

Laddertoets herontwikkeling Pieter Braaijweg Kavel 1

Gemeente Ouder-Amstel



Laddertoets herontwikkeling Pieter Braaijweg Kavel 1

Gemeente Ouder Amstel

Rapportnummer:	211X09513
Datum:	21 februari 2018
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer A. Slecht
Projectteam BRO:	J.C. Jansen Venneboer, Job van Schuppen
Trefwoorden:	Hotel, horeca, creatieve industrie, broedplaatsen, behoefte, Ladder duurzame verstedelijking, effecten
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 14
Beknopte inhoud:	In onderhavige rapportage is de ladder doorlopen t.b.v. de herontwikkeling van de locatie Pieter Braaijweg Kavel 1 in de gemeente Ouder-Amstel.

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

Inhoudsopgave

pagina

1. MANAGEMENTSUMMERY EN LADDER	2
2. BEHOEFTE-VERKENNING HOTEL	6
2.1 Trends, ontwikkelingen en cijfers hotels algemeen	6
2.2 Kwantitatieve marktverkenning MRA	8
2.3 Hotel-initiatieven in de MRA	9
3. BEHOEFTE-VERKENNING HORECA	11
3.1 Ontwikkeling vraagpotentieel inwoners	11
3.2 Trends in de horeca	11
3.3 Behoeft horeca	13
4. BEHOEFTE-VERKENNING OVERIGE FUNCTIES	16
4.1 Behoeft bedrijvigheid	16
4.2 Behoeft leisure	19
BIJLAGEN	
BIJLAGE 1: BELEIDSKADERS	1

1. MANAGEMENTSUMMERY EN LADDER

Aanleiding

De gemeente Amsterdam is eigenaar van een bedrijfskavel aan de Pieter Braaijweg en voornemens dit kavel uit te geven middels een tender, met de bedoeling een deel van de gronden te laten ontwikkelen als hotel met aanvullende voorzieningen. Voorts dient de openbare ruimte en de kade langs de Duivendrechtsevaart binnen het plangebied verbeterd te worden. Het kavel en de kadegronden liggen binnen het bestemmingsplan Amstel Business Park Zuid op het grondgebied van de gemeente Ouder-Amstel.

De voorgenomen ontwikkeling past niet binnen de kaders van het vigerende bestemmingsplan, aangezien het initiatief de maximale toegestane bouwhoogte en bebouwingspercentage overschrijdt en er geen sprake is van een afwijkende horeca-bestemming (vestiging van een hotel met voorzieningen). Ten behoeve van het plan wordt een nieuw bestemmingsplan opgesteld.

Beschrijving initiatief

Het volledige programma dat met het bestemmingsplan mogelijk wordt gemaakt bedraagt maximaal 20.000 m² bvo. Daarbinnen is het volgende programma uitwisselbaar:

- Hotel, maximaal 12.000 m² bvo. Het aantal hotelkamers bedraagt ca. 240;
- Broedplaatsen, maximaal 6.750 m² bvo;
- Creatieve bedrijven en/of leisure, maximaal 9.250 m² bvo;
- Horeca in de cat. II, III en IV, maximaal 500 m² bvo.

Daarnaast voorziet het plan in maximaal 177 parkeerplaatsen.

Toelichting Ladder voor Duurzame Verstedelijking

De 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' (art 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening (Bro)) is een wettelijk verplicht motiveringsinstrument, waaraan iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' (art. 1.1.1. Bro) moet worden getoetst. De beoogde ontwikkeling moet worden opgevat als nieuwe stedelijke ontwikkeling. Sinds 1 juli 2017 is een nieuwe versie van de ladder van kracht. Het tweede lid van art. 3.1.6. is sindsdien als volgt: de toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling. Indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, moet worden gemotiveerd waarom niet daarbinnen in die behoefte kan worden voorzien. Omdat de onderhavige locatie binnen het bestaand stedelijk gebied ligt, hoeft de locatiekeuze niet nader te worden gemotiveerd.

De planlocatie betreft de transformatie van bestaand stedelijk gebied en zodoende is onderhavige rapportage vooral gericht op de behoefte aan de beoogde ontwikkeling en de eventuele effecten hiervan op de leegstand en in het verlengde hiervan het woon-, leef- en ondernemersklimaat. De behoefte aan en de aanvaardbaarheid van de ontwikkeling worden in dit onderzoek zowel op kwalitatieve als op kwantitatieve gronden beoordeeld met behulp van de ladder voor duurzame verstedelijking.

Vestigingslocatie Amstel Business Park Zuid

De ontwikkeling maakt deel uit van het Amstel Business Park Zuid. Dit gebied ligt deels op Amsterdamse grond en deels in de gemeente Ouder-Amstel en heeft een oppervlakte van circa 80 hectare. Het gebied ligt centraal in de economische zone tussen Schiphol en het Academisch Medisch Centrum en hierbinnen vallen dus ook de ontwikkelingen in de Zuidas¹. Daarnaast ligt het nabij de ring A10 en op korte afstand van de Amsterdamse binnenstad en het centrum van Ouderkerk aan de Amstel.

De beleidsmatig ambitie is om het gebied hechter en toekomstbestendig te integreren binnen de stad. Werken is en blijft de kernactiviteit van het Business Park, maar omdat de stad en het bedrijventerrein naar elkaar toe zijn gegroeid, zijn er kansen voor een meer stedelijke werkomgeving. Voor de ontwikkeling van ABP-Zuid naar een werkstad is in de toekomst een intensiever ruimtegebruik nodig, met meer ontmoetingsmogelijkheden, een hogere ruimtelijke kwaliteit en meer menging met andere functies. De hoofdstraten en het water hebben de potentie om uit te groeien tot stedelijke dragers en het gebied wordt door de geplande nieuwe afslag van de A2 beter op de hoofdinfrastructuur aangesloten.

Plangebied Eilanden aan de Vaart

Het gebied van het Amstel Business Park Zuid is ingedeeld in vijf deelgebieden, waaronder de ‘**Eilanden aan de Vaart**’²; de vestigingslocatie voor het onderhavige initiatief. Dit gebied, rondom de Duivendrechtsevaart, heeft als bijzondere kenmerken de ligging aan de A10 (nabij afslag 11 Amsterdam-Amstel) en aan het water. Dit geeft het gebied een geheel eigen identiteit. Het gebied kent de hoogste dynamiek van alle deelgebieden en wordt in de Ruimtelijk-Economische Visie ABP Zuid bij uitstek geschikt geacht voor creatieve industrie, inclusief verwante functies als horeca en groen. Opvallende bedrijven als BMW, G-Star en Blue Circle zetten het gebied steeds nadrukkelijker in de spotlights. Specifiek voor de planlocatie wordt in de visie gesteld, dat vanwege de ligging aan het water en de optimale bezonning, een publieks- en verblijfsfunctie aantrekkelijk kan zijn.

Toets aan de ladder voor duurzame verstedelijking: voldoende behoefte

Navolgend wordt het planinitiatief aan de Ladder getoetst in concluderende vorm. Voor een verdere cijfermatige toelichting wordt verwezen naar de volgende hoofdstukken.

Geconcludeerd wordt dat er sprake is van behoefte aan het beoogde hotel. Hiervoor zijn de volgende argumenten aan te dragen:

- Er is al jaren sprake van een toenemende behoefte aan hotelkamers in de MRA, als gevolg van de (internationale) aantrekkingskracht van Amsterdam en Schiphol. Een belangrijke indicator is opvallend gestegen gemiddelde bezettingsgraad en omzet per hotelkamer in de MRA de afgelopen jaren.
- Vanwege de positieve groeiprognozes en de bouwstop voor nieuwe hotelontwikkelingen in veel delen van de gemeente Amsterdam zal de vraag naar hotelkamers in de rest van de MRA naar alle waarschijnlijkheid nog verder toenemen.

¹ Ruimtelijke Plannen Ouder-Amstel (2013). Bestemmingsplan ABP Zuid.

² Gemeente Ouder-Amstel (2017). Ruimtelijk-Economische Visie ABP Zuid – Concept voor Inspraak.

- De bestaande planinitiatieven in de MRA kunnen niet voorzien in de toenemende vraag naar hotelkamers, zowel in de MRA als geheel als in de deelregio Amstelland en Meerlanden, waartoe de gemeente Ouder-Amstel behoort. In deze deelregio is er tot 2025 een tekort van minimaal 411 hotelkamers berekend³.

De behoefte aan de overige geprogrammeerde functies wordt als volgt beoordeeld:

- De horeca heeft een essentiële functie als ontmoetingsplek waar uitwisselingen tussen werknemers en bezoekers (B2B) van de diverse grote en kleinere bedrijven (veelal zonder eigen horeca) plaatsvinden.
- Goede horeca is eveneens van groot belang voor een sterke publieks- en verblijfsfunctie, zoals door de gemeente wordt beoogd voor het deelgebied Eilanden aan de Vaart binnen het ABP-Zuid.
- Naast vraag vanuit de bedrijven genereert sterke horeca ook altijd haar eigen vraag vanuit lokale inwoners, hotelgasten en andere bezoekers. Dit geldt zeker voor een onderscheidende en goed bereikbare (ook per auto) locatie als de onderhavige, die op korte afstand van de grote zakelijke en toeristische 'magneet' Amsterdam ligt.
- Ook vanuit bedrijven in de creatieve sector en broedplaatsen bestaat voldoende behoefte. Deze sterk groeiende bedrijfstypen hebben behoefte aan flexibel invulbare bedrijfsgebouwen, flexibele werkplekken en gunstige ruimtelijke vestigingscondities. Bovendien ligt de locatie in een regio met een sterke economische groei en bevolkingsgroei en bestaan er plannen voor een nieuwe afslag van de A2.
- Leisure is in veel opzichten een zeer brede sector, met vele doelgroepen en bezoekmotieven. De behoefte en effecten van nieuwe ontwikkelingen zijn dan ook sterk afhankelijk van het te realiseren leisuretype, de productformule(s) en de doelgroepen. In algemene zin biedt de planlocatie vooral ontwikkelingskansen voor leisurefuncties als horeca, cultuur en evenementen. Daarbij is in veel gevallen synergie mogelijk met de overige functies ter plekke.
- Omdat de planlocatie in wezen deel uitmaakt van het stedelijk weefsel van de agglomeratie Amsterdam kan een leisurefunctie ter plekke inspelen op het omvangrijke draagvlak en de verwachte groei van de regionale bevolking, toerisme en zakelijke bedrijvigheid in de omgeving en de regio.

Aanvaardbare effecten

Met het onderhavige planinitiatief wordt extra hotel-, horeca- en bedrijfsruimte gerealiseerd. Er bestaat hiervoor een ruime behoefte, omdat de markt voor hotelaccommodatie, horeca en bedrijfsruimten zich in de onderhavige regio opvallend sterk ontwikkelt. De ontwikkeling sluit goed aan op de beleidsmatige intenties om in het plangebied en haar omgeving een multifunctionele werkstad te creëren, die hechter dan nu is geïntegreerd in het stedelijk weefsel.

Geconcludeerd wordt dat de effecten van het planinitiatief aanvaardbaar zijn voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de regio. Er wordt niet of nauwelijks extra leegstand verwacht door het onderhavige plan. De behoefte aan extra hotelaanbod zal in de regio naar alle waarschijnlijkheid nog aanzienlijk toenemen, ook vanwege de ontwikkelstop voor nieuwe hotelinitiatieven in een groot deel van de gemeente Amsterdam en de beleidsmatige wens om Airbnb te beperken. Op basis hiervan ligt het niet in de lijn der verwachting dat er gevestigd hotelaanbod zal verdwijnen als gevolg van dit initiatief. Ter illustratie: de gemiddelde bezettingsgraad van een hotelkamer in de MRA groeide de afgelopen

³ Meest actueel beschikbare cijfers over 2016

jaren aanzienlijk en bedroeg 75% in 2015. Doorgaans is een bezettingsgraad van 65-70% de indicatieve norm voor rendabel economisch functioneren. Ook is van belang is dat er in de gemeente Ouder-Amstel slechts één hotel is gevestigd, namelijk Bastion hotel Amsterdam Amstel; een hotel in het middensegment (3-sterren) met 192 kamers.

De veranderende behoefte aan huisvesting voor bedrijven (en kantoren) heeft als gevolg dat een kwalitatieve benadering moet prevaleren boven het 'traditionele', sectorale bedrijvenbeleid. Omdat bedrijven in met name de creatieve sector graag opereren vanuit levendige, multifunctionele locaties waar ze soortgelijke, maar juist ook andere soorten gebruikers tegenkomen en de traditionele bedrijfsmatige activiteiten veranderen, past dit soort initiatieven doorgaans goed in het stedelijk gebied. Dit soort bedrijven trekt soortgelijke bedrijven aan en zorgt voor een veel gevarieerder, 'stedelijker' en levendiger gebied dan het huidige Amstel Business Park.

Er wordt in het gebied Amstel Business Park Zuid beleidsmatig veel waarde gehecht aan een stedelijke, levendige omgeving met o.a. horeca en winkels en een goede fiets- en OV-bereikbaarheid. Door horeca toe te voegen, eventueel in de vorm van leisure- of hospitalityconcepten, wordt het imago van het bedrijventerrein verbeterd en wordt de omgeving aantrekkelijk om te verblijven. Hotels en andere horeca worden in dit soort herontwikkelingsgebieden vaak doelgericht ingezet voor 'placemaking'. Tegelijkertijd concurreert horeca hier slechts beperkt met reguliere horeca in centrumgebieden in de omgeving. Derhalve zal ook de beoogde horeca-ontwikkeling naar alle waarschijnlijkheid geen onaanvaardbare effecten genereren.

Conclusie

Het planinitiatief sluit kortom goed aan op het gedachtegoed van de Ladder, te weten duurzaam ruimtegebruik. Het planinitiatief betreft transformatie van voormalige bebouwing. Tevens wordt de ontwikkeling ruimtelijk-stedenbouwkundig goed ingepast in het deelgebied Eilanden aan de Vaart, met een vanuit de gemeentelijke ambities in de toekomst prominente functie voor (creatieve) bedrijvigheid en verwante functies als horeca, hotelaccommodatie en groen. Om de vermelde redenen staat de gemeente Ouder-Amstel positief tegenover de onderhavige ontwikkeling.

2. BEHOEFTEVERKENNING HOTEL

2.1 Trends, ontwikkelingen en cijfers hotels algemeen

Hieronder worden de meest relevante trends en ontwikkelingen in de hotelsector besproken.

Trends macro-economie

- De sterk aantrekkelijke wereldeconomie zorgt voor een toenemend aantal zakelijke overnachtingen. De (zakelijke) hotelsector is namelijk sterk afhankelijk van het economisch klimaat.
- Het aantal buitenlandse gasten in Nederland is de afgelopen jaren aanzienlijk toegenomen. In 2016 is dit aantal met ca. 5% gegroeid ten opzichte van het voorgaande jaar. Het aantal gasten is daarmee naar 15,7 miljoen gestegen. Op basis van de actuele trends en ontwikkelingen (lage euro, Brexit, terrorisme, etc.) verwacht het NBTC een groei van het inkomend toerisme van 3% voor Nederland in 2017. Het aantal buitenlandse (zakelijke) verblijfstoeristen zal daarmee uitkomen op ongeveer 16,2 miljoen; een nieuw recordjaar.
- De provincies Noord- en Zuid-Holland trekken met 9,8 miljoen overnachtingen in 2016 ruim de helft van de zakelijke bezoekers in Nederland aan⁴.

Trends consumentengedrag hotels

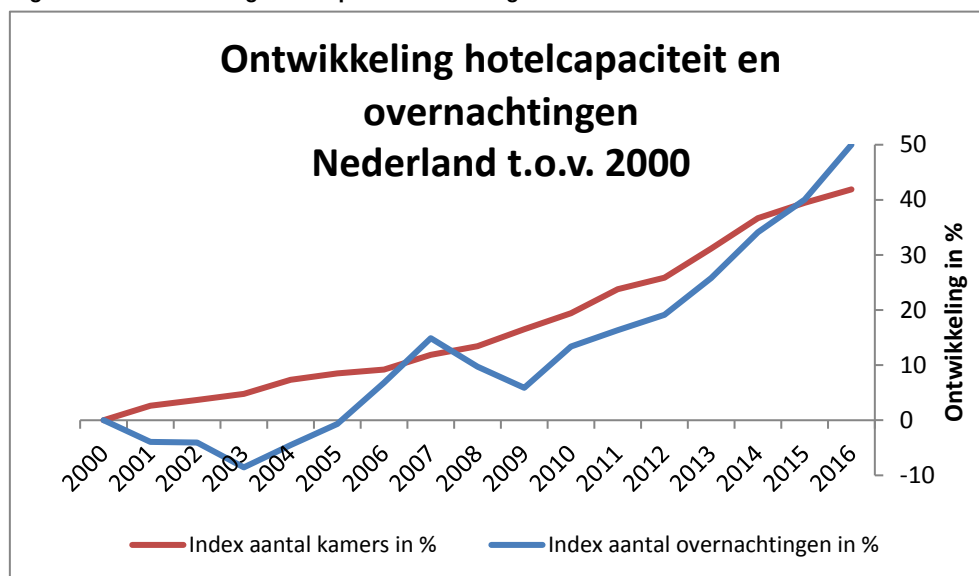
- De consument is in toenemende mate op zoek naar een unieke ervaring: producten en locaties met een bijzondere of emotionele lading. (Verblijfs)horeca richt zich daarom steeds meer op een totaalbeleving.
- De belevenis- en betekenis-economie worden steeds relevanter. Nederland ontwikkelt zich in toenemende mate tot 'leisureland' waar wonen, werken en winkelen niet meer zonder goede horeca- en leisure-concepten kunnen.

Algemene ontwikkelingen hotels

- De hotelsector is een uitermate vitaal en dynamisch, met landelijk en zeker in de regio Amsterdam (MRA) hoge groeicijfers. Ook het toekomstperspectief wordt algemeen positief ingeschat, ook door de mondiale groei van de economie en het toerisme.
- De groei van het aantal overnachtingen overtrof landelijk sinds 2000 de groei van de beschikbare kamercapaciteit (zie onderstaande figuur).
- Mede als gevolg van toenemende concurrentie door schaalvergroting en de opkomst van alternatieven (zoals Airbnb) richten steeds meer hotels zich op specifieke doelgroepen. Sommige hotels richten zich op nichemarkten, zoals boutiquehotels of moderne hostelconcepten.
- Hotels worden steeds meer met andere functies (zoals leisure, maar ook –creatieve- bedrijvigheid en dienstverlening) gemixt om de wervingskracht en belevingswaarde van gebieden te versterken.

⁴ CBS.nl Meer overnachtingen van zakenreizigers. 1-12-2016
<https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/48/meer-overnachtingen-van-zakenreizigers>

Figuur 2.1: Ontwikkeling hotelcapaciteit en –vraag in Nederland 2000-2016



Ontwikkelingen en vestigingsmilieu

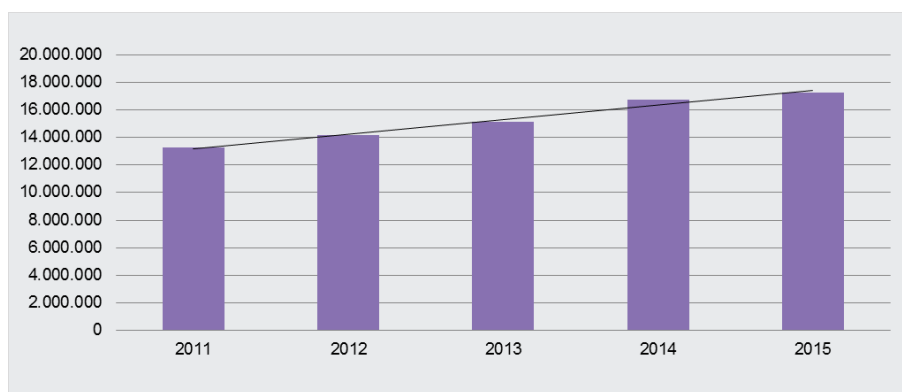
- Elk hotelprofiel vraagt eigen vestigingsmilieu. Qua locatiekeuze bestaat er een duidelijk onderscheid tussen ‘zakelijke’ en ‘toeristische’ hotels.
 - De eerste groep richt zich doorgaans vooral op ‘stedelijke’ locaties die snel bereikbaar zijn per auto en (in mindere mate) per trein, representatief zijn en in het zicht liggen.
 - Nieuwe ‘toeristische’ hotels zijn meestal kleiner van omvang, kiezen veelal voor monumentale binnensteden en dorpen of juist een aantrekkelijke locatie in het buitengebied.
- Ondanks de opkomst van alternatieve aanbieders (Airbnb) heeft de Nederlandse hotelsector een goed toekomstperspectief, door het sterk toenemende aantal buitenlandse (zakelijke) overnachtingen in Nederland. Voorwaarde is dat hotels ruime kamers aanbieden, met voldoende, goede faciliteiten (ruim sanitair, bureau, zitgelegenheid, Wifi, glasvezel, etc.) en aanvullende voorzieningen (lift, lounge, café-restaurant, telewerkplekken, parkeergelegenheid, etc.). Bijzondere perspectieven bestaan er, zoals vermeld, voor thematische en conceptgerichte hotels.

2.2 Kwantitatieve marktverkenning MRA

Vraag en aanbodontwikkeling MRA (behoefte)

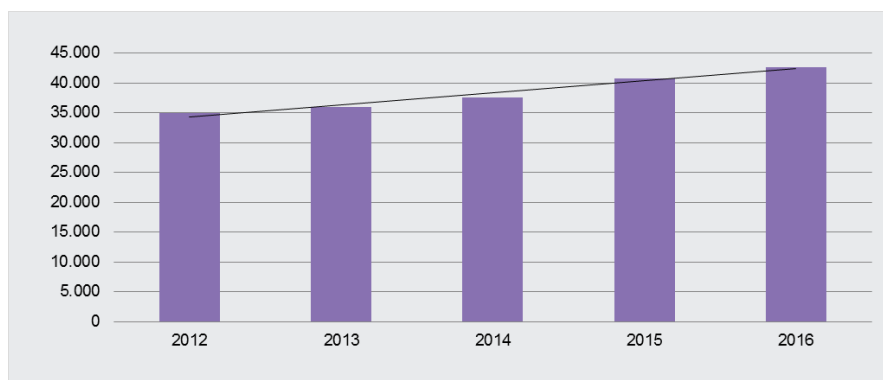
- De MRA ziet het aantal (zakelijk) toeristische overnachtingen nu al meer dan 5 jaar op rij groeien (zie figuur 2.2).
- Door het verder toenemend aantal toeristische en zakelijke overnachtingen zal ook de toekomstige behoefte aan hotelkamers blijven groeien in de MRA (zie figuur 2.2).
- In navolging van het groeiend aantal overnachtingen, groeit ook het aantal hotelkamers in de MRA (zie figuur 2.3).

Figuur 2.2: Groei van totaal aantal overnachtingen in MRA*⁵



*Actuele cijfers op niveau van de MRA zijn niet beschikbaar.

Figuur 2.3: Groei van het aantal kamers in de MRA⁶



- Het aantal overnachtingen groeit de afgelopen jaren echter sneller dan het aantal kamers en dit uit zich in een toenemende kamerbezetting (tabel 2.4) en een relatief sterk stijgende omzet per hotelkamer in de regio Amsterdam⁷ (tabel 2.5).

⁵ Gemeente Amsterdam Toerisme in de MRA. 2015-2016

⁶ Gemeente Amsterdam Toerisme in de MRA. 2015-2016

⁷ Cijfers voor de MRA zijn er niet. Hosta hanteert de grenzen van de stadsregio Amsterdam en Schiphol.

- De verwachting is dat de omzet per beschikbare kamer in Amsterdam (en de regio) nog verder zal toenemen, ook omdat de gemeente Amsterdam geen medewerking meer verleent aan nieuwe initiatieven voor hotels in een groot deel van de gemeente. Tevens wordt getracht beleidsmatig de mogelijkheden voor de huisverhuur via Airbnb en soortgelijke platforms te beperken⁸. Als gevolg van deze ontwikkelingen neemt de schaarste aan hotelkamers in de regio verder toe.

Tabel 2.4: Gemiddelde kamerbezetting naar sterklasse in %⁹

ster NHC	Amsterdam					regio					MRA				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
0-1 ster	72	71	71	73	74	65	62	59	65	63	71	69	67	71	71
2 sterren	77	77	76	81	80	43	53	58	60	55	71	74	74	77	74
3 sterren	79	79	79	84	86	65	63	60	62	67	74	75	75	78	81
4 sterren	79	76	80	82	85	62	62	69	65	66	71	71	77	78	80
5 sterren	66	72	70	73	71	x	x	x	x	x	67	72	70	74	71
0-2 sterren	74	73	73	76	76	56	59	59	64	61	71	71	69	73	72
3 sterren	79	79	79	84	86	65	63	60	62	67	74	75	75	78	81
4-5 sterren	76	75	78	80	83	62	62	69	65	66	70	71	76	77	79
gemiddeld	75	75	76	79	81	61	61	61	63	64	72	72	72	76	76

Tabel 2.5: Ontwikkeling omzet per beschikbare hotelkamer (RevPar, in euro's)¹⁰

	2012	2013	2014	2015	2016
Amsterdam en Schiphol	91	93	95	100	108
Nederlands Gemiddeld	65	64	66	73	79

Op basis van het voorgaande wordt geconcludeerd dat de behoefte aan hotelkamers zal blijven toenemen in de MRA. Met de stop aan nieuwe hotelontwikkelingen in de dominante gemeente Amsterdam zal het aanbod zich beter spreiden over de regio.

2.3 Hotel-initiatieven in de MRA

In de ladder moet getoetst worden of de, in de voorgaande paragraaf geconstateerde behoefte, niet kan worden ondervangen middels bestaande planinitiatieven. Recent is in het kader van de hotelstrategie MRA, marktonderzoek¹¹ gedaan naar de marktmogelijkheden voor nieuwe hotelontwikkelingen in de MRA (zie onderstaande tabellen).

⁸ Gemeente Amsterdam, Overnachtingsbeleid Amsterdam, geraadpleegd oktober 2017

⁹ Gemeente Amsterdam Toerisme in de MRA, 2015-2016

¹⁰ Horwath HTL; Hosta report 2017 (alleen 3 tot 5 sterren hotels)

¹¹ BCI / Horwath HTL; Eindresultaten Hotelstrategie MRA, juni 2016.

Tabel 2.6: Hotelinitiatieven naar planfase MRA 2016¹²

Regio	Stadsdeel	Aantal initiatieven	Idee	Plek	Plan	Project	Totaal	Verwachte realisatie	Kans	Kamers/ initiatief
Almere Lelystad		8	705	0	0	180	885	166	19%	111
Amstelland en de Meerlanden		45	3566	600	1490	1471	7127	2180	31%	158
Haarlemmermeer		30	3256	600	688	1051	5595	1367	24%	187
Amsterdam	Centrum	25	40	418	567	715	1740	972	56%	70
	Nieuw West	13	375	0	0	1049	1424	946	66%	110
	Noord	20	458	454	1319	130	2361	856	36%	118
	Oost	27	375	520	1128	2108	4131	2536	61%	153
	West	8	0	600	247	260	1107	400	36%	138
	Zuid	13	1020	450	798	280	2548	713	28%	196
	Zuidoost	1	0	0	0	131	131	118	90%	131
Gooi- en Vechtstreek		8	200	0	190	162	552	249	45%	69
Zaanstreek Waterland		16	580	50	209	163	1002	265	26%	63
Zuid-Kennemerland en IJmond		14	462	160	129	241	992	298	30%	71
Amsterdam totaal		107	2268	2442	4059	4673	13442	6542	49%	126
MRA excl. Amsterdam		91	5513	810	2018	2217	10558	3159	30%	116
MRA totaal		198	7781	3252	6077	6890	24000	9700	40%	121

- Uit de voorgaande tabel wordt geconcludeerd dat er in de MRA in totaal een planvoorraad van harde en zachte planinitiatieven bestaat van ca. 24.000 kamers¹³. Naar verwachting zullen hiervan ca. 9.700 kamers worden gerealiseerd.
- Voor de deelregio Amstelland en de Meerlanden, waartoe de gemeente Ouder-Amstel behoort, bedragen deze cijfers respectievelijk 7.127 en 2.180 kamers.
- In het onderzoek is een vraag- en aanbodconfrontatie gemaakt van het aantal benodigde hotelkamers voor de periode tot 2025. Uit de volgende tabel blijkt dat er in totaal tot 2025 11.799 kamers nodig zijn in de hele MRA.
- Ook uit deze tabel blijkt dat de bestaande planinitiatieven niet kunnen voorzien in de behoefte. De realisatie van nieuw hotelkameraanbod leidt tot de realisatie van minimaal 9.507 tot maximaal 11.656 hotelkamers, terwijl er als vermeld 11.799 hotelkamers nodig zijn in de MRA. In de deelregio Amstelland en de Meerlanden zijn, na correctie van de nieuw te realiseren initiatieven, 411 - 717 extra nieuwe hotelkamers nodig.¹⁴
- De conclusie is dat de planinitiatieven in de MRA niet kunnen voorzien in de verwachte behoefte en dat er dus extra hotelkamers nodig zijn om in de behoefte te voorzien. Dit geldt ook voor de onderhavige regio.

Tabel 2.7: Hotelkamerbehoefte in de MRA op basis van planinitiatieven¹⁵

	Aantal kamers 2015	Aandeel 2015	Kamers nodig in 2025	Groei kamers	Verwachte realisatie	Verwachte realisatie nieuw
Almere Lelystad	647	2%	947	300	166	197
Amstelland en de Meerlanden	6255	15%	9152	2897	1987	2486
Amsterdam	30777	73%	37319	6542	6542	6542
Gooi- en Vechtstreek	706	2%	1033	327	249	298
Zaanstreek Waterland	415	1%	607	192	265	340
Zuid-Kennemerland en IJmond	3326	8%	4867	1541	298	361
MRA excl. Amsterdam	11349	27%	16606	5257	2965	3682
MRA totaal	42126	100%	53925	11799	9507	11656

¹² Eindresultaten Hotelstrategie MRA, juni 2016, BCI Horwath HTL

¹³ Momentopname juni 2016

¹⁴ Berekening: 2.897 -/- 2.486 tot 2.897 -/- 2.180

¹⁵ Eindresultaten Hotelstrategie MRA, juni 2016, BCI Horwath HTL

3. BEHOEFTE-VERKENNING HORECA

3.1 Ontwikkeling vraagpotentieel inwoners

- Uit de provinciale bevolkingsprognose 2017-2040 voor de provincie Noord-Holland komt naar voren dat de provinciale bevolking groeit van 2,8 miljoen inwoners in 2017 naar circa 3,2 miljoen inwoners in 2040¹⁶. Het grootste deel van deze groei vindt plaats in het zuiden van de provincie, in en rondom Amsterdam.
- Het inwoneraantal in de MRA zal tot 2040 eveneens flink toenemen, wat gevolgen heeft voor de behoefte in dit gebied. Het is van belang dat er voldoende werkgelegenheid wordt geboden aan de inwoners uit de omgeving. In de naaste omgeving van het Business Park worden namelijk minimaal 8.500 woningen gebouwd
- Voor de regio Amstelland-Meerlanden – waarbinnen Ouder-Amstel valt – wordt een toename verwacht in het aantal inwoners en het aantal huishoudens. Zo zullen er in 2040 circa 68.000 inwoners zijn bijgekomen en ruim 35.000 huishoudens¹⁷. Dit is het gevolg van de vele bouw mogelijkheden, de goede bereikbaarheid en de hoge druk op de woningmarkt in Haarlem en Amsterdam. Vooral in de gemeenten Haarlemmermeer, Amstelveen, Diemen en Ouder-Amstel wordt een forse toename in het aantal inwoners voorspeld.
- In de omgeving van het Amstel Business Park Zuid vinden diverse grootschalige ontwikkelingen plaats. Noordelijk wordt de nieuwe woonwijk Amstelkwartier door de gemeente Amsterdam ontwikkeld, waarin ruimte wordt geboden aan circa 4.000 woningen¹⁸. De gemeente Ouder-Amstel ontwikkelt zuidelijk van het plangebied De Nieuwe Kern met circa 4.500 woningen¹⁹. Hiernaast wordt ten oosten van het Business Park het Dorpshart van Duivendrecht vernieuwd en ten westen krijgt de Amstelscheg een meer landschappelijke en recreatieve functie.

3.2 Trends in de horeca

In Duivendrecht en op het Amstel Business Park is sprake van een relatief bescheiden horecacapaciteit. De vraag naar horeca wordt echter vooral beïnvloed door de nabijheid van Amsterdam, met een zeer omvangrijk draagvlak vanuit de lokale inwoners, toeristen en zakelijke gebruikers. Door de sterkere integratie van het plangebied binnen het stedelijk weefsel neemt dit draagvlak toe.

¹⁶ Provincie Noord-Holland (2017). Aantal inwoners Noord-Holland stijgt naar 3,2 miljoen in 2040

¹⁷ Provincie Noord-Holland (2017). Aantal inwoners Noord-Holland stijgt naar 3,2 miljoen in 2040

¹⁸ Lingotto (2016). @Home Amstelkwartier.

¹⁹ Gemeente Ouder-Amstel (2016). De Nieuwe Kern

Horeca verlevendigt gebieden

Vrijwel elke Nederlander bezoekt tegenwoordig wel eens een horecazaak, in welk verband en met welk motief dan ook. 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 een gebied op de kaart, ook voor bovenlokale bezoekers.

Trends in horeca

Horeca-indeling

De traditionele horeca-indeling (hotel, restaurant, café) gaat voorbij aan het gedrag van consumenten. Vanuit consumenten redenerend kan de horeca worden ingedeeld naar drie bezoekmomenten: 1) horeca voor thuis of dichtbij huis; 2) horeca voor écht uit en 3) horeca voor gemakkelijk en smakelijk tussendoor.

Thuis of dichtbij

Voor gebruik van producten thuis of dichtbij huis bezoekt de consument in hoofdzaak fastservicebedrijven en detailhandel (of mengvormen daartussen). Het groeiend aantal één- en tweepersoonshuishoudens zoekt steeds meer gemak. Als de consument niet zelf kookt dan wordt dat minder vaak vervangen door een bezoek aan de snackbar en steeds vaker door een kant en klare maaltijd(salade) uit de supermarkt of een luxe maaltijd van horeca met afhaalfaciliteiten. De aangeboden maaltijden worden steeds gezonder en gedifferentieerder, en ook in de detailhandel worden deze ter plekke bereid.

Écht uit

Om *écht uit* te gaan bezoekt de consument vaak een restaurant. De omzet in de restaurantsector is redelijk op peil gebleven, omdat de consument deze vorm van ontspanning blijft waarderen. Bedrijven gericht op *écht uit* bieden steeds meer alternatieven voor de kleine portemonnee. Er vindt daardoor een verschuiving plaats naar een gunstigere prijs-kwaliteitverhouding. Traditionele (nacht)cafés gericht op *écht uit* dreigen een deel van hun functie te verliezen. Zij worden vervangen door koffielounges, evenementen of door de 'thuisstap'. Om het hoofd boven water te houden wordt door horecaondernemers vaak ingezet op de ombouw van drank naar eten. Daarbij wordt dan vaak de multifunctionaliteit van de locatie ingezet met eerst dineren en daarna uitgaan (grandcafé).

Gemakkelijk en smakelijk tussendoor

Het bezoekmoment *gemakkelijk tussendoor* is sterk in ontwikkeling. Voor dit marktgebied is een tweedeling te maken in recreatief (tijdens activiteiten, zoals pretpark, sport, winkelen, reizen of events) of functioneel (tijdens werk, in de zorg, op school of onderweg). Vooral de recreatieve tak is een groei-markt, omdat consumenten steeds meer dagtrips maken. Daarbij heeft de consument behoefte aan gemakkelijk, informeel en snel. Koffiecafés, authentieke broodzaken, laagdrempelige zelfservice formules en trendy grandcafés vervullen die behoefte. Hierdoor is een positieve ontwikkeling te zien van de koffie- en theehuizen, de horeca bij detailhandel en op *high traffic* locaties als stations en bij recreatie. Het functionele deel van dit marktveld zijn vooral de bedrijfsrestaurantieve voorzieningen, de zorg

en het onderwijs. Supermarkten, bezorgdiensten, lokale traiteurs, cateraars, restaurants en fastfood-bezorgdiensten springen hierop in.

Leisure- en hospitalityconcepten

Leisure- en hospitalityconcepten worden tegenwoordig steeds meer gezien als essentieel onderdeel van nieuwe vastgoedprojecten of bij transformatie van leegstand kantoren- of winkelvastgoed. De keerzijde is echter dat dit nieuwe aanbod lang niet altijd aansluit bij de vraag en hierdoor dreigt er een kans op overaanbod in sommige regio's of steden.

Hybride programmavormen

Er komen steeds meer hybride programmavormen van bedrijf, horeca en detailhandel, zoals formules waarbij je kookcursus krijgt en waar je tevens kan eten en ook op beperkte schaal ingrediënten of kookgerei kan kopen (bijvoorbeeld de "Kookfabriek"). Deze hybride programma's vormen nieuwe ontmoetingsplekken die van grote waarde zijn voor zowel de aanwezige bedrijven als nieuw te vestigen bedrijven. Het onderhavige project is een goed voorbeeld van deze trend.

3.3 Behoeft horeca

Aanbod

In de gemeente Ouder-Amstel zijn in totaal 25 horecazaken gevestigd. Hiervan liggen er twee in Amsterdam-Duivendrecht, zeven zaken zijn gevestigd in Duivendrecht en de overgebleven zestien zaken liggen in de plaats Ouderkerk aan de Amstel. De opsplitsing naar branche is in onderstaande tabel weergegeven. Overigens is het aanbod in de naburige gemeente Amsterdam vele malen groter.

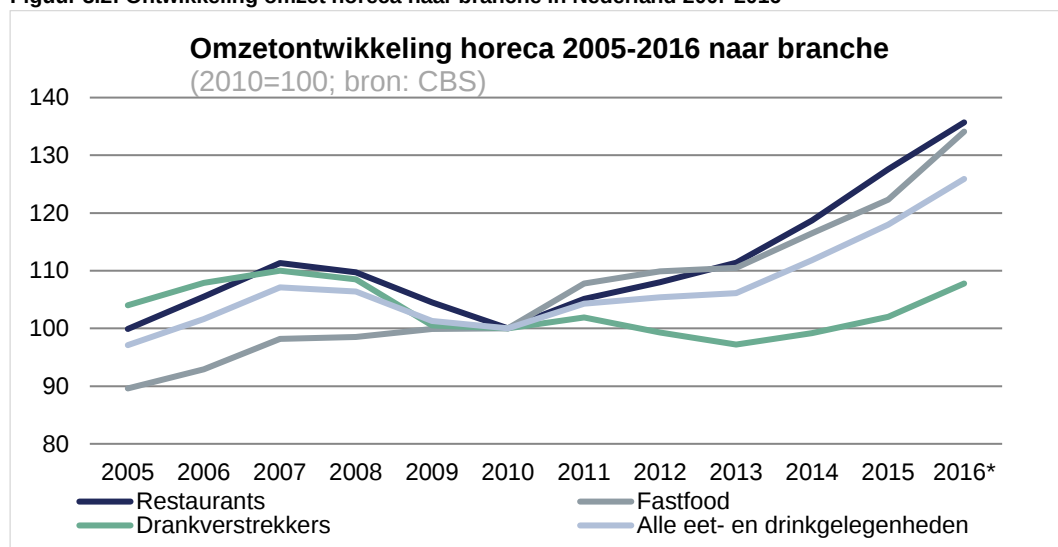
Branche	Aantal zaken	Totale omvang (m²)
Café	3	185
Fastfood	4	200
Bezorg/Halen	2	55
Grillroom/Sh	1	53
Hotel-Rest	1	90
Lunchroom	3	235
Pannenkoeken	1	70
Café-Restaurant	4	417
Restaurant	5	598
Partycentrum	1	690
Totaal	25	2.593

Tabel 3.1: Horecagelegenheden gemeente Ouder-Amstel (bron: Locatus januari)

Behoefte

De omzet van de horeca is volgens het CBS in het derde kwartaal van 2017 met 5,6 procent toegenomen ten opzichte van hetzelfde kwartaal een jaar eerder²⁰. Deze stijgende lijn zet zich al ruim vier jaar achtereenvolgens voort. Ook de werkgelegenheid, het aantal starters en het aantal hotelovernachtingen is ten opzichte van een jaar eerder toegenomen. Daarnaast steeg het ondernemersvertrouwen naar recordhoogte.

Figuur 3.2: Ontwikkeling omzet horeca naar branche in Nederland 200r-2016



De vraag naar horeca in het plangebied komt vooral voort uit de volgende aspecten:

- Goed horeca is van essentieel belang voor een sterke publieks- en verblijfsfunctie, zoals door de gemeente wordt beoogd voor het deelgebied Eilanden aan de Vaart binnen het ABP-Zuid.
- De facilitaire voorzieningen op het bedrijventerrein staan primair ten dienste van de (werknemers van) de bedrijven binnen de onderhavige ontwikkeling en op het Amstel Business Park Zuid. De horeca heeft een essentiële functie als ontmoetingsplek waar uitwisselingen tussen werknemers en bezoekers (B2B) van de diverse grote en kleinere bedrijven (veelal zonder eigen horeca) plaatsvinden.
- Naast vraag vanuit de bedrijven genereert sterke horeca ook altijd haar eigen vraag vanuit lokale inwoners, hotelgasten en andere bezoekers. Dit geldt zeker voor een onderscheidende en goed bereikbare (ook per auto) locatie als de onderhavige, die bovendien op korte afstand van de grote zakelijke en toeristische 'magneet' Amsterdam ligt.
- Het bedrijventerrein Amstel Business Park Zuid wordt momenteel ervaren als een "typisch bedrijventerrein", waar 's avonds weinig reuring is en waar weinig openbare horecagelegenheden te vinden zijn. Dit zorgt voor een monofunctioneel werkgebied en de inrichting van de openbare ruimte is momenteel vooral functioneel en weinig aantrekkelijk om te verblijven. Aangezien de ambitie is om hier een veelzijdige 'werkstad' te creëren, is het belangrijk om van dit bedrijventerrein

²⁰ CBS (2018). Kwartaalmonitor horeca, derde kwartaal 2017

een aantrekkelijk gemengd stedelijk milieu te maken. Dit versterkt de verdere ontwikkelingspotenties van het Amstel Business Park Zuid conform de ambities van de gemeenten Ouder-Amstel en Amsterdam.

4. BEHOEFTE-VERKENNING OVERIGE FUNCTIES

4.1 Behoeftte bedrijvigheid

De aanwezigheid van bedrijven en banen is als vermeld essentieel voor een duurzame en economisch vitale stad. Het bedrijventerrein Amstel Business Park Zuid kent drie soorten ruimtegebruik: kantoorachtig, groothandel en bedrijven²¹. Ongeveer de helft van de gebouwen is momenteel in gebruik als kantoor (BAG, 2015). Ongeveer 30% van de gebouwen betreft bedrijfsruimte, waarvan een groot deel in gebruik is als opslagruimte.

Het Amstel Business Park Zuid is en blijft primair een vestigingsgebied voor reguliere bedrijfsfuncties. Zo zijn volgens het bestemmingsplan bedrijfsverzamelgebouwen en (kleine) startersunits in het gehele plangebied toegestaan.

Trends in (creatieve) bedrijfsruimten

Flexibele werkplekken

Bedrijven hanteren steeds vaker een toenemende flexibiliteit om sneller te kunnen groeien en krimpen. Een stad als Amsterdam voorziet in een dergelijke behoefte, die met name voor internationale bedrijven en werknemers aantrekkelijk is. De behoefte aan tijdelijke werkplekken neemt toe, alsmede het thuiswerken. Het werknemer-werkplek ratio is afgenomen van 1:1 tot 1:0,6 en deze trend is vooral zichtbaar in de zakelijke dienstverlening.

Functiemenging

Voor ondernemers in de creatieve industrie en zakelijke diensten is het daarnaast interessant om bij elkaar te zitten om 'van elkaar af te kijken', samen te werken en elkaar aan te vullen (sharing, matching, learning)²². Dit vraagt dat de mogelijkheid tot face-to-face-contacten wordt gefaciliteerd, en dat er een aantrekkelijke, inspirerende en goed bereikbare omgeving is waar mensen niet alleen kunnen komen, maar ook graag willen zijn. Een sterkere functiemenging en een aantrekkelijkere openbare ruimte zijn hierin cruciaal.

Multi-tenant kantoorgebouwen

Startende ondernemingen beginnen veelal vanuit huis, wanneer het echter beter gaat veranderen de wensen en is de verhuizing naar een kantoor de volgende stap²³. Daarnaast is de vraag van het MKB ook veranderd. Bij beide type organisaties wordt tegenwoordig veel waarde gehecht aan ontmoeting, uitwisseling en het contact met andere ondernemers en organisaties. Mede daarom zijn de multitenant-kantoorgebouwen, -ruimtes of bedrijfsverzamelgebouwen populair. Bovendien wordt er veel meer waarde gehecht aan beleving, identiteit en imago dan in het verleden.

²¹ Gemeente Ouder-Amstel (2017). Ruimtelijk-Economische Visie ABP Zuid – Concept voor Inspraak.

²² Centraal Planbureau (2015). De Economie van de Stad

²³ Flexas (2015). Trends in de kantorenmarkt: de huiskamer, korte contracten en geen m2/pj prijs meer.

Vestigingslocatie

Een andere (doorlopende) trend is dat veel organisaties zich graag in de grote steden vestigen en het liefst in of dichtbij het centrum. Met name Amsterdam is een populaire vestigingsstad voor ondernemers. De Zuidas in Amsterdam kan momenteel al bijna niet meer voldoen aan de vraag naar (flexibele en kleinschalige) kantoorruimte. Daarom blijft het gebied zich uitbreiden en verder ontwikkelen.

Broedplaatsen

Sinds het begin van de 21^e eeuw is het aantal creatieve broedplaatsen en 'creative office' landelijk en internationaal enorm toegenomen. De ontdekking van de creatieve sector als economische factor van betekenis viel samen met de publicatie van Richard Florida's 'The Rise of the Creative Class' in 2003. Maar ook met de feitelijke groei van het aantal mensen dat actief is in de creatieve industrie. Niet veel later is de Creatieve Industrie door het Rijk aangewezen als een van Nederlands topsectoren. Veel gemeenten hebben werk gemaakt van het initiëren en faciliteren van creatieve broedplaatsen.

De stedelijke werkgelegenheid ontwikkelt zich sterk richting flexwerkers, ZZP'ers en andere zelfstandigen. De vraag naar flexibele werkplekken is de afgelopen vijf jaar dan ook verdubbeld. Daarnaast zijn sinds het uitbreken van de economische crisis, en de daarop volgende malaise op de woningmarkt, door veel gemeenten grootschalige gebiedsontwikkelingen in de ban gedaan. In plaats daarvan wordt tegenwoordig organisch ontwikkeld, waarbij creatieve broedplaatsen als tijdelijke functies in leegstaand vastgoed dienstdoen als 'smaakmaker' en voorloper van nieuwe ontwikkelingen in herstructureringsgebieden.

Creatieve broedplaatsen bieden plaats aan een bonte variatie van, veelal kleinschalige, bedrijven. De snelle ontwikkeling van broedplaatsen hangt samen met de relatief gunstige voorwaarden waaronder ruimte kan worden gehuurd, en de mogelijkheid om casco ruimtes naar eigen inzicht in te vullen. Diverse onderzoeken geven aan dat daarnaast bij hun keuze voor een plek in een creatieve broedplaats de nabijheid van andere creatieve bedrijven van belang is. Ook de mogelijkheid tot het hebben van spontane ontmoetingen, en gedeelde voorzieningen worden veel genoemd.

Behoefte

De creatieve sector en broedplaatsen hebben behoefte aan multi-tenant kantoorgebouwen, flexibele werkplekken en een gunstige vestigingslocatie. Vanwege de localisering in een economisch groeiregio en de intentie om een nieuwe afslag van de A2 te creëren richting het plangebied, voldoet het planinitiatief aan de vraag uit de omgeving. Bedrijven die gevestigd zijn op het Amstel Business Park Zuid ervaren het gebied momenteel als een 'typisch bedrijventerrein': een puur, monofunctioneel werkterrein, waar relatief weinig openbare horeca te vinden is en waar 's avonds weinig reuring is. Daarnaast is de inrichting van het gebied in de huidige situatie vooral functioneel en weinig aantrekkelijk.²⁴ Deze aspecten worden de komende jaren echter drastisch verbeterd.

Het aantal toekomstige bedrijfsvestigingen in Amstel Business Park Zuid in de toekomst komt zowel voort uit de vele nieuwe bewoners in de regio als (op termijn) van bedrijven die er al gevestigd zijn en verder willen groeien. De toename van het regionale inwonertal kan zorgen voor meer klanten en

²⁴ Funda (2017). Kantoren en bedrijfsruimten Amstel Business Park Zuid

schaarste op de bedrijfshuisvestigingsmarkt. Deze krapte zorgt ervoor dat de leegstand zal afnemen en de behoefte aan meer en andersoortige bedrijfshuisvesting zal groeien. De onderhavige ontwikkeling kan voorzien in deze behoefte door (creatieve) bedrijvigheid ruimte te bieden.

Ruimtelijk-Economische Visie Amstel Business Park Zuid 2017

- Op Amstel Business Park Zuid vestigen zich jaarlijks gemiddeld 88 bedrijven en hiermee is ongeveer 17% van de bedrijven nieuw²⁵. Daartegenover staat dat er ieder jaar gemiddeld 80 bedrijven vertrekken. Toch is het aantal bedrijven de afgelopen jaren gestaag gegroeid en dit geldt ook voor het aantal banen. In de afgelopen 10 jaar zijn er jaarlijks 112 werkplekken bijgekomen.
- In de Ruimtelijk-Economische Visie ABP-Zuid is aan de hand van twee scenario's (Global Giants en Internationals Alliances) van het Amsterdam Economic Board een vertaling gemaakt naar omvang en economische structuur van de werkgelegenheid van het Amstel Business Park Zuid in 2025. Hieruit volgt dat kantoorgerelateerde activiteiten, zoals zakelijke dienstverlening en ICT, de komende jaren zullen toenemen.

Werkplan Plabeka 2014 – 2015 - Toekomst bestendige werklocaties MRA Voorstel

- Omdat opzichzelfstaande kantoorconcentraties en bedrijventerreinen niet worden voorzien op het Amstel Business Park Zuid, is de verwachting dat het merendeel van de bedrijfsvestigingen kleinschalige bedrijven (max. 500 m²) betreft. Te meer, omdat de stedelijke werkgelegenheid zich sterk ontwikkelt naar flexwerkers, ZZP'ers en andere zelfstandigen. Dit volgt ook de Uitvoeringsstrategie Plabeka 2010-2040 (zie bijlage 1), waarin wordt geconstateerd dat de behoefte aan traditionele en monofunctionele werkgebieden afneemt.
- Uitgaande van de resultaten van de behoefteanalyse in Plabeka is de vraag- / aanbodsituatie in Amsterdam tot 2040 in evenwicht. Voor de bedrijventerreinen binnen de ring A10 constateert de gemeente Amsterdam dat de bedrijventerreinen in dit gebied in toenemende mate verkleuren door een toename van functies als perifere detailhandel, leisure, creatieve en niet-creatieve kantoren.

Binnen de onderhavige ontwikkeling kunnen mogelijk kleinere units worden verhuurd, waardoor er gemakkelijk ruimte geboden kan worden aan kleinschalige bedrijven, flexwerkers, ZZP'ers en andere zelfstandigen. Door creative office en kleinschalige horeca toe te voegen, wordt het huidige bedrijven-terreinprofiel als traditioneel en monofunctioneel werkgebied doorbroken en wordt het gebied meer een integraal deel van de stad.

Herzien Amsterdams Atelier- en Broedplaatsenbeleid 2015 – 2018

- De afgelopen vijftien jaar is op ongeveer zestig locaties in Amsterdam een totaaloppervlak van 170.000 m² broedplaatsen gerealiseerd. Veel van deze broedplaatsen zijn dit voor een periode van drie tot twintig jaar. Daarna verdwijnt deze functie vaak weer. Om te beschikken over voldoende broedplaatsen en het kunnen huisvesten van ondernemers en creatieven, is het noodzakelijk om het aantal broedplaatsen op peil te houden. De komende jaren is er bovendien een groeiende vraag naar nieuwe broedplaatsen.

²⁵ Gemeente Ouder-Amstel (2017). Ruimtelijk-Economische Visie ABP Zuid

Het initiatief biedt ruimte aan broedplaatsen en de creatieve sector. Hiermee draagt het bij aan het op peil houden en opvangen van de behoefte aan broedplaatsen in en om de gemeente Amsterdam.

Bedrijfsruimten

- Volgens de Rabobank is er in 2016 voor 2 miljoen vierkante meters aan nieuwe bedrijfspanden gerealiseerd. Voornamelijk e-commercebedrijven behoeven steeds grotere complexen voor hun logistieke processen. Toenemende bezorgstromen vragen om slimmere, milieuvriendelijke logistiek, dichtbij de consument. De gemiddelde grootte ligt nu op bijna 30.000 m², terwijl dat tien jaar geleden nog 17.000 m² was²⁶.
- De aantrekkende economie zorgt voor meer vraag naar consumptiegoederen en de vraag naar bedrijfsverzamelgebouwen stijgt. De woningmarkt trekt aan, waardoor meer ruimte nodig is bij bedrijven die actief zijn in (ver)bouw en (groot)handel. Op gewilde locaties is juist schaarste te zien. De huidige vraag ligt met name naar moderne bedrijfspanden, waardoor verouderd vastgoed leeg blijft staan.

Gezien de ontwikkelingen op het gebied van bedrijfsruimten, is er behoefte naar bedrijfsverzamelgebouwen. De nieuwe ontwikkeling kan hierop inspelen.

4.2 Behoeft Leisure

Leisure ('vrijtijdsbesteding') is een zeer brede sector, met vele doelgroepen, bezoekmotieven en uiteenlopende vormen van bezoekgedrag. De behoefte en effecten van nieuwe ontwikkelingen zijn dan ook sterk afhankelijk van het te realiseren leisuretype, de productformule(s) en de doelgroepen. In algemene zin biedt de planlocatie vooral ontwikkelingskansen voor leisurefuncties als horeca, cultuur, kunstbeoefening, entertainment en evenementen. Daarbij is in veel gevallen synergie mogelijk met de overige functies ter plekke.

Omdat de planlocatie in wezen deel uitmaakt van het stedelijk weefsel van de agglomeratie Amsterdam kan een leisurefunctie ter plekke inspelen op het omvangrijke draagvlak en de verwachte, relatief grote groei van de regionale bevolking, toerisme en zakelijke bedrijvigheid. Nieuwe leisurefuncties zullen naar verwachting dan ook nauwelijks negatieve effecten genereren op de bestaande verzorgingsstructuur en/of leiden tot ongewenste, niet herinvulbare leegstand.

Trends in leisure: groeimarkt met vele kansen

Mensen ontleen hun identiteit en status steeds meer aan hun vrijetijdsgedrag en minder aan materiële zaken. Met een fraaie term wordt dit ook wel aangeduid als de opkomst van een 'vrijtijdsaristocratie'. We hebben steeds meer behoefte aan **verrassing**, **'avontuur'**, **'spektakel'** en **'unieke' belevenissen**. Het aantal festivals en evenementen is de afgelopen jaren enorm gegroeid. De **scheidslijn tussen vermaak en cultuur** wordt steeds vager. Tegelijk ligt er een steeds groter accent op **persoonlijk welbevinden, ontmoeting, zelfontplooiing, lichamelijke gezondheid en uiterlijk**. De grenzen

²⁶ Rabobank (2017). Cijfers en Trends Vastgoed – deelmarkten bedrijfsruimte

tussen vrije tijd en werk vervagen, bijvoorbeeld door Het Nieuwe Werken. Afstanden worden minder relevant, de auto is en blijft het favoriete vervoermiddel.

Leisure is een overkoepelende term voor alle vrijetijdsvoorzieningen op het terrein van ontspanning, cultuur, sport en evenementen. De **trendgevoeligheid** van consumenten is juist in deze sector groot. Persoonlijke voorkeuren gaan tegenwoordig boven sociaal-economische afkomst of inkomen.

De **economische betekenis** van leisure groeit nog steeds, wat leidt tot veel extra (laagdrempelige) werkgelegenheid. Ook in deze sector is al jaren sprake van **schaalvergroting**, maar de **professionalisering en ketenvorming** is minder ver dan in bijvoorbeeld de detailhandel. Wel raakt in diverse branches de markt verzadigd door toenemende **concurrentie**. Ook voor het vrijetijdsgedrag biedt internet enorm veel informatie, maar het maakt ook entreprijzen (en kortingen) inzichtelijk. Hierdoor staan de inkomsten van bedrijven onder druk.

Vanwege de economische druk streven veel vrijetijdsvoorzieningen naar **verbreding van product-aanbod en doelgroepen**, waarbij vooral de **zakelijke markt** lonkt. Vanwege maatschappelijke trends legt ok deze sector een steeds groter accent op **duurzaamheid** ('Green Key') en **maatschappelijk verantwoord ondernemen**. Samenwerking, gezamenlijke productontwikkeling en arrangementen met andere functies (zoals horeca, detailhandel, cultuur, zakelijke functies) staat nog in de kinderschoenen, maar is veelbelovend.

BIJLAGEN

BIJLAGE 1: BELEIDSKADERS

Provinciaal beleid

Structuurvisie 2040 en Verordening Ruimte²⁷

Op 21 juni 2010 hebben de Provinciale Staten van Noord-Holland de Provinciale Structuurvisie 2040 vastgesteld. Er wordt hierin het behoud en de versterking van de internationale concurrentiepositie geambieerd. Hiervoor worden duurzame energie en klimaatbestendige ontwikkelingen noodzakelijk geacht en wordt er ingezet op bundeling van functies, optimalisatie van bereikbaarheid en ontwikkeling van de verstedelijkingsas Haarlemmermeer-Amsterdam-Almere. Amstel Business Park Zuid wordt in dit beleid aangeduid als “bestaand bedrijventerrein” ten behoeve van concentratie van bedrijvigheid waarbij herstructurering en verdichting kan plaatsvinden, zeker gezien de ligging nabij een openbaar vervoer-knooppunt.

De provincie kiest voor hoogstedelijke milieus en beperkte uitleg van bedrijventerreinen, hiermee houdt de Provincie Noord-Holland het landelijk gebied open en dichtbij. Dit draagt bij aan de ambitie de Metropoolregio te laten groeien tot een internationaal concurrerende duurzame stedelijke regio. Ten aanzien van bedrijventerrein is het streven in aantal nauwelijks uit te breiden maar door herstructurering, duurzame inrichting, intensivering en transformatie beter gebruik te maken van de bestaande voorraad.

De Provincie Noord-Holland zorgt voor een regionale ruimtelijke hoofdstructuur waarin functies slim gecombineerd worden en goed bereikbaar zijn, nu en in de toekomst. Duurzaam ruimtegebruik vormt een rode draad door het provinciaal ruimtelijk beleid. Onder duurzaam ruimtegebruik verstaat de Provincie Noord-Holland het plaatsen van de juiste functies op de juiste plek. Deze juiste plek wordt bepaald door verschillende factoren zoals de aanwezige milieukwaliteit, de behoefte aan voorzieningen zoals passende huisvesting voor bewoners en bedrijven op specifieke locaties en de bereikbaarheid van die locaties.

De Provincie Noord-Holland wil steden optimaal benutten en de landschappen open houden, maar ook ruimte bieden aan de economie en woningbouw. De Provincie Noord-Holland streeft daarom naar verdere stedelijke verdichting en helpt gemeenten bij het optimaliseren van het gebruik van het bestaand bebouwd gebied, met name waar het gaat om bedrijventerreinen, ondergronds bouwen, hoogbouw, stationsomgevingen en knooppunten. Van nieuwe ontwikkelingen moet nut en noodzaak worden aangetoond. Vervolgens dient te worden aangetoond dat de betreffende ontwikkeling niet (geheel) door middel van verdichting, transformatie en herstructurering kan worden gerealiseerd.

Regionaal beleid

Werkplan Plabeka 2014 – 2015 - Toekomst bestendige werklocaties MRA Voorstel²⁸

Plabeka staat voor Platform Bedrijven en Kantoren, een regionaal samenwerkingsverband waarin de provincies Noord-Holland en Flevoland samen met de Stadsregio Amsterdam vraag en aanbod van bedrijfslocaties zo goed mogelijk op elkaar afstemmen. Op 23 juni 2011 is de uitvoeringsstrategie Plekeba 2010-2040 vastgesteld door betrokken bestuurders uit de Metropoolregio Amsterdam. Het doel dat Plabeka stelt, luidt:

²⁷ Provincie Noord-Holland (2015). Structuurvisie Noord-Holland 2040 (actualisatie)

²⁸ Platform Bedrijven Kantoren Metropoolregio Amsterdam (2014). Werkplan Plabeka 2014-2015.

“Het creëren van voldoende ruimte en kwaliteit van werklocaties (kantoren, bedrijventerreinen, zeehaventerreinen) voor een evenwichtige economische ontwikkeling om daarmee een bijdrage te leveren aan de versterking van de (internationale) concurrentiepositie van de Metropoolregio en het verbeteren van het regionale vestigingsklimaat voor het bedrijfsleven”.

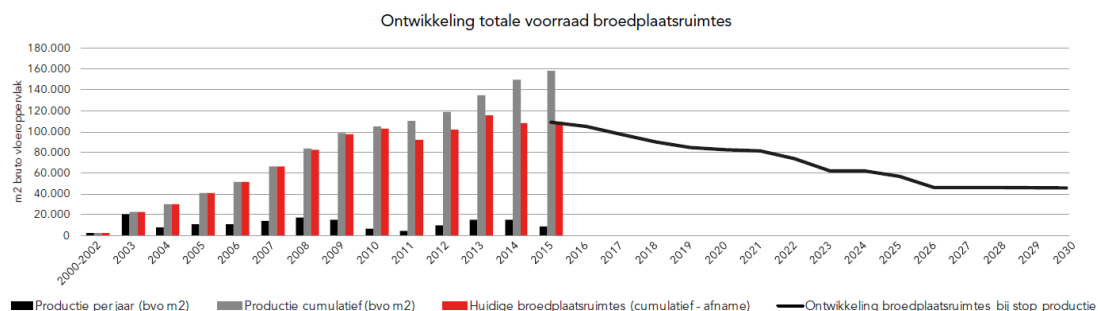
In het werkplan wordt de urgentie voor 2014-2018 gelegd op vraaggerichte kwalitatieve profilering bij werklocaties en versterking van het kennisnetwerk. In de Uitvoeringsstrategie zijn afspraken gemaakt om in het planaanbod van kantoren en bedrijventerreinen te schrappen, om verouderde bedrijventerreinen te herstructureren en om bestaande kantoren te herontwikkelen tot duurzame kantoorconcepten of andere functies.

*Herzien Amsterdams Atelier- en Broedplaatsenbeleid 2015 – 2018*²⁹

Amsterdam vormt een ideale biotoop voor creativiteit en wil dit ook graag behouden. Kunstenaars, creatieve en ambachtelijke éénpitters en bedrijven komen naar en blijven in Amsterdam vanwege de mix van deze kwaliteiten. Broedplaatsen bieden de mogelijkheid om deze creativiteit en ondernemers de ruimte te bieden. In het beleid gericht op broedplaatsen gaat het er op hoofdlijnen om de toegankelijkheid voor nieuwe ruimtezoekende creatieven in stand te houden en te verbeteren en daarmee Amsterdam te versterken als aantrekkelijke pleisterplaats voor talent en ondernemerschap. De uitwerking verloopt via de volgende zes punten:

1. Meer ruimte voor nieuw talent door doorstroming in de ateliervoorraad te stimuleren
2. Subsidie-instrument herzien om nieuwe broedplaatsen te stimuleren
3. Sterker inzetten op gemeentelijk vastgoed
4. Registratie, monitoring en regie realiseren over de 'ijzeren ateliervoorraad'
5. Atelierwoningen behouden en extra woningen realiseren
6. Meer aansluiting zoeken met verwante beleidsterreinen

Figuur B1: Ontwikkeling totale voorraad broedplaatsen



Bron: Gemeente Amsterdam, Beleid broedplaatsen

*Ruimte voor de Economie van Morgen*³⁰

In dit beleidsdocument wordt een visie gegeven op de groei van de kenniseconomie en de in Koers 2025 voorgenomen transformatie van bedrijventerreinen voor nieuwe stedelijk groei. Deze visie focust zich op het bieden van ruimte voor werken in de stad door kantoor en bedrijfsruimte te integreren in nieuwe gebiedsontwikkeling. Hiervoor zijn gemengde woonwerkmilieus met zelfstandige kantoorruimte en voorzieningen belangrijk. Door deze gemengde milieus te ontwikkelen sluit Amsterdam aan bij hedendaagse vestigingstrends en het toenemende belang van nabijheid in de moderne diensteneconomie.

²⁹ Gemeente Amsterdam (2016). Herzien Amsterdams Atelier- en Broedplaatsenbeleid 2015 – 2018

³⁰ Gemeente Amsterdam (2017). Ruimte voor de Economie van Morgen

Wanneer Amsterdam stedelijk en economisch groeit, groeit ook de behoefte aan kantoren. Het is voor een sterk vestigingsklimaat van belang dat er gevarieerde kantoorgebieden ontstaan, waarin zowel dure hoogwaardige omgevingen zijn voor nieuwe internationale bedrijven als goedkopere locaties voor starters. Door transformatie van leegstand, stedelijke menging en nieuwbouw op strategische locaties waar vraag naar is, kan Amsterdam zich nog aantrekkelijker maken als stad.

Gemeentelijk beleid

Structuurvisie Gemeente Ouder-Amstel 2007³¹

De Structuurvisie onderkent de regionale economische betekenis van het Amstel Business Park Zuid en stelt dat het toevoegen van meer bedrijvigheid leidt tot werkgelegenheid voor de regio. Het Business Park is een grootschalige aangelegenheid en daarom komt het plangebied in aanmerking voor versterking van de huidige functie. Opwaardering en herstructurering liggen hierbij voor de hand.

Visie 2020 Gemeente Ouder-Amstel³²

In de visie van de gemeente Ouder-Amstel voor 2020 wordt gestreefd om op het Amstel Business Park een ruimer aanbod van verschillende functies te bieden, die bijvoorbeeld de sociale veiligheid verbetert. Amstel Business Park Zuid is namelijk met circa 500 actieve bedrijven een grote partij op het gebied van werkgelegenheid. Naast het bieden van een ruimer aanbod is er ook de ambitie om het bedrijventerrein kwalitatief duurzaam en energieneutraal te versterken.

Beleidsambitie Economie Ouder-Amstel 2013³³

In deze beleidsambitie is opgenomen dat er gestreefd wordt naar het behoud van een sterke werkgelegenheidsfunctie van het Amstel Business Park Zuid. De ambitie leeft om van dit Business Park een toekomstvast bedrijventerrein te maken, wat inhoudt dat het bedrijventerrein als doel heeft een aantrekkelijke werkomgeving te vormen voor de werknemer. Het Business Park dient een bedrijventerrein te worden dat ook op langere termijn een groot aantal MKB bedrijven huisvest. Ook is het plan om de economische structuur de komende jaren te verbreden met onder meer de toelating van horecabedrijven, sportaccommodaties en andere ontspanningsmogelijkheden.

Ruimtelijk-Economische Visie Amstel Business Park Zuid 2017³⁴

Voor het Amstel Businesspark Zuid bestaat de ambitie om als werkstad meer een samenhangend ecosysteem te gaan worden. Door het toevoegen van horeca en leisure neemt de interactie van bedrijven toe en wordt het prettiger om in het gebied te verblijven. Hierdoor gaat de dynamiek richting een 16-uurseconomie, wordt het leuker en veiliger in het gebied en versterkt de binding van de gebruiker met het gebied. Uitgangspunt blijft dat bedrijvigheid een belangrijk onderdeel is voor de werkstad en dit mag niet worden weggedrukt door kantoorachtige functies.

Bestemmingsplan Amstel Business Park Zuid 2013³⁵

Het gebied is en blijft primair een vestigingsgebied voor reguliere bedrijfsfuncties. Zo zijn bedrijfsverzamelgebouwen en (kleine) startersunits in het gehele plangebied toegestaan. Er komen steeds meer hybride programmavormen van bedrijf, horeca en detailhandel, zoals formules waarbij je

³¹ Gemeente Ouder-Amstel (2007). Structuurvisie Ouder-Amstel.

³² Gemeente Ouder-Amstel (2009). Visie 2020.

³³ Gemeente Ouder-Amstel (2013). Beleidsambitie Economie.

³⁴ Gemeente Ouder-Amstel (2017). Ruimtelijk-Economische Visie ABP Zuid – Concept voor Inspraak.

³⁵ Ruimtelijke Plannen Ouder-Amstel (2013). Bestemmingsplan ABP Zuid.

kookcursus krijgt en waar je tevens kan eten en ook op beperkte schaal ingrediënten of kookgerei kan kopen (bijvoorbeeld de "Kookfabriek"). Deze hybride programma's vormen nieuwe ontmoetingsplekken die van grote waarde zijn voor zowel de aanwezige bedrijven als nieuw te vestigen bedrijven. Een belangrijke voorwaarde is wel dat het (vloer)aandeel horeca en detailhandel ondergeschikt is aan de hoofdfunctie. Het is van belang dat de hoofdfunctie bedrijvigheid is en blijft.

Er is in de regio, en dan met name in Amsterdam, sinds de eeuwwisseling zoveel kantoorruimte gebouwd dat inmiddels circa 20 procent van de voorraad leeg staat. Het zal naar verwachting nog diverse jaren duren voordat het marktevenwicht weer hersteld is. Voor marktherstel is het stimuleren van omzetting van kantoren naar andere functies gewenst, in combinatie met een terughoudende opstelling ten aanzien van het in aanbouw nemen van kantoren op huidige bouwlocaties. Nieuwe kantoorgebouwen zullen niet mogelijk worden gemaakt in het Amstel Business Park Zuid.

Er is bij het opstellen van het bestemmingsplan gekozen voor functieverruiming. Het gaat daarbij onder meer om het mogelijk maken van creatieve bedrijvigheid. Het "ouderwetse" vervaardigen van gebruiksartikelen gebeurt steeds minder. In de plaats daarvan komen er bedrijfsvormen die meer uitgaan van creatieve (hoofd)arbeid. Hiervoor zijn andere regels nodig. Gebleken is dat er behoefte is om creatieve bedrijvigheid te vestigen op dit bedrijventerrein. Onder creatieve bedrijvigheid wordt verstaan:

- Een specifieke vorm van bedrijvigheid die producten en/of diensten voortbrengt die het resultaat zijn van individuele of collectieve, creatieve arbeid én ondernemerschap in één van de volgende domeinen: kunstensector, media en entertainment, creatieve zakelijke dienstverlening of de ambachtelijke sector. Inhoud en symboliek zijn de belangrijkste kenmerken van deze producten en/of diensten. Ze worden aangeschaft door consumenten en zakelijke afnemers omdat ze een betekenis oproepen. Op basis daarvan ontstaat een ervaring. Daarmee speelt de creatieve industrie een belangrijke rol in ontwikkeling en onderhoud van levensstijlen en culturele identiteiten in de samenleving;
- Bedrijfstakingen die goederen en diensten leveren die worden geassocieerd met culturele, - artistieke- of entertainmentwaarde. Deze producten zijn het resultaat van creatieve arbeid waarbij de inhoud en symboliek bij gebruikers een betekenis oproepen.

Het gaat daarbij om:

- Kunstbeoefening en entertainment: "scheppende kunst", zoals schilderen, beeldhouwen, het vervaardigen van sieraden en kunstwerken (objecten), of een fotostudio. Ondergeschikt aan deze productie bestaat de mogelijkheid voor een galerie/expositieruimte waar ook verkoop van de vervaardigde producten mogelijk is. Daarnaast kan ook gedacht worden aan podiumkunst, dans(dance)scholen, kunstzinnige vorming van amateurs (cursussen), oefenruimtes en het produceren van podiumkunsten.
- Media en automatisering: productie van radio- en televisieprogramma's, ondersteunende activiteiten voor radio en televisie, pers- en nieuwsbureaus, omroeporganisaties, productie van DVD's (geen televisiefilms) en computergames, bouwen van websites.
- Creatieve zakelijke dienstverlening: (technische) ontwerp- en adviesbureaus voor stedenbouw en architectuur, tuin en landschap, ruimtelijke ordening en planologie, reclame-, reclameontwerp- en adviesbureaus en ontwerpstudio's, zoals voor interieur en mode.
- De begrippen creatieve bedrijvigheid en leisure (zie hiervoor) kunnen elkaar soms overlappen gezien de ruime betekenis van leisure, namelijk "netto vrijetijd(sbesteding)". Bepaalde vormen van creatieve bedrijvigheid kunnen daar ook onder vallen met name in de sector kunstbeoefening en entertainment.

Het Amstel Business Park Zuid is een bedrijventerrein en blijft dat in wezen ook. De creatieve functies moeten daarbinnen passen. Er mogen geen activiteiten plaatsvinden die een overmatige verkeersaantrekkende werking hebben. Parkeren dient op eigen terrein te geschieden; daarvoor moet dus ruimte zijn.

