotel/theater, Ajax Experience).
- Eventuele extra horecaruimte in deelgebied ArenAPoort West vanwege hoge piekbelasting tijdens grote evenementen. Bijvoorbeeld ruimten op verdieping, alleen geopend indien voldoende behoefte.

Indicatie verdeling marktruimte horeca (totaal afgerond + 9.000 m² BVO) over ArenAPoort inclusief bandbreedtes:

- ArenAPoort West (incl. Concentratiegebieden 1, 2): + 3.500 – 5.000 m² (incl. extra ruimte piekbelasting)
- Stationsomgeving/Hoekenrodeplein: + 500 - 1.000 m²
- Amsterdamse Poort/Cumuluspark: + 3.500 - 4.500 m²
- Overig ArenAPoort:

+ 500 m² (later wellicht verruiming, zie onder)

Fasering horeca in ArenAPoort tot 2030

De horecasector is zwaar getroffen door het Coronavirus en de effecten op de langere termijn (bestedingen, afstandsnormen, financiering van horecazaken) zijn momenteel (maart 2021) onzeker. In mindere mate geldt dit ook voor de programmering van de woningbouw in en rond ArenAPoort, met in potentie veel extra draagvlak voor de horeca. De beschikbare marktruimte is echter niet onbegrensd.

Om deze redenen stellen we voor ArenAPoort de volgende verdeling van de marktruimte in de horeca voor:

- De beschreven marktruimte (9.000 m² BVO, berekend vanuit behoudende aannames) is uitgangspunt voor de komende jaren.
- Voorstel om in het najaar van 2023 de marktruimte te actualiseren/herijken. Dit o.b.v. de daadwerkelijke, dan bekende effecten van het Coronavirus op de sector (toegankelijkheid zaken, 1,5 meternorm), draagvlak (woningbouw, kantoren, leisure, retail) en bestedingen, marktontwikkeling regionaal, etc.
- Op dat moment ook afweging over wenselijkheid extra horeca in kerngebieden en overig ArenAPoort

Uitgangspunten en strategie toevoeging horeca

Als algemene uitgangspunten voor de fasering van horeca in ArenAPoort gelden (naast de inhoudelijke en gebiedsgerichte uitgangspunten in hoofdstuk 6):

- Zichtbare versterking horeca ("er gebeurt wat in ArenAPoort").
- Realisatie binnen 'harde' en/of vergunde gebiedsplanen heeft prioriteit (bijv. centrum Amsterdamse Poort: sterke/onderscheidende daghoreca, bijzondere foodmarkt).

- Daarbuiten 'meebewegen' met gebiedsontwikkelingen (leisure, retail, wonen, kantoren, etc.), maar op korte termijn accent op 'iconische' horecaprojecten (zelfstandig, gecombineerd).
- Actief meedenken met ontwikkelende partijen over horeca-invulling en synergie wonen, kantoren, cultuur, etc. ter plekke.
- Bijzondere horeca t.b.v. placemaking deelgebieden (UID-locatie).
- Kwaliteit en onderscheid prevaleert in principe boven de cijfermatige marktruimte.

De marktruimte voor extra horeca in ArenAPoort is als vermeld relatief groot, maar zeker niet onbegrensd. De geraamde uitbreidingsruimte heeft betrekking op de periode tot 2030; bijna 10 jaar. Behalve de vooralsnog onzekere effecten van het Coronavirus op de horecamarkt, moet een plotse linge ontvrachting c.q. disruptie van de markt altijd worden voorkomen. We stellen derhalve een geleidelijke, 'organische' groei van de horecacapaciteit voor. Bovendien zal geleidelijke opening van zaken doorlopend media-aandacht genereren voor het gebied. Alle bedrijven in ArenAPoort kunnen daarvan profiteren.

Binnen het te herontwikkelen centrum Amsterdamse Poort moet de nieuwe horeca bij voorkeur in een korte periode wordt geopend, zonder langdurige, hinderlijke bouwwerkzaamheden. Dit vanwege het belang van een sterk, samenhangend en gevarieerd (winkel)centrum voor ArenAPoort, Zuidoost en de regio. Het kan tevens een stimulans zijn voor verdere (horeca)ontwikkelingen.

Daarna verdient ArenAPoort West, met deels vooralsnog onzekere ontwikkelingen (UID), prioriteit vanuit het perspectief van horeca. Afhankelijk van de status van de planvorming

zijn daarna het Stationsgebied en het Hoekenrodeplein aan de beurt.

7.2 Terrassen

Mensen willen steeds meer buiten zitten, met een groeiende behoefte aan terrasruimte tot gevolg. Terrassen dragen bij aan een verblijfsvriendelijk, gastvrij ArenAPoort en zijn sterk bepalend voor de sfeer en uitstraling van het gebied. Ze worden bovendien steeds belangrijker voor de bedrijfsexploitatie.

Wel moeten door gemeente heldere voorwaarden worden gesteld, uit te werken in specifiek, gebiedsgericht Terrassen-beleid inclusief kaders voor de beeldkwaliteit. Terrassen moeten vooral uitnodigend en toegankelijk zijn. De openbare ruimte is er voor vele doelgroepen, waaronder hulpdiensten en evenementen. Vaste bouwwerken (terrasschermen, meubilair, buitenkeukens, etc.) zijn in principe niet wenselijk.

Belangrijk zijn in elk geval:

- heldere ruimtelijke afbakening terraszones;
- verzorgde inrichting en uitstraling, met ruimte voor looproutes, hulpdiensten en incidentele evenementen;
- terrasafschermingen, parasols etc. moeten passen in straatbeeld;
- sluitingstijden terras mede afhankelijk van woon- en leefklimaat in omgeving.

Bij voorkeur moeten de ontwikkelingsmogelijkheden en eisen t.a.v. terrassen in ArenAPoort worden vastgelegd in specifiek terrasbeleid, in samenhang met een beeldkwaliteitsplan.

7.3 Overige beleidsaspecten

Hieronder omschrijven we op hoofdlijnen de essenties en uitgangspunten van de belangrijkste algemene beleidsaspecten

voor de horeca in ArenAPoort, vanuit ruimtelijk-functioneel perspectief.

Openingstijden horeca en kansen nachthoreca

ArenAPoort moet het 'tweede uitgaanscentrum van Amsterdam' worden. Dit betekent dat in aangewezen deelgebieden ook 'nachthoreca' (met ruime openingstijden) wenselijk is. Het uitgaansgedrag verandert. Café- en clubbezoekers gaan later van huis, wat soms noopt tot latere sluitingstijden.

De gemeente moet horecazaken in principe de ruimte bieden om hierop goed in te spelen, mits ontoelaatbare overlast voor omwonenden wordt voorkomen en de leefbaarheid van gebieden niet wordt aangetast. Voor de 'nachthoreca' (bieden de concentratiegebieden 1 (Entree ArenAPoort/UID) en 2 (station Bijlmer ArenA westzijde) alsmede de route tussen gebied 1 en hotel Jazz in the City/Ziggo dome de beste opties, ook omdat het goed aansluit op bezoek aan concerten en andere (avond)evenementen. Vanwege de benodigde wervingskracht is een 'kritische massa' van minimaal 6-8 horecazaken met late openstelling wenselijk, ten dele in te vullen door bestaande zaken. Deze keuze moet wel helder worden gecommuniceerd aan (toekomstige) bewoners en andere gebruikers rond deze locaties.

Tegelijkertijd stijgt het horecabezoek overdag (daghoreca) en in 's avonds (restaurants) en moeten horecazaken ruimere openingstijden hanteren om hun bedrijfsexploitatie rond te krijgen. Elders in het gebied moet het accent dan ook vooral liggen openingstijden tot eind van de avond. De openingstijden van ondergeschikte horeca (bijvoorbeeld bij de grotere Venues en maatschappelijke functies) moeten aansluiten op de hoofdfunctie.

Openbare orde en veiligheid

De gebiedsgerichte overlast en veiligheidsincidenten vanuit horecabezoek nemen landelijk af in aantal. Wel worden incidenten soms harder (meer wapens, drugsgebruik). Overigens is dit een breder maatschappelijk probleem en niet per definitie gelieerd aan de horeca. Het is voor ArenAPoort wel een belangrijk aandachtspunt, ook omdat incidenten het veiligheidsgevoel en het imago van de sector en het gebied kunnen aantasten. Zichtbare preventie (politie, centrum-hosts/stewards, portiers, camera's) en een open communicatie tussen overheid/politie, bedrijven en omwonenden zijn essentieel.

Funciemenging (Blurring)

Consumenten zoeken steeds meer een 'beleving' en minder een specifiek product. Dit fenomeen doet zich in diverse sectoren voor, maar de horecafunctie vervult vaak een sleutelrol. In dit kader is vooral de vermenging van detailhandel met horeca-activiteiten relevant. In principe versterken dergelijke concepten een centrum (nieuwe doelgroepen, langere verblijfsduur) en kan ook de reguliere horeca hiervan profiteren. In een hoogmodern en vooruitstrevend gebied als ArenAPoort en in het bijzonder het nieuwe centrum Amsterdamse Poort kunnen gastgerichte mengvormen tussen horeca, detailhandel, cultuur en andere functies de wervingskracht aanzienlijk vergroten.

Wel moet worden voldaan aan de eisen van de landelijke Drank- en Horecawet (die alcoholverstrekking in winkels verbiedt) en Inrichtingseisen. Heldere regelgeving en een gelijkwaardig 'speelveld' zijn essentieel. Voor blurringconcepten gelden zowel het bestemmingsplan, de APV als overige wet- en regelgeving.

Het bestemmingsplan kan horeca in winkels en dienstverlening bijvoorbeeld toestaan in lichte en ondergeschikte vorm,

ondersteunend aan de hoofdfunctie. De activiteit horeca mag dan bijvoorbeeld maximaal 20-30 m² WVO omvatten en maximaal 25% van het totale WVO van de zaak. De openingstijden moeten aansluiten op de hoofdfunctie. Geen verkoop alcoholische dranken voor gebruik ter plaatse. Ten aanzien van buitenterrassen bij horeca-activiteiten kunnen nadere regels worden opgenomen. Bijvoorbeeld: alleen gevelterrassen met een maximale diepte van 1-2 meter, ook omdat het straatbeeld daarmee een levendiger karakter krijgt.

Inrichting openbare ruimte, gevelbeeld en welstand

Horecabezoek is primair een recreatieve activiteit, waarbij het 'decor' binnen en buiten de zaak sterk bepalend is voor de aantrekkingskracht op mensen ("Proeven met je ogen"). De openbare ruimte moet in elk geval schoon, heel en veilig zijn, maar een verzorgd gevelbeeld, groen en water kunnen de verblijfskwaliteit enorm versterken. De inrichting van de openbare ruimte is een belangrijk verbeterpunt in het gebied.

De horecaconcentratiegebieden in met name ArenAPoort West moeten zich qua inrichting en uitstraling nadrukkelijk onderscheiden van bijvoorbeeld de historische binnenstad van Amsterdam. De horeca heeft hier ook 's avonds een belangrijke uitgaansfunctie. Voorgesteld wordt hier een hoogmoderne inrichting met als belangrijke kenmerken ruimte, licht en kleurrijk en bij voorkeur een zekere 'internationale allure'. Kortom: 21^e eeuws!

Bereikbaarheid en parkeren

ArenAPoort is relatief (zeer) goed bereikbaar, met alle modaliteiten. Dit is ook voor de (toekomstige) horecafunctie essentieel, inclusief OV-verbindingen 's nachts. Ook ruime fietsenstallingsprobleem zijn een belangrijk aandachtspunt, evenals attractieve en veilige (goed verlichte) looproutes van parkeerlocaties en OV-stations naar de horecaconcentratiegebieden.

Paracommercie

Dit onderwerp heeft vooral betrekking op het aanbieden van horeca-activiteiten door verenigingen en stichtingen, vaak met inzet van vrijwilligers. Essentieel is dat horeca hier aantoonbaar gelieerd is aan de specifieke hoofddoelstelling, dus primair gericht op de eigen leden en met openingstijden die aansluiten op de hoofdactiviteit. In dat geval vormt het een toevoeging aan de reguliere horecasector.

Marketing en promotie

Binnensteden en andere grote stedelijke centra zijn steeds meer in concurrentie als vrijetijdsbestemming. Hoewel ArenAPoort een grote naamsbekendheid heeft (ook landelijk), vergt de communicatie van het 'nieuwe' ArenAPoort inclusief Amsterdamse Poort, via alle (social) media, grote inspanningen. Belangrijkste partijen zijn de horeca, retail, cultuur, hotels, belangrijkste vastgoedeigenaren/exploitanten en de gemeente. Tot wederzijds profijt.

Horeca t.b.v. Placemaking

Tijdens de uitgebreide nieuwbouwactiviteiten in met name ArenAPoort West, gericht op een veelzijdig uitgaansgebied, kan horeca worden ingezet ter versterking van de 'placemaking'. Al dan niet tijdelijke horecaformules ('Pop-Up') kunnen, gecombineerd met bredere voorlichting over de gebiedsontwikkeling, de (toekomstige) identiteit en invulling van het gebied onderstrepen en communiceren. Het gebied krijgt een bredere bekendheid onder (potentiele) bewoners, ondernemers en investeerders.

Voor het UID-kavel biedt hiertoe vooralsnog veel ruimte. In Amsterdamse Poort kan 'placemaking' gestalte krijgen in het Zandkasteel of een tijdelijk leegstaande winkel- of horeca-ruimte.

7.4 Implementatie horecavisie in ruimtelijk beleid

Implementatie visie in Ontwikkelstrategie ArenAPoort

Deze horecavisie vormt een programmatische onderlegger voor de Ontwikkelstrategie ArenAPoort 2030 voor de functie horeca. De beschreven uitgangspunten, doelstellingen en keuzes voor deze sector moeten derhalve zo goed mogelijk worden 'vertaald' in de Ontwikkelstrategie. Uiteraard vanuit een goede, objectieve afweging met andere gebiedsfuncties en de ruimtelijke, economische en maatschappelijke kansen en beperkingen in breder perspectief. Essentieel is de belangrijke functie van horeca in ontmoeting en 'verbinding' van mensen en functies en de in potentie zeer beeldbepalende betekenis voor ArenAPoort (identiteit, attractiviteit, verblijfs-waarde, etc.).

Deze horecavisie is nadrukkelijk geen 'dichtgetimmerde' blauwdruk, maar een richtinggevend streefbeeld. Samen met betrokken partijen moet de visie gebiedsgericht worden vertaald in attractieve horecagebieden met een duidelijke meerwaarde voor de overige centrumdelen en optimale synergie met andere functies.

Een dynamische, maar ook onvoorspelbare sector

In verhouding tot de meeste andere functies is horeca nogal trendgevoelig en qua omvang en branchering deels onvoorspelbaar. De dynamiek in de horecasector is groot en zeker in 'jonge' en veelzijdige multiculturele gebieden als ArenAPoort bestaan er legio ontwikkelkansen, ook qua markt-ruimte.

Maar tegelijkertijd bestaan anno 2021 ook grote onzekerheden, zoals de effecten van het Coronavirus op bestedingen en capaciteit in/van horeca en leisure (1,5 meter norm), de fasering van het woningbouwprogramma en de toekomstige kantoorbezetting (meer thuiswerken?). In ArenAPoort betreft

het een optelsom van vele onzekerheden. Om die reden stellen we dan ook een gefaseerde ontwikkeling voor van (nieuwe) horeca in het gebied (par. 7.1).

Bestemmingsplan: flexibele mogelijkheden

De toekomstige ontwikkeling van de horecasector is in hoge mate onvoorspelbaar, zowel qua productformules, doelgroepen als locatievoorkeuren van bedrijven. Mede hierdoor is de sector de meest dynamische van alle centrumfuncties. Om deze (onvoorspelbare) dynamiek te faciliteren moeten ten eerste de bestemmingen in het bestemmingsplan voldoende breedte en flexibiliteit bieden, al dan niet met een afwijkingsbevoegdheid. Het accent ligt daarbij op de aangegeven horecaconcentratiegebieden en de 'kop en staart' van de Lifeline (Arenapark, Anton de Komplein).

Daarnaast is een duidelijke relatie tussen het bestemmingsplan en bijvoorbeeld exploitatievergunningen, openingstijden, terrassen, welstand en functiemenging (zie vorige paragraaf) wenselijk. Dit onderwerp moet nader worden uitgewerkt in de relevante beleidskaders en regelgeving.

Motivering programma vanuit Dienstenrichtlijn

Deze horecavisie biedt de kaders voor de ontwikkeling van horeca in geheel ArenAPoort en naar deelgebied. Daarbij doen we ook aanbevelingen voor een maximering van capaciteit (totale omvang in m² BVO) en branchering (onderscheid drankenverstrekkers, fastservice, restaurants).

De recente jurisprudentie over de Europese Dienstenrichtlijn stelt dat horeca een dienst is en zich daarom in principe overal zou moeten kunnen vestigen.¹⁵ Brancheringsregels (vestigingsbeperkingen) in deelgebieden zijn alleen toegestaan als aan een aantal voorwaarden wordt voldaan (zie ka-

der). De jurisprudentie noopt tot kritische, weloverwogen beleidskeuzes t.a.v. horeca. Welke maatregelen zijn echt noodzakelijk vanuit de ruimtelijke structuur bezien en welke niet per se? Voor dit laatste geldt immers dat deze kunnen worden aangevochten door initiatiefnemers die willen afwijken qua branche.

Europese Dienstenrichtlijn

Indien er sprake is van het beperken van branchering binnen een horecabestemming, is de Dienstenrichtlijn van toepassing. De aan een dienst te stellen beperkingen (zoals een brancheringsmaatregel in een bestemmingsplan) moeten aan de volgende eisen voldoen:

- a. **Discriminatieverbod:** de eisen maken geen (in)direct onderscheid naar nationaliteit of, voor vennootschappen, de plaats van hun statutaire zetel.
- b. **Noodzakelijkheid:** de eisen zijn gerechtvaardigd om een dwingende reden van algemeen belang.
- c. **Evenredigheid:** dit kan worden uitgesplitst in de volgende aspecten die op basis van specifieke gegevens nader onderbouwd moeten worden:
 - Handelt de gemeente coherent en systematisch om het nagestreefde doel te bereiken?
 - Is de maatregel effectief om het nagestreefde doel te bereiken?
 - Gaat de maatregel niet verder dan nodig om het nagestreefde doel te bereiken?
 - Zijn er (aantoonbaar) geen andere, minder beperkende maatregelen mogelijk?

Deze horecavisie geeft een heldere motivering van de wenselijke maximale capaciteit en branchering van de horeca in ArenAPoort, ook naar deelgebied. Gebaseerd op een combi-

natie van ruimtelijke, economische en maatschappelijke aspecten. Hiertoe behoort ook een optimale bijdrage aan de leefbaarheid (woon- en leefklimaat) en het tegengaan van leegstand incl. negatieve effecten op de ruimtelijke kwaliteit (behoefte en marktruimte als basis voor de ontwikkeling).

Hiermee voldoet de horecavisie in elk geval op hoofdlijnen aan de Dienstenrichtlijn. Indien voor deelgebieden in het bestemmingsplan wordt gekozen voor een nadere branchering (bijv. alleen daghoreca), dan kan een nadere motivering nodig zijn.

7.5 Rolverdeling horecavisie

Rolverdeling

Horeca is een prominente, 'verbindende' functie in de weravingskracht en (ruimtelijke) inrichting van centra, maar is ook economisch en maatschappelijk belangrijk. Hieronder wordt de rolverdeling tussen de belangrijkste partijen beschreven in de ontwikkeling en het functioneren van horeca.

Gemeente/Stadsdeel Zuidoost:

- Waarborgen passende branchering, lokalisering dag- en avondhoreca, gebruik en inrichting openbare ruimte ("goede ruimtelijke ordening")
- Optimale fysieke leefomgeving, infrastructuur, bereikbaarheid, etc.
- Bestemmingsplan
- APV (o.a. openingstijden, veiligheid, geluid, terrasinrichting, bevoorrading)
- Flankerend beleid (inrichting openbare ruimte, terrasvergunningen, beeldkwaliteit, "Schoon, heel, veilig", etc.)
- Beperking overlast woon- en leefklimaat

¹⁵ De jurisprudentie hierover vormt zich nog doorlopend. Horeca wordt vanwege aard en omvang steeds vaker als 'dienst' beschouwd vanuit de doelstellingen en kaders van de Dienstenrichtlijn.

- Vergunningverlening horecazaken (w.o. exploitatievergunning/DHW, toetsing Wet Bibob, tegengaan Ondernijning, inrichtingseisen, Deurbeleid, VIP-tafels)
- Waarborgen 'gelijk speelveld', incl. regelgeving functiemenging, ondergeschikte horeca, paracommerce, etc.
- Evenementenbeleid
- Gebiedspromotie (i.s.m. marktpartijen)
- Etc.

Horecabedrijven (hoofdactiviteit):

- Goed ondernemerschap, gericht op optimale verzorging bewoners, bezoekers, gastvrijheid
- Inrichting en uitstraling van zaken, terrassen
- Langere verblijfsduur, herhalingsbezoek
- Deurbeleid, Veiligheidsplan incl. uitvoering
- Samenwerking voor optimale wervingskracht
- Marketing en promotie (individueel, gezamenlijk)
- Etc.

Vastgoedeigenaren:

- Ontwikkeling en instandhouding vastgoed (incl. inrichtingseisen, brandveiligheid), incl. goed onderhoud en gevoelbeeld
- Waarborgen passende branchering per deelgebied
- Kritische selectie kopers/huurlers
- Acceptabele, passende huurniveaus
- Aantrekkelijk vestigingsmilieu, i.s.m. grotere centrumexploitanten (w.o. Amsterdamse Poort, Villa Arena)
- Samenwerking met andere partijen voor optimale gebiedsontwikkeling, -beheer en -promotie
- Etc.



7.6 Acquisitie marktpartijen

Ter promotie van het 'nieuwe' ArenAPoort en de acquisitie van nieuwe horecabedrijven en –formules kan worden overwogen om een aantrekkelijk 'Bidbook' te produceren (Print en Online) over de bijzondere positie en potenties van dit gebied. Deze kan worden verzonden en toegelicht aan bijvoorbeeld grotere horecaketens en –exploitanten, brouwerijen (exploitatiecontracten), vastgoedeigenaren en aansprekende individuele horecabedrijven met wellicht expansieplannen.

Bij voorkeur moeten daarbij ook internationale partijen worden benaderd. De ambities voor ArenAPoort zijn immers mede gericht op een hoogmoderne, 'internationale' uitstraling.

7.7 Toetsingskader nieuwe initiatieven

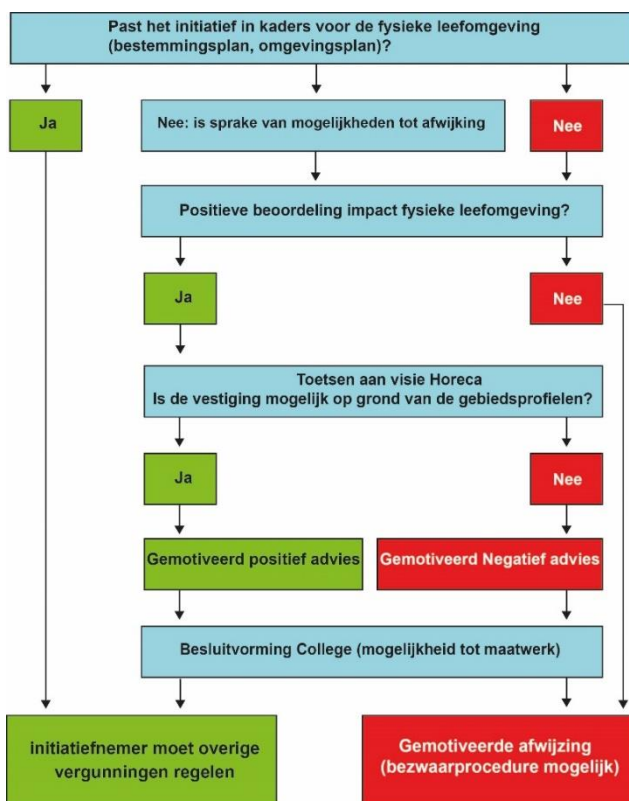
Algemeen toetsingskader

Nieuwe horecaontwikkelingen moeten op diverse aspecten worden getoetst, met als belangrijkste:

- De kaders voor de fysieke leefomgeving (planologische mogelijkheden in bestemmingsplan/omgevingsplan).
- De impact op de fysieke leefomgeving (zoals geur en geluid)
- De toets aan onderhavige horecavisie, inclusief beschreven ontwikkelperspectief en gebiedsprofielen.

In de volgende figuur is een stroomschema opgenomen, dat het proces bij voor besluitvorming van planinitiatieven weer geeft. Dit dient als gemeentelijk afwegingsinstrument en biedt initiatiefnemers in het beoordelingsproces. Het schema beschrijft overigens slechts de hoofdlijn; beleidsmatige nuances zijn niet opgenomen. De uitkomst van het stroomschema moet altijd worden gezien in relatie tot de horecavisie en overige beleidskaders. Daarnaast moet een initiatief uiteraard altijd voldoen aan de overige wettelijke eisen.

Figuur 11: Stroomschema toetsing nieuwe horeca-initiatieven

**Criteria voor onderscheidende horecaconcepten**

Ter bepaling of een horecaconcept daadwerkelijk onderscheidend is, moeten heldere criteria worden gesteld. Aan de initiatiefnemer wordt in dat geval gevraagd om een schriftelijke toelichting te geven in hoeverre de nieuwe ontwikkeling daadwerkelijk onderscheidend is, eventueel middels onderzoek en in lijn met onderstaande criteria. Hoe hoger de score op de criteria hoe meer onderscheidend het concept. Opgemerkt wordt dat kwalitatieve criteria als deze altijd in zekere mate subjectief zijn en onderdeel vormen van de volledige plantoetsing (zie hiervoor). Ze vormen dus geen zelfstandig en 'hard' uitgangspunt.

Als norm voor een positieve toetsing (door gemeente) kan bijvoorbeeld als uitgangspunt dienen dat het nieuwe concept op minimaal 5 van de vermelde aspecten nadrukkelijk positief scoort. Er kunnen door initiatiefnemers geen rechten worden ontleend aan het toetsingskader. Richtinggevende criteria ter toetsing onderscheidend karakter en meerwaarde horecaconcept:

- Het concept trekt aantoonbaar extra bezoekers en/of doelgroepen naar het gebied (additionele vraag, kwalitatief en kwantitatief onderbouwd).
- De zaak is qua omvang, vormgeving, gastenservice, menukaart en/of inrichting duidelijk onderscheidend aan het bestaande aanbod.
- Het betreft aantoonbaar een succesformule (regionaal, landelijk of internationaal).
- De ondernemer of chef-kok is bekend tot buiten de regio.
- De productformule of concept wordt veel vermeld in media en vakliteratuur.
- Het biedt een bijzondere, voor de consument aansprekende combinatie van horeca met andere functies (bijvoorbeeld cultuur, ambacht, detailhandel, zakelijke markt, maatschappelijk, etc.).

- Locatie ligt binnen of aangrenzend aan de vermelde horecaconcentratiegebieden.
- Het speelt op bijzondere wijze in op de specifieke locatie- en vastgoedkwaliteiten ter plekke (vormgeving, uitstraling, inrichting, etc.).
- Het genereert veel spin-of of heeft anderszins een duidelijke meerwaarde voor de overige functies in de omgeving.
- Het initiatief heeft een duidelijke voorbeeldfunctie t.a.v. belangrijke maatschappelijke thema's als duurzaamheid, inclusiviteit, gezondheid, MVO.
- Et cetera.

Bijlage 1

Indeling horeca naar sector en branche en verantwoording databronnen

Gebruikte databronnen aanbod horeca algemeen

BRO heeft voor dit onderzoek gebruik gemaakt van de data van HorecaDNA en Locatus. Essentieel voor het onderzoek is dat het daadwerkelijk functionerende (geopende) horeca-zaken betreft en we deze data kunnen verifiëren tot op adresniveau, branche, formulenaam en omvang. Bij de meeste andere dataleveranciers is verificatie op pandniveau vaak onmogelijk en bestaat bovendien vaak veel onduidelijkheid over de herkomst van de data, brancheafbakening, actualiteit, gebiedsafbakening en het kwaliteitsbeheer. Andere databestanden vermelden ook branches die niet binnen de horecaderfinitie van het onderhavige onderzoek vallen: catering, bedrijfsrestaurants, hotels, overige verblijfsrecreatie, eetkramen, etc.

Branche-indeling HorecaDNA

HorecaDNA hanteert een bedrijfstypenindeling gebaseerd op het product dat wordt verstrekt (dranken, ijs, etc.), op de specifieke ligging van het bedrijf (strand, camping, etc.) en op een aantal andere onderscheidende kenmerken. Deze bedrijfstypen worden hieronder beschreven.

Indeling horecabedrijven naar sector*Drankensector*

café/bar

- ontmoetingscentrum
- discotheek
- zalen-/partycentrum
- coffeecorner
- kiosk
- strandbedrijf
- coffeeshops, shishalounges (met zitgelegenheid)
- horeca bij sportaccommodatie (voor ArenAPoort alleen indien openbaar toegankelijk)
- horeca bij recreatie/leisurebedrijf (idem)

Fastfood/fastservice

snackbar/cafetaria

- fastfoodrestaurant
- shoarmazaak
- ijssalon
- crêperie
- restauratie
- lunchroom
- spijsverstrekkers n.e.g., delivery

Restaurantsector

bistro

- café-restaurant
- restaurant
- wegrestaurant

Bijlage 2

Kenmerken en positie horeca in referentiecentra voor ArenAPoort West

Tabel 5 Kenmerken en positie horeca in referentiecentra voor ArenAPoort West

	Belangrijkste kenmerken	Primaire trekkers	Horeca in/rond concentratie	Accent branchering horeca
Potsdamerplatz Berlijn	Zeer veelzijdig centrum Leisure, retail & cultuur Locatie rand binnenstad Markante architectuur, hoogbouw Grotendeels overdekt Historische betekenis	Horeca Winkelcentrum Theater Bioscoop Entertainment Cultuur Events Hotels Groot overdekt plein	25 veelal grote zaken (excl. winkelcentrum)	Restaurants Fastfood (hoogwaardig) Winkelondersteunend Bars
Media City UK (Salford Quays) Manchester	Leisure, retail, cultuur & media in voormalig industrie/havengebied Moderne architectuur Tevens woongebied	BBC studio's Horeca The Lowry (theater, exposities) Imperial War Museum Outlet Shopping centre	25 zaken, deels grootschalig	Restaurants Fastfood (gezond) Moderne, trendsettende keukens
The O2 Arena (Millennium Dome) Londen	Grootschalig Concert & Event Centre in voormalig industriegebied Solitaire ligging aan Theems Markante architectuur Veel horeca inpandig, overdekt	Grote concerthal Bioscoop Entertainment Museum Moderne Kunst Sky TV studio's Hotel Outlet Shopping centre	40 zaken, maatvoering gevarieerd	Restaurants Middensegment Landelijke, internationale formules Bars (gevarieerd)
CentrO (Oberhausen, Duitsland)	Solitaire locatie Shoppingcentre, leisure & entertainment Markante horecaboulevard Veel groen Veel events, jaarrond	Shoppingcentrum Horecaboulevard (18 zaken) Foodhall Coca Cola Oase (22 counters) Konig-Pilsener Arena Legoland Discovery Sea Life Entertainment Park	46 zaken, groot (Boulevard) en klein (foodhall)	Restaurants Fastfood (breed) Winkelondersteunend Middensegment Landelijke, internationale formules

www.bro.nl | info@bro.nl

Hoofdvestiging Boxtel

Boscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400

Vestiging Amsterdam

Rijnspoorplein 38
1018 TX Amsterdam
T +31 (0)20 506 19 99

Vestiging Venlo

Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
T +31 (0)77 373 06 01