



Rho

—
ADVISEURS
VOOR
LEEFRUIMTE

Bijlagen

Bijlage 1 Marktverkenning economische functies 1
Ouderkerk aan de Amstel - Decisio 2017

**Marktverkenning economische functies
Ouderkerk aan de Amstel**

Eindrapportage

OPDRACHTGEVER
Gemeente Ouder-Amstel

DATUM
15 februari 2017

Decisio
Valkenburgerstraat 212
1011 ND Amsterdam
T 020 – 67 00 562
E info@decisio.nl
I www.decisio.nl

Inhoud

Management samenvatting	i
S1 Opdracht.....	i
S2 Huidige situatie	i
S3 Verwachtingen komende periode	i
S4 Ruimte vraag in drie scenario's	ii
 1 Inleiding	 1
1.1. Achtergrond	1
1.2. Doel en onderzoeksvragen	1
1.3. Geografische afbakening.....	2
1.4. Onderzoeksverantwoording.....	3
 2 Situatie	 4
2.1. Plangebied.....	4
2.2. Onderzoeksgebied	5
2.3. Regio (invloedsgebied).....	6
 3 Economie en demografie	 10
3.1. Economische structuur en ontwikkeling	10
3.2. Bedrijvendynamiek 2011 - april 2016.....	11
3.3. Demografie	12
 4 Functies	 14
4.1. Detailhandel	14
4.2. Horeca	17
4.3. Diensten	17
4.4. Kantoren	18
4.5. Toerisme	18
 5 Sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen (SWOT)	 22
 6 Scenario's	 24
 Bijlage 1. Geïnterviewden	 27
Bijlage 2. Documenten en databronnen	28
B2.1. Documenten.....	28
B2.2. Databronnen	28
 Bijlage 3. Scenario's Amsterdam Economic Board	 29

Management samenvatting

S1 Opdracht

In opdracht van de gemeente Ouder-Amstel heeft Decisio een marktverkenning gedaan naar aanwezige en mogelijke toekomstige functies in het gebied tussen de Kerkstraat, de Korendragerstraat, de Dorpsstraat en Achter het Kampje in Ouderkerk aan de Amstel. Er is gesproken met inwoners, ondernemers en makelaars, datamateriaal geanalyseerd en bestaand onderzoeksmateriaal bestudeerd.

S2 Huidige situatie

Winkels

Uit de verkenning blijkt dat in het segment van de dagelijkse boodschappen een aantal winkels het goed doet vanwege de kwaliteit en service. De marktruimte in het dagelijkse segment is in de huidige situatie beperkt, blijkt uit de analyse en de gesprekken. Uitzondering is de supermarktbranche, waar nog enige ruimte is voor uitbreiding, waarbij eerder moet worden gedacht aan uitbreiding van een bestaande supermarkt dan een nieuwe vestiging. Ook wat betreft de niet-dagelijkse inkopen is er weinig marktruimte, Ouderkerkers hebben in dit segment weinig binding met het dorp. Het Stadshart in Amstelveen is vlakbij, internetshoppen is in opkomst en het aanbod in Ouderkerk aan de Amstel is te weinig diep en breed om deze concurrentie aan te gaan.

Horeca en consumentgerichte diensten

De kwaliteit van de aanwezige horeca in Ouderkerk aan de Amstel wordt positief beoordeeld. Op basis van de interviews en de analyse constateren we dat er in de huidige situatie enige ruimte voor toevoeging is, met name in de dag- / begin avond-horeca. Het aantal vestigingen in de consumentgerichte diensten (kapper, schoonheidssalons, makelaar, postkantoor, schoenreparateur) is conform het gemiddelde in een kern als Ouderkerk aan de Amstel. Voor andere diensten in deze categorie zoals een uitzendbureau, reisbureau, fietsverhuur, fotograaf e.d. is beperkt marktdraagvlak.

Zakelijke diensten en zorg

De zakelijke dienstverlening is in Ouderkerk aan de Amstel uitgegroeid tot de grootste sector. Hiermee 'lift' Ouderkerk aan de Amstel mee met de landelijke en regionale ontwikkeling. Naast de zakelijke diensten is de zorg een voorname en groeiende sector in Ouderkerk aan de Amstel.

S3 Verwachtingen komende periode

De bevolking van Ouderkerk aan de Amstel groeit de komende jaren in zeer beperkte mate. De Nieuwe Kern is een grootschaliger ontwikkeling in de gemeente, maar deze is van geen of zeer bescheiden invloed op de bestedingen in Ouderkerk aan de Amstel. De marktruimte voor detailhandel en horeca is bij een verdere ontwikkeling op de huidige voet gering. De zakelijke diensten zullen naar verwachting doorgroeien, met name onder de eenmanszaken en kleine bedrijfjes die veelal vanuit huis werken

of kleine units wensen. Daarnaast is de verwachting dat de vraag naar zorgdiensten in het al relatief grijze en verder vergrijzende Ouderkerk aan de Amstel verder toeneemt.

S4 Ruimtevrage in drie scenario's

De ontwikkeling van de ruimtevrage is omgeven door onzekerheden. Om hiermee om te gaan zijn drie scenario's ontwikkeld. De eerste variabele in de scenario's is de algemene economische ontwikkeling: als het goed gaat met de economie groeien banen en bedrijvigheid en daarmee de vraag naar bedrijfs-huisvesting. Om de bandbreedtes van deze groei te bepalen hebben we een hoog en een laag regio-naal economisch scenario van de Amsterdam Economic Board (AEB) gebruikt: *International Alliances* en *Global Giants*. De tweede bepalende factor is de marktpositie van Ouderkerk aan de Amstel in de detailhandel, kantorenmarkt, horeca en de zorg. De derde variabele is in hoeverre er door investeringen en inspanningen extra bezoekers en bestedingen worden aangetrokken: programma, betere parkeersituatie, arrangementen en verbindingen om toeristen uit Amsterdam aan te trekken, aantrekke-lijke ruimtelijke kwaliteit.

Kader S.1. Aannames

De Amsterdam Economic Board heeft in 2013 een aantal scenario's opgesteld om de 'impact van de veranderende wereld op de economie van de Metropoolregio Amsterdam te duiden'. Dit zijn scenario's voor de *hele* metropoolregio. Het dorp Ouderkerk aan de Amstel lift voor een deel mee op deze regionale verwachtingen, voor een ander deel zullen ontwikkelingen minder invloed hebben. Het voerde in het kader van dit onderzoek te ver om alle aannames in de AEB-scenario's te vertalen naar economische groei op de schaal van Ouderkerk aan de Amstel, als dat al zinvol zou zijn. De aannames van de ruimtebehoefte zijn gebaseerd op de 'bottom-up'-analyse van vraag en aanbod in de detailhandel, kantorenmarkt en de horeca en de gevoerde gesprekken. Voor de zorg is een extra vraagimpuls verondersteld vanwege de relatief grijze bevolking van Ouderkerk aan de Amstel. In scenario's 2 en 3 is een extra impuls verondersteld als gevolg van investeringen in het plangebied. De gedachte is dat doordat er kwaliteit en programma worden toegevoegd en de marketinginspanningen worden geïntensi-veerd er meer bezoekers en bedrijvigheid belangstelling zullen krijgen voor het plangebied.

Deze dimensies leiden tot de onderstaande scenario's.

1. **Scenario 1: 'Voortzetting huidige situatie' en de economie zit tegen:** voortzetting huidige situatie zonder substantiële investeringen in infrastructuur, parkeren, programma en openbare ruimte. De economische groeiverwachting is gebaseerd op het AEB-scenario *International Alliances*. Voor ruimtebehoefte detailhandel wordt uitgegaan van 5 procent van de voorraad (supermarkt).
2. **Scenario 2: 'Impuls + bloeiende economie':** impuls aan de dorpskern door herontwikkeling van het Rabobankgebouw inclusief parkeren. De economische groeiverwachting is gebaseerd op het AEB-scenario *Global Giants*. Uitgangspunt ruimtebehoefte detailhandel 15 procent.

3. **Scenario 3: 'De kern bruisend'**: naast herontwikkeling Rabobank-locatie ook ontwikkeling Kampje, realisatie woningen en ondergrondse parkeergarage, functionele en ruimtelijke impuls en particuliere initiatieven waardoor extra bezoekers en bestedingen. Uitgangspunt groei ruimtevraag detailhandel 25 procent, voor de horeca 45 procent. Voor de vraag naar kantoorruimte wordt uitgegaan van 10 procent extra groei doordat Ouderkerk aan de Amstel ook voor zakelijke diensten aantrekkelijker wordt om te vestigen.

De opzet van deze drie scenario's is gekozen om de uitersten te verkennen. Scenario 1 is echt een minimumscenario, scenario 3 een maximum. Er zijn uiteraard ook andere combinaties mogelijk, bijvoorbeeld dat er wel wordt geïnvesteerd maar dat de economie tegenzit of dat het goed gaat met de economie, maar dat er geen extra investeringen en inspanningen worden gedaan. In de eerste combinatie zal de ruimtevraag voor alle functies lager liggen, maar is er nog steeds een impuls voor de horeca en meer bezoekersgerichte detailhandel. In het tweede geval zal de vraag naar zorg- en kantoorruimte een prominenter rol spelen.

De ruimtevraag in de drie scenario's staat in tabel S1 (zie tabel 6.1A in hoofdstuk 6 voor de achterliggende cijfers):

Tabel S1. Ruimtebehoefte (BVO) per scenario tot 2025 in Ouderkerk aan de Amstel

Functie	Huidige voorraad	'Voortzetting huidige Situatie'	'Impuls + economische bloei'	'De kern bruisend'	Opmerkingen
Kantoor	11.100 m ²	+ 505 m ²	+ 3.150 m ²	+ 3.550 m ²	Uitgaande dat het gemiddeld ruimtegebruik 16 m ² BVO per werknemer blijft
Winkel totaal	7.300 m ²	+ 385 m ²	+ 1.150 m ²	+ 1.915 m ²	Met name marktruimte supermarktsegment voor schaalvergroting. Deels latente vraag huidige winkels / schaalvergroting
▪ Supermarkt		+ 500 m ²	+ 1.000 m ²	+ 1.000 m ²	
▪ Overig dagelijks		0/0	+ 150 m ²	+ 450 m ²	
▪ Niet-dagelijks		- 115 m ²	0/0	+ 465 m ²	
Horeca (excl. hotel)	1.700 m ²	240 m ²	610 m ²	765 m ²	
Zorgfuncties	8.900 m ²	1.335 m ²	1.780 m ²	2.225 m ²	Hogere ruimtebehoefte zorgfuncties dan regionaal door grijze druk in Ouderkerk aan de Amstel.

1 Inleiding

1.1. Achtergrond

Een prominente plek in de dorpskern van Ouderkerk aan de Amstel is het gebied tussen de Kerkstraat, de Dorpsstraat en Achter het Kampje in Ouderkerk aan de Amstel (zie onderstaand kaartje).



De openbare ruimte (wegen, groen, parkeerplaatsen) in het plangebied is in eigendom van de gemeente Ouder-Amstel. Het college van B&W van de gemeente Ouder-Amstel heeft in haar College-agenda 2014-2018 ambities opgenomen voor het centrum van Ouderkerk aan de Amstel: stimuleren dat Het Kampje en omgeving zich kan ontwikkelen tot het kloppend hart van Ouderkerk aan de Amstel.

K4 Vastgoed BV, een combinatie van vastgoedpartijen is eigenaar van het voormalige Rabobankgebouw (Kerkstraat 70, hoek met de Dorpsstraat – blauwe blok in kaartje). K4 wil het Rabobankgebouw herontwikkelen en staat open voor mogelijk meer ontwikkelingen in het gebied. In juni 2016 hebben de gemeente en K4 een intentieovereenkomst gesloten waarin is afgesproken om een aantal onderzoeken te laten doen naar randvoorwaarden voor mogelijke gewijzigde kaders in het gebied. Het voorliggende rapport doet verslag van één van die onderzoeken, te weten de marktverkenning.

Het 'Plan Krier' uit 2002¹ vormde de grondslag voor een aantal stedenbouwkundige ontwikkelingen in Ouderkerk aan de Amstel in de afgelopen 10 jaar. Het gebouw van de voormalige Rabobank was hierin een van de te herontwikkelen delen. Verder zegt het plan dat de architectonische vormgeving zich moet "aanpassen aan de architectuurtaal van Ouderkerk aan de Amstel".

1.2. Doel en onderzoeksvragen

Doelstelling

Doel van het uit te voeren onderzoek is om de marktbehoefte in kaart te brengen van de verschillende mogelijke functies voor het plangebied. Is er marktruimte voor uitbreiding van detailhandel, en zo ja

¹ Krier-Kohl (2002), *Visie centrum Ouderkerk aan de Amstel*.

hoeveel, in welke functies en welke branches, onder welke randvoorwaarden kan het winkelbestand worden uitgebreid? Daarnaast moet worden gekeken naar andere functies als horeca en andere bedrijvigheid: waaraan kan worden gedacht met welke voors en tegens? Het onderzoek betreft de economische functies, de woningmarkt valt erbuiten.

Onderzoeksvragen

Het onderzoek moet inzicht bieden in:

- Huidige functies in Ouderkerk aan de Amstel en de dynamiek en ontwikkeling daarin.
- Detail/horecastructuur in de omgeving (Amstelveen/Zuidoost).
- Huidige behoefte aan winkel- en horecaruimte en eventueel andere functies.
- Toekomstige behoefte en de ontwikkelingen die hierop van invloed zijn.
- Marktpositie van het winkel- en horecagebied, herkomst van bezoekers.
- Invloed van toerisme en de kansen die dit biedt.
- Plannen in de regio (zoals De Nieuwe Kern) en hun invloed op de programmatische behoefte.
- Effecten van verschillende functies onder meer op het bestaande winkel- en horeca-aanbod.
- Soort functies die gewenst zijn.
- Behoefte om bestaande horeca en winkels van elders te verplaatsen, en of dit ook mogelijk is.
- Voors en tegens en randvoorwaarden (draagvlak, leefbaarheid, parkeren, begraafplaats, archeologie, schaal) waaronder ontwikkelingen plaats moeten vinden.

Randvoorwaarden

De ontwikkelingen moeten aansluiten op de behoefte, plannen en ambities van huidige inwoners en ondernemers. Andere belangrijke kaders voor de ontwikkeling zijn de mogelijke aanwezigheid van bodemschatten en de afspraken en randvoorwaarden vanuit de 400 jaar oude Joodse begraafplaats Beth Haim die aan het plangebied grenst. Een ander aspect is het cultuurhistorische karakter van het plangebied: de Kerkbrug, de kerk, de pastorie en diverse woningen hebben een monumentenstatus.

1.3. Geografische afbakening

Het *plangebied* is het gebied tussen de Kerstraat, de Korendragerstraat, de Dorpsstraat en Achter het Kampje in Ouderkerk aan de Amstel. Het *onderzoeksgebied* is de dorpskern Ouderkerk aan de Amstel, met een focus op het winkel/horecagebied Dorpsstraat/Kerkstraat e.o., het Sluisplein en het horecagebied aan de Amstelzijde in het Amstelveense deel van Ouderkerk aan de Amstel. *Invloedsgebied* is overig Ouder-Amstel en de buurgemeenten Amstelveen, Amsterdam, Diemen en Uithoorn. (Zie nevenstaande kaart.)



1.4. Onderzoeksverantwoording

Het onderzoek bestond uit een mix van technieken:

- Voordat het onderzoek van start ging is een *bijeenkomst* gehouden met ondernemers en bewoners in het plangebied om hen te informeren en in de gelegenheid te stellen input te leveren.
- *Interviews* met: ondernemers, bewoners, Beth Haim, Historisch Museum, BIZ, ondernemersvereniging Ouder-Amstel, makelaars. Bijlage 1 bevat de lijst met geïnterviewden, bijlage 2 de gebruikte gespreksleidraad. In het rapport is een aantal citaten opgenomen, deze citaten zijn een weergave van opvattingen en ideeën die vaker werden geuit en kunnen daarmee als rode draad worden gezien.
- *Data-analyse en bestudering bestaande onderzoeken*. Met behulp van LISA-data (landelijk werkgelegenheids- en bedrijfsvestigingenregister), Vastgoeddata, Kadastergegevens (BAG), koopstromen en bestaande onderzoeken is de positie van het centrum van Ouderkerk en de markt-ruimte verkend. Zie bijlage 2 voor de gebruikte bronnen.
- *Scenario-analyse*. Omdat de toekomst niet geheel is te voorspellen, en afhankelijk is van het ondernemen van acties, is gekeken naar de ruimtebehoefte in drie scenario's. De belangrijkste variabelen hierin zijn de economische groeiverwachtingen en de ontwikkeling van bezoekers en bestedingen, waarin de realisatie van initiatieven in en om het plangebied een rol spelen.

2 Situatie

2.1. Plangebied

Het plangebied bestaat uit de Kerkstraat met de parkeerplaats en aangrenzende gebouwen, de Dorpsstraat tussen de Kerkstraat en de Julianalaan en Achter het Kampje (kaart). Het voormalige Rabobankgebouw in het noordwestelijk deel van het gebied is een opvallend element, waarover Krier in 2002 stelde dat het “algemeen wordt beschouwd als lelijk”.

Plangebied en Rabobankgebouw



De kern van Ouderkerk aan de Amstel heeft een sterk cultuur-historisch karakter met de Portugees-Israëlitische begraafplaats Beth Haim, Amstelkerk, Urbanuskerk en diverse historische kantoorpanden en woningen, die aan de Kerkstraat voor een groot deel een monumentenstatus hebben. Vanwege deze waarden is de historische kern van Ouderkerk aan de Amstel door het rijk aangewezen als beschermd dorpsgezicht samen met het aan de andere kant van de Amstel gelegen deel van Ouderkerk aan de Amstel.

Kerkbrug, Amstelkerk en woningen aan de Kerkstraat gezien vanaf begraafplaats Beth Haim



Het plangebied heeft een mix aan functies: woningen, kantoren, restaurants, cafés, winkels, woningen, Amstelkerk, Historisch Museum, Beth Haim. Midden in het plangebied zijn parkeerplaatsen, grotendeels blauwe zone met op het Kampje vrij parkeren. Enkele malen per jaar is er een evenement zoals de kermis en een culinaire markt. De gemeente is benaderd door een ondernemer met ideeën voor een weekmarkt.

“Het moet een plein worden dat je omarmt, zoals de pleinen die je in Belgische steden aantreft.”

“Er ligt nu een mooie kans, maar er is ook uit oogpunt van leefkwaliteit alle reden toe om het Kampje en de Kerkstraat een boost te geven.”

Citaten uit de gesprekken

Rabobankgebouw, parkeren en monumentaal pand Kerkstraat



2.2. Onderzoeksgebied

Het winkelgebied van Ouderkerk aan de Amstel loopt vanaf de Hoger Einde-Zuid bij de Burgemeester Stramanweg tot aan de Kerkstraat. De Dorpsstraat is de hoofdas met een aantal winkels en horecagelegenheden in zijstraten als de Brugstraat en de Gijsbrecht van Aemstelstraat. In totaal zijn hier 20 winkels, acht horecagelegenheden (incl. lunchroom bakkerij Out), drie makelaars, twee kappers en twee schoonheidssalons. Vlak buiten dit gebied is een apotheek. Qua winkelgebied is het weinig compact: van de Blokker naar bakkerij Out is circa 450 meter lopen, vanaf Verwie 550 meter. Naast de winkels zijn hier circa vijftig bedrijfsvestigingen, uiteenlopend van advocaten, reclamebureaus, management consultants en accountants tot huisartsen, tandartsen en fysiotherapeuten. Op een kilometer afstand ligt het winkelcentrum Sluisplein, waar vijf winkels, een viskraam en drie horecagelegenheden zitten.

De Jumbo aan het Sluisplein



Aan de overkant van de Amstel (Amstelzijde), in het Amstelveense deel van Ouderkerk aan de Amstel zijn zeven horecavestigingen. Om hier te komen moet de brug in de Burgemeester Stramanweg (of een eigen boot) worden gebruikt. Dit is een redelijk zelfstandig van het dorp losstaand horecacluster, waar mensen vanuit de hele regio heen gaan (vooral met de auto), een hapje eten of wat drinken en weer vertrekken. Van april tot september gaat er op de zondagmiddagen en een aantal feestmiddagen een pontje (Jan Coervertveer) vanaf de Brugstraat naar de overkant.

“Een leuk terras op het Kampje zou een geweldige toevoeging zijn.”

Citaat uit een van de gesprekken

2.3. Regio (invloedsgebied)

2.3.1. Amstelveen

Burgemeente Amstelveen heeft een aantrekkende werking op het niet-dagelijkse winkelgedrag van de inwoners van Ouderkerk aan de Amstel. Het Stadshart is vanaf het centrum van Ouderkerk aan de Amstel met 15 minuten te bereiken op de fiets. Met de auto is dit 5 à 10 minuten. Het Stadshart in Amstelveen is een deels overdekt winkelgebied met bijna 50.000 m² winkelvloeroppervlakte. Hiervan valt bijna 95 procent in de categorie niet-dagelijks aanbod². De Bijenkorf is een van de grootste trekkers voor dit winkelgebied. Daarnaast bevindt er zich diverse horeca en is er een parkeergarage.

² Bron: Detailhandelsnota 2016-2020, Gemeente Amstelveen (2016).

Figuur 2.1. Ligging Stadshart en Ouderkerk aan de Amstel



De aantrekkende kracht die Amstelveen heeft wat betreft niet-dagelijkse producten geldt in tegenovergestelde richting voor het naastgelegen Amsterdam³. Amstelveen heeft een afnemende koopkrachtbinding, vooral veroorzaakt door Amsterdam. De koopkrachtbinding is tussen 2004 en 2014 gedaald van 72 procent naar 55 procent⁴. Daarnaast heeft de ontwikkeling van internetwinkelen hier ook invloed op gehad.

De verwachting is dat de bevolking van Amstelveen de komende jaren nog zal groeien. In 2020 verwacht de gemeente Amstelveen een inwoneraantal van 92.300 (ten opzichte van 88.610 in 2016)⁵. In de periode van 2004 tot 2014 is de bevolking van Amstelveen met 8 procent toegenomen. Het winkelvloeroppervlak nam met 11 procent toe, terwijl het aantal vestigingen met 8 procent daalde. Dit duidt op schaalvergroting in de detailhandel, een ontwikkeling die in heel Nederland is te zien.

2.3.2. Amsterdam

Het noorden van de gemeente Ouder-Amstel (Duivendrecht en Amstel Business Park-Zuid) grenst aan de gemeente Amsterdam. Amsterdam heeft ruim 800.000 inwoners en een groot en divers aanbod voorzieningen⁶. Naar verwachting blijft het aantal inwoners van Amsterdam de komende jaren groeien. In 2025 wonen er waarschijnlijk ruim 900.000 mensen in Amsterdam⁷. De inwoners van Amsterdam blijven zowel voor hun dagelijkse als niet-dagelijkse producten veelal in de eigen gemeente. De koopkrachtbinding voor niet-dagelijkse producten is de afgelopen jaren wel gedaald. Tussen 2004 en 2014 is een afname te zien van 9 procent. Deze daling is met name een gevolg van toenemende internetbestedingen. Amsterdam profiteert daarnaast als grote gemeente van de toevloeiing uit omliggende gemeenten, zoals Ouder-Amstel. Ongeveer 35 procent van de koopkracht in Ouder-Amstel wordt besteed in Amsterdam. Hiervan vloeit een groot deel (26 procent) af naar stadsdeel Zuidoost⁸.

³ Bron: *Bewoners regio kopen minder in eigen gemeente*, IOS (2015).

⁴ Idem.

⁵ Bron: *Gemeente Amstelveen in Cijfers*.

⁶ Bron: OIS Amsterdam.

⁷ Bron: OIS Amsterdam.

⁸ Bron: *Bewoners regio kopen minder in eigen gemeente*, IOS (2015).

2.3.3. Diemen en Uithoorn

Diemen

De gemeente Diemen ligt ten noordoosten van Ouder-Amstel en heeft bijna 27.000 inwoners. Het inwoneraantal zal naar verwachting verder toenemen. Diemen ligt tussen drie Amsterdamse wijken in: Zuidoost, IJburg en Watergraafsmeer. Alleen de verbinding tussen IJburg en Diemen is niet optimaal vanwege de ligging van het Amsterdam-Rijnkanaal tussen deze gebieden in. Diemen bevindt zich door haar ligging in een dichtbevolkt gebied. Hierdoor wordt Diemen omgeven met een groot winkelaanbod. Dit leidt ertoe dat de koopkrachtbinding van Diemen voor niet-dagelijkse producten relatief klein is (39 procent⁹). Hierin speelt ook het beperkte aanbod niet-dagelijkse producten in Diemen een rol. Alleen het winkelgebied Diemerplein biedt niet-dagelijkse producten aan. De meeste afvloeiing is naar Amsterdam. Voor dagelijkse producten weet de gemeente Diemen haar inwoners wel aan zich te binden (80 procent¹⁰).

Diemen en Ouder-Amstel hebben wat betreft koopkrachtbinding en -afvloeiing weinig met elkaar te maken. Hier zou verandering in kunnen komen door de ontwikkeling van De Nieuwe Kern (zie afbeelding). In het gebied tussen station Duivendrecht, station Bijlmer Arena en de A2 ontwikkelt de gemeente Ouder-Amstel in samenwerking met diverse grondeigenaren een woonwijk.

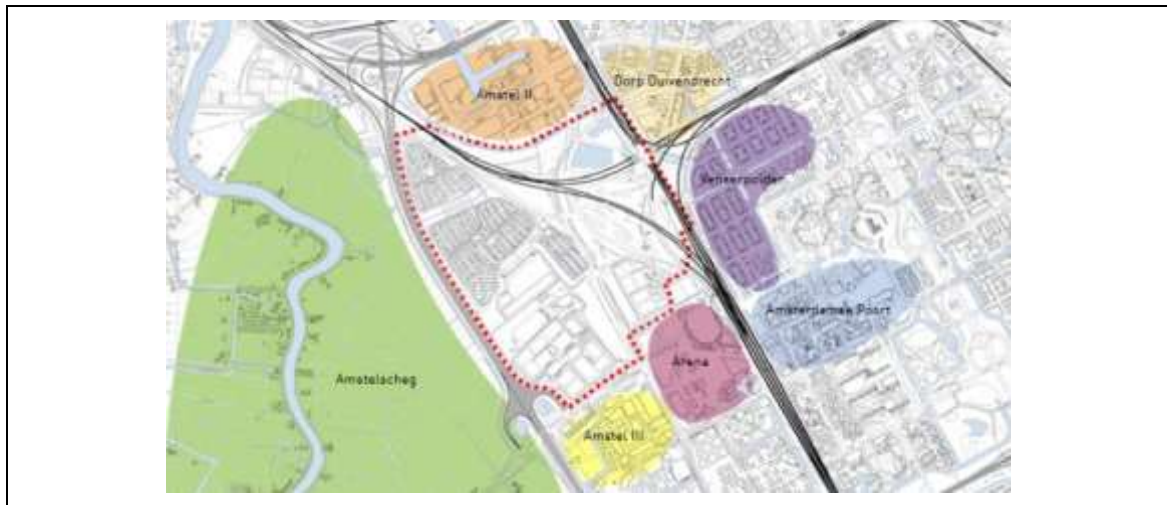
Over De Nieuwe Kern constateert Ecorys (2011) dat het gebied vrij geïsoleerd ligt ten opzichte van de omliggende wijken en winkelgebieden. Als gevolg daarvan zal een groot deel van de inwoners voor de dagelijkse boodschappen georiënteerd zijn op de detailhandelsvoorzieningen in De Nieuwe Kern zelf. “De afvloeiing die ontstaat wordt veroorzaakt door combinatiebezoek in omliggende winkelgebieden zoals de Amsterdamse Poort, het periodiek doen van boodschappen bij detailhandel met voorwaardelijke toegang (Makro en Sligro) en het doen van boodschappen bij terugkomst vanaf de werklocatie.”¹¹

⁹ Bron: Detailhandelsvisie Diemen 2014.

¹⁰ Bron: Detailhandelsvisie Diemen 2014.

¹¹ Ecorys (maart 2011), *Detailhandelsprogrammering Ouder-Amstel*, pagina 19.

Figuur 2.2. Plangebied De Nieuwe Kern en omliggende gebieden



Vanwege de onzekerheid en verwachte termijn van de plannen, en de geïsoleerde ligging van De Nieuwe Kern en Amstel Businesspark-Zuid ten opzichte van Ouderkerk aan de Amstel gaan we uit van geen of een zeer beperkte invloed van de woningbouw hier op bestedingen in Ouderkerk-Centrum in de periode tot 2025.

Uithoorn

De gemeente Uithoorn ligt ten zuidwesten van Ouder-Amstel maar grenst er niet aan. Uithoorn telt circa 29.000 inwoners. Uithoorn is voor zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse producten niet op Ouder-Amstel gericht net als andersom ook niet het geval is. Uithoorn is voor niet-dagelijkse producten vooral op Amstelveen georiënteerd, en in mindere mate op Amsterdam.

3 Economie en demografie

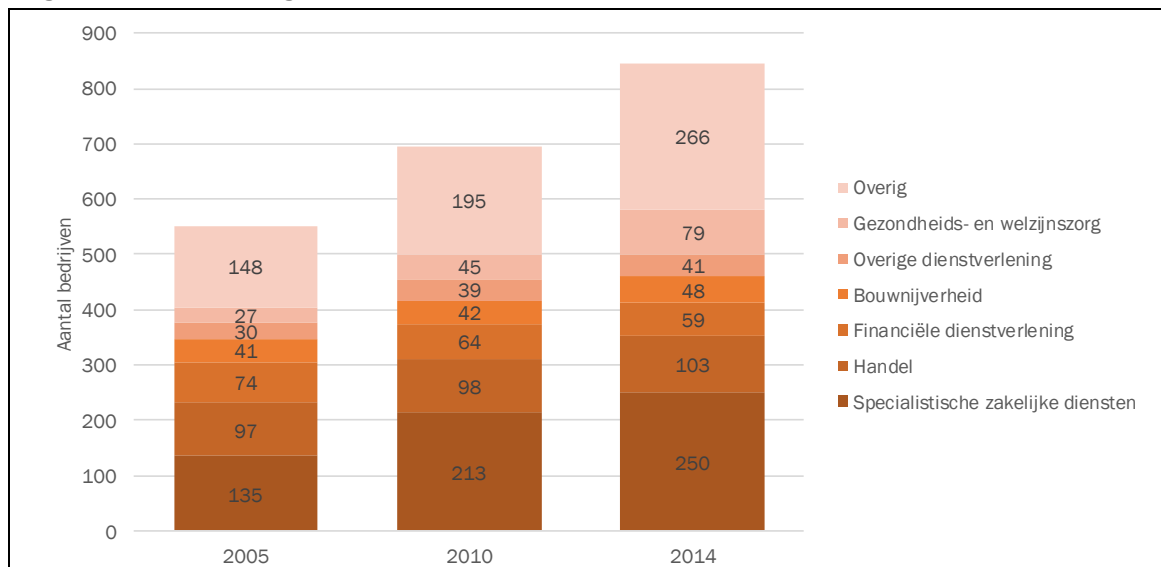
3.1. Economische structuur en ontwikkeling

Op basis van gegevens uit LISA (landelijk werkgelegenheids- en bedrijfsvestigingenregister) is een analyse gemaakt van de ontwikkeling van het aantal bedrijven en werkzame personen binnen Ouderkerk aan de Amstel. Daarnaast is gekeken naar het type bedrijven en type werkgelegenheid.

Bedrijvigheid

Het aantal bedrijven in Ouderkerk aan de Amstel is in de periode 2005 – 2014 toegenomen van 552 naar 846 bedrijven. De sector ‘specialistische zakelijke dienstverlening’ is de snelste groeier: van 135 naar 250 bedrijven, waarmee het tevens de grootste sector in Ouderkerk aan de Amstel is. Dit betreft bijvoorbeeld organisatieadviseurs, reclamebureaus, architecten, accountants en advocaten. Andere groeisectoren in termen van bedrijvigheid zijn het onderwijs, de zorg en ‘cultuur, sport en recreatie’ (zie ook Figuur 3.1). Ook het aantal bedrijven in de detailhandel is in deze periode gestegen, door de toename van verkoop via internet. Het aantal fysieke winkels is stabiel.

Figuur 3.1. Ontwikkeling aantal bedrijven naar sector in Ouderkerk a/d Amstel, 2005-2014



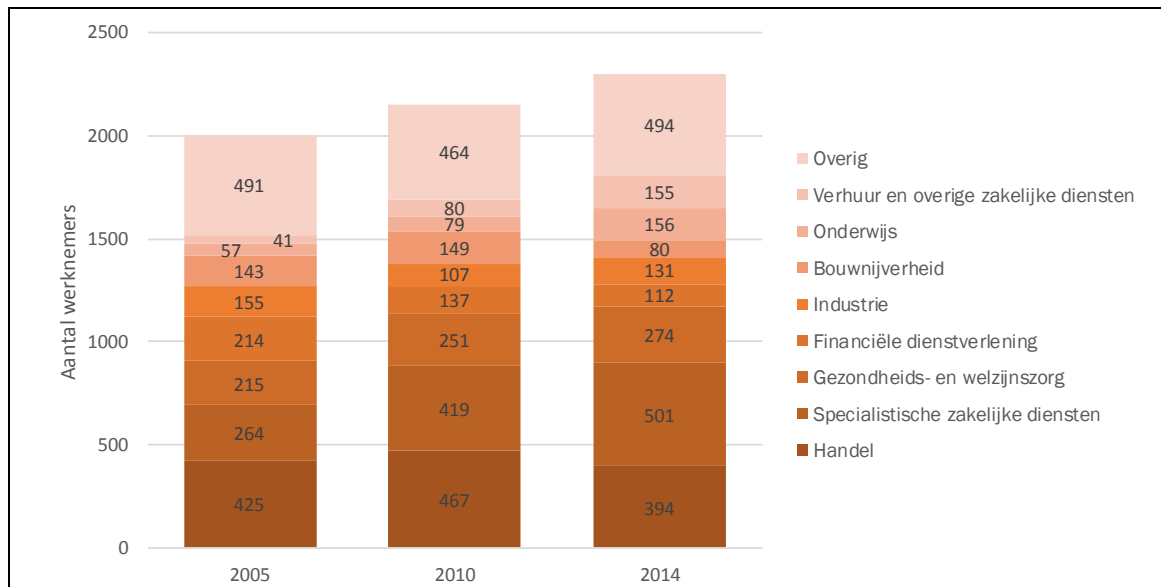
Bron cijfers: LISA, bewerking Decisio

Werkgelegenheid

Het aantal banen in Ouderkerk aan de Amstel is in de periode 2005-2014 met 15 procent toegenomen. Deze groei was lager dan die van het aantal bedrijven, wat betekent dat de gemiddelde bedrijfsgrootte is gedaald (van 3,6 werknemer per bedrijf in 2004 naar 2,7 in 2014). De sector handel (waar ook detailhandelsbedrijven onder vallen) was in 2004 de grootste werkgever. Het aantal banen in deze sector is afgenomen en ingehaald door de zakelijke diensten waarin nu ongeveer een kwart van

het totaal aantal banen in Ouderkerk aan de Amstel is te vinden. Figuur 3.2 toont de ontwikkeling van het aantal banen naar sector in de periode 2005-2014 voor Ouderkerk aan de Amstel.

Figuur 3.2. Ontwikkeling aantal banen naar sector in Ouderkerk a/d Amstel



Bron cijfers: LISA, bewerking Decisio

De drie grootste werkgevers in Ouderkerk aan de Amstel zijn in 2014 de gemeente, Woonzorgcentrum Theresia en de Jumbo aan Sluisplein. Het grootste deel (72 procent) van de bedrijven zijn eenmans-zaken. Het aantal banen in de detailhandel steeg in de periode 2005 – 2010 tot 281, waarna het licht afnam. In 2014 waren er in de detailhandel in Ouderkerk aan de Amstel 266 banen.

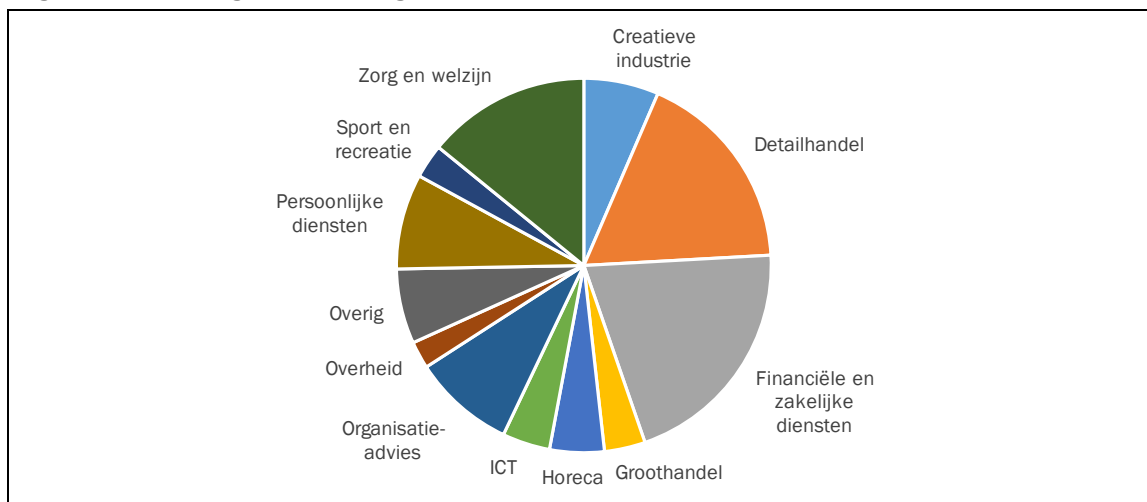
3.2. Bedrijvendynamiek 2011 - april 2016

Gemeten in bedrijfsvestigingen in het centrumgebied¹² van Ouderkerk aan de Amstel (excl. Amstel-veense deel) is de detailhandel dominant. Daarnaast blijken de zakelijke diensten sterk aanwezig. Deels zijn dit ZZP'ers, deels gaat het ook om wat grotere advocaten- en accountantskantoren. Zie figuur 3.3.

In de periode 2011-april 2016 zijn in het centrumgebied van Ouderkerk aan de Amstel 87 bedrijven/bedrijfjes opgericht: een aantal winkels, cafés en restaurants, maar vooral zakelijke en persoonlijke diensten. In dezelfde periode zijn er 55 bedrijven opgeheven, waaronder het restaurant van Ron Blaauw (waar Jamie van Heije voor in de plaats is gekomen) en vestigingen van de Rabobank en ABN AMRO. Naar het gebied toe zijn 20 bedrijven verhuisd, vertrokken zijn er 22. Ook bij de verhuizende bedrijven gaat het om een mix, zij het dat er geen horecabedrijven bij zitten en vrijwel geen winkels (behalve een bloemenkiosk en een haarverzorging).

¹² Gebied Hoger Einde-Zuid - eerste deel Gijsbrecht van Aemstelstraat - Brugstraat - Dorpsstraat - Kerkstaat.

Figuur 3.3. Bedrijvigheid centrumgebied Ouderkerk aan de Amstel (excl. Amstelveense deel)



Bron cijfers: Vastgoeddata.nl; bewerking Decisio

In de kern Ouderkerk aan de Amstel als geheel zijn er in de periode 2011-april 2016 270 bedrijven opgeheven/ vertrokken en 361 gevestigd/opgericht. Per saldo een aanwas van circa 90 bedrijven in ruim 5 jaar, waarmee de dynamiek positief is, maar bescheiden. In lijn met ontwikkelingen elders zit, zoals eerder geconstateerd, de groei met name bij eenmanszaken / kleine bedrijven. Groeiactiviteiten zijn de zorg, ICT, zakelijke diensten, organisatieadvies, internetverkoop en de creatieve sector.

3.3. Demografie

Ouderkerk aan de Amstel heeft circa 8.600 inwoners¹³. In vergelijking met Nederland en zeker met de Stadsregio Amsterdam heeft Ouderkerk aan de Amstel relatief veel oudere bewoners en veel jongeren onder de 20. De grijze druk in de kern Ouderkerk aan de Amstel is 38 procent ten opzichte van 31 procent in Nederland en 26 procent in de regio Amsterdam. De 'groene druk' is 46 procent tegen 38 procent landelijk. De verwachting is dat de bevolkingsgroei in de gemeente Ouder-Amstel als geheel tot 2040 licht zal fluctueren maar grosso modo stabiel blijft. De verhoudingen tussen leeftijdsgroepen gaan waarschijnlijk wel veranderen. De gemeente Ouder-Amstel verwacht dat in 2030 de helft van de bevolking ouder is dan 65 jaar¹⁴. Bij deze prognose is nog geen rekening gehouden met de ontwikkelingen die De Nieuwe Kern met zich meebrengt.

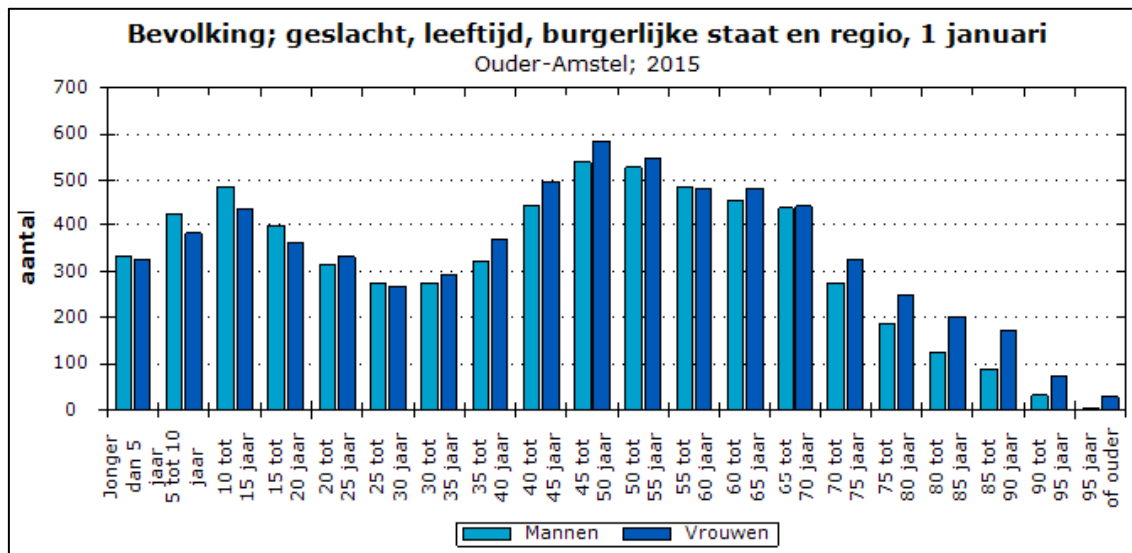
Het nabij gelegen Amsterdam trekt veel van de jongeren uit Ouder-Amstel weg (zie figuur 3.4). Het gaat hierbij om jongeren van 18 tot 35 jaar. Deze jongeren verhuizen vaak vanwege werk of studie naar Amsterdam. Daarentegen is er ook een groep die vanuit Amsterdam naar Ouder-Amstel trekt. De grootste groep Amsterdammers die naar Ouder-Amstel verhuist is tussen de 30 en 50 jaar. Deze groep bestaat voornamelijk uit jongere huishoudens die de stad omruilen voor een rustige omgeving. Het

¹³ Bron: CBS Wijken en Buurten 2016.

¹⁴ Bron: Woonvisie gemeente Ouder-Amstel (2016).

totaal aantal mensen dat zich vanuit Amsterdam in Ouder-Amstel vestigt is tussen 2012 en 2104 met 13 procent gestegen. Het aantal inwoners die van Ouder-Amstel naar Amsterdam vertrekken is in deze periode met 25 procent gestegen. De totale instroom is ongeveer gelijk aan de totale uitstroom en omvat ongeveer 6 procent van de totale bevolking in Ouder-Amstel¹⁵.

Figuur 3.4. Demografie Ouder-Amstel



Bron: Woonvisie gemeente Ouder-Amstel (2016)

Ouderkerk aan de Amstel is een relatief welvarende dorpskern. Het gemiddelde inkomen per inkomensontvanger is € 42.500. Voor de gemeente Ouder-Amstel als geheel is dit € 38.900. Dit is relatief hoog ten opzichte van buurgemeente Amsterdam (31.100) en Nederland als geheel (29.500)¹⁶.

¹⁵ Bron: Amsterdam in cijfers 2015.

¹⁶ Bron: CBS Wijken en Buurten 2014.

4 Functies

4.1. Detailhandel

De **totale winkelvloeroppervlakte** (wvo) in Ouderkerk aan de Amstel (centrum plus Sluisplein) wordt op basis van BAG-gegevens, cijfers uit het *Koopstromenonderzoek* en eigen waarneming geraamd op 5.500 à 6.000 m². Het **aantal winkels** in Ouderkerk aan de Amstel (nu 28) is ongeveer stabiel in de laatste vijf jaar. De **vloerproductiviteit** (omzet per m²) in het dagelijkse segment ligt in Ouderkerk aan de Amstel op € 7.347 (2016); dit is circa 400 euro lager dan gemiddeld in een aankooplocatie met een vergelijkbare omvang. Voor het niet-dagelijkse segment is de vloerproductiviteit € 2.338, dit is 200 euro hoger dan de omzet per m² in vergelijkbare locaties (2016). De toevloeiing van omzet uit andere gemeenten (excl. toeristische bestedingen) is in het dagelijkse segment 10 procent en in het niet-dagelijkse segment 19 procent. In de 'benchmarklocaties' is dit respectievelijk 12 en 24 procent (cijfers 2016).¹⁷

In tabel 4.1 is ter indicatie weergegeven hoe het aanbod aan winkels, diensten (kappers, hondentrim-salons, kleermakers etc.) en horeca in Ouderkerk aan de Amstel is in vergelijking met gemiddeld in een gemeente van 5 à 10.000 inwoners. Hier komt naar voren dat de Ouderkerker in beperkte mate is gebonden aan het dorp wat betreft zijn/haar bestedingen, met name in de niet-dagelijkse sector. Factoren die hierin een rol spelen zijn de nabijheid van Amstelveen en Amsterdam-Zuidoost, de vergrijsde bevolking en kenmerken van de winkelkern (versnipperde ligging winkels, parkeersituatie, beperkt keuze-aanbod, geen grote trekkers).

"Een aantal winkels doet het heel goed, vaak omdat dat echte ondernemers zijn. Anderen kunnen maar net overleven, en houden het vol omdat ze eigenaar zijn van hun pand en dus geen hoge huur hoeven op te brengen."

Citaat uit een van de gesprekken

In het **dagelijkse segment** is het metrage winkelvloeroppervlakte (wvo) per inwoner enigszins lager dan wat je zou verwachten in een kern met de omvang van Ouderkerk aan de Amstel. Ecorys (2011) stelt dat er marktruimte is voor een supermarkt in de regio op basis van een laag wvo per m² per inwoner in Ouder-Amstel. In Noord-Holland is er gemiddeld één supermarkt per 2.500 à 3.000 inwoners, landelijk is er 0,24 m² wvo supermarkt per inwoner. In Ouderkerk aan de Amstel is dit in 2016 naar schatting circa 0,19 m². In de supermarktbranche is daarbij sprake van schaalvergroting en beide supermarkten in Ouderkerk aan de Amstel zijn kleiner dan het landelijk gemiddeld van bijvoorbeeld een Jumbo-vestiging. De twee supermarkten in Ouderkerk aan de Amstel hebben een verschillend druktebeeld. Die aan het Sluisplein heeft meer parkeergelegenheid en ligt centraal in het woongebied

¹⁷ Zie ook: http://www.kso2016.nl/downloads/factsheets/Aankooplocatie_332200.pdf.

Tabel 4.1. Verkooppunten en winkelvloeroppervlakte Ouderkerk aan de Amstel en gemeente met een vergelijkbare omvang

	Aantal verkooppunten		Winkelvloeroppervlakte (m ²)	
	Ouderkerk aan de Amstel	Gem. gemeente 5-10.000 inwoners	Ouderkerk aan de Amstel	Gem. gemeente 5-10.000 inwoners
Dagelijks	11	12	2.750	2.800
Mode & Luxe	6	10	950	1.850
Vrije Tijd	4	3	350	450
In/Om Huis	5	13	1.800	5.600
Detailhandel overig	1	2	50	600
Leegstand	1	6	90	1.300
Diensten	13	13		
Horeca	11 (18 incl. Amstelzijde)	14		

Bron: Kadaster (BAG), Vastgoeddata, Locatus, Decisio

In de dorpskern zijn in het dagelijkse segment verder twee slagers, een tabaksspeciaalzaak, een bakker, een groentewinkel, een wijnhandel en twee drogisten. Versspeciaalzaken laten landelijk in de afgelopen jaren een dalende omzet zien, terwijl die van de supermarkten groeit. De zaken in Ouderkerk aan de Amstel moeten het hebben van vaste klanten die veel belang aan kwaliteit en service hechten en die in het algemeen wat te besteden hebben.

“Negentig procent van mijn omzet komt van vaste klanten uit het dorp waarvoor kwaliteit, service en persoonlijk contact ontzettend belangrijk zijn.”

Citaat uit een van de gesprekken

In het segment **‘in en om het huis’** heeft Ouderkerk aan de Amstel minder m² wvo per inwoner dan gemiddeld in een gemeente met een vergelijkbaar inwoneraantal. Dit segment omvat bloemenzaken, woonaccessoires en fietswinkels (die in Ouderkerk aan de Amstel aanwezig zijn), maar ook autodealers, volumineuze goederen als meubels, bouwmarkten en tuincentra. Voor met name het genoemde volumineuze segment geldt dat Amsterdam-Zuidoost zeer dichtbij is. Een autodealer, grote bouwmarkt of tuincentrum passen qua maat niet op de planlocatie.

Het segment **vrije tijd** heeft minder m² dan wat in een gemeente met een vergelijkbaar inwoneraantal aanwezig is. Dit zijn sportzaken, hobbywinkels, boekhandels, CD-winkels etc. Dit kan een interessant segment zijn voor de verdere ontwikkeling van het plangebied, maar is wel een branche waarvoor draagvlak nodig is (in termen van aantal inwoners in verzorgingsgebied) en die onder druk staat door de opkomst van internetverkoop.

Tot slot het segment **mode en luxe**. Ook in dit segment heeft Ouderkerk aan de Amstel minder wvo dan gemiddeld. Er is geen schoenenwinkel, weinig mode, geen juwelier. De Blokker, Maschinka en de opticiens zijn na het vertrek van Mezzo (waarvoor een tandartspraktijk terug komt) nog de enige winkels in het mode en luxe-segment. Ook hier geldt de opkomst van internet en de concurrentie van het Stadshart. Modische winkels hebben het sowieso moeilijk, zeker in kleine kernen. Het op korte afstand, goed met de auto bereikbare en 9 keer zo grote Stadshart Amstelveen is daarbij een grote concurrent in het niet-dagelijkse modische segment.

“Je zou veel meer willen toevoegen aan winkels, zoals een notenwinkel, delicatessenzaak, HEMA, Zeeman of een Xenos maar die komen hier niet of gaan het niet redden.”

Citaat uit een van de gesprekken

Koopstromen

In 2011 en 2016 zijn koopstromenonderzoeken gedaan in de Randstad¹⁸. Uit beide onderzoeken blijkt dat er weinig koopkracht toevloeit naar het centrum van Ouderkerk aan de Amstel en zijn het vooral eigen inwoners die hier hun inkopen doen. Dit beeld komt ook uit de gesprekken en een post-code-analyse van boekhandel Sprey onder haar klanten. Het verzorgingsgebied in de kern van Ouderkerk aan de Amstel is vooral lokaal: klanten zijn woonachtig in het dorp en zijn vaak vaste klanten die gesteld zijn op kwaliteitsproducten, een advies, een praatje en een sterke service. Uit het vertrek van een aantal winkels in het niet-dagelijkse segment blijkt dat dit segment het moeilijk heeft in Ouderkerk aan de Amstel. Aan de rand van het dorp zitten een interieur- en een fietsenwinkel die door een groter bereik het wel goed lijken te doen.

De **leegstand** in winkelpanden is beperkt, wel is op plekken sprake van tijdelijke verhuur en heeft een modezaak opheffingsverkoop. Volgens het *Koopstromenonderzoek 2016* was in 2011 geen leegstand en stonden in 2016 vier panden leeg.

Overwegingen marktruimte detailhandel

Bij voortzetting huidige situatie

Ouderkerk aan de Amstel heeft een redelijk koopkrachtige, maar wel grijze bevolking. De oudere mens besteedt minder in het niet-dagelijkse segment dan de jongere. De vestiging van tweeverdieners uit Amsterdam biedt marktruimte, vooral in het niet-dagelijkse segment, maar deze aanwas is beperkt. Daarnaast zijn aankopen in dit segment vaak online of in keuze-winkelcentra als Stadshart Amstelveen. In de kern Ouderkerk aan de Amstel komen in beperkte mate woningen bij. In de Nieuwe Kern wel, de koopkrachtoriëntatie hier zal echter door de geïsoleerde ligging vooral op het gebied zelf zijn. De verkoop via internet neemt toe, dit heeft naar verwachting voor het huidige aanbod in Ouderkerk aan de Amstel (dagelijks, kwaliteit, vaste klanten) in beperkte mate negatieve effecten.

¹⁸ I&O Research (2011, 2016), *Randstad Koopstromenonderzoek, hoofdrapporten en factsheets*.

Bij ontwikkeling plangebied

Een aantal winkeliers/bedrijven geeft aan meer vloeroppervlakte te willen en belangstelling te hebben voor een plek op het plein/het Kampje. Het centraliseren van de winkels in het plangebied maakt het aantrekkelijker om hier te gaan winkelen/boodschappen te gaan doen en op een terras te gaan zitten. Dit biedt een kans om de koopkrachtige inwoner en bezoekers van buiten te verleiden om meer in Ouderkerk aan de Amstel uit te geven dan nu. De toevoeging van woningen en kantooractiviteiten betreft in het plangebied niet heel grote aantallen, maar er ontstaat hierdoor wel meer draagvlak voor de detailhandel en horeca (lunches, boodschappen, zakelijke bijeenkomsten). Bij een verdere ontwikkeling moet wel, maar dat geldt in de huidige situatie ook al, een oplossing voor het parkeren worden gevonden. Voor een deel zullen tot slot bij een centralisering panden en ruimtes elders vrijkomen. Een deel van de winkeliers heeft zijn/haar pand in eigendom en daardoor lage huisvestingslasten, hetgeen een rol zal spelen in de overwegingen bij het al dan niet verhuizen naar het plangebied.

4.2. Horeca

In de factsheet van Ouderkerk aan de Amstel uit de *Koopstromenonderzoeken 2011 en 2016* wordt de aanwezige horeca positief beoordeeld. Gezien het aantal vestigingen is er in de huidige situatie beperkte ruimte voor toevoeging, met name in de dag- / begin avond-horeca blijkt uit de analyse, waarnemingen en interviews. In de gesprekken wordt daarbij een aantal keren genoemd dat een 'kwaliteitsterras' op het plein welkom zou zijn. Voor meer horeca dan een of twee gelegenheden is de indruk dat er meer bezoekers en bestedingen moeten worden aangetrokken dan nu het geval is. Als de horecaconcentratie aan de overkant van de Amstel wordt meegerekend, is er sprake van bovengemiddeld aanbod in Ouderkerk aan de Amstel. Deze concentratie heeft een groter verzorgingsgebied en staat qua klandizie vrij los van de dorpskern Ouderkerk aan de Amstel.

"Er zitten enkele mooie horecagelegenheden in Ouderkerk aan de Amstel, voor kwalitatief goede horeca is altijd ruimte."

Citaat uit een van de gesprekken

4.3. Diensten

Het aantal vestigingen (circa 13) in de consumentgerichte diensten is wat je zou verwachten in een kern van 5 à 10.000 inwoners. In de dorpskern en het Sluisplein is een aantal kappers, schoonheidssalons, makelaars, een postkantoor en een schoenreparateur. Voor andere diensten in deze categorie zoals een uitzendbureau, reisbureau, fietsverhuur, fotograaf is beperkt marktdraagvlak, ook zijn dit activiteiten die door de opkomst van internet steeds minder fysieke vestigingen hebben om klanten te ontvangen.

4.4. Kantoren

In de dorpskern zijn op diverse plekken in historische panden zakelijke diensten gevestigd (advocaten, softwareontwikkelaar, notarissen, communicatie e.d) die zich thuis voelen in Ouderkerk aan de Amstel. Een aantal van deze bovenregionaal of landelijk werkende bedrijven geeft aan het Kampje een interessante plek te vinden om naar toe te verhuizen, als daar een aantrekkelijke ontwikkeling komt en het parkeren wordt geregeld.

Op plekken buiten de kern staan enkele kantoorpanden/-ruimtes (langdurig) leeg; het totale aanbod kantoorruimte wordt geraamd op circa 10 procent van de voorraad. Dit is het dubbele van een frictieleegstand van 5 procent, maar onder het regionale gemiddelde van circa 16 procent leegstand. Het bedrijfsverzamelgebouw aan de rand van Ouderkerk aan de Amstel loopt volgens de eigenaar goed, mede vanwege het feit dat het kleinere units zijn en vanwege de goede bereikbaarheid per auto en bus, en de aanwezige parkeergelegenheid.

In de laatste jaren is een groei te zien van ZZP'ers in Ouderkerk aan de Amstel, met name in de zakelijke diensten. Deze beginnen vaak vanuit huis, bij doorgroei gaan ze op zoek naar een formele kantoorruimte. Op basis van de gesprekken met makelaars en ervaringen moet de vraag vanuit deze lokale doorgroeimarkt beperkt worden beschouwd, ook is voor deze groep een marktconforme huur vaak lastig op te brengen. Daarnaast is er de nodige onzekerheid hoe de groep ZZP'ers zich de komende periode zal ontwikkelen.

De zakelijke dienstensector is echter de grootste groeier en voor de komende jaren is de verwachting dat deze groei zich doorzet. Hier neemt de vraag naar formele kantoorruimte toe, met name op een goed bereikbare en aansprekende plek in een representatief, onderscheidend pand. Een mix met kantoren op het Kampje biedt in dit kader mogelijkheden. Randvoorwaarden zijn naast representativiteit en parkeergelegenheid ook kleine(re) units. Bij doorstroom van ZZP'ers moet er rekening mee worden gehouden dat deze veelal geen hoge huur kunnen opbrengen.

4.5. Toerisme

Beth Haim

De Portugees-Israëlitische begraafplaats Beth Haim is in 1614 opgericht, waarmee het de oudste Joodse begraafplaats van Nederland is. Er liggen in totaal circa 28.000 mensen begraven, waaronder vooraanstaande rabbijnen, diplomaten en wetenschappers.

Door de ligging aan het water was het gebruikelijk dat de doden per trekschuit uit Amsterdam werden gebracht. Vandaar dat de oude toegang van Beth Haim of Huis des Levens aan het water ligt. Aan de Kerkstraat ligt de bewaarderswoning uit 1883. Naast deze woning en tegenover de Hervormde kerk bevindt zich de huidige entree. Direct achter de poort aan het water staat het uit 1705 daterende reinigings- of metaheerhuis: het Rodeamentoshuis (Huis der Ommegang) waar nabestaanden zevenmaal rond de kist van een mannelijke overledene lopen.

Bron: Wikipedia

Beth Haim trekt een specifiek publiek dat speciaal voor de begraafplaats komt en veelal na een kort bezoek weer vertrekt. Precieze aantallen bezoekers zijn niet bekend, er zijn plannen om dat te gaan meten. Beth Haim is samen met een aantal andere Joodse erfgoederen voorgedragen voor de UNESCO Werelderfgoedlijst. Ook wordt gewerkt aan het aantrekkelijker maken om de begraafplaats te bezoeken, onder meer door vernieuwing van paden, vervanging van hekwerken en het ontwikkelen van een entrepaviljoen.

“Beth Haim is een unieke kwaliteit waar veel meer mee valt te doen.”

Citaat uit een van de gesprekken

Plannen Beth Haim

“De inrichtingsplannen zijn erop gericht de begraafplaats zo goed mogelijk te ontsluiten, toegankelijk en leesbaar te maken voor een breed publiek. Daarbij wordt geprobeerd zo min mogelijk inbreuk te maken op de bestaande situatie. (...) Bij alle ingrepen op de begraafplaats staat het respect voor de overledenen voorop, een gebod dat diep verankerd is in de Joodse religie.”

Hier is een spanningsveld. Enerzijds wil de exploitant (Stichting Cultureel Erfgoed Portugees Israëlitische Gemeente) dat Beth Haim toegankelijk is en dat de cultuur-historische waarde van de begraafplaats wordt uitgedragen, anderzijds mag de begraafplaats geen grootschalige toeristische attractie worden.

Kerken, Historisch Museum, (fiets)recreanten

Naast de begraafplaats zijn er twee kerken en een museum die bezocht kunnen worden tijdens een bezoek aan Ouderkerk aan de Amstel. Het museum heeft ongeveer 4.000 bezoekers per jaar. De stichting Historisch Museum Ouder-Amstel heeft plannen om het museum verder te ontwikkelen met een museumwinkel en door versterking van de relatie met Amsterdam. Inzet is om hiermee het bezoekersaantal te verdubbelen.

Het zijn vooral fietstoeristen die Ouderkerk aan de Amstel aandoen. In de groene omgeving van Ouderkerk aan de Amstel zijn diverse fietsroutes te vinden. De fietsrecreanten komen hier vooral voor een korte stop. Bijvoorbeeld voor het drinken van een kop koffie of het eten van een broodje. Daarna gaan ze weer door. Veel (race)fietsters stoppen echter helemaal niet, maar rijden al dan niet met hoge snelheid de smalle Dorpsstraat door.

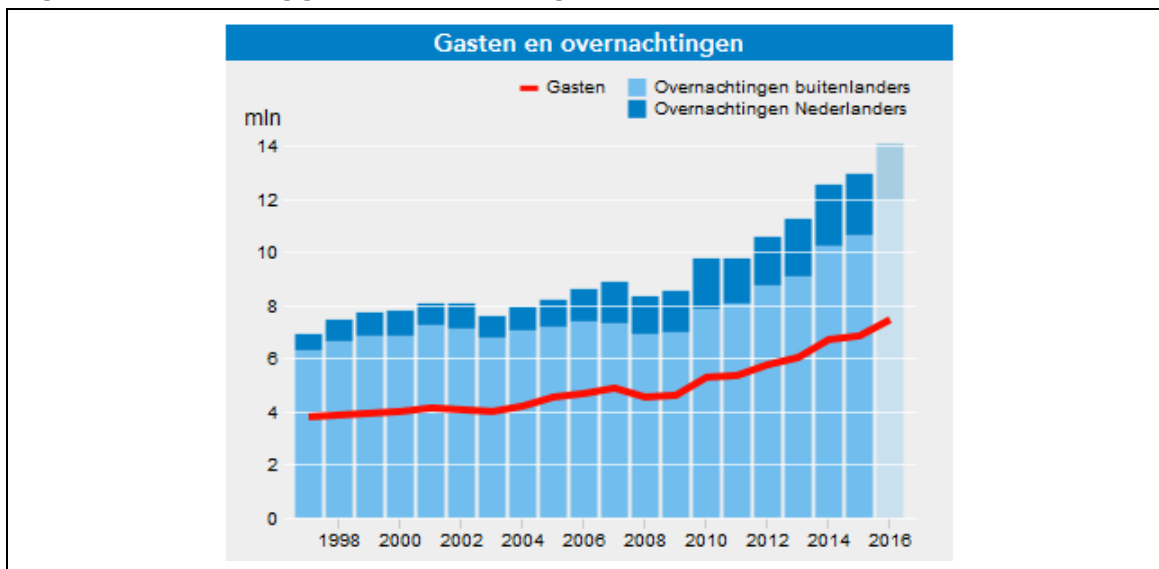
“Ouderkerk aan de Amstel is daarnaast erg geliefd bij recreanten, waaronder pleziervaart, roeiers en fietsers. Deze recreanten komen voor de beleving van het dorp en de historische kern. Daarnaast is de Portugees-Israëlitische begraafplaats Beth Haim een belangrijke trekpleister.”

Uit: *Bestemmingsplan Ouderkerk aan de Amstel* (2013)

Toerisme in de Amsterdamse regio

Het toerisme in Amsterdam neemt toe (zie figuur 4.2).

Figuur 4.2. Ontwikkeling gasten en overnachtingen Amsterdam



Bron: Dashboard Toerisme OIS.

Het aantal overnachtingen in het eerste kwartaal van 2016 is met 11 procent gestegen ten opzichte van het jaar daarvoor¹⁹. De gemeente Amsterdam wil het toerisme spreiden om de drukte te verminderen. Onder het motto 'Amsterdam bezoeken, Holland zien' wil de gemeente de toeristen naar omliggende gebieden leiden. Voor Ouderkerk aan de Amstel liggen hier kansen om het toerisme verder te ontwikkelen.

Door een verbinding te maken met de Amstelzijde en het verblijfsklimaat op het plein en het Kampje te verbeteren (leuke horeca met terras(sen), geparkeerde auto's weg van maaiveld, aantrekkelijk winkelaanbod) kan dit verder worden benut, is de breed gedeelde visie van de gesproken bewoners en ondernemers.

"De ligging aan de Amstel biedt geweldige kansen, maak het zichtbaar en toegankelijk, breng de verbinding met de Amstelzijde terug, haal toeristen uit Amsterdam per boot hier naartoe", aldus een van de geïnterviewden,

Greenline

Zo is er in de zomer van 2016 een pilot gedaan met een bootverbinding tussen Amsterdam en Ouderkerk aan de Amstel. Tussen Amsterdam en Ouderkerk aan de Amstel was er op drie plekken de gelegenheid om op en af te stappen. De pilot werd uitgevoerd om te kijken of er vanaf 2017 een vaste bootverbinding mogelijk is. Vanaf 2017 gaat ook de Greenline rijden. De Greenline is gericht op het buitengebied rondom Amsterdam. De bus rijdt van het museumkwartier in Amsterdam via Ouderkerk

¹⁹ Bron: Dashboard Toerisme OIS.

aan de Amstel en Amstelveen naar de Bosbaan in Amsterdam. In totaal zijn er negen op- en afstapmogelijkheden op de route van de Greenline.

Bed and breakfast

Vooralsnog is om redenen van schaal en bouwhoogte de vestiging van een hotel niet voorstelbaar in het plangebied. Waar wel aan kan worden gedacht als versterking van Ouderkerk aan de Amstel als toeristische bestemming is een *bed and breakfast*, bijvoorbeeld - waarvoor ook in het verleden al ideeën zijn geweest – bij het haventje mocht daar ruimte vrijkomen. Dit is op een steenworp afstand van de Kerkstraat.

Evenementen

In Ouderkerk aan de Amstel worden jaarlijks diverse evenementen gehouden. Zowel dorpsfeesten voor de eigen bevolking zoals het Amstel Zomerfestival als nationale en internationale sportevenementen als de Spierathlon en ICAN triatlon. In het plangebied is ook de kermis en de Sinterklaasintocht (aankomst per boot, mensen uit de hele regio komen daarvoor naar Ouderkerk aan de Amstel). Daarnaast heeft, zoals eerder aangegeven, een ondernemer ideeën om een weekmarkt te gaan organiseren. Andere mogelijkheden zijn een kerstmarkt, ijsbaan, tweedehandsboeken- of antiekmarkt, klasieke concerten, zomertoneel etc.

5 Sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen (SWOT)

De marktverkenning levert een dubbel beeld op. Enerzijds heeft Ouderkerk aan de Amstel en in het bijzonder het plangebied *sterke kwaliteiten* en goede perspectieven. De cultuurhistorische kwaliteiten, de aantrekkelijkheid van het Kampje en plein, de aanwezigheid van enkele kwaliteitswinkels, de landelijke omgeving en het dorpse karakter maken Ouderkerk aan de Amstel een rustige oase in een stedelijk gebied. De gunstige ligging ten opzichte van de A9 en de A2 is voor bepaalde bedrijven in de zakelijke dienstverlening een aantrekkelijke vestigingsfactor. Ook heeft Ouderkerk aan de Amstel een welgestelde bevolking die er echter blijkbaar in de huidige situatie niet voor kiest om veel in het dorp te besteden.

De dorpskern Ouderkerk aan de Amstel heeft als *zwakten* de versnipperde ligging van de winkels, de parkeersituatie op het Kampje (aanblik, deel staat er hele dag) en de matige OV-bereikbaarheid. Ook door het ontbreken van een grote publiekstrekker en een uitgebreid keuze-aanbod, in combinatie met de nabijheid van Stadshart Amstelveen en Amsterdam-Zuid wordt er relatief weinig besteed en hebben winkels in het niet-dagelijkse en vooral modische segment het moeilijk. *Bedreigingen* zijn de schaalvergroting in de detailhandel elders en de opkomst van internetwinkelen. Er blijft echter behoefte aan fysieke winkels, ‘voelen, ruiken, proeven, beleven, slenteren en genieten’ in een bijzondere omgeving, waarvoor Ouderkerk aan de Amstel de genoemde sterke troeven heeft.

Schema 5.1. Sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen plangebied

Sterk Cultuurhistorische en dorpse karakter Aanwezigheid kwaliteitswinkels en -horeca Ligging tov A9/A2 en Amsterdam Rust, ruimte en natuur in verstedelijkt gebied BIZ, een aantal actieve ondernemers	Zwak Verspreide ligging winkels en horeca Geen grote publiekstrekkers OV-bereikbaarheid Interne autobereikbaarheid en parkeren Overlast (race)fietzers
Kans UNESCO-status Beth Haim Groeiend toerisme, drukte Amsterdam Groei ZZP'ers / zakelijke diensten Instroom tweeverdieners, vergrijzing	Bedreiging Concurrentie Stadshart en Zuidoost Opkomst e-commerce Schaalvergroting detailhandel

Kansen om meer bezoekers en bestedingen aan te trekken zijn in de eerste plaats het compacter maken van het winkel- en horecagebied. Hiermee komt elders ruimte vrij, hetgeen mogelijk kansen biedt rond op herontwikkeling maar ook een aandachtspunt is met het oog op mogelijk ongewenste functies en leegstand. Andere kansen zijn het versterken van het detailhandelsaanbod met bijzondere kwaliteitswinkels en het toevoegen van (dag)horeca met terras(sen) op het plein. Ook het verder ontwikkelen van het toerisme biedt kansen door bezoekers vanuit Amsterdam aan te trekken, met een daarop afgestemde programmering (markten, evenementen). Een mix met kantoren (kleine units) heeft tot slot marktkansen door de lokaal en regionaal groeiende zakelijke diensten waarvoor het plangebied een aantrekkelijke plek is. Hiermee wordt ook meer draagvlak gecreëerd voor de horeca

en detailhandel in het plangebied. De instroom van tweeverdieners van elders is een impuls voor bestedingen. De vergrijzing biedt tot slot kansen voor op zorg gerichte winkels (audiciens, gezonde voeding) en diensten (gezondheidscentra, specialisten, woon-zorgconcepten e.d.).

6 Scenario's

Hoe de marktvraag naar functies in Ouderkerk aan de Amstel en het plangebied zich de komende jaren precies (in kwantitatieve zin) zal ontwikkelen is omgeven door onzekerheden. Om met deze onzekerheden om te gaan zijn in de verkenning scenario's ontwikkeld. De eerste variabele in de scenario's is de algemene economische ontwikkeling: als het goed gaat met de economie groeien banen en bedrijvigheid en daarmee de vraag naar bedrijfshuisvesting. Om de bandbreedtes van deze groei te bepalen hebben we een hoog en een laag regionaal economisch scenario van de Amsterdam Economic Board (AEB) gebruikt: *International Alliances* en *Global Giants*²⁰ (zie ook bijlage 3). De tweede bepalende factor is de marktpositie van Ouderkerk aan de Amstel in de detailhandel, kantorenmarkt, horeca en de zorg. De derde variabele is in hoeverre er door investeringen en inspanningen extra bezoekers en bestedingen worden aangetrokken: programma, betere parkeersituatie, arrangementen en verbindingen om toeristen uit Amsterdam aan te trekken, aantrekkelijke ruimtelijke kwaliteit.

Kader 6.1. Aannames

De Amsterdam Economic Board heeft in 2013 een aantal scenario's opgesteld om de 'impact van de veranderende wereld op de economie van de Metropoolregio Amsterdam te duiden'. Dit zijn scenario's voor de *hele* metropoolregio. Het dorp Ouderkerk aan de Amstel lift voor een deel mee op deze regionale verwachtingen, voor een ander deel zullen ontwikkelingen minder invloed hebben. Het voerde in het kader van dit onderzoek te ver om alle aannames in de AEB-scenario's te vertalen naar economische groei op de schaal van Ouderkerk aan de Amstel, als dat al zinvol zou zijn. De aannames van de ruimtebehoefte zijn gebaseerd op de 'bottom-up'-analyse van vraag en aanbod in de detailhandel, kantorenmarkt en de horeca en de gevoerde gesprekken. Voor de zorg is een extra vraagimpuls verondersteld vanwege de relatief grijze bevolking van Ouderkerk aan de Amstel. In scenario's 2 en 3 is een extra impuls verondersteld als gevolg van investeringen in het plangebied. De gedachte is dat doordat er kwaliteit en programma worden toegevoegd en de marketinginspanningen worden geïntensiveerd er meer bezoekers en bedrijvigheid belangstelling zullen krijgen voor het plangebied.

Deze variabelen vormen de basis voor de onderstaande scenario's.

1. Scenario 1: 'Voortzetting huidige situatie'

In dit scenario wordt uitgegaan van voortzetting van de huidige situatie zonder substantiële investeringen in infrastructuur en openbare ruimte. De economische groeiverwachting is gebaseerd op

²⁰ De Amsterdam Economic Board (AEB) heeft vier toekomstscenario's voor de metropoolregio opgesteld. Zie <https://www.amsterdameconomicboard.com/publications/scenarios-2025>. De twee hoofdvariabelen zijn de stabiliteit en eenheid in Europa en de ontwikkeling van het 'industriële en bedrijfseconomische ecosysteem'. In *Global Giants* is Europa sterk geïntegreerd en economisch competitief, waarmee het een hoog groeiscenario is. *International Alliances* gaat uit van een versplinterd Europa en van lagere economische groei. Deze twee scenario's zijn gekozen vanwege het verschil tussen de groeiverwachtingen, zodat er onderscheid tussen de eventuele ontwikkelingen ontstaat.

het AEB-scenario *International Alliances*. Voor de detailhandel wordt uitgegaan van een ruimtebehoefte van 5 procent van de voorraad bestaande uit een daling in de niet-dagelijkse sector en een stijging van het ruimtegebruik in het supermarktsegment.

2. Scenario 2: 'Impuls + bloeiende economie'

In dit scenario wordt uitgegaan van een impuls aan de dorpskern door herontwikkelingen bijvoorbeeld van het voormalige Rabobankgebouw en de openbare ruimte, inclusief parkeren. De economische groeiverwachting is gebaseerd op het AEB-scenario *Global Giants*. Voor de detailhandel gaat dit scenario uit van 15 procent ruimtebehoefte.

3. Scenario 3: 'De kern bruisend'

In dit scenario wordt uitgegaan van een grotere ontwikkeling in het plangebied. Naast de herontwikkeling van het voormalige Rabobankgebouw wordt gekozen om bebouwing toe te voegen met ruimte voor horeca, detailhandel, kantoren, woningen en gebouwde parkeervoorzieningen. Door een functionele en ruimtelijke impuls en particuliere initiatieven worden dan extra bezoekers en bestedingen aangetrokken. Dit zorgt in dit scenario voor extra ruimtebehoefte in de horeca en detailhandel. De economische groeiverwachting conform AEB-scenario *Global Giants* is hierbij uitgangspunt. Voor de detailhandel gaat dit scenario uit van 25 procent ruimtevraag, voor de horeca 45 procent. Voor de vraag naar kantoorruimte wordt uitgegaan van 10 procent extra groei doordat Ouderkerk aan de Amstel ook voor zakelijke diensten aantrekkelijker wordt om te vestigen.

De bovenstaande drie scenario's zijn gekozen om de uitersten te verkennen. Scenario 1 is echt een minimumscenario, scenario 3 een maximum. Er zijn uiteraard ook andere combinaties mogelijk, bijvoorbeeld dat er wel wordt geïnvesteerd maar dat de economie tegenzit of dat het goed gaat met de economie, maar dat er geen extra investeringen en inspanningen worden gedaan. In de eerste combinatie zal de ruimtevraag voor alle functies lager liggen, maar is er nog steeds een impuls voor de horeca en meer bezoekersgerichte detailhandel. In het tweede geval zal de vraag naar ruimte voor zorgfuncties en kantoorruimte een prominentere rol spelen.

Tabellen 6.1A en 6.1B geven de werkgelegenheid, de huidige voorraad en het ruimtegebruik per werknemer per functie en de omvang van de ruimtevraag in elk van de scenario's tot 2025.

Tabel 6.1A. Ruimtevrage (BVO) Ouderkerk tot 2025 in de scenario's

	Werknemers 2014	BVO to- taal	m ² per werk- nemer	Groei per scenario (% totaal 2016-2025)			Ruimtebehoefte (totaal 2016-2025)		
				1	2	3	1	2	3
Detailhandel	266	7.300	27	5	15	25	385	1.150	1.915
Horeca	83	1.700	20	14	36	45	240	610	765
Zakelijke diensten	705	9.580	14	8	34	38	765	3.255	3.640
Financiële diensten	112	1.520	14	-17	-7	-6	-260	-105	-90
Zorgfuncties	274	8.900	32	15	20	25	1.335	1.780	2.225

Tabel 6.1B. Nadere specificering ruimtebehoefte (BVO) per scenario Ouderkerk tot 2025

Functie	'Voortzetting huidige Situatie'	'Impuls + economische bloei'	'De kern bruisend'	Opmerkingen
Kantoor	+ 505 m ²	+ 3.150 m ²	+ 3.550 m ²	Ervan uitgaande dat het gemiddelde ruimtegebruik 16 m ² BVO per werknemer blijft
Winkel totaal	+ 385 m ²	+ 1.150 m ²	+ 1.915 m ²	Met name marktruimte supermarktsegment voor schaalvergroting. Deels latente vraag huidige winkels / schaalvergroting
▪ Supermarkt	+ 500 m ²	+ 1.000 m ²	+ 1.000 m ²	
▪ Overig dagelijks	0/0	+ 150 m ²	+ 450 m ²	
▪ Niet-dagelijks	- 115 m ²	0/0	+ 465 m ²	
Horeca (excl. hotel)	240 m ²	610 m ²	765 m ²	
Zorgfuncties	1.335 m ²	1.780 m ²	2.225 m ²	Voor de zorgfuncties wordt uitgegaan van een hogere ruimtebehoefte dan regionaal ivm grijze druk in Ouderkerk aan de Amstel.

Bijlage 1. Geïnterviewden

- | | | |
|-------------------------|---|---|
| ▪ Geke Beek | - | secretaris St. Cultureel Erfgoed Portugees Israëlitische Gemeente |
| ▪ Jan Coevert | - | voorzitter St. Historisch Museum Ouder-Amstel |
| ▪ Chiel Cohen de Lara | - | voorzitter St. Cultureel Erfgoed Portugees Israëlitische Gemeente |
| ▪ Danny van Dam | - | ondernemer, Wind Makelaars |
| ▪ José van Dijk | - | ondernemer, Boekhandel Sprey |
| ▪ Stephan van Dongen | - | gemeente Ouder-Amstel |
| ▪ Derwin Doornbos | - | ondernemer, Mezzo |
| ▪ Rob Fijlstra | - | bewoner |
| ▪ Maurice Frantzen | - | ondernemer (advocaat), voorzitter BIZ en Ondernemersvereniging Ouder-Amstel |
| ▪ Gijsbert de Haan | - | ondernemer, Hubo |
| ▪ Aad Nienhuis | - | ondernemer, Allegro Sultum |
| ▪ Hans Out | - | ondernemer, bakkerij Out |
| ▪ Guus Overkamp | - | ondernemer, Voerkraam |
| ▪ Ewoud Stam | - | bewoner |
| ▪ Rianne Stork | - | ondernemer, Sibiz |
| ▪ Peter Vos | - | ondernemer, Vos Makelaardij |
| ▪ Arnoud van den Busken | - | ondernemer, Van den Busken |
| ▪ Manon Jansen | - | ondernemer, House of Sports |

Bijlage 2. Documenten en databronnen

B2.1. Documenten

- Gemeente Ouder-Amstel (juli 2013), *Bestemmingsplan Ouderkerk aan de Amstel*
- Gemeente Ouder-Amstel (mei 2013), *Raadsvoorstel onderzoeksfase centrumplannen Ouderkerk*
- BCI (januari 2013), *Economische Beleidsambitie Ouder-Amstel 2013*
- BRO (april 2013), *Effectenanalyse doe-het-zelf; Regio Amsterdam Zuidoost*
- BSP (december 2012), *Metropoolregio Amsterdam Ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel*
- CBS, *Demografische kerncijfers per gemeente 2015*
- Ecorys (maart 2011), *Detailhandelsprogrammering Ouder-Amstel*
- Ecorys (juni 2011), *Effecten detailhandel 'de Nieuwe Kern'*
- Gemeente Amstelveen (juni 2016), *Detailhandelsnota 2016*
- Gemeente Amsterdam (2016), *Barometer Winkelleegstand Amsterdam 2016*
- Gemeente Amsterdam (augustus 2015), *Factsheet koopstromen regio Amsterdam 2015*
- I&O Research (november 2011), *Hoofdrapport Randstad Koopstromenonderzoek*
- Krier-Kohl (2003), *Beeldkwaliteitsplan Centrumplan Ouderkerk*
- Planbureau voor de leefomgeving (2011), *Detailhandel en beleid - een continue wisselwerking*
- Panteia (juni 2016), *Rapportage omzetkengetallen 2015*
- Provincie Noord-Holland (2015), *Monitor werklocaties PNH 2014-2015*
- Provincie Noord-Holland (september 2016), *Monitor Detailhandel 2016*
- Provincie Noord-Holland (december 2014), *Verslag Expeditie Mooi Noord-Holland - Lab Ouderkerk aan de Amstel*
- Rabobank (november 2014), *De aantrekkingskracht van winkelsteden*
- Stadsregio Amsterdam (maart 2016), *Regionaal detailhandelsbeleid MRA*
- Stijnenbosch, dr. M.H. (2015), *Ontwikkelingen in de detailhandel in Nederland 2015*
- Tellingen, drs. H.P. van, e.a. (juni 2016), *#WatNouEindeVanWinkels*

B2.2. Databronnen

- I&O, factsheets *Koopstromenonderzoeken 2011 en 2016*
- Kadastergegevens (BAG)
- LISA (landelijk werkgelegenheids- en bedrijfsvestigingenregister)
- Locatus
- Vastgoeddata.nl

Bijlage 3. Scenario's Amsterdam Economic Board

De Amsterdamse regio is in trek, wat blijkt uit het feit dat steeds meer mensen en bedrijven zich in of rondom Amsterdam vestigen. Het CPB en de Amsterdam Economic Board (AEB) hebben economische scenario's gepresenteerd waaruit blijkt dat deze trend doorzet (tabel). In zowel het hoge als het lage groeiscenario van de AEB nemen de kantooractiviteiten toe. Grootste groeiers in zowel bedrijvigheid als werkgelegenheid zijn de zakelijke dienstverlening en ICT. Ook toerisme en horeca (inclusief hotels), onderwijs en zorg zijn groeisectoren in de komende tien jaar.

Tabel B3.1. Verwachte groei werkgelegenheid per sector in de AEB-scenario's tot 2025

	AEB Global Giants	AEB International Alliances
Zakelijke dienstverlening	34%	8%
Handel	34%	-10%
Informatie en communicatie	34%	28%
Bouw en industrie	2%	4%
Financiële dienstverlening	-7%	-17%
Onderwijs	14%	36%
Vervoer en opslag	32%	1%
Horeca	36%	14%
Cultuur, sport en recreatie	32%	4%
Gezondheids- en welzijnzorg	14%	16%

Bron: AEB; bewerking Decisio

Bijlage 2 Consumentonderzoeken Centrumplan 1
Ouderkerk aan de Amstel - Rho adviseurs 2018

An aerial photograph of a residential area, likely in Amsterdam, showing a winding river (Amstel) and a railway line. The text is overlaid on the image.

Centrumplan Ouderkerk aan de Amstel

Onderzoeksresultaten

27 augustus 2018

Drs. Koos Seerden
Mark Geerts MSc

Inhoud

1. Aanleiding
2. Doelstelling/vraagstelling
3. Methoden van onderzoek
4. Verzorgingsfunctie Ouderkerk aan de Amstel
5. Analyse winkelstructuur Ouderkerk aan de Amstel
6. Aanrijroutes centrumgebied Ouderkerk aan de Amstel
7. Resultaten klantherkomstonderzoek
8. Resultaten consumentonderzoek
9. Conclusies
10. Aanbevelingen

1. Aanleiding

- Momenteel wordt door de gemeente Ouder-Amstel, in samenwerking met onder andere K4, gewerkt aan een kwalitatieve impuls voor het centrum van Ouderkerk aan de Amstel.
- Het succes van dit plan hangt mede af van het verbeteren en versterken van de centrumstructuur en een veilige verkeersstructuur die de bereikbaarheid van het dorpscentrum waarborgt.
- Om de centrumstructuur te verbeteren wordt gedacht aan het verplaatsen van de supermarkt Plus. Voor het al dan niet verplaatsen van de supermarkt zijn een aantal locaties in beeld, zoals het Graskeienterrein en de Rabobank-locatie.
- Daarnaast wordt overwogen verkeersmaatregelen door te voeren op de verkeersroute Kerkstraat – Kerkbrug – Rondehoep Oost, waarvan de meest ingrijpende opties zijn de invoering van eenrichtingsverkeer of de route geheel afsluiten voor gemotoriseerd verkeer.
- Rho adviseurs is gevraagd om de effecten van bovengenoemde maatregelen te onderzoeken.

2. Doelstelling / vraagstelling

Dit onderzoek is erop gericht de economische informatie boven water te tillen, zodat goed gefundeerde besluiten kunnen worden genomen over:

- Het al dan niet verplaatsen van de supermarkt.
- Een keuze voor een oplossingsmodel voor de verkeersroute Kerkstraat – Kerkbrug – Rondehoep Oost.

De onderzoeksvragen zijn als volgt geformuleerd:

1. Wat zijn de gevolgen voor de detailhandelsstructuur als de supermarkt verplaatst naar het Kampje of een andere locatie in het centrum (bijvoorbeeld het 'graskeienterrein')?
2. Wat zijn de gevolgen voor de detailhandelsstructuur als de supermarkt niet verplaatst?
3. Wat zijn de gevolgen van mogelijke verkeersmaatregelen in de Kerkstraat en op de Kerkbrug voor de detailhandelsvoorzieningen in het centrum?

Daartoe is het noodzakelijk inzicht te hebben in het consumentgedrag van bezoekers van het centrumgebied:

- Waar komen de klanten van de winkels in het centrumgebied van Ouderkerk aan de Amstel vandaan?
- Wat is de vervoerswijze van klanten/bezoekers aan het centrum aan het centrumgebied?
- Wat is het combinatiebezoek tussen winkels in het centrumgebied?
- Wat zijn de sterke en zwakke punten van het centrumgebied?

3. Methoden van onderzoek

Het onderzoek bestaat uit een aantal elementen:

- Een klantenherkomstonderzoek en onderzoek naar de vervoerwijze van de klanten van 4 winkels in dagelijkse goederen in het centrumgebied van Ouderkerk aan de Amstel. Dit onderzoek is uitgevoerd in week 12 van 2018. De resultaten van dit onderzoek zijn aangevuld met resultaten van een reeds uitgevoerd klantenherkomstonderzoek bij de Plus-supermarkt uit week 40 van 2017.
- Een consumentenonderzoek naar combinatiebezoek en sterke en zwakke punten van het huidige centrum uitgevoerd in week 14 van 2018.

4. Verzorgingsfunctie Ouderkerk aan de Amstel

- Het centrum van Ouderkerk aan de Amstel heeft vooral een verzorgingsfunctie voor de eigen kern als het gaat om de dagelijkse boodschappen. 90% van de bestedingen komt uit de eigen gemeente/kern (Koopstromenonderzoek Randstad, 2016). De binding aan Ouderkerk is relatief hoog. Slechts minder dan 20% van de bestedingen aan boodschappen vanuit inwoners van Ouderkerk aan de Amstel worden buiten Ouderkerk aan de Amstel gedaan.
- Voor de niet-dagelijkse aankopen is de koopkrachtbinding veel lager en de toevloeiing hoger. Minder dan 25% van de bestedingen aan niet-dagelijkse goederen wordt aan Ouderkerk aan de Amstel gebonden (de afvloeïing ligt tussen de 70% en 80%). 24% van de bestedingen komt uit buurgemeenten of toerisme.

Dagelijkse artikelen

(zoals levensmiddelen en drogisterijartikelen)

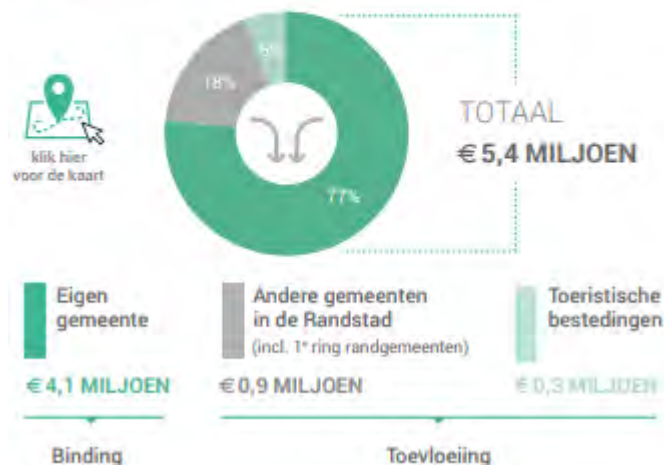
Waar komen bestedingen in de aankooplocatie vandaan?



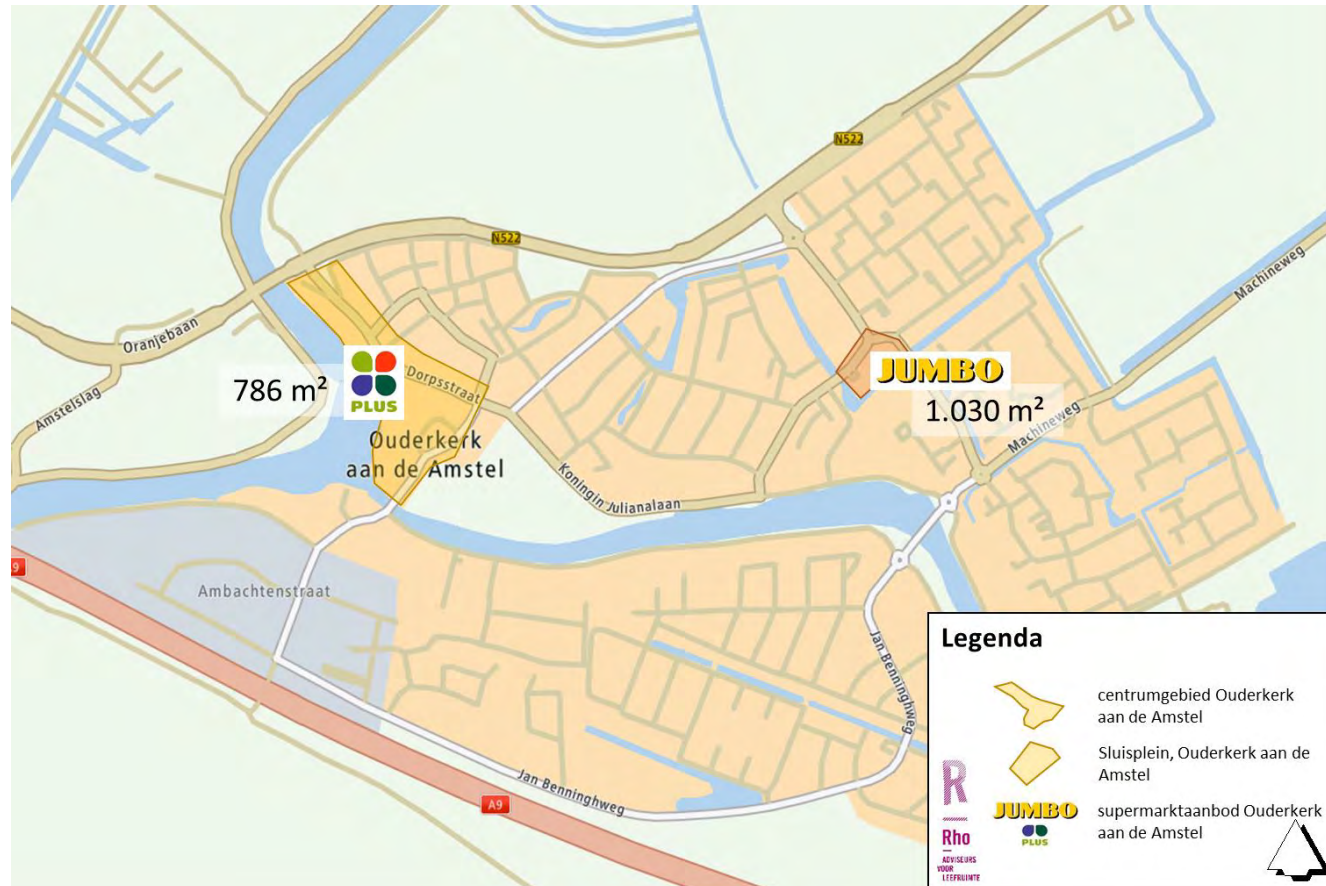
Niet-dagelijkse artikelen

(zoals mode & luxe, vrije tijd en in en om het huis)

Waar komen bestedingen in de aankooplocatie vandaan?

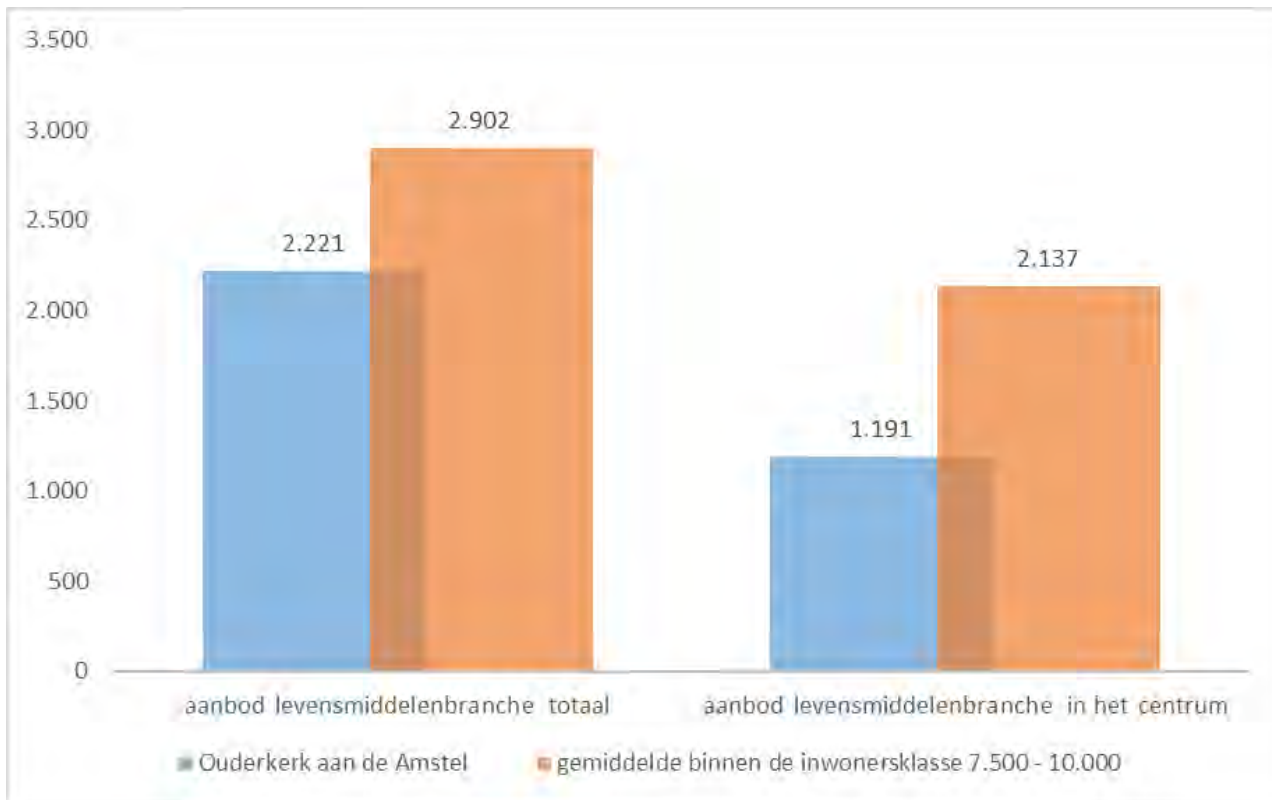


5. Analyse winkelstructuur Ouderkerk aan de Amstel



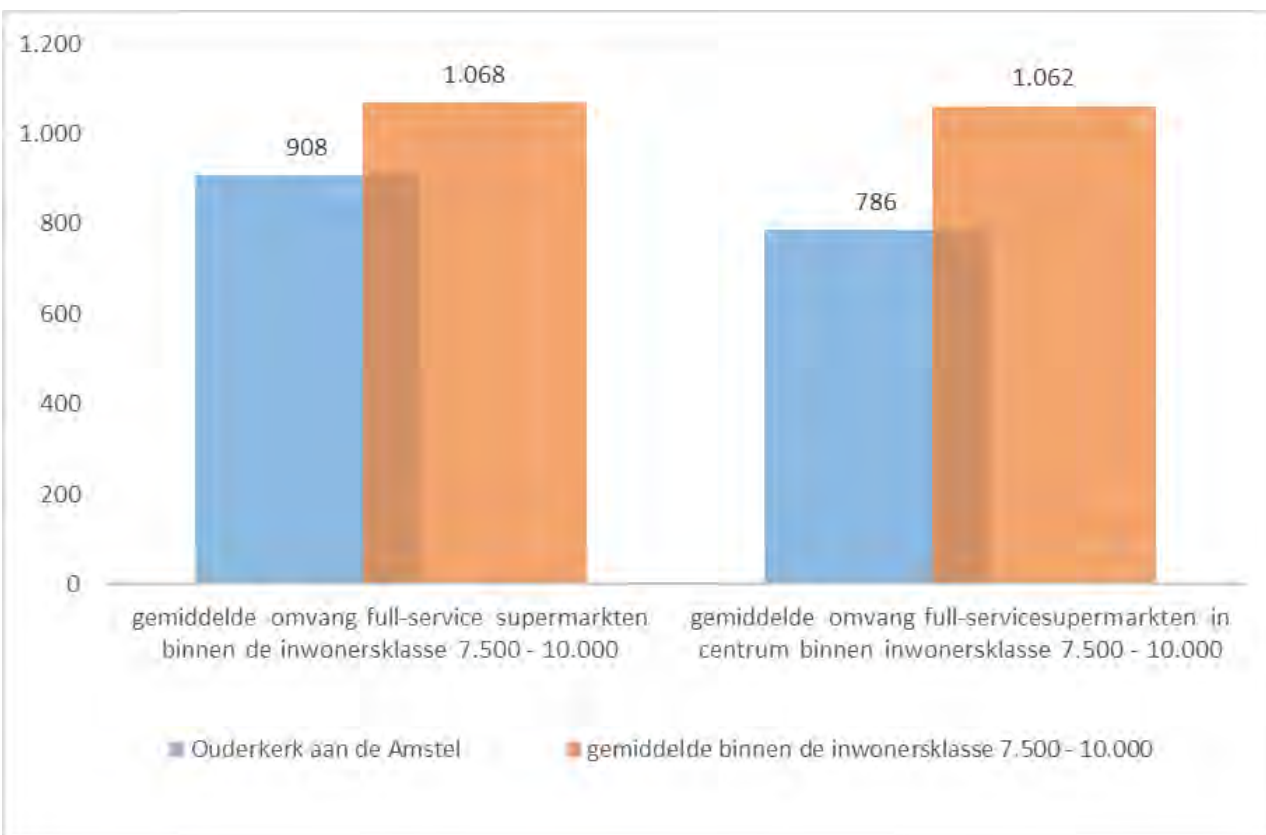
- Ouderkerk aan de Amstel kent twee supermarkten, Jumbo (Sluisplein) en Plus (centrum).
- Beide supermarkten zijn relatief klein naar moderne maatstaven. Een moderne full-service supermarkt heeft tegenwoordig een omvang van circa 1.500 m² vvo.

Benchmarkanalyse winkelaanbod levensmiddelen



- Het totale levensmiddelenaanbod (supermarkten en speciaalzaken) in Ouderkerk aan de Amstel is bijna 700 m² vvo kleiner dan gemiddeld voor deze kerngrootte = Nederlandse kernen binnen de inwonersklasse 7.500 – 10.000 inwoners.
- De omvang van het winkelaanbod levensmiddelen in het centrumgebied is bijna 950 m² vvo kleiner dan gemiddeld in kernen van deze omvang.

Benchmark supermarktaanbod



- De supermarkten in Ouderkerk aan de Amstel relatief klein: gemiddeld 908 m² vvo in Ouderkerk aan de Amstel en gemiddeld 1.068 m² vvo in kernen met een vergelijkbaar inwonertal.
- Vooral de Plus is met 786 m² vvo klein.
- De gemiddelde omvang van full-service supermarkten in centrum gebieden van vergelijkbare kernen ligt boven de 1.000 m² vvo.

* Full-service supermarkten: Albert Heijn, Boni, Coop, Deen, Dekamarkt, Emté, Jan Linders, Jumbo, Plus, Poiesz en Vomar.

Uitbreidingsbehoefte Plus

- Supermarktketen Plus is met 260 supermarkten een belangrijke speler op de Nederlandse levensmiddelenmarkt. Het doel van de supermarktketen is een duurzame bedrijfsvoering waarbij de klant centraal staat en de focus op goed eten ligt. De supermarktketen is aan te merken als full-service supermarkt. Een full-service supermarkt heeft doorgaans circa 20.000 artikelen.
- Om aan de toenemende wensen van consumenten te kunnen voldoen (ruim assortiment, gemak, comfort) hebben Plus-supermarkten een steeds groter oppervlak nodig (algemene trend / behoefte aan schaalvergroting).
- De gemiddelde omvang van een Plus-supermarkt momenteel ligt op 1.085 m² vvo (Locatus, 2018) en groeit.
- De Plus in Ouderkerk aan de Amstel meet momenteel 786 m² vvo (bron: opgave ondernemer). Dit is 28% kleiner dan de gemiddelde Plus-supermarkt.
- Om te kunnen blijven functioneren binnen de Plus-formule en het volledige assortiment van de supermarkt te kunnen presenteren zal deze supermarkt moeten uitbreiden naar een maat van ca. 1.000 – 1.200 m² vvo (dit komt overeen met 1.300 tot 1.500 m² bruto-vloeroppervlak; bvo).
- Wanneer de supermarkt niet kan uitbreiden zal deze op termijn niet meer als Plus kunnen functioneren. Alternatieve supermarktformules die wel kunnen functioneren bij een winkelomvang van 786 m² vvo zijn Coop Compact en Spar. Deze formules hebben een veel mindere aantrekkingskracht voor de consument en trekken daardoor veel minder klanten naar het centrumgebied dan een Plus.

Winkelaanbod centrum Ouderkerk aan de Amstel

- Naast supermarkt Plus zijn in het centrum vooral speciaalzaken in dagelijkse goederen gevestigd en een aantal winkels voor frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen.
- Het gaat om een bakker, 2 slagers, 2 drogisterijen, een bloemenwinkel, slijterij, groentespeciaalzaak, winkel in kantoorartikelen, kaaswinkel en een gemakswinkel.
- Het meeste winkelaanbod is geconcentreerd in de Dorpsstraat, aangevuld met een beperkt aanbod in de Kerkstraat.



6. Aanrijroutes centrumgebied Ouderkerk aan de Amstel



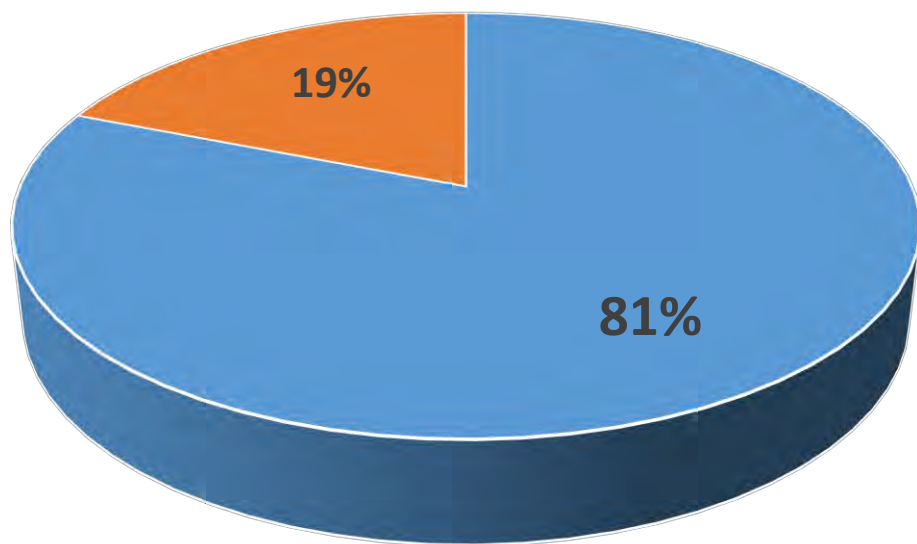
Er zijn 4 aanrijroutes richting het centrumgebied:

1. Vanuit noordwestelijke richting, via de Burgemeester Stramanweg → Hoger Eind-Zuid → Dorpsstraat.
2. Vanuit zuidelijke richting, via Achterdijk → Kerkstraat.
3. Vanuit noordoostelijke richting, via Koningin Wilhelminalaan → Dorpsstraat.
4. Vanuit zuidoostelijke richting, via Koningin Julianalaan → Dorpsstraat.

7. Resultaten klantherkomstonderzoek

- Om uitspraken te kunnen doen over de gewenste of noodzakelijke ingrepen voor de centrumstructuur is objectieve informatie benodigd c.q. er moet inzicht zijn over het daadwerkelijk gerealiseerd koopgedrag in het centrum van Ouderkerk aan de Amstel.
- In week 12 is door Rho een postcode-onderzoek uitgevoerd onder de winkeliers in de dagelijkse goederensector (Bakker Out, Drogisterij Schumacher, slagerij Stronkhorst en supermarkt Plus). Tijdens deze onderzoeksweek zijn ruim 1.200 postcodes verzameld.
- Met dit onderzoek is een nauwkeurig beeld ontstaan van de klantherkomst, maar ook over de vervoerswijze van de centrumbezoekers.

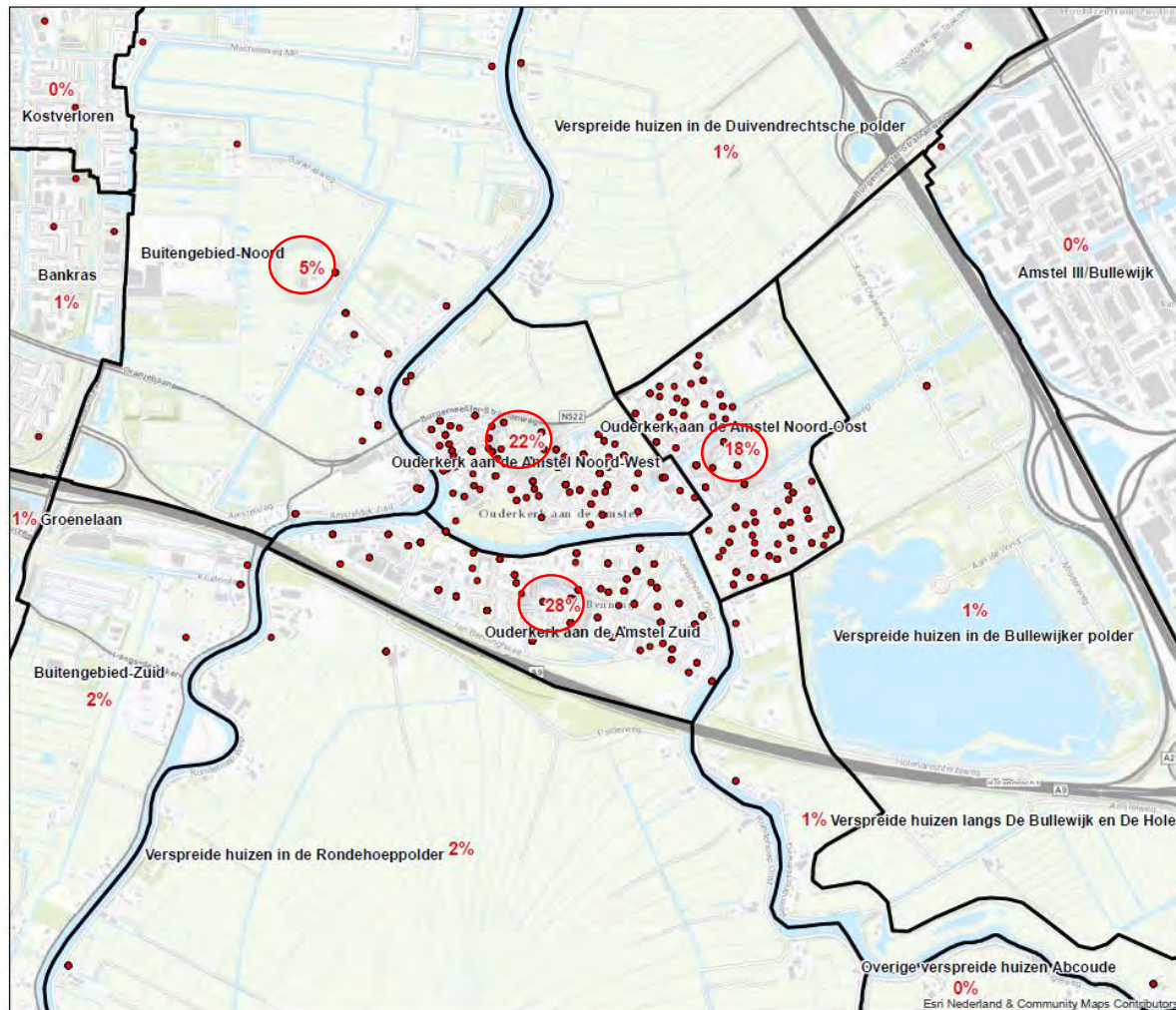
Herkomst klanten



■ Ouderkerk ad Amstel ■ elders

- 81% van de klanten komt uit de kern Ouderkerk aan de Amstel (incl. buitengebied van de kern)
- 19% komt van buiten dit gebied. Dit is een relatief hoog aandeel.

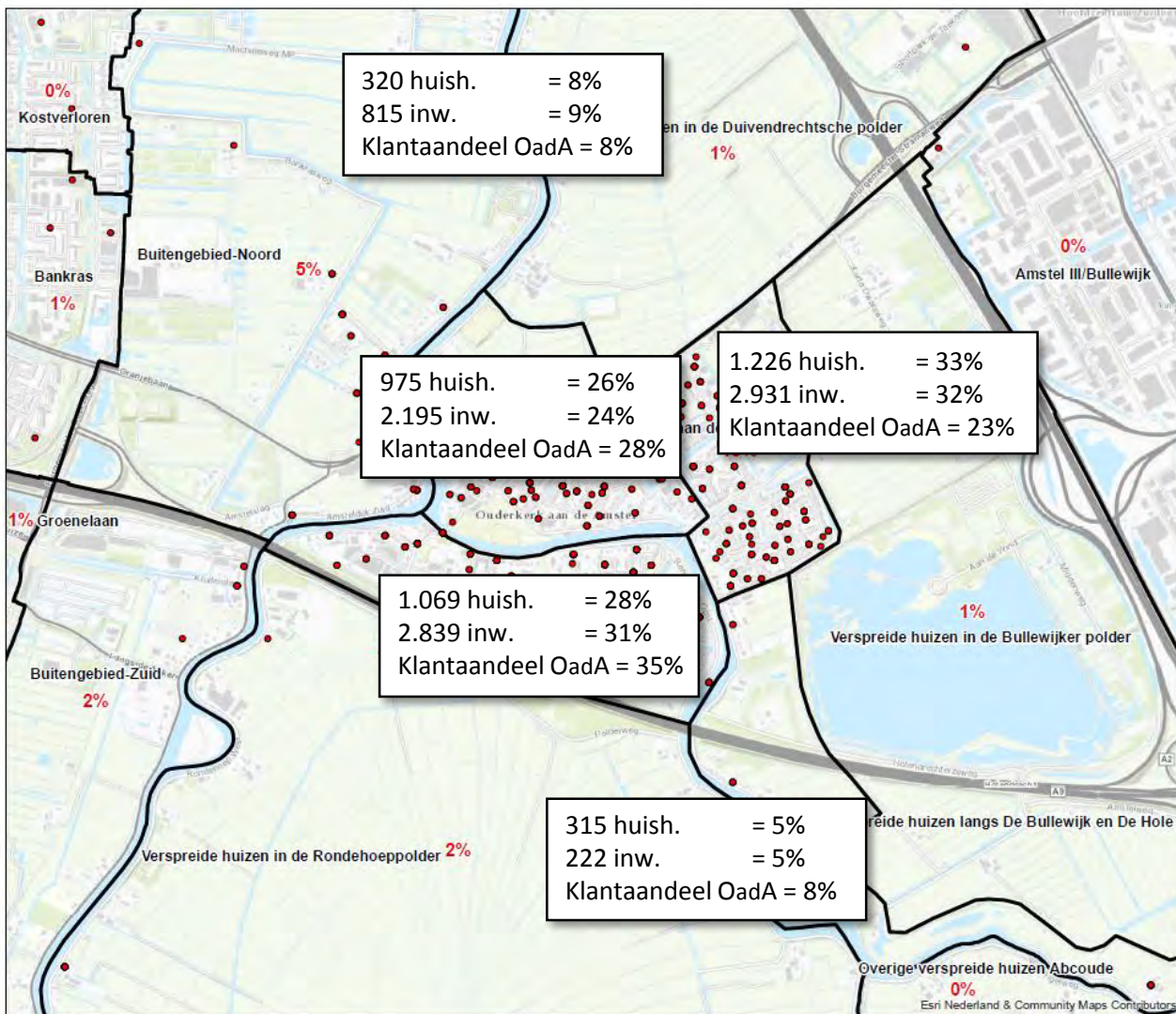
Klantherkomst naar deelgebied



81% van de klanten van het centrumgebied komt uit Ouderkerk aan de Amstel:

- 22% komt uit Ouderkerk aan de Amstel-noord-West (waar het centrumgebied in ligt).
- 18% komt uit Ouderkerk aan de Amstel-Noord-Oost (waar de Jumbo ligt).
- 28% komt uit Ouderkerk aan de Amstel-Zuid.
- De rest komt uit het buitengebied.

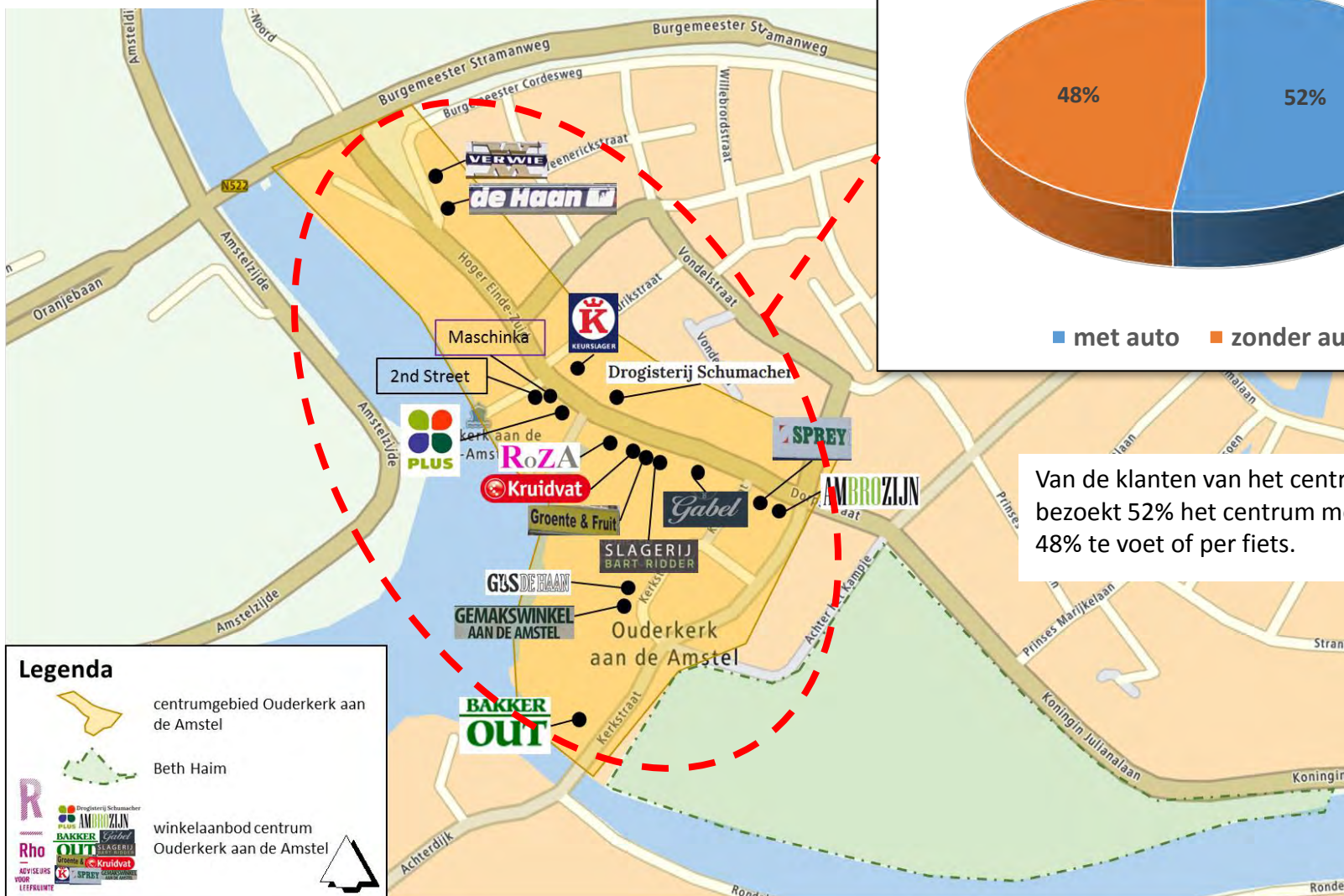
Klantaandeel - inwoneraandeel



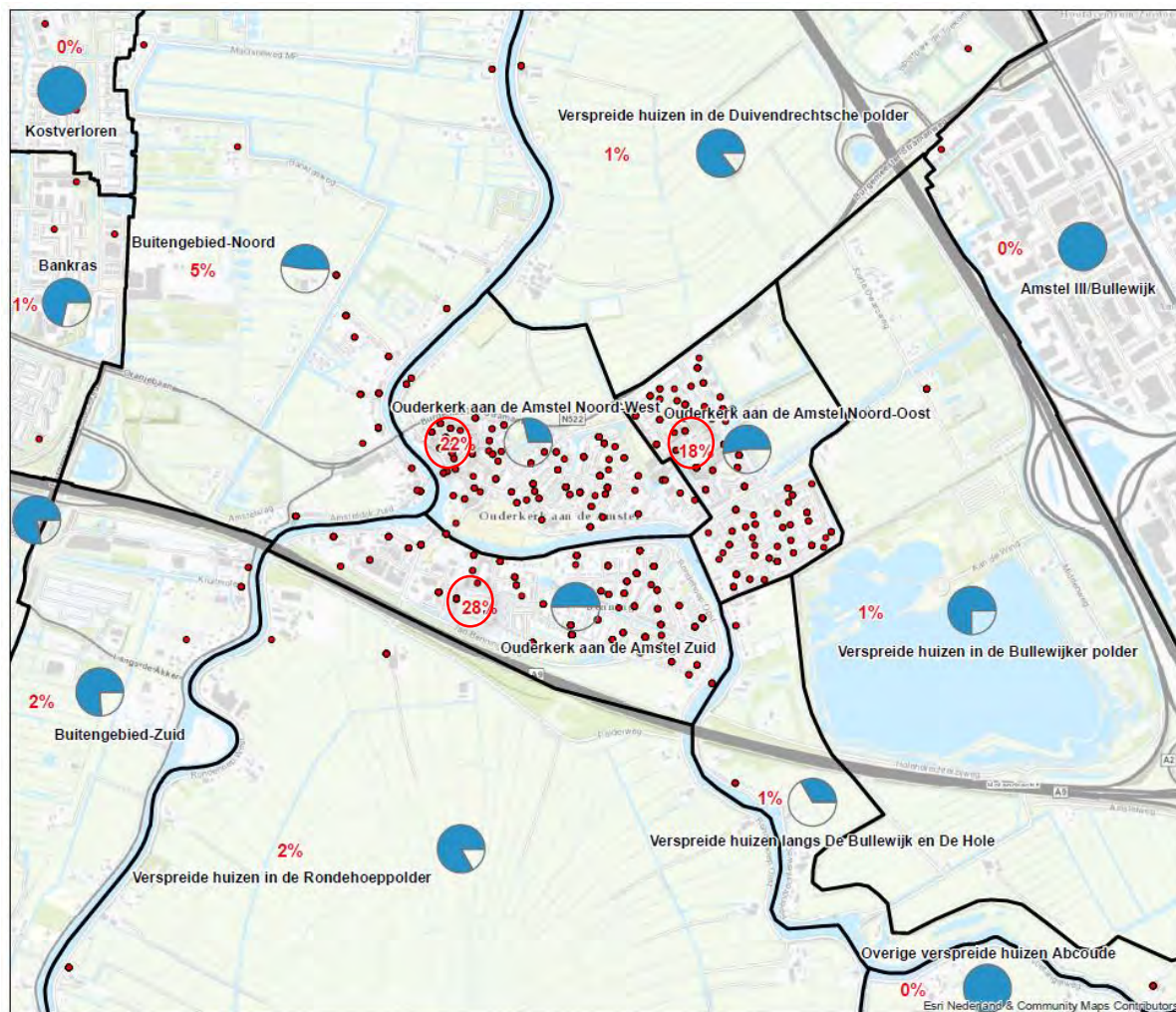
Wanneer het aandeel klanten uit de verschillende wijken van Ouderkerk aan de Amstel worden afgezet tegen het aandeel inwoners/huishoudens ontstaat het volgende beeld:

- 28% van de klanten die wonen in Ouderkerk aan de Amstel komt uit Ouderkerk ad Amstel-Noordwest (bij het centrum). Dit is beperkt hoger dan het aandeel inwoners dat daar woont (24%).
- 23% van de klanten die wonen in Ouderkerk aan de Amstel komt uit Ouderkerk ad Amstel-Noordoost. Dit is lager dan het aandeel inwoners dat daar woont (32%), maar beperkt lager wanneer rekening wordt gehouden met de aanwezigheid van de Jumbo.
- 35% van de klanten die wonen in Ouderkerk aan de Amstel komt uit Ouderkerk ad Amstel-Zuid. Dit is beperkt hoger dan het aandeel inwoners dat daar woont (31%).
- 16% van de klanten die wonen in Ouderkerk aan de Amstel komt uit het buitengebied. Dit is beperkt hoger dan het aandeel inwoners dat daar woont (14%).
- Per saldo kan worden geconcludeerd dat het centrumgebied voor alle inwoners uit de kern Ouderkerk ad Amstel een belangrijke aankoopplaats is voor de dagelijkse boodschappen.

Vervoerswijze centrumgebied



Klantherkomst en autogebruik naar deelgebied



Klantherkomst

Legenda

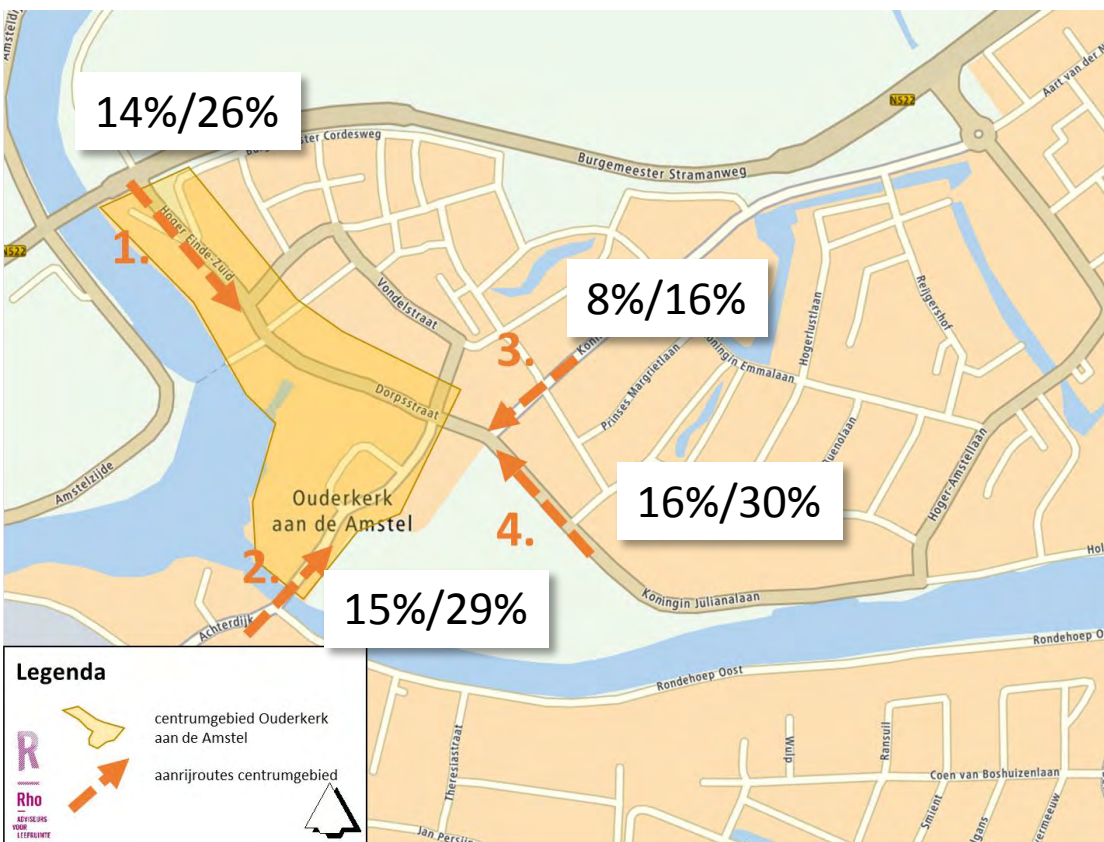
- Buurten
- Klanten met auto
- Klanten zonder auto
- Klanten

Het autogebruik varieert sterk naar herkomstgebied:

- In Noordwest – nabij het centrum is het autogebruik relatief laag < 30%.
- In de overige wijken van Ouderkerk aan de Amstel ligt het autogebruik voor het bezoek aan het centrum net boven de 50%.
- Voor de overige gebieden van Ouderkerk en voor bezoekers van buiten Ouderkerk ligt het autogebruik boven de 70%.



Aanrijroutes centrumgebied Ouderkerk aan de Amstel



Er zijn grofweg 4 aanrijroutes richting het centrumgebied. Op basis van het klantherkomstonderzoek is per postcode berekend wat de kortste en meest logische route is naar het centrumgebied voor klanten die met de auto komen. In totaal komt 52% van de klanten met de auto naar het centrumgebied. Op de kaart is de verdeling te zien van de klanten die met de auto zijn gekomen en het aandeel van het aantal auto's:

1. 14% van het totaal aantal klanten en 26% van het aantal auto's komt vanuit noordwestelijke richting, via de Burgemeester Stramanweg → Hoger Eind-Zuid → Dorpsstraat.
2. 15% van het totaal aantal klanten en 29% van het aantal auto's komt vanuit zuidelijke richting, via Achterdijk → Kerkstraat.
3. 8% van het totaal aantal klanten en 16% van het aantal auto's komt vanuit noordoostelijke richting, via Koningin Wilhelminalaan → Dorpsstraat.
4. 16% van het totaal aantal klanten en 30% van het aantal auto's komt vanuit zuidoostelijke richting, via Koningin Julianalaan → Dorpsstraat.

Mogelijke gevolgen wijziging verkeerssituatie Kerkbrug

- Een van de voorgestelde verkeersmaatregelen voor het centrumgebied is het aanpassen van de verkeerssituatie bij de Kerkbrug. Er wordt overwogen om de Kerkbrug geheel af te sluiten voor gemotoriseerd verkeer. Op basis van het klantherkomstonderzoek wordt geadviseerd om de Kerkbrug niet af te sluiten voor gemotoriseerd verkeer. De autobereikbaarheid via de Kerkbrug is voor 15% van het aantal klanten aan het centrum van (groot) belang. 28% van de klanten/omzet komt uit het zuidelijke deel van Ouderkerk aan de Amstel.
- Naast de gegevens uit het klantherkomstonderzoek is de autobereikbaarheid om de volgende redenen van belang:
 - Uit jarenlang consumentenonderzoek blijkt dat afstand en bereikbaarheid het belangrijkste keuzemotief is voor een supermarkt (46% van de consumenten kiest voor de dichtstbijzijnde supermarkt als primaire supermarkt, Deloitte Consumentenonderzoek, 2017).
 - Daarbij gaat de helft van de consumenten met de auto boodschappen doen (landelijk gemiddelde 49%; in Ouderkerk aan de Amstel 52%).
 - Mocht de Kerkbrug worden afgesloten voor gemotoriseerd verkeer dan is voor veel consumenten supermarkt Jumbo aan het Sluisplein het dichtstbijzijnde alternatief. Het evenwicht tussen beide supermarkten kan hierdoor verschuiven, waardoor Plus te maken krijgt met negatieve omzeteffecten.

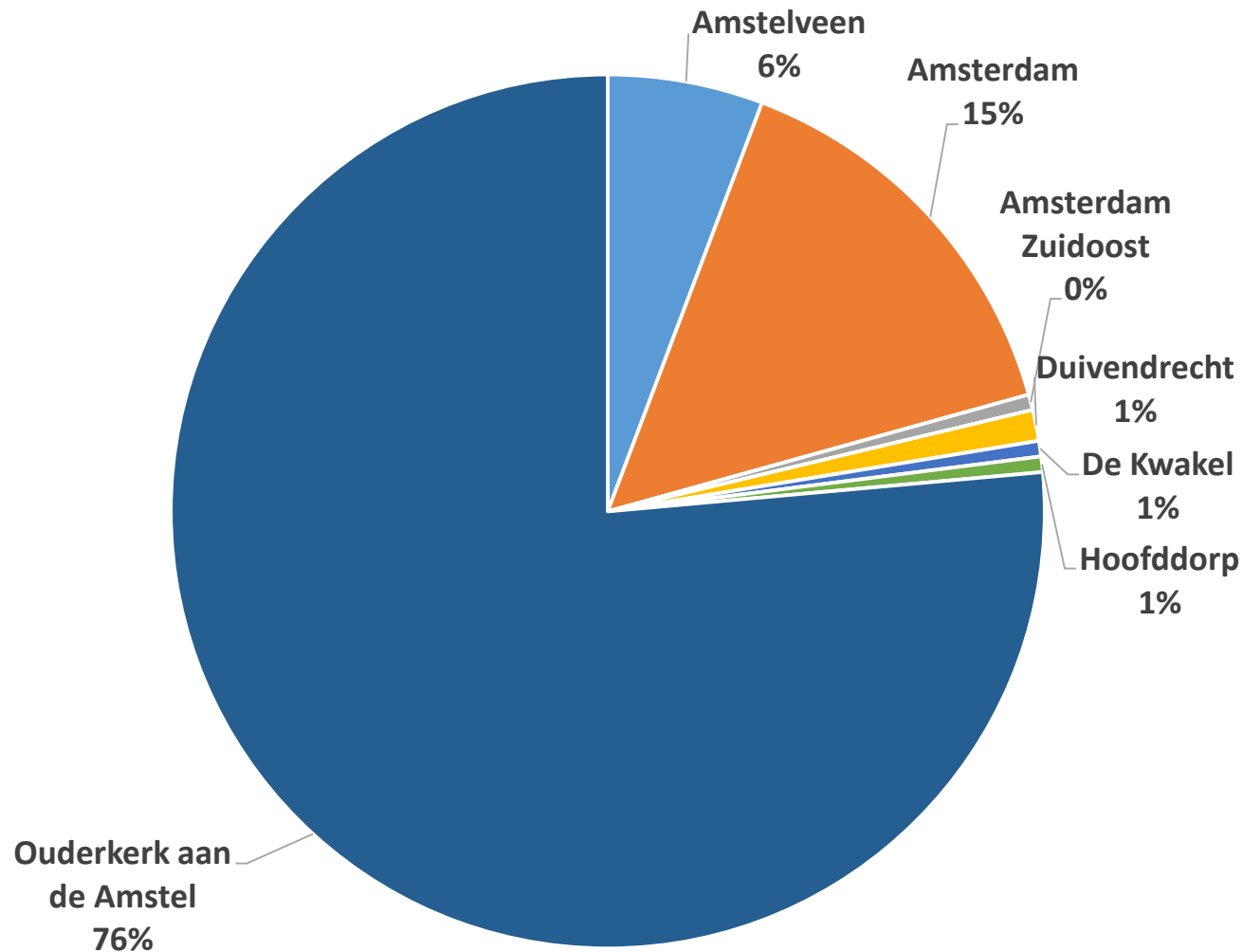
Indicatie omzeteffecten

28% van de klanten in het centrum komt uit Ouderkerk aan de Amstel - Zuid. Uit het klantherkomstonderzoek blijkt dat deze groep 8% meer besteedt per bezoek dan het gemiddelde. Hierdoor komt circa 30% van de bestedingen uit Ouderkerk-Zuid. Ca. 55% van de bezoekers uit dit gebied bezoekt het centrum per auto. Dit leidt tot 17% van de bestedingen. Autobezoekers besteden echter substantieel meer (ca. 50%) per bezoek dan niet autobezoekers. Hierdoor kan beredeneerd worden dat ca. 25% van de bestedingen in het centrum van autobezoekers uit Ouderkerk-zuid komt. Wanneer deze consumenten, omdat men moet omrijden en dan als eerste langs de (grotere) Jumbo komt, tussen de 20% en 25% minder in het centrum besteden, leidt dit tot een omzetverlies van tussen de 4% en 6%. Bij gelijkblijvende kosten heeft een dergelijk omzeteffect grote invloed op de winstgevendheid van een onderneming. Vanwege de mate van combinatiebezoek tussen supermarkt Plus en de omliggende speciaalzaken zullen de omzeteffecten ook optreden bij deze speciaalzaken.

8. Resultaten consumentenquêtes

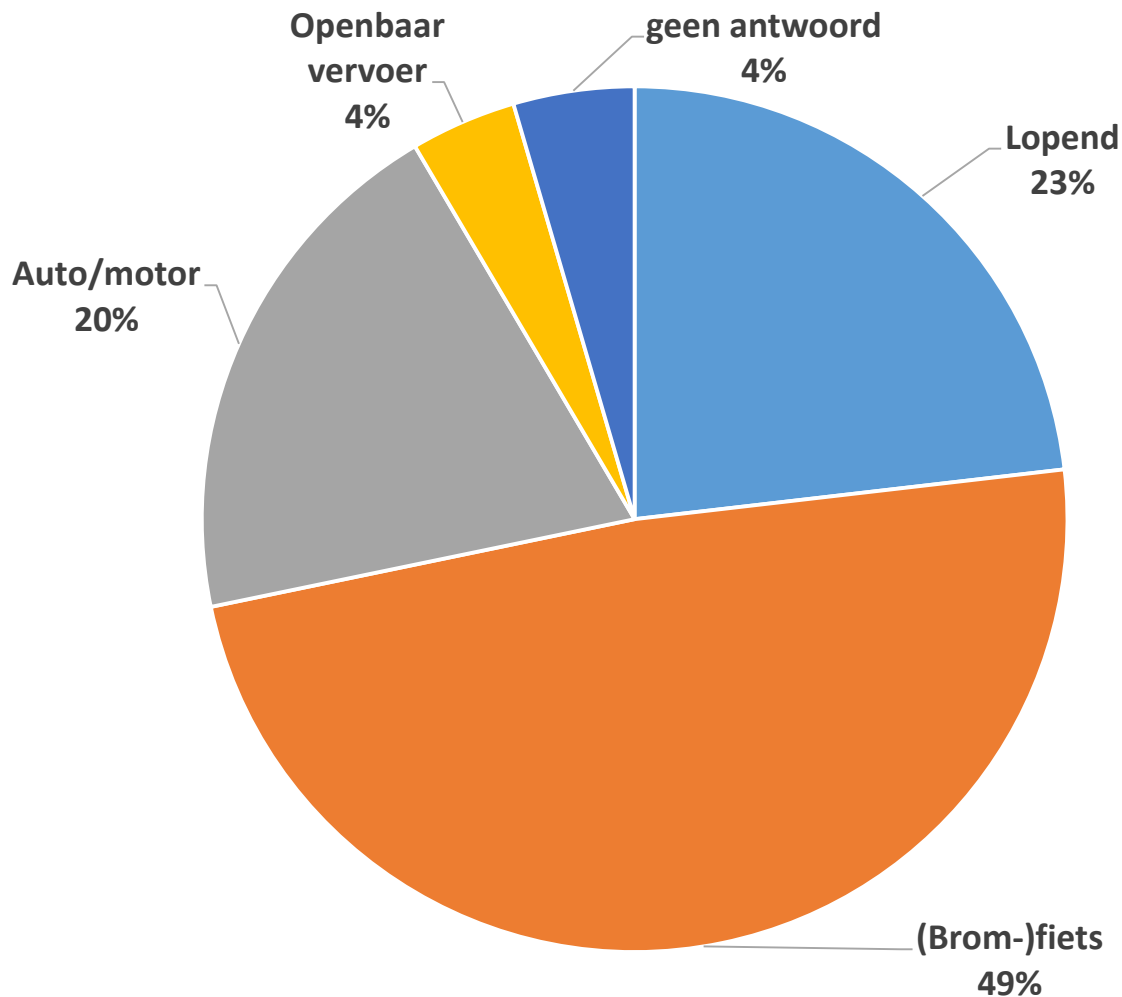
- In week 14 van 2018 zijn op donderdag 5 april en zaterdag 7 april consumentenquêtes afgenomen.
- Met het onderzoek zijn ruim 175 consumenten geënquêteerd.
- Met dit onderzoek is een inschatting gemaakt van de mate van combinatiebezoek tussen de verschillende winkels in het centrum, maar ook is inzichtelijk geworden wat de sterke – en zwakke punten zijn van het centrum.

Herkomst consument



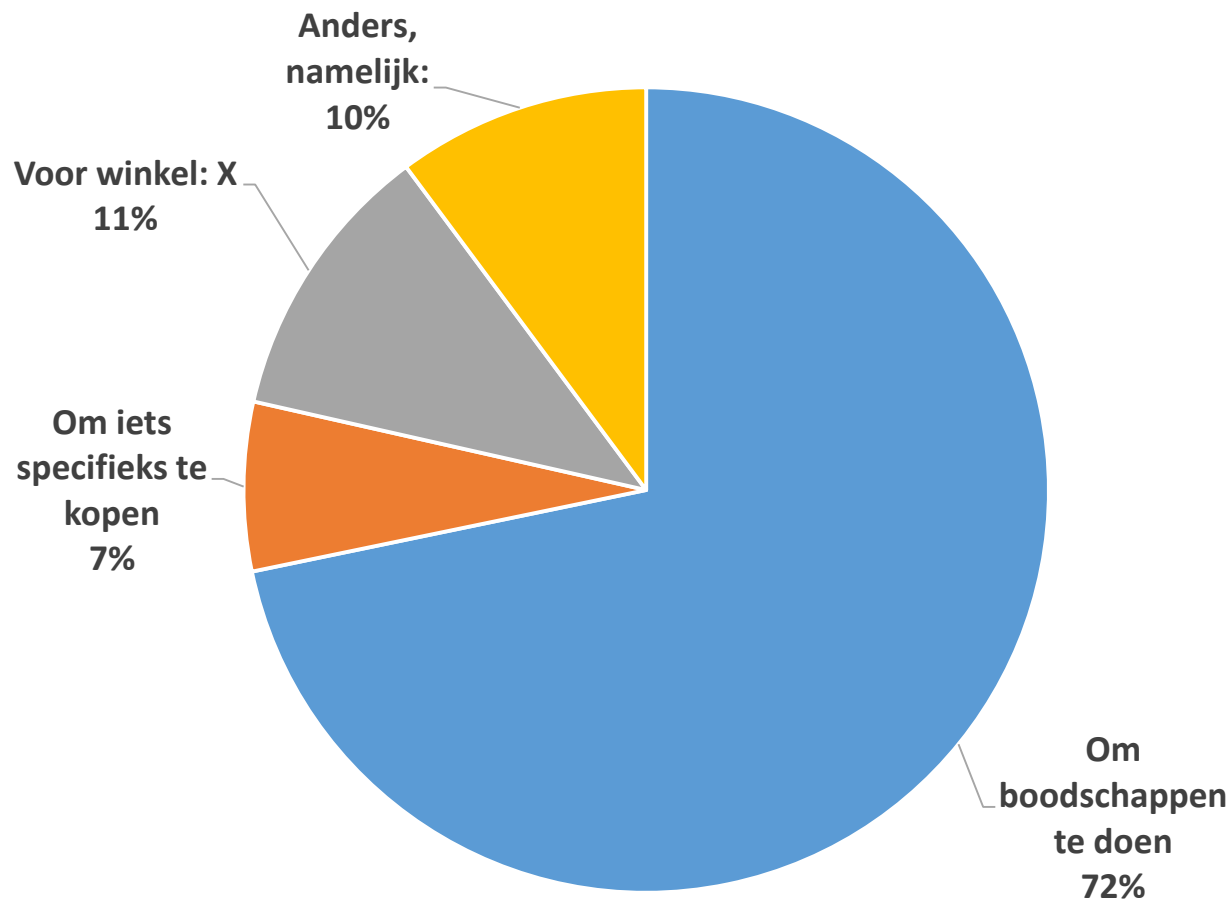
- 76% van de ondervraagden komt uit Ouderkerk aan de Amstel.
- Het betreft relatief veel mensen uit Amsterdam die, vooral op zaterdag het centrum recreatief hebben bezocht (mooi weer).

Vervoerswijze



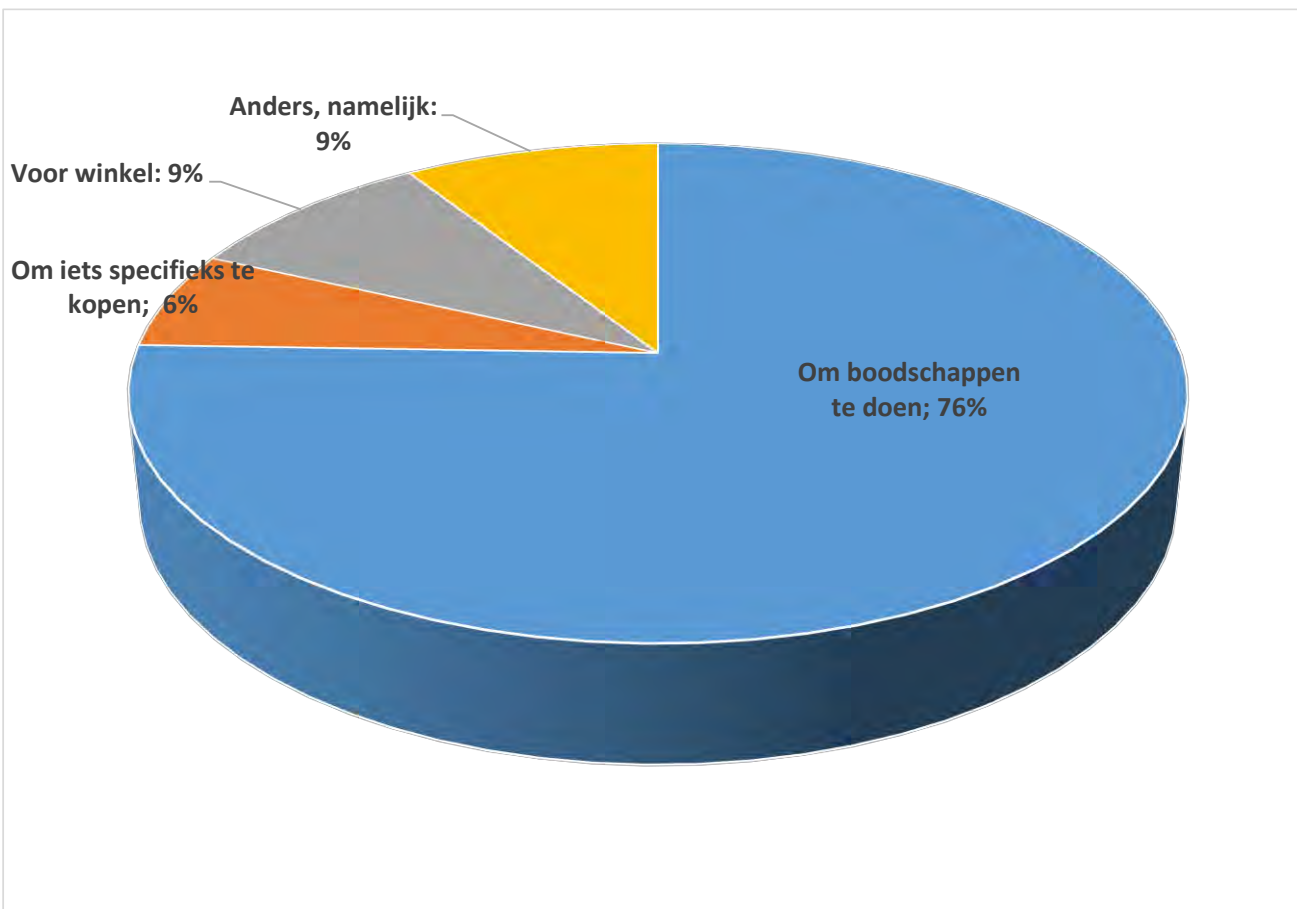
- Autogebruik is relatief laag op de onderzoeksdagen van de enquête.
- Het aandeel fietsers is hoog.
- Verklaring: het mooie weer op zaterdag 7 april.

Bezoekmotief



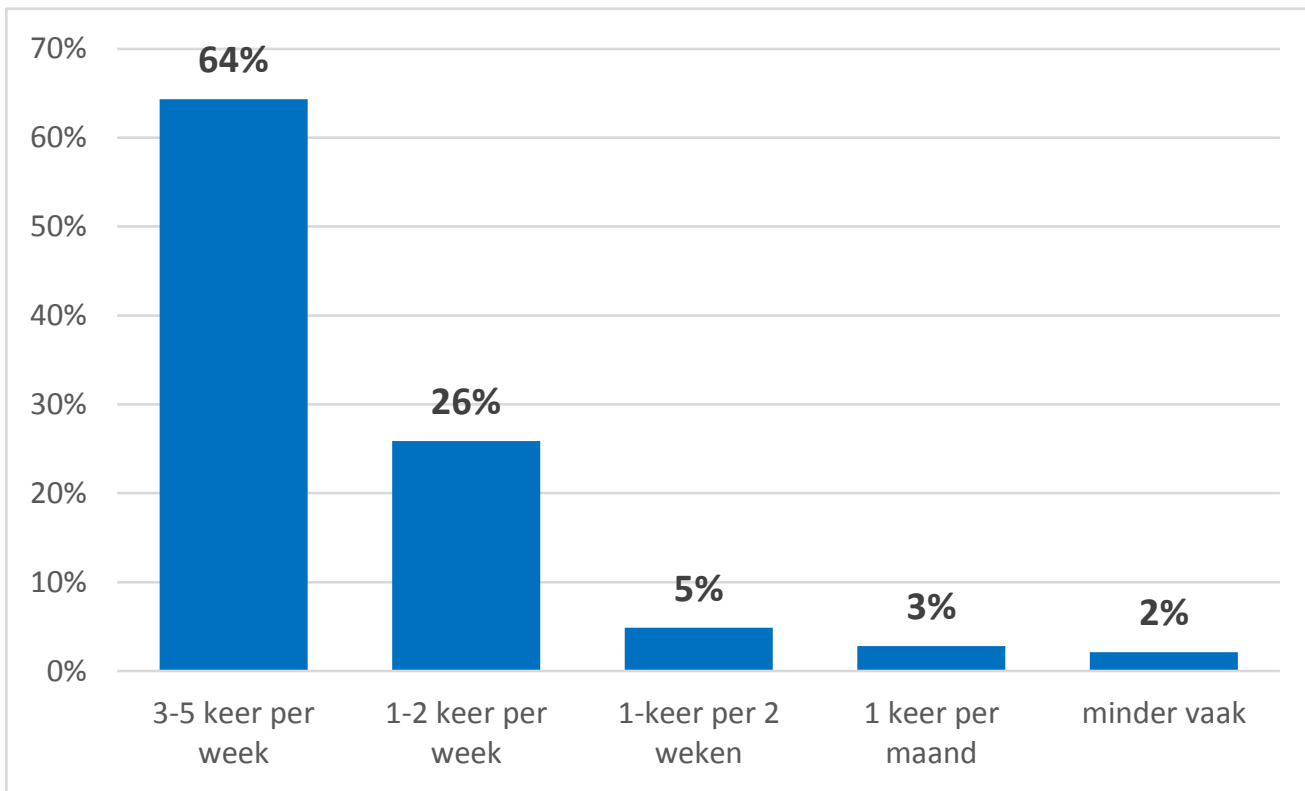
- Het overgrote deel van de consumenten komt naar het centrum om boodschappen te doen.
- In de categorie 'anders' zijn vooral recreatieve motieven genoemd.

Bezoekmotief 'Ouderkerkers'



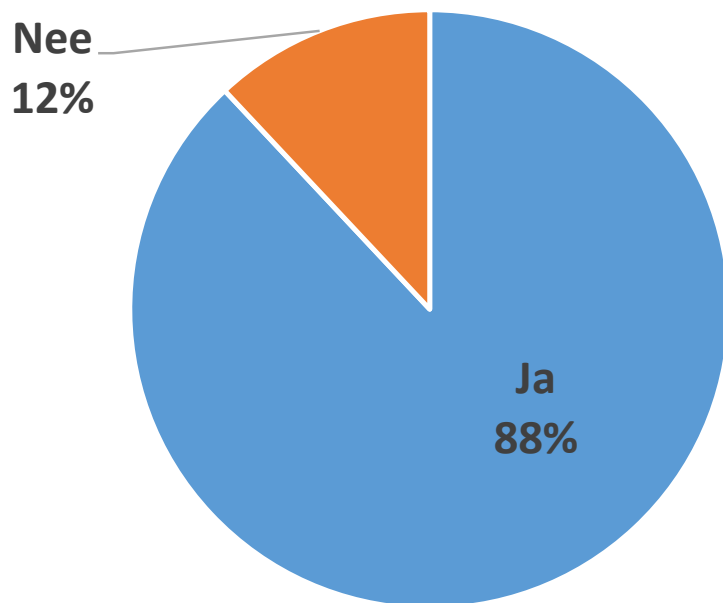
- Voor de groep - inwoners van Ouderkerk aan de Amstel is eenzelfde patroon herkenbaar.
- Het belangrijkste bezoekmotief is boodschappen doen.

Bezoekfrequentie centrum 'Ouderkerkers'



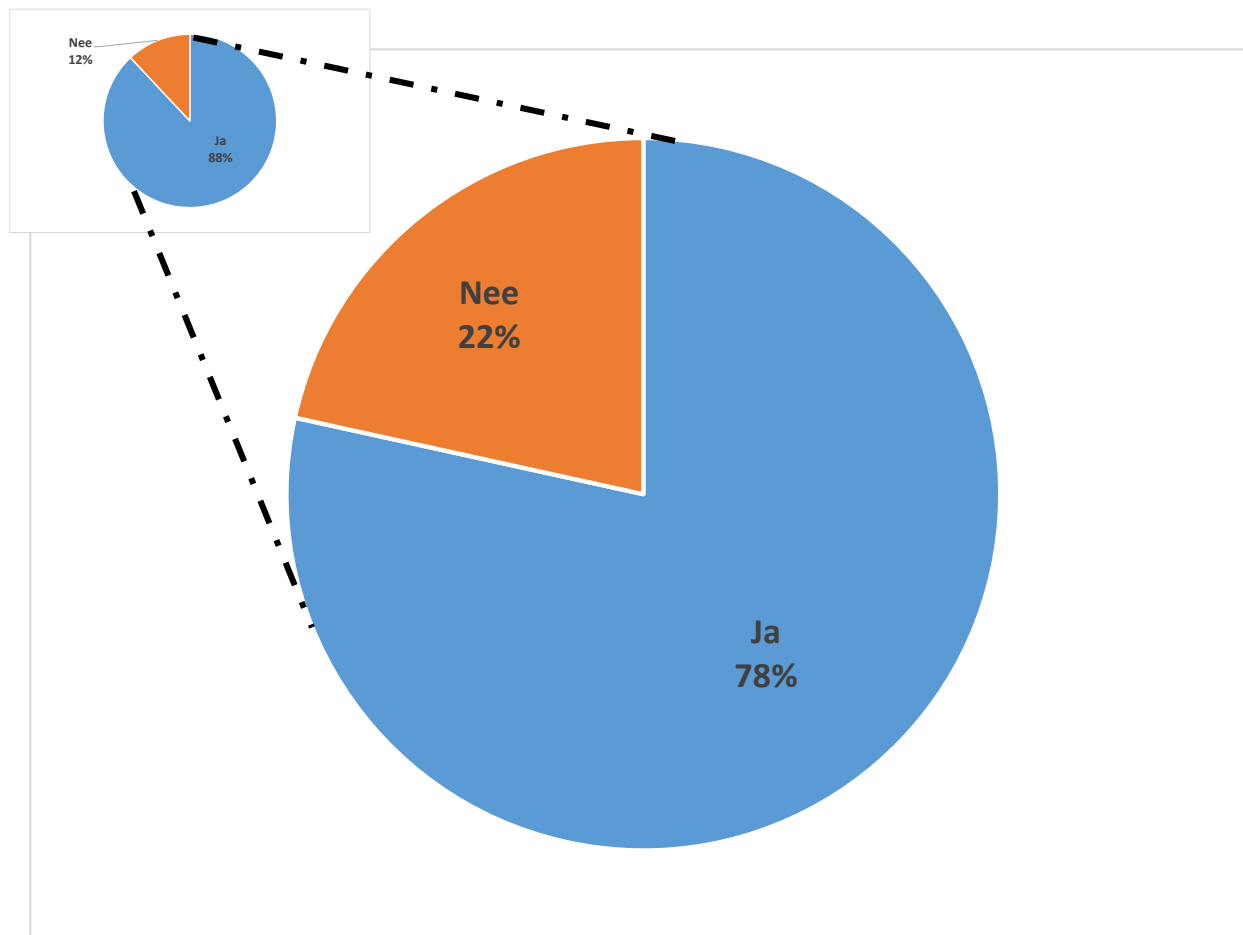
- Gemiddeld bezoekt de consument die in Ouderkerk aan de Amstel woont het centrum 3 keer per week.

Plus bezocht of is van plan Plus te bezoeken?



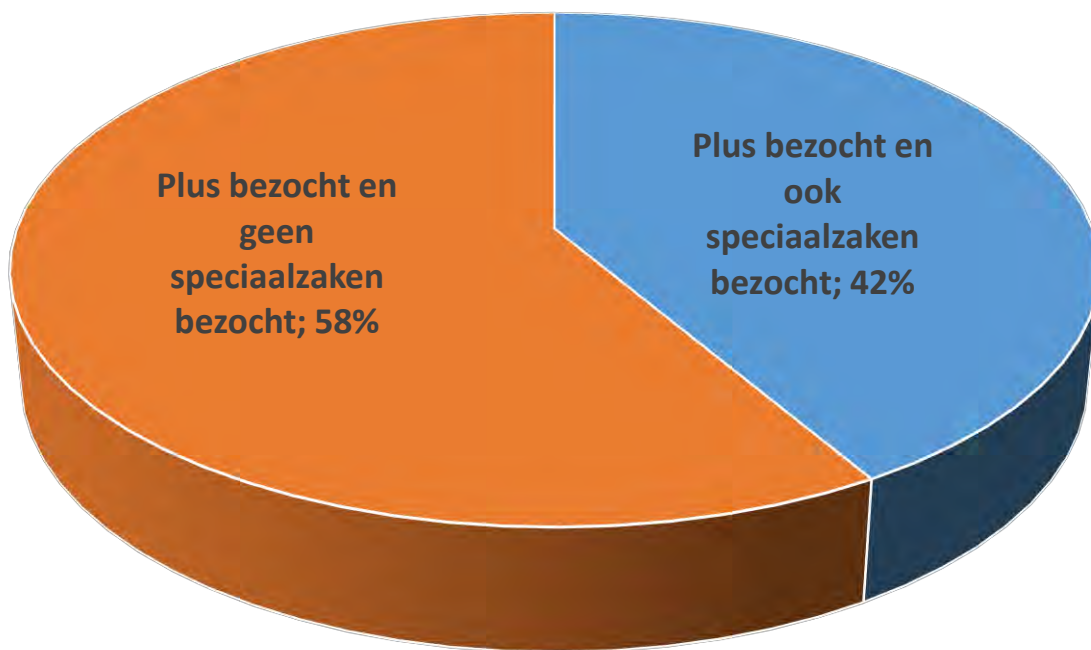
- 88% van de respondenten geeft aan dat zij naar de Plus gaan, of willen gaan.
- Plus heeft dus een belangrijke trekkersfunctie voor het centrumgebied.

Is Plus de hoofdreden om het centrum te bezoeken?



- Van de 88% die de Plus bezoeken geeft 78% aan dat het supermarktbezoek ook de belangrijkste reden is om naar het centrum te komen.

Combinatiebezoek 'Ouderkerkers'

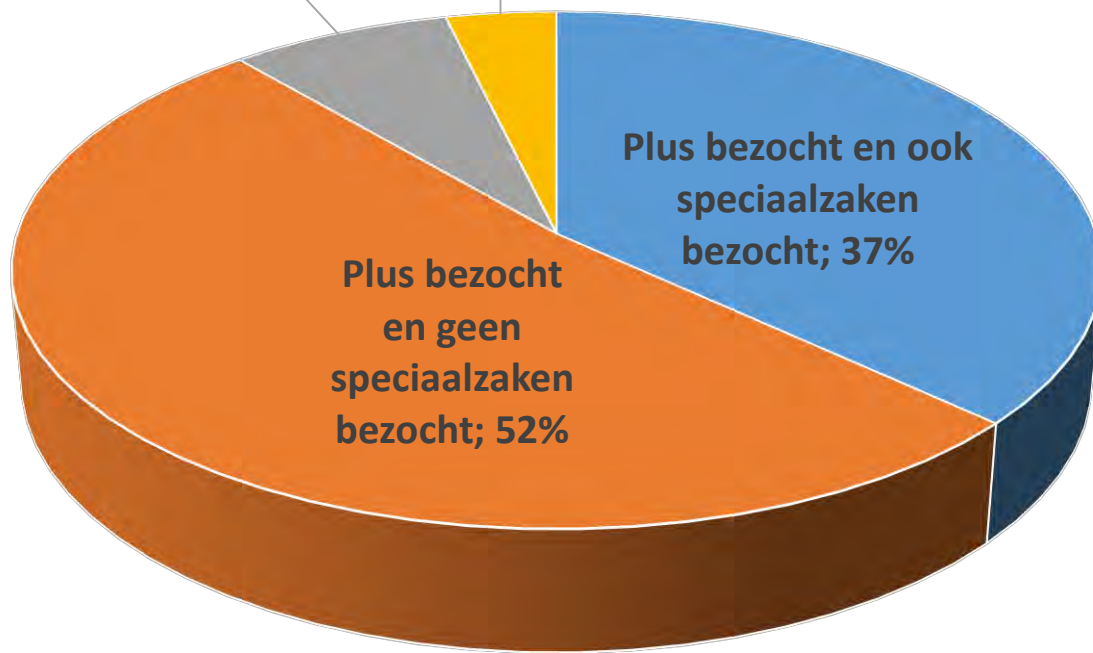


- Meer dan de helft van de ondervraagden (58%) geeft aan naast Plus geen speciaalzaken te gaan bezoeken of hebben bezocht.
- 42% geeft aan ook (minstens) één speciaalzaak te gaan bezoeken of hebben bezocht.
- Gemiddeld bezoekt men 2,3 keer per week een speciaalzaak.

Combinatiebezoek 'Ouderkerkers'

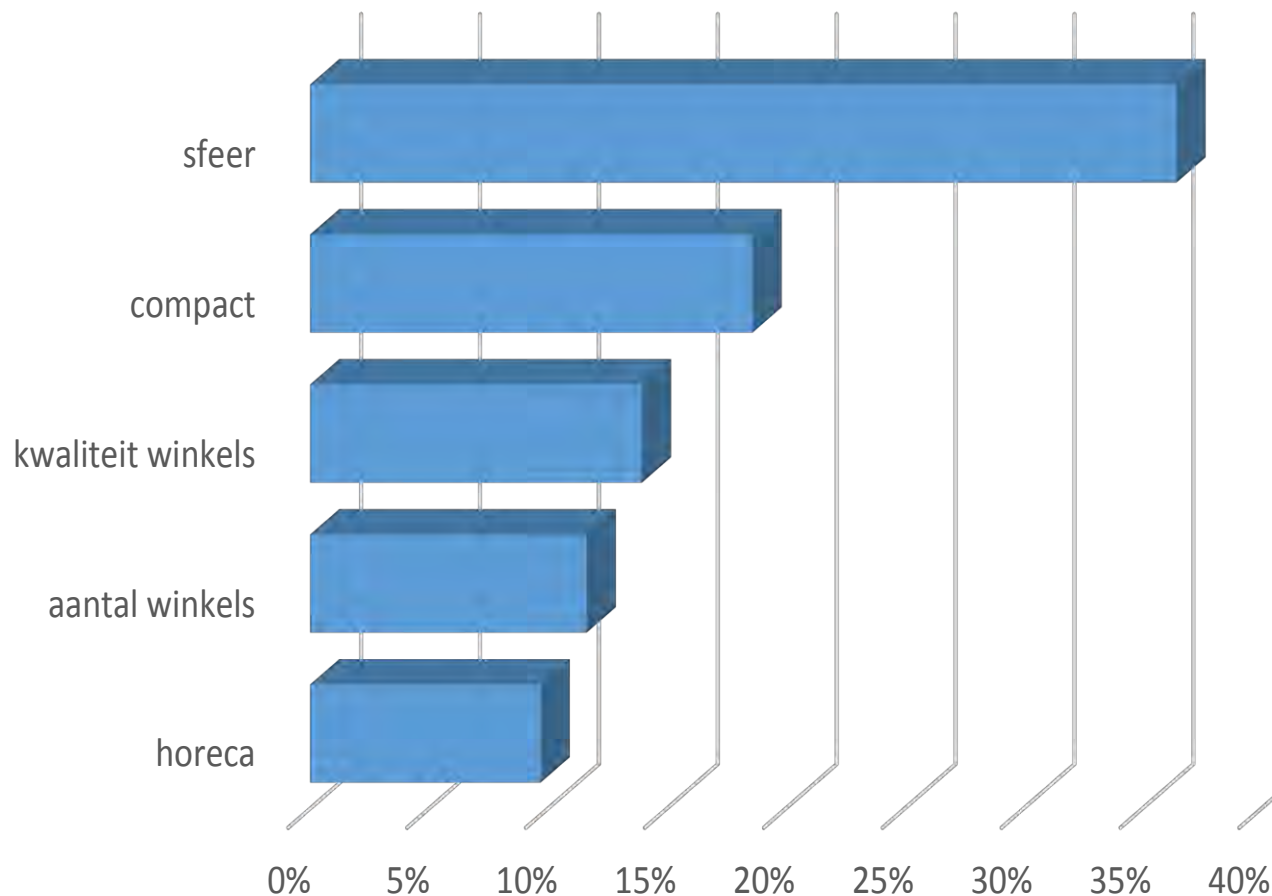
geen Plus bezocht
wel speciaalzaak
bezocht; 8%

geen Plus bezocht geen
speciaalzaak bezocht; 4%



- 96% van de bezoekers aan het centrum geeft aan de supermarkt of minstens één van de speciaalzaken te bezoeken.
- 52% bezoekt alleen de Plus.
- 37% bezoekt de Plus én één of meerdere speciaalzaken.
- 8% bezoekt alleen één of meerdere speciaalzaken en niet de supermarkt.

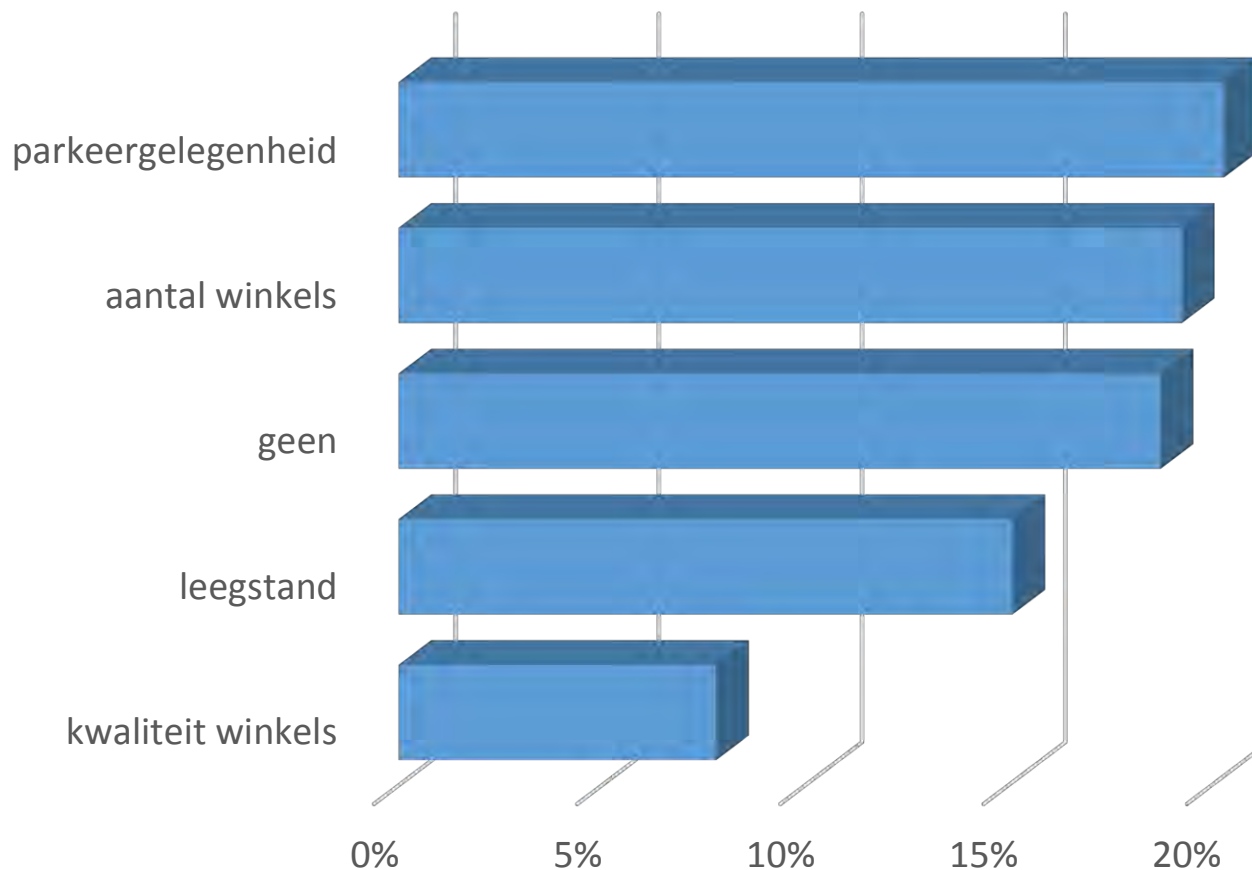
Sterke punten centrum



Gevraagd is naar de **sterke** punten van het centrumgebied (als open vraag):

- Sfeer is het belangrijkste sterke punt van het centrumgebied.
- Daarnaast wordt de compactheid genoemd en in iets mindere mate de kwaliteit van de winkels.
- Het aantal winkels en de horeca worden ook genoemd.

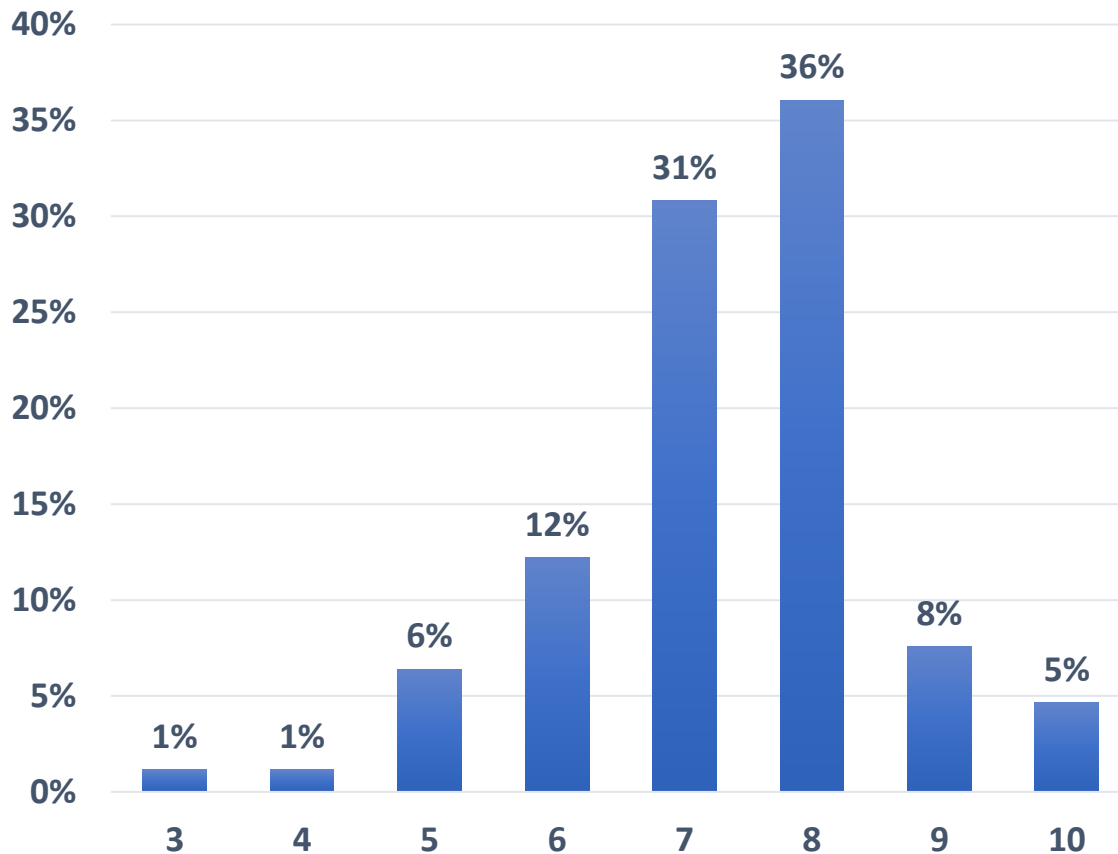
Zwakke punten centrum



Gevraagd is naar de **zwakke** punten van het centrumgebied (als open vraag):

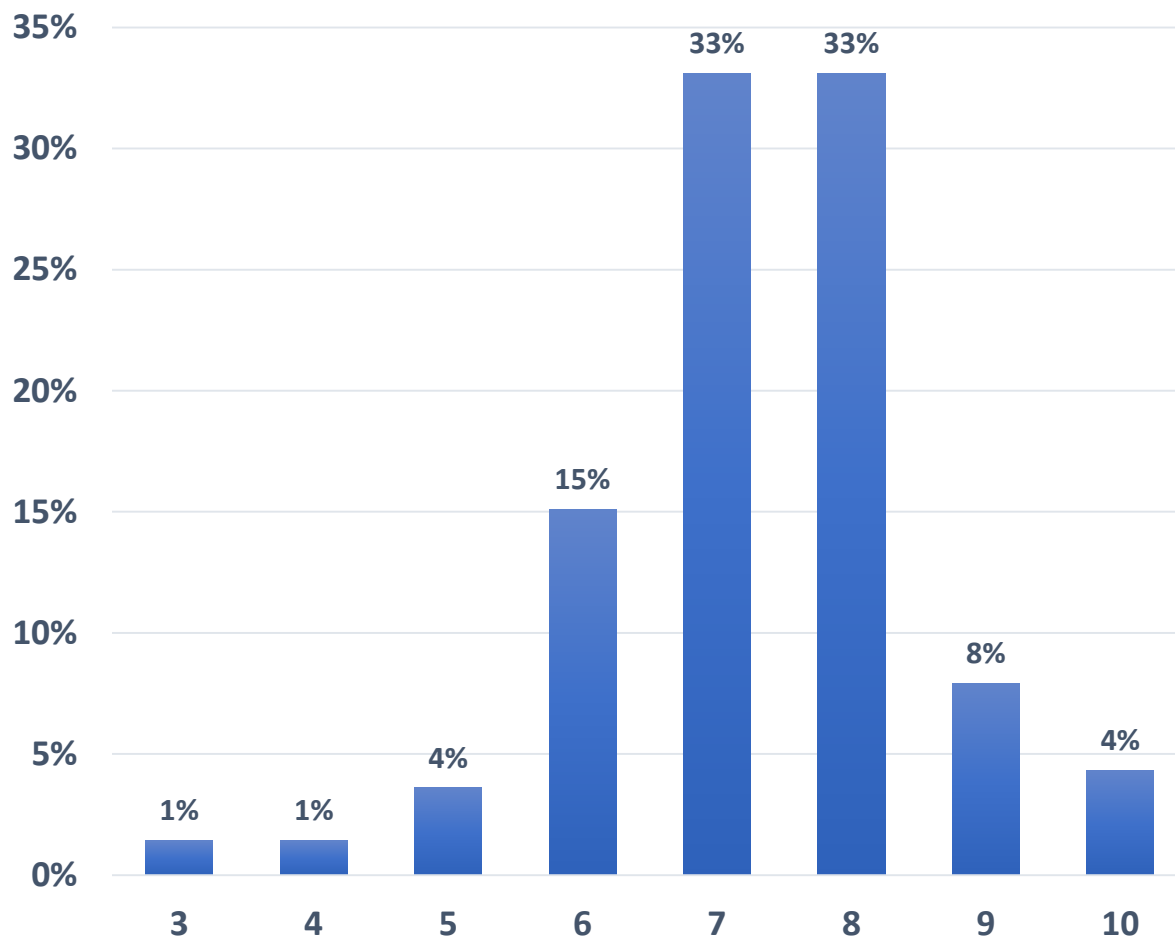
- Relatief veel mensen geven aan geen zwak punt te kunnen noemen van het centrum.
- Parkeren is het meest genoemde zwakke punt gevolgd door het geringe aantal aanwezige winkels.
- Opmerkelijk is het noemen van leegstand. Er is namelijk nauwelijks actuele leegstand. Die is er wel beperkt geweest en de Blokker is omgezet in een Op=Op winkel. Deze vestigt zich vaak in leegstaande panden.
- Tenslotte wordt door een klein aantal mensen de kwaliteit van de winkels genoemd.

Waardering voor het centrum



- De gemiddelde waardering van alle centrumbezoekers is een 7,26.
- Slechts 8% geeft het gebied een onvoldoende.
- 49% geeft het gebied een 8 of hoger.
- De gemiddelde waardering in het Koopstromenonderzoek (KSO) Randstad 2016 was 7,8.
- Dit was hoger dan de benchmark voor vergelijkbare kernen (KSO 2016: 7,7).

Waardering voor het centrum *'Ouderkerkers'*



- De gemiddelde beoordeling van de 'Ouderkerkers' is nog iets hoger met 7,35.
- De gemiddelde beoordeling van de 'niet-Ouderkerkers' is 6,75.
- 6% van de Ouderkerkers geeft het centrum een onvoldoende en 45% een 8 of hoger.

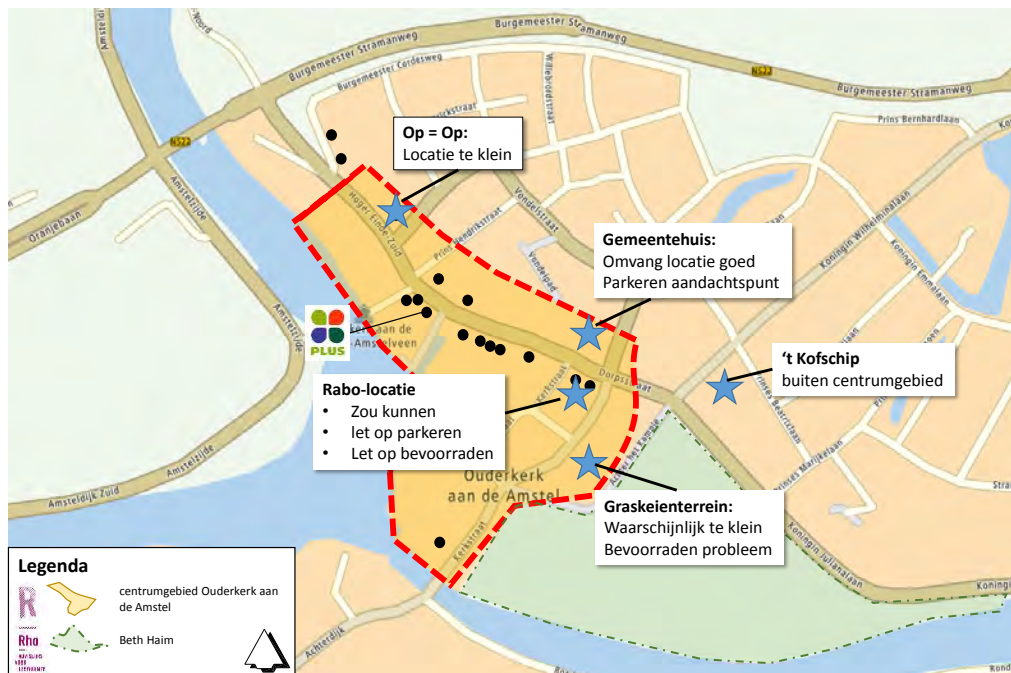
9. Conclusie

Wat zijn de gevolgen voor de detailhandelsstructuur als de supermarkt verplaatst naar het Kampje of een andere locatie in het centrum?

- Op basis van het klantherkomstonderzoek en de consumentenquêtes kan worden geconcludeerd dat supermarkt Plus een cruciale trekker is voor het centrumgebied én dat het centrumgebied functioneert als één geheel. Consumenten maken een rondje door het centrum. Speciaalzaken dichtbij de supermarkt worden niet meer of minder in combinatie met de supermarkt bezocht dan speciaalzaken die verder van de supermarkt af liggen. Alle speciaalzaken liggen op loopafstand van de supermarkt / parkeergelegenheid. Men parkeert één keer in het centrum en bezoekt van daaruit de winkels.
- Gezien het bovenstaande is het vooral van belang dat de supermarkt binnen het centrum blijft / binnen het centrum wordt verplaatst en is de exacte locatie binnen het centrum minder van belang.

Er is een aantal potentieel beschikbare locaties:

- De Rabobank-locatie/het Kampje: ligt in het centrum, qua omvang geschikt, parkeren en bevoorrading zijn aandachtspunt.
- De Op=Op locatie: ligt in het centrum, is te klein zowel voor de supermarkt als voor het parkeren.
- Het graskeienterrein: ligt in het centrum. Supermarkt met parkeren op maaiveld en bevoorrading vraagt dermate veel ruimte op deze locatie dat ook een deel van het bestaande Kampje nodig is om het parkeren af te wikkelen. Dat gaat ten koste van de gebruiksmogelijkheden van 't Kampje. Uitbreiding richting Beth Haim is niet mogelijk.
- De gemeentehuis-locatie: ligt in het centrum, sloop-nieuwbouw noodzakelijk, parkeren is aandachtspunt.
- De schoollocatie 't Kofschip: ligt buiten het centrum.



9. Conclusie

Wat zijn de gevolgen voor de detailhandelsstructuur als de supermarkt niet verplaatst?

- Supermarkt Plus is te klein om ook in de toekomst als full-service supermarkt (Plus) te kunnen blijven functioneren. De omvang van de winkel én de beperkte parkeermogelijkheden leggen een zodanige druk op de omzet dat er geen economisch-duurzame exploitatie mogelijk blijft. Wanneer de supermarkt niet kan uitbreiden, is de kans groot dat de Plus-supermarkt op termijn moet gaan sluiten of zal worden omgezet naar een buurtsupermarkt (Spar / Coop Compact). Dit zal – zeker in combinatie met het uitbreiden van de Jumbo elders in het dorp – leiden tot een sterke afname van het bezoek aan het centrum. Dit zal ook leiden tot een afname van het bezoek aan de speciaalzaken en dus tot een afname van het aantal winkels in het centrumgebied.

Wat zijn de gevolgen van mogelijke verkeersmaatregelen in de Kerkstraat en op de Kerkbrug voor de detailhandelsvoorzieningen in het centrum?

- Uit klantherkomstonderzoek blijkt dat een significant aandeel (28%) van de klanten/omzet uit Ouderkerk aan de Amstel – Zuid komt (ten zuiden van de Amstel). Het gemiddelde autogebruik vanuit dit gebied is met 52% relatief hoog. De Kerkbrug is een belangrijke aanrijroute voor autoverkeer (29% van autoverkeer), richting het centrum voor de inwoners uit Ouderkerk aan de Amstel – Zuid.
- Het volledig afsluiten van deze brug voor autoverkeer zal leiden tot een afname van het bezoek aan het centrum voor het doen van boodschappen. Inwoners uit Ouderkerk aan de Amstel – Zuid zullen dan minder frequent het centrum gaan bezoeken en vaker uitwijken naar alternatieve locaties voor het doen van de dagelijkse boodschappen, bijvoorbeeld Jumbo Sluisplein, maar ook Amstelveen. Beredeneerd kan worden dat dit zou kunnen leiden tot een omzetafname in het centrum van 4% tot 6%.
- Een alternatief zou het instellen van éénrichtingverkeer voor auto's richting het centrum (centrum in) kunnen zijn. De ervaring in gebieden waar is gekozen voor éénrichtingverkeer leert dat de negatieve effecten van éénrichtingverkeer 'het centrum in' zeer beperkt zijn, terwijl éénrichtingverkeer 'het centrum uit' grotere effecten heeft. De consument blijkt zijn keuze voor een winkelgebied vooral te baseren op de route van de heenreis.

10. Aanbevelingen

- Op basis van het onderzoek wordt geadviseerd om supermarkt Plus te verplaatsen binnen het centrum. De locatie aan 't Kampje (Rabobank-locatie) is vanuit ruimtelijk-economisch oogpunt geschikt. Het centrum blijft dan compact en de korte afstand ten opzichten van alle speciaalzaken maakt dat alles is te lopen met één keer parkeren.
- Aanbevolen wordt om mogelijkheden te creëren om de supermarkt uit te breiden tot 1.000 – 1.200 m² vvo (dit komt overeen met 1.300 tot 1.500 m² bvo), in combinatie met voldoende parkeren, om de supermarkt te behouden voor het centrumgebied.
- Aandachtspunt is de ruimtelijke inpassing van de supermarkt in combinatie met parkeren. Voor een supermarkt in een dorpskern is tenminste voor een belangrijk deel parkeren op maaiveld sterk wenselijk/noodzakelijk voor goed functioneren.
- Geadviseerd wordt om terughoudend om te gaan met eventuele verkeersmaatregelen voor de Kerkbrug voor gemotoriseerd verkeer richting het centrum. Het instellen van éénrichtingverkeer (het centrum in) is wel een mogelijkheid, doordat deze maatregel de omvang van het bezoek aan het centrum niet of nauwelijks zal beïnvloeden.
- De locatie van de huidige Plus is bij uitstek geschikt voor herontwikkeling (bijvoorbeeld richting horeca-wonen).

Bijlage 3 Ontwikkelingen in food retail in de context van 1
Ouderkerk aan de Amstel - EFMI 2018

Ontwikkelingen in food retail in de context van Ouderkerk a/d Amstel

Prof. Dr. Laurens Sloot | l.m.sloot@rug.nl
Hoogleraar Retail Marketing – RuG
Directeur EFMI Business School

EFMI BUSINESS SCHOOL

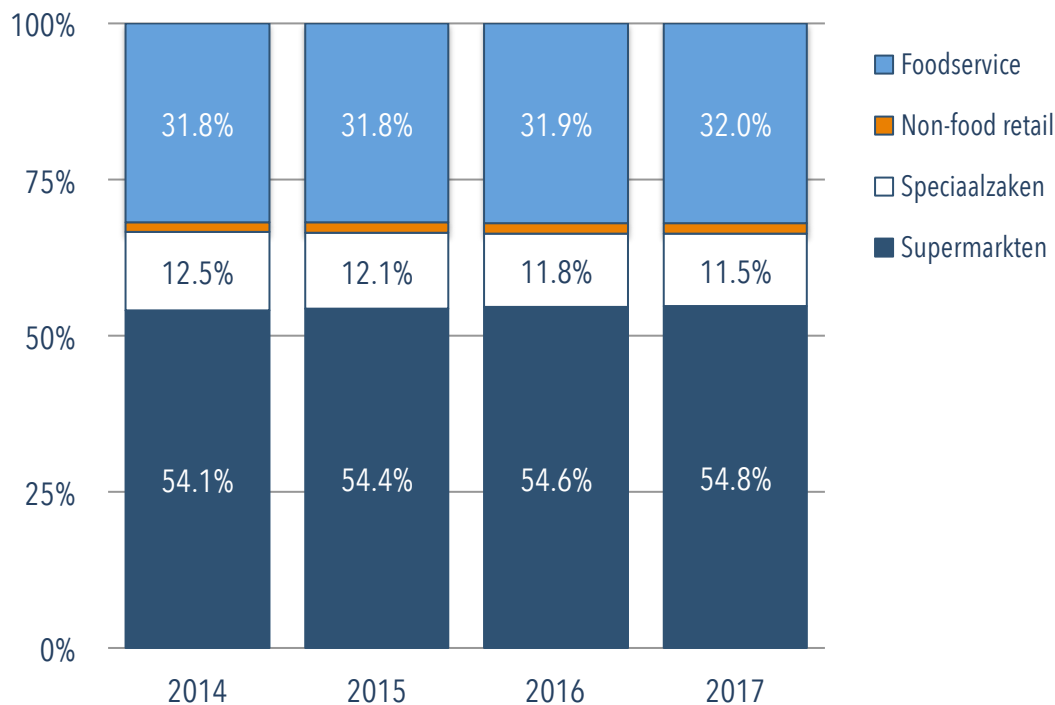


Totale omzet food retail en foodservice ligt in Nederland op bijna 60 miljard

BASISCIJFERS ETEN EN DRINKEN IN NL

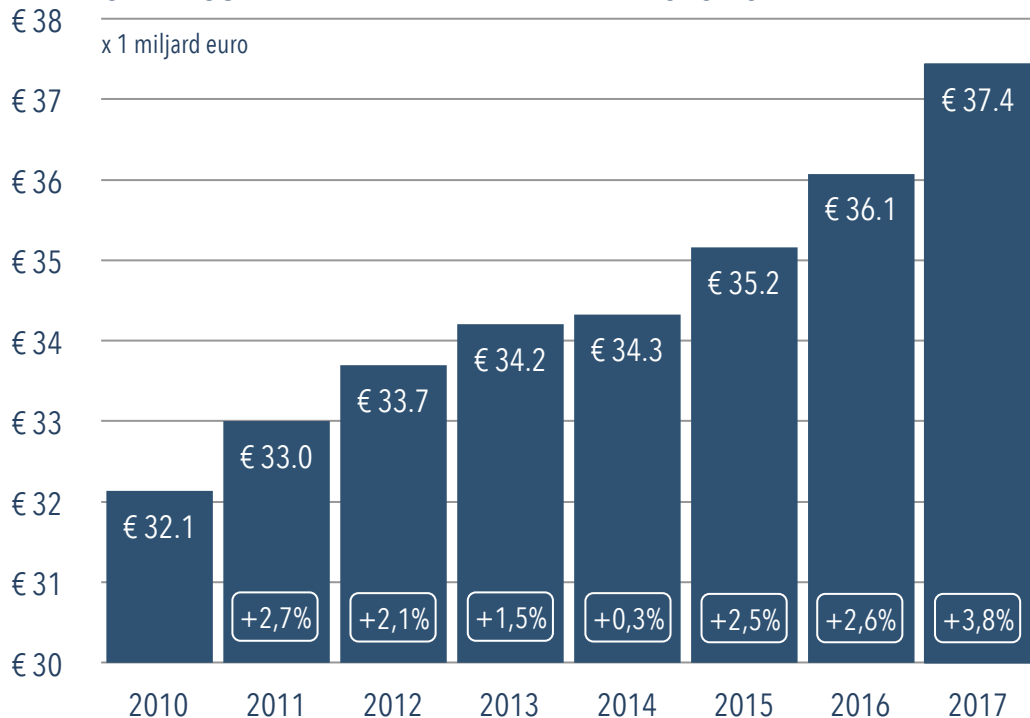
- Huishoudens in NL geven ongeveer 22% van hun besteedbaar inkomen uit aan voeding
- De totale uitgaven in NL aan eten en drinken bedraagt ongeveer 59,5 miljard (FSIN, 2018). De groei ligt doorgaans tussen de 0 en 4% en is vooral afhankelijk van consumentenvertrouwen en inflatie.
- De online omzet bedraagt ongeveer 2,7 miljard euro (EFMI, 2018), ofwel 4,5% van het totaal.
- Food retail (supermarkten en speciaalzaken) hebben een aandeel van ongeveer 66%

OMZETAANDEEL FOODKANALEN IN ETEN EN DRINKEN 2014-2017



Supermarktomzet vertoont nog steeds een zeer positieve trend

OMZET SUPERMARKTEN IN NEDERLAND 2010-2017



Bron: IRI, 2018

OMZETGROEI SUPERMARKTEN YTD-2018



IRI

+ 2,2%

(t/m week 18)



+ 2,6%

(t/m week 18)



+ 2,6%

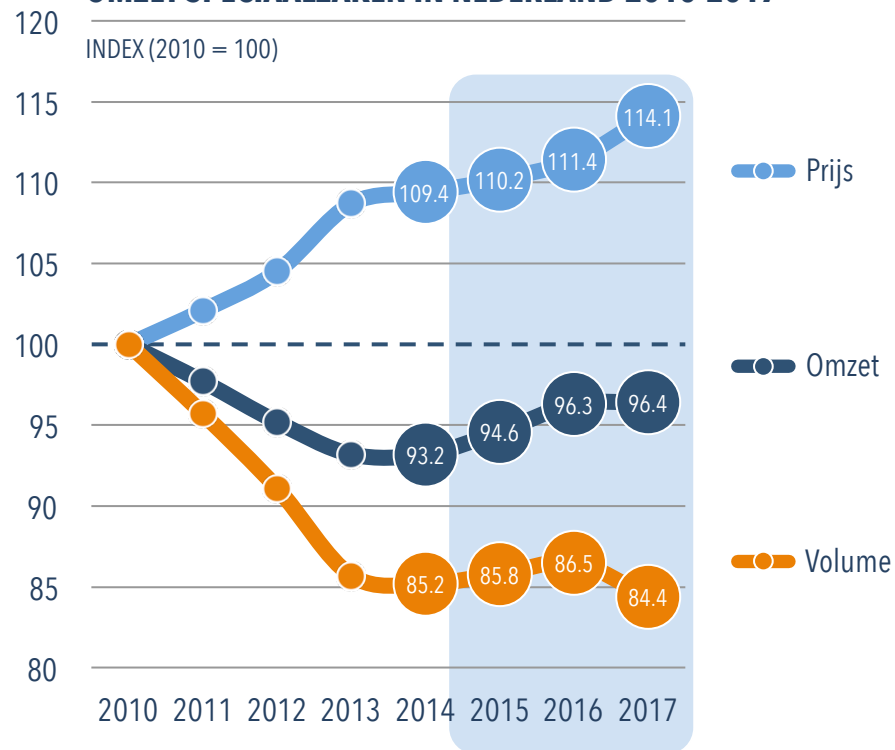
(t/m week 18)

Bronnen: IRI, GfK, Nielsen 2018

Speciaalzaken verliezen terrein en foodservice groeit

OMZET SPECIAALZAKEN IN NEDERLAND 2010-2017

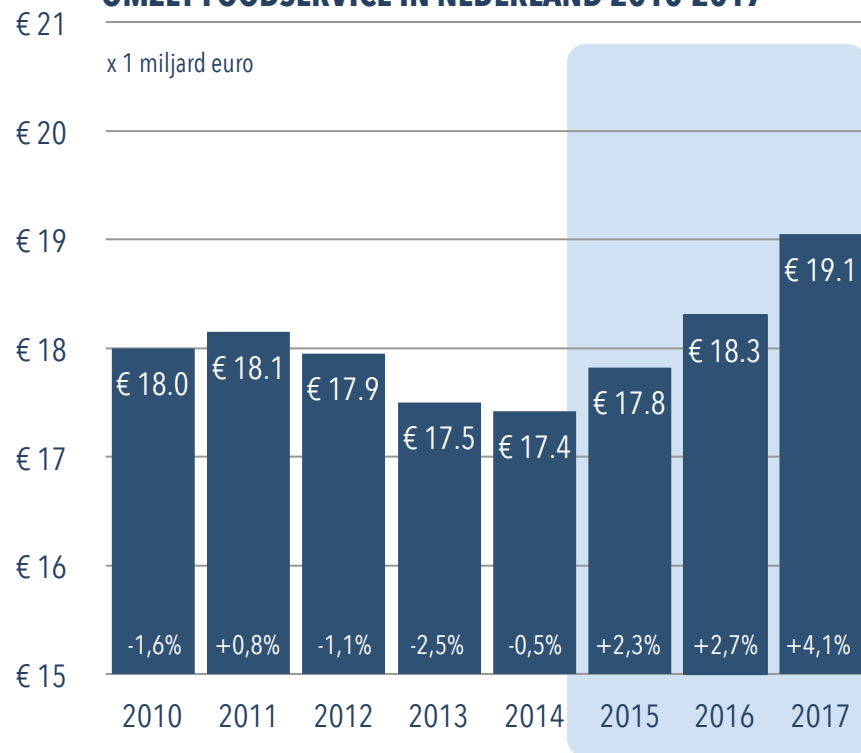
INDEX (2010 = 100)



Bron: CBS, 2018

OMZET FOODSERVICE IN NEDERLAND 2010-2017

x 1 miljard euro



Bron: FSIN en Foodstep, 2018

Trends in food retail en foodservice

MAATSCHAPPELIJKE TRENDS

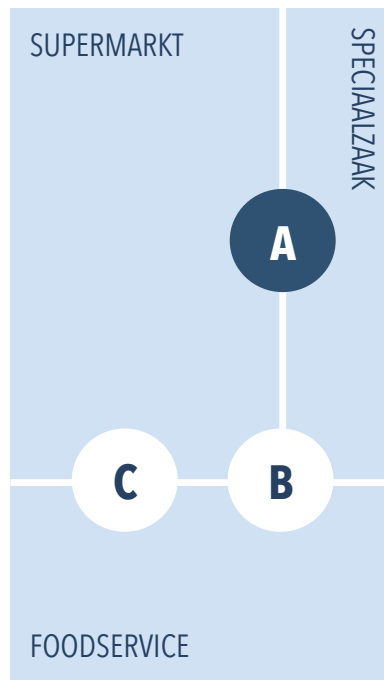
FOOD TRENDS

KANAAL TRENDS

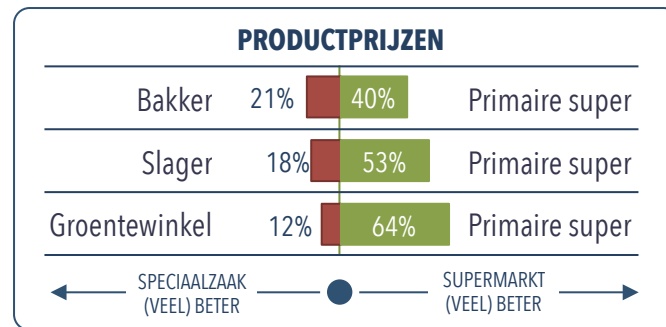
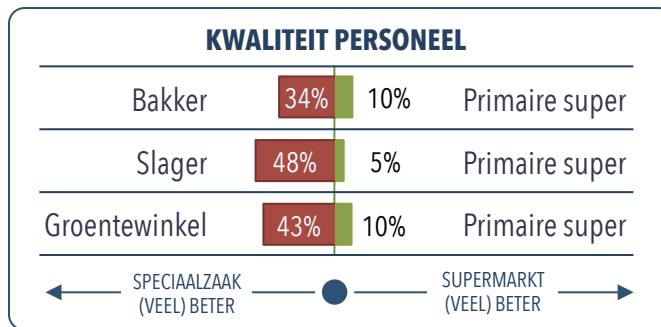
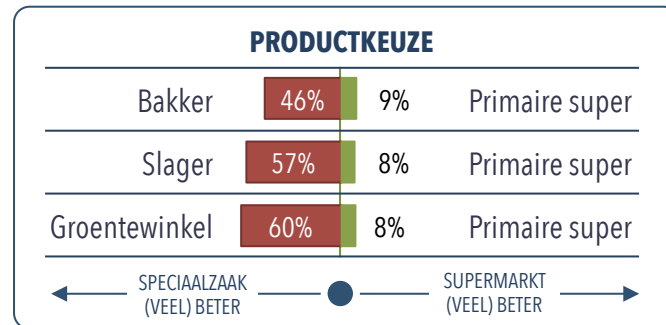
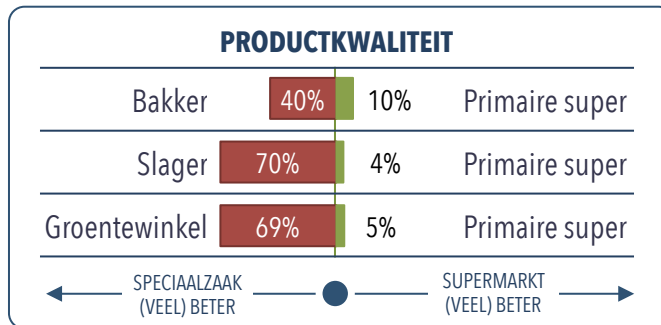
FORMULETRENDS

Speciaalzaak is wel geliefd, maar prijsniveau en one-stop shopping maken het moeilijk om te overleven

STRIJD OM MAAGAANDEEL

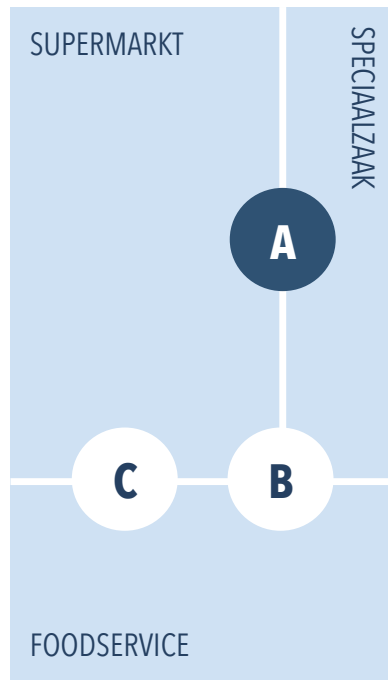


SHOPPERBEOORDELING VAN SPECIAALZAKEN TEN OPZICHTE VAN PRIMAIRE SUPERMARKT

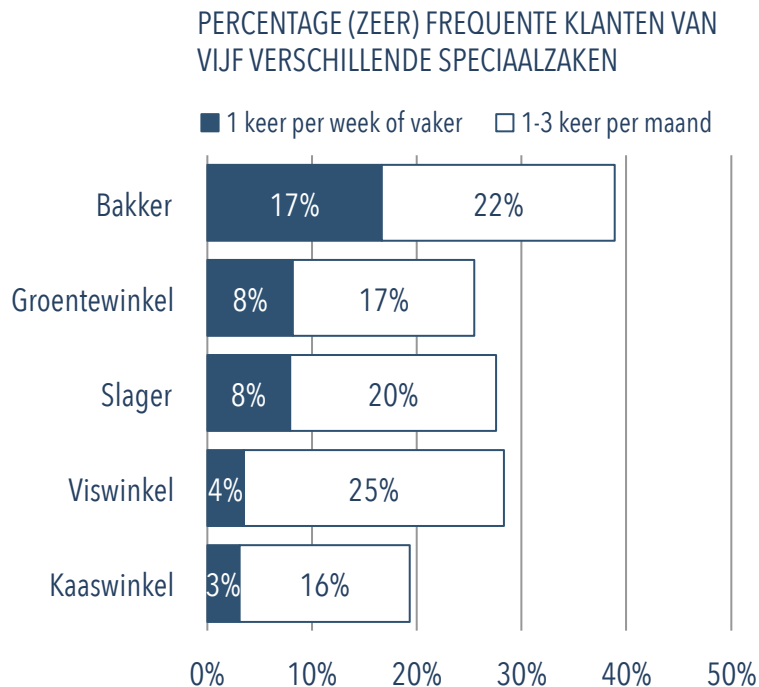


Minderheid shoppers bezoekt (bijna) wekelijks een speciaalzaak

STRIJD OM MAAGAANDEEL



SHOPPING TRIPS NAAR SPECIAALZAKEN IN 2017



GEMIDDELD AANTAL SPECIAALZAKEN MINIMAAL 1 KEER PER MAAND BEZOCHT DOOR PRIMAIRE KLANTEN FORMULES



1,6 speciaalzaken



1,3 speciaalzaken



1,3 speciaalzaken



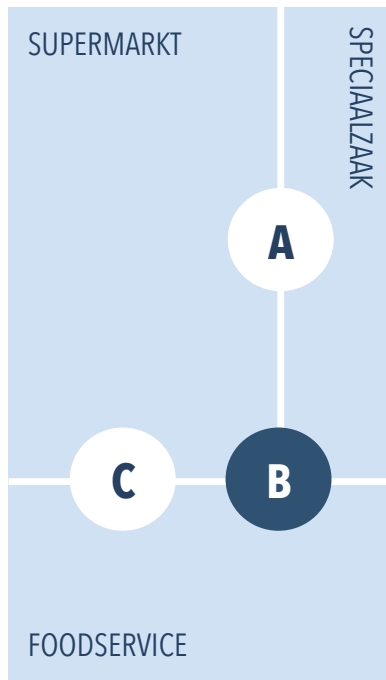
1,1 speciaalzaken



1,1 speciaalzaken

Foodservice: vooral bezorging groeit

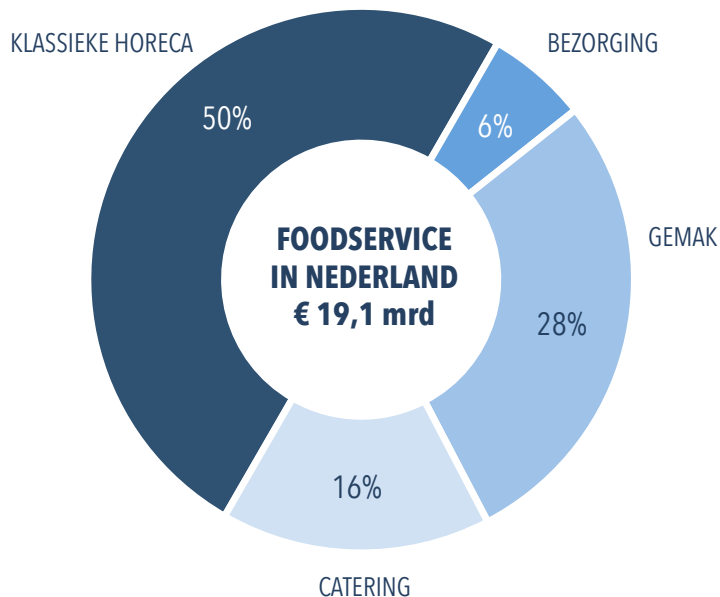
STRIJD OM MAAGAANDEEL



Bron: EFMI Business School, 2017

ONTWIKKELING VAN FOODSERVICESEGMENTEN IN 2017

OMZETAANDELEN VAN FOODSERVICESEGMENTEN IN 2017



OMZETGROEI SEGMENTEN IN 2017

BEZORGING **+23,3%**

GEMAK **+5,3%**

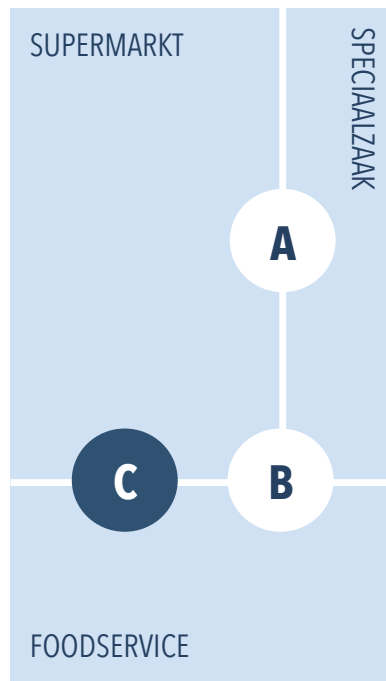
KLASSIEKE HORECA **+2,8%**

CATERING **+0,9%**

Bron: Inschatting EFMI o.b.v. FSIN en Foodstep, 2018

Supermarkten gaan steeds meer 'blurren'

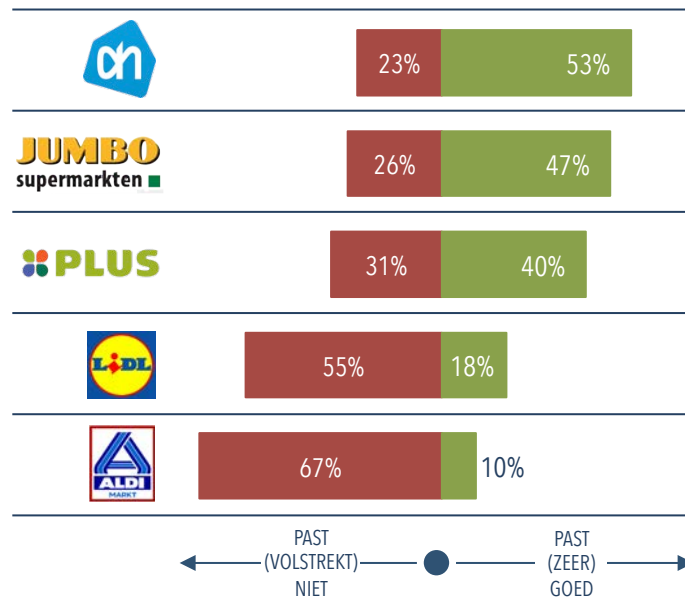
STRIJD OM MAAGAANDEEL



Bron: EFMI Business School, 2017

DIRECTE CONSUMPTIE IN (KLEIN) RESTAURANT OF (EET)CAFE IN SUPERMARKT

MATE WAARIN EEN (KLEIN) RESTAURANT OF EETCAFE IN DE SUPERMARKT BIJ DE FORMULE PAST (% SHOPPERS)



(ZEER) GROTE KANS OP DIRECTE CONSUMPTIE BIJ AANWEZIGHEID VAN EEN (KLEIN) RESTAURANT OF EETCAFE IN DE SUPERMARKT (% PRIMAIRE KLANTEN)



Ontbijtje	9%
Belegd broodje	24%
Kop koffie/thee met iets lekkers	25%
Lunch	17%
Avondmaaltijd	9%

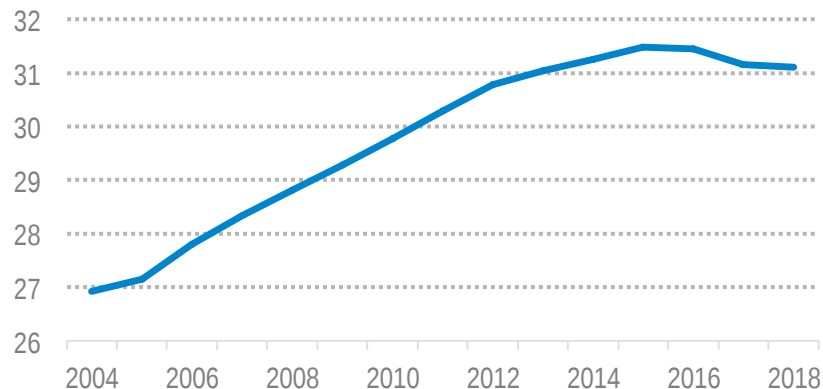
Bron: EFMI Shopperonderzoek, juni 2017

Ontwikkeling winkelruimte in Nederland



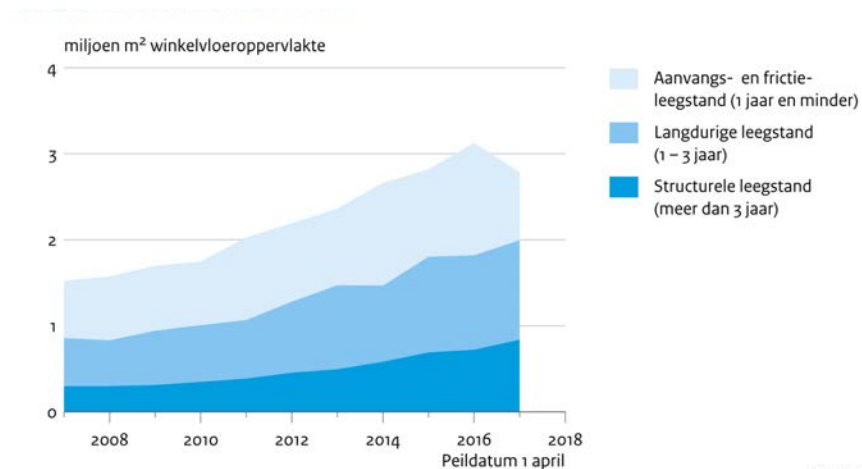
Ontwikkeling winkelruimte NL

Ontwikkeling totale winkelruimte in Nederland (* 1.000.000)



Locatus, 2018

Leegstand winkel naar duur (* 1.000.000)



Bron: Locatus; bewerking PBL

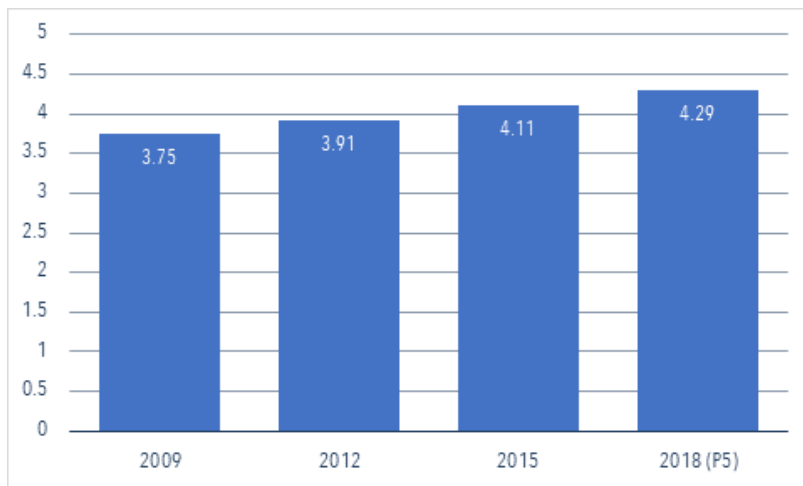
PBL/sep17
www.clo.nl/ml215105

Totale winkelruimte daalt, maar supermarktruimte groeit

TOTALE VVO SUPERMARKTEN 2009-2018 (IN M²)

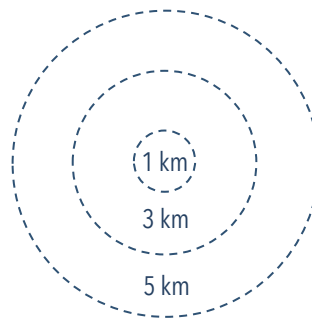
x 1.000.000 m²

2009-2018
VVO-toename = +14,4%



Bron: IRI, 2018

AANTAL SUPERMARKTEN PER GEMIDDELD HUISHOUDEN



	2010	2016
Binnen straal van 1 km	1,8	1,9
Binnen straal van 3 km	9,1	10,6
Binnen straal van 5 km	18,7	22,1

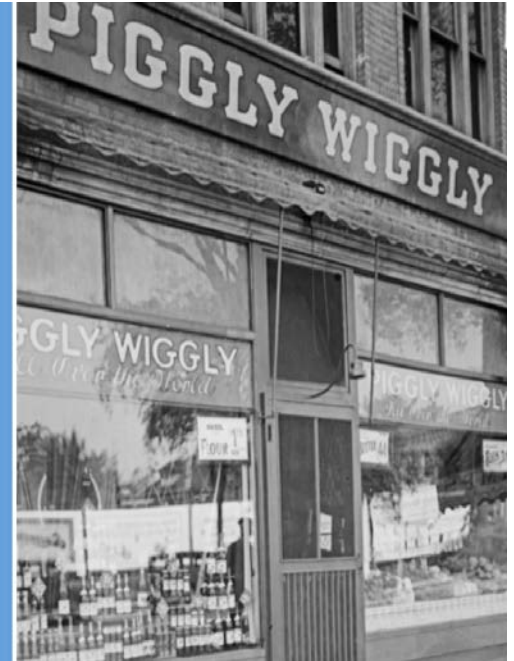
Bron: CBS, 2017

SUPERMARKTKEUZESET VAN GEMIDDELDE SHOPPER



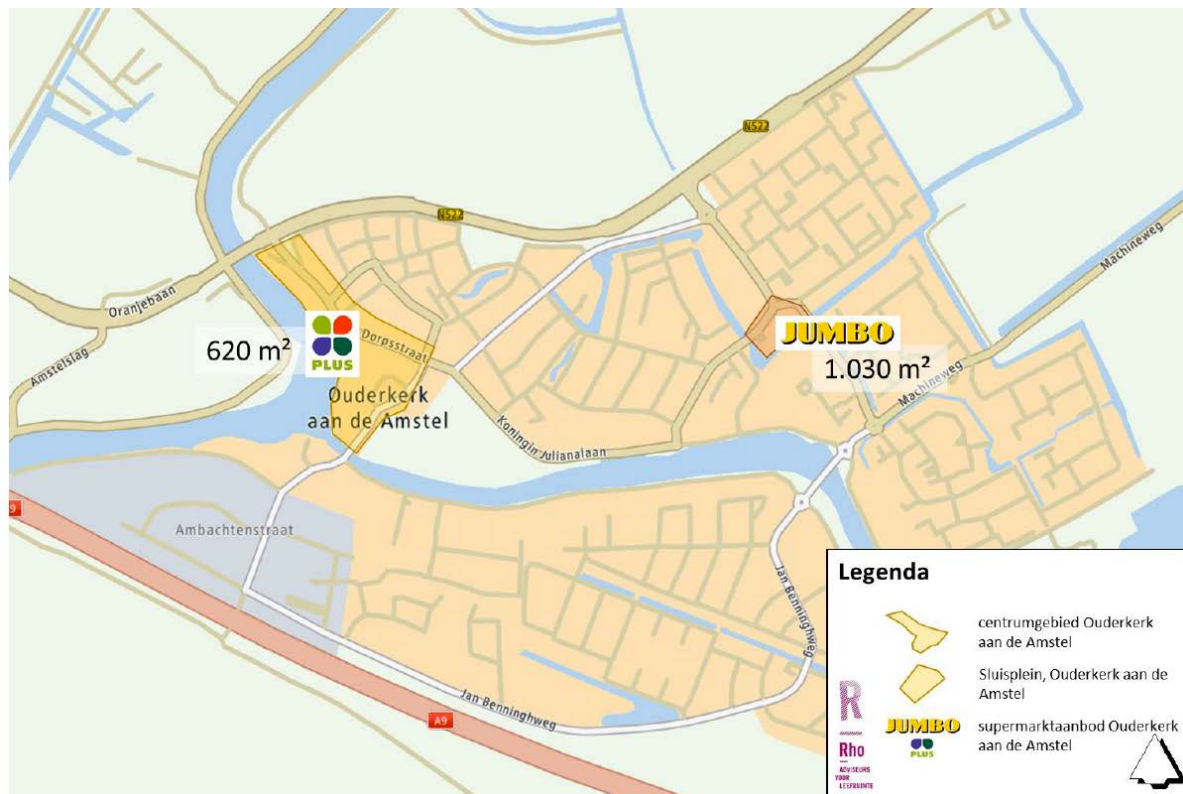
Bron: EFMI Shopper Monitor, juni-2016 t/m mei 2017

Supermarktruimte en bestedingspotentie Ouderkerk aan den Amstel



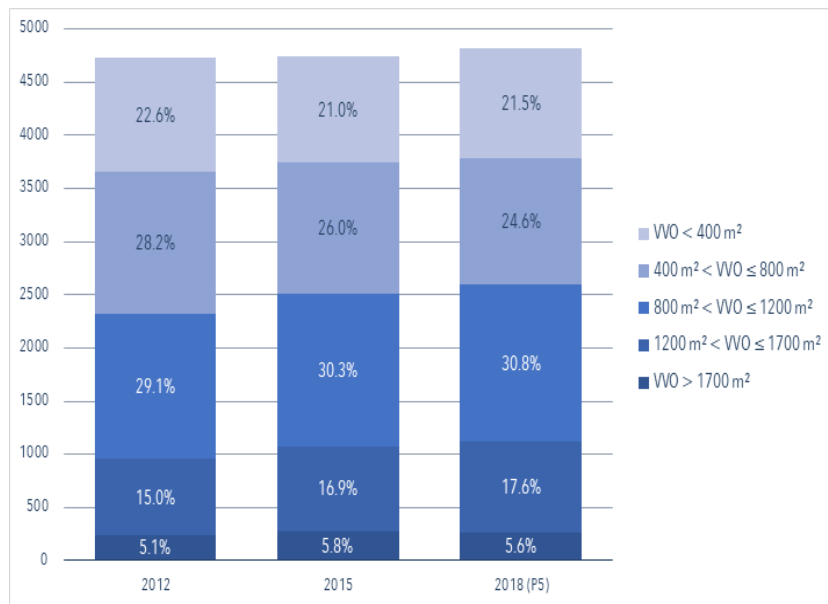
Huidige situatie in Ouderkerk aan den Amstel

(BRON: RHO, 2018)



Supermarktaanbod in m2 per capita

ONTWIKKELING GEMIDDELDE SUPERMARKTOMVANG NEDERLAND NAAR VVO-KLASSE



(Bron: IRI, 2018)

VERGELIJKING NEDERLAND VS OUDERKERK AD AMSTEL

- Gemiddelde supermarktruimte in Nederland is 0,252 m² per inwoner (4,3 miljoen m² / 17,08 miljoen inwoners).
- Uitgaande van 7985 inwoners in Ouderkerk ad Amstel per 31/12/2017 en een totaal VVO van 1650 m² (Jumbo en Plus) ligt het aantal m² per persoon op 0,207.
- Omdat Ouderkerk ad Amstel ook nog een licht aanzuigende werking heeft gezien het buitengebied en er in de zomer veel toeristen zijn is een gemiddelde hoeveelheid supermarktruimte per hoofd van de bevolking van tussen de 0,25 en 0,30 een reële richtlijn. Dit houdt ook rekening met een verdere groei van de bevolking van Ouderkerk ad Amstel van 0,5-1,0% per jaar.
- Dit correspondeert met een supermarktruimte van tussen de 2.000 en 2.400 m² voor Ouderkerk ad Amstel. Rekening houdend met een geleidelijke groei van Ouderkerk ad Amstelde komende 10-20 jaar kan dit eventueel nog iets ruimer (2.250 – 2.750 m² VVO).

Bestedingspotentieel Ouderkerk aan den Amstel

BEREKENING BESTEDINGSPOTENTIEEL

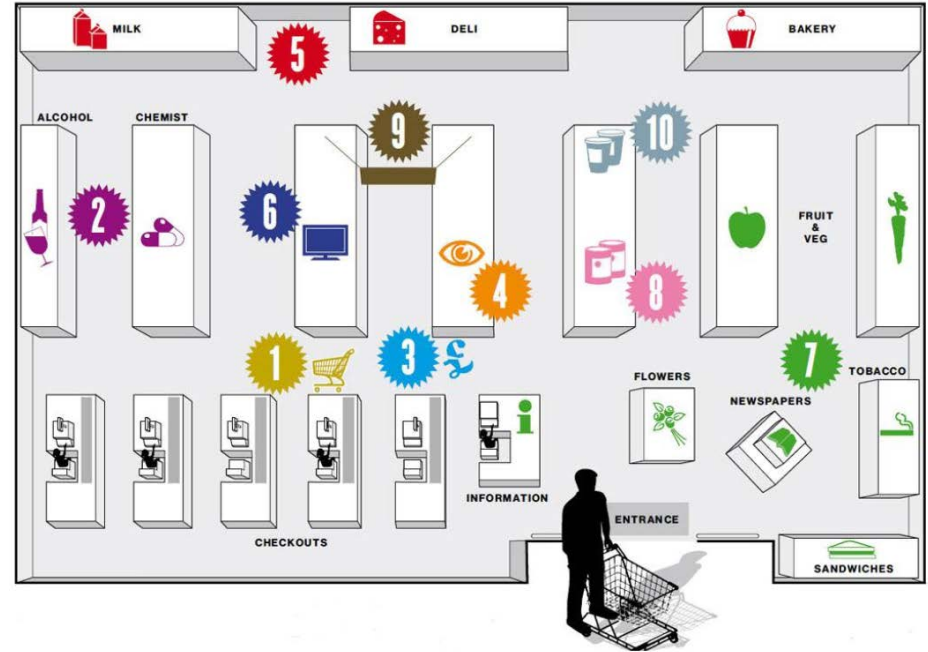
- De omzet van alle supermarkten tezamen komt naar verwachting uit op €39 miljard in 2018 conform een recente raming van het CBL.
(Bron: <https://www.distrifood.nl/branche-bedrijf/nieuws/2018/06/cbl-omzet-supers-e39-miljard-in-2018-101117741>)
- Dit correspondeert met een bedrag van €2283,- per persoon per jaar.
- Uitgaande van 7985 inwoners is de supermarktbestedingspotentie in Ouderkerk aan den Amstel €18,2 miljoen per jaar. En gezien de licht aanzuigende werking (omgeving, toerisme) en de relatief welvarende bevolking van Ouderkerk a/d Amstel is een bestedingspotentieel van €20-21 miljoen een reële raming.

Retail is the fine art of
separating consumers
from their money



Locatus

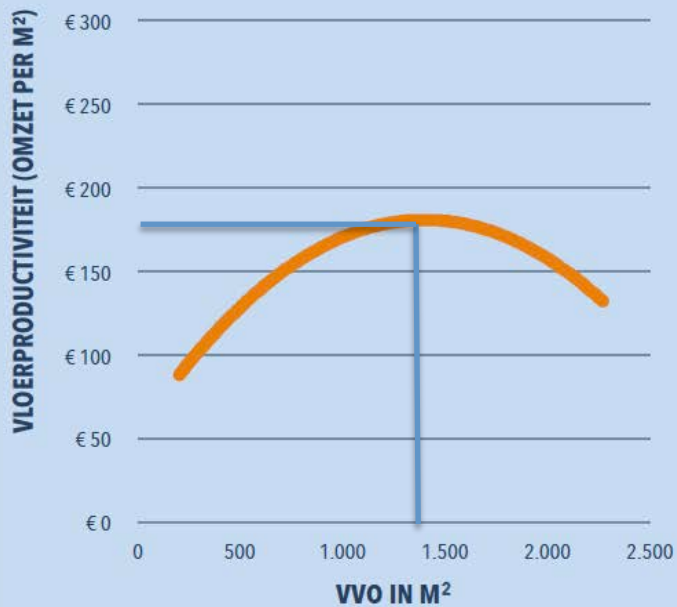
Wat is de ideale ruimte voor een supermarkt?



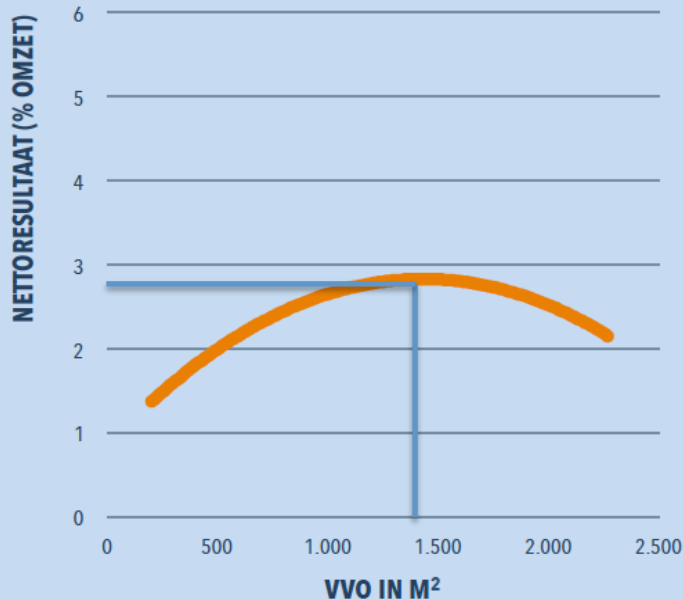
Een supermarkt moet niet te groot en niet te klein zijn voor een goede performance

(Sloot, van Nierop en Schaap, 2017)

VERBAND TUSSEN VVO EN VLOERPRODUCTIVITEIT



VERBAND TUSSEN VVO EN NETTORESULTAAT



NB: uiteraard hangt de ideale omvang ook af van het type supermarkt en het verzorgingsgebied.

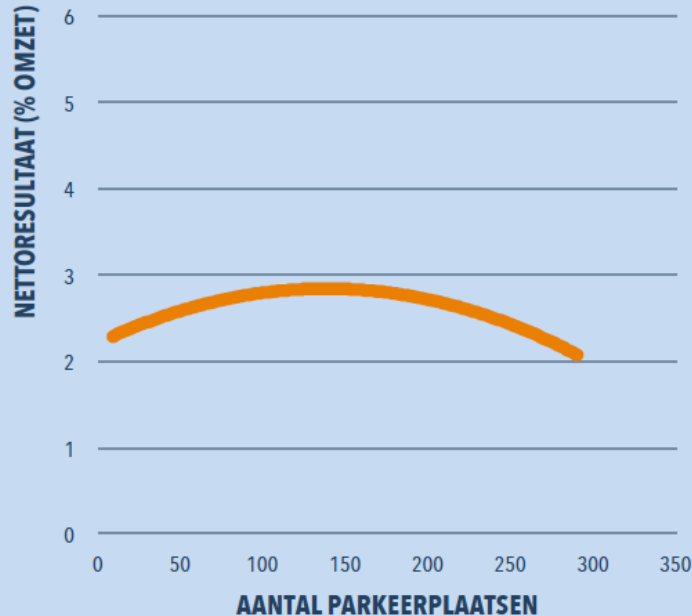
Een goede parkeergelegenheid is cruciaal voor een gezonde supermarkt

(Sloot, van Nierop en Schaap, 2017)

**VERBAND TUSSEN PARKEERGELEGENHEID EN
VLOERPRODUCTIVITEIT**



**VERBAND TUSSEN PARKEERGELEGENHEID EN
NETTORESULTAAT**



Is er nog wel toekomst voor supermarkten met de snelle groei van online?



Markt voor online food groeit snel

Branche & Bedrijf 2525 1

EDE – De markt voor online boodschappen groeit snel. In het eerste kwartaal noteerde food/nearfood een stijging van 42 procent ten opzichte van diezelfde periode in 2017.



Foto: Shutterstock

Dat meldt Thuiswinkel.org op basis van onderzoek van GfK. Met een aandeel van 4,4 procent is de markt voor online food weliswaar nog altijd relatief klein, maar groeit deze snel. Consumenten gaven in het eerste kwartaal online €383,2 miljoen uit aan zogenoemde food/nearfood-artikelen.

Totale online uitgaven €6,3 miljard

In totaal gaven Nederlandse consumenten in het eerste kwartaal van dit jaar bijna €6,3 miljard uit bij webwinkels. Dat is 13 procent meer dan in dezelfde periode een jaar eerder. Voor heel het jaar wordt een online omzet van 26,3 miljard euro verwacht, wat een groei van 17 procent betekent ten opzichte van 2017. Van het totaalbedrag in de eerste drie maanden van het jaar werd €3,3 miljard uitgegeven aan producten en ruim €2,9 miljard aan diensten.



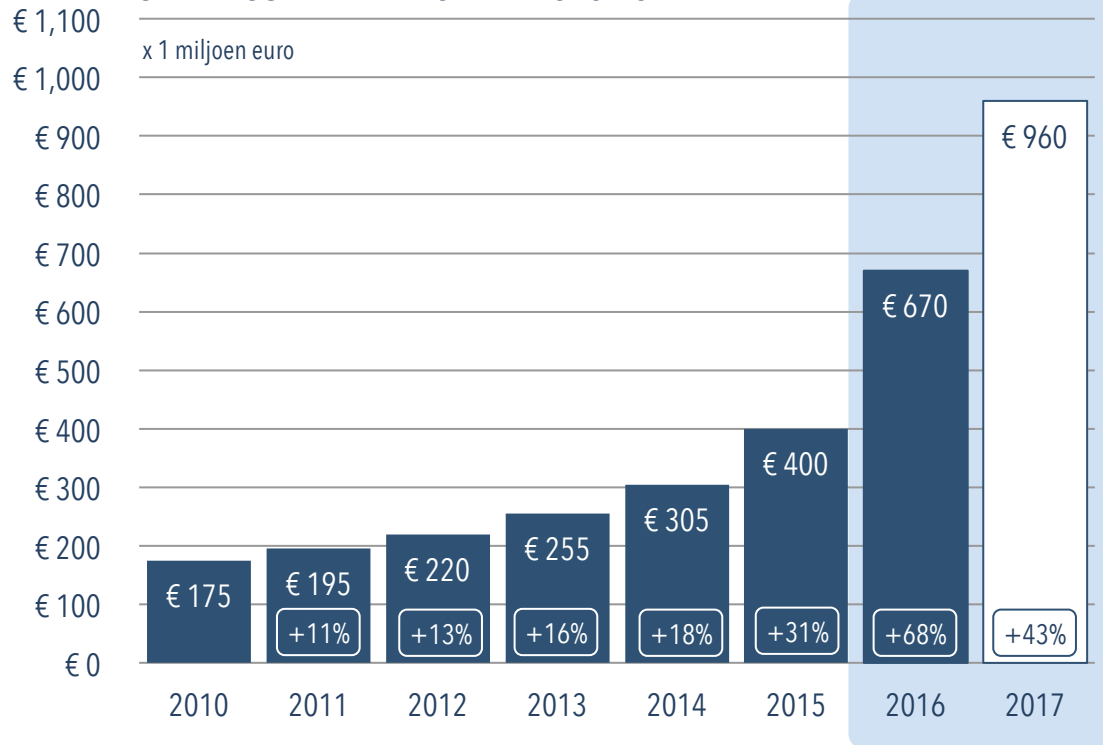
Binnen de totale NL-food markt is online goed voor EUR 2,7 miljard

MARKTSEGMENTATIE ONLINE FOOD MARKT IN NEDERLAND 2017



Online boodschappen doen maakt de laatste jaren een groeispuurt

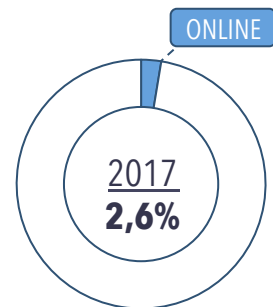
ONLINE SUPERMARKTOMZET 2010-2017



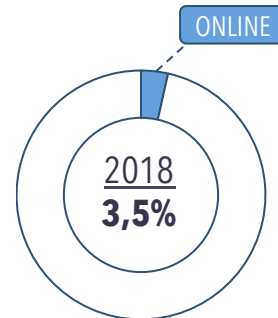
Bron: Inschatting EFMI Business School, 2018

OMZETAANDEEL VAN ONLINE SUPERMARKTBESTEDINGEN

BINNEN DE TOTALE
SUPERMARKTOMZET
IN NEDERLAND



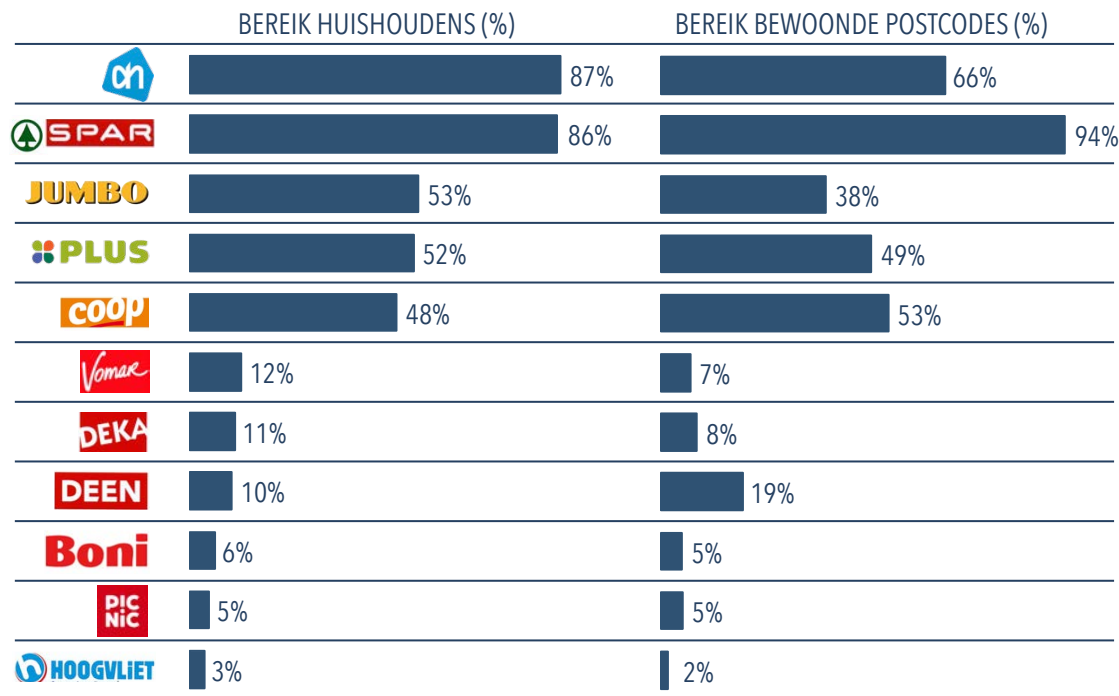
BINNEN DE TOTALE
SUPERMARKTOMZET
IN NEDERLAND



Bron: Inschatting EFMI Business School, 2018

ALBERT HEIJN en SPAR hebben de grootste online 'reach'

ONLINE BEREIK VAN SUPERMARKTEN IN APRIL 2017



Bron: Hiiper, april 2017

Online groeimarkt supermarkt: blurring met foodservice groothandel

AH.NL EN ZAKELIJKE MARKT



AH op het werk

Werkt voor iedereen

- ✓ Bezorgd wanneer het jou uitkomt
- ✓ Bezorgd tot in de keuken of kantine
- ✓ Betalen op rekening, of met PIN



JUMBO.COM EN ZAKELIJKE MARKT

JUMBO
supermarkten ■



Bedrijven

In de kantine
Bij de koffie
Een geslaagde borrel

[Meer over bedrijven >](#)

Zorginstellingen

Een goede start
Een gezonde lunch
Het avondeten

[Meer over zorginstellingen >](#)

Kinderopvang

Verjaardag vieren
Lekker samen eten
Zachte toetjes en blijde snoetjes

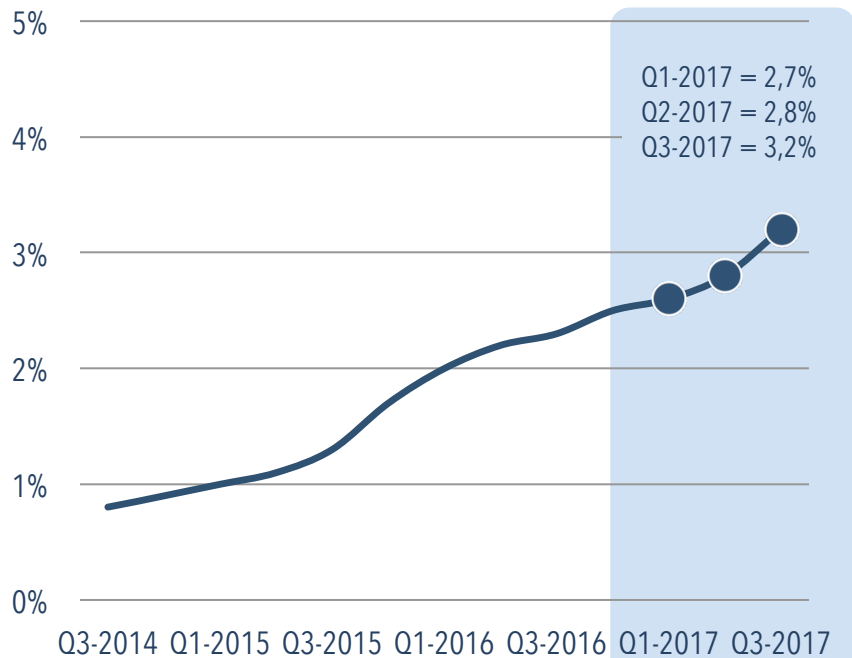
[Meer over kinderopvang >](#)



Zakelijk assortiment

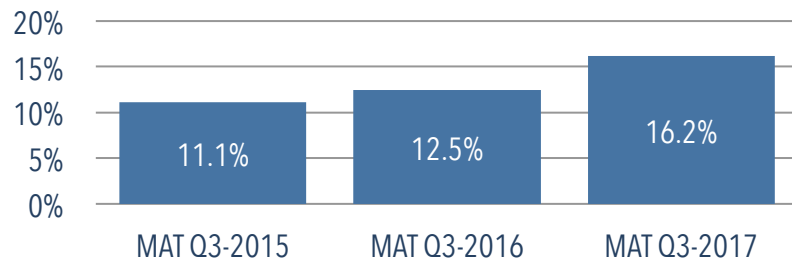
Online groei op dit moment vooral gedreven door hogere bestedingen

OMZETAANDEEL VAN ONLINE BINNEN DE TOTALE SUPERMARKTOMZET 2014-2017

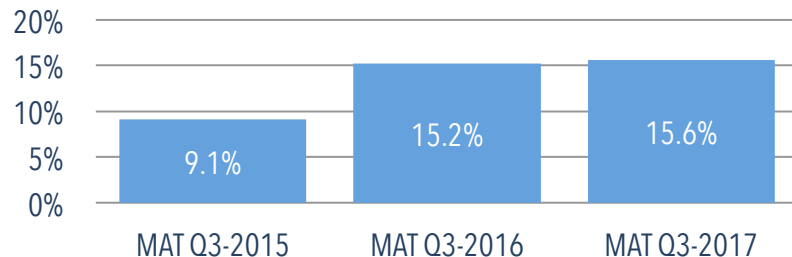


Bron: GfK, 2016-2018

AANDEEL VAN ONLINE BESTEDINGEN BINNEN SUPERMARKT-UITGAVEN VAN ONLINE SHOPPERS 2014-2017



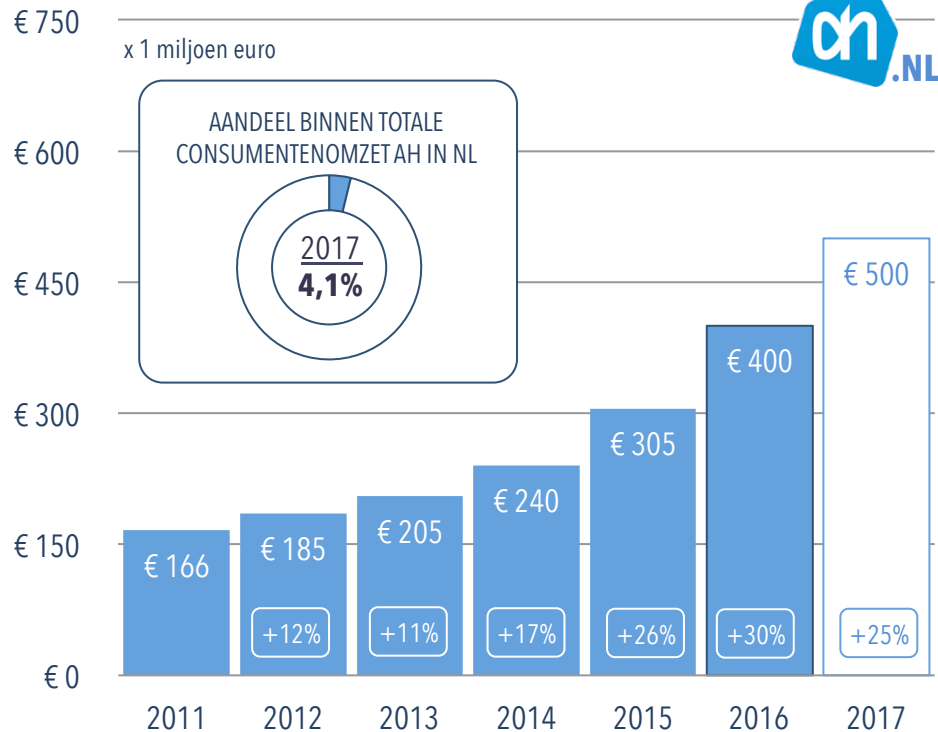
% SHOPPERS DAT IN DE PERIODE ONLINE BOODSCHAPPEN HEEFT GEDAAN 2014-2017



Bron: GfK, 2016-2018

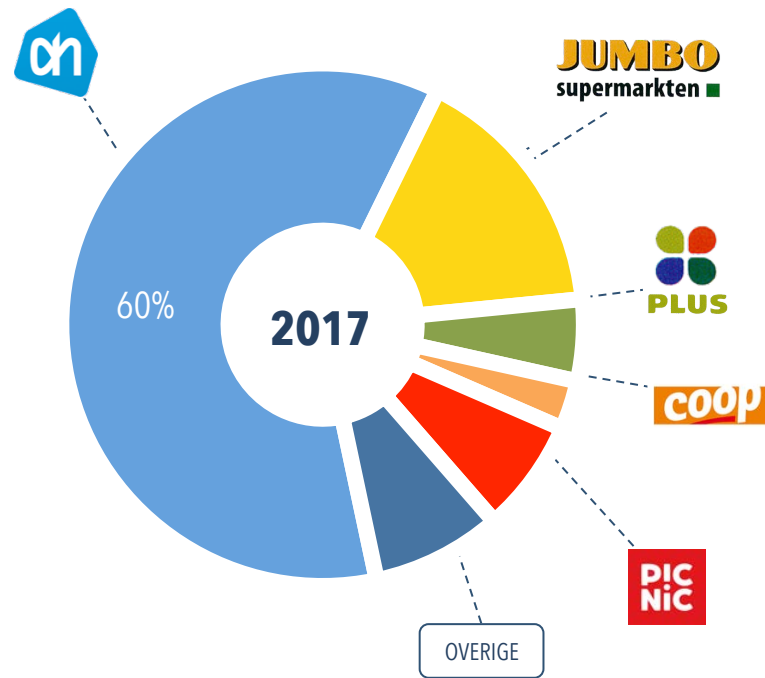
AH is onbetwiste online koploper van NL, maar Picnic ligt op de loer

ONTWIKKELING NETTO ONLINE-OMZET 2011-2017



Bron: Inschatting EFMI o.b.v. Financiële Publicaties Ahold, 2018

MARKTAANDELEN IN ONLINE FOOD RETAIL IN 2017



Bron: Inschatting EFMI o.b.v. diverse publicaties, 2018

Nieuwkomer Picnic ligt op de loer

Picnic-oprichter Joris Beckers: 'We gaan dit jaar voor de €250 miljoen omzet'

Abel de Graaff

f FACEBOOK

tw TWITTER

g+ DELEN

in DELEN

MEEST GELEZEN



Hoe het stuitend naïeve RTL
Voetbal Inside aan John de Mol



Foto: Martin Dijkstra

Verwachtingen online food retail komende jaren

ONTWIKKELING OMZETAANDEEL VAN ONLINE BINNEN DE TOTALE SUPERMARKTOMZET 2014-2017

- 2014: 0,7%
- 2015: 1,2%
- 2016: 2,1%
- 2017: 2,9% (waarvan PicNic 0,2%)

PROGNOSE KOMENDE JAREN

- 2018: 3,5%
- 2019: 4,1%
- 2020: 4,7%
- 2021: 5,2%
- 2022: 5,7% (waarvan PicNic ongeveer 1,4%)

IMPACT GROEI ONLINE KOMENDE JAREN

- Ongeveer 1/3^e van de online food retail omzet is b-to-b omzet en kannibaliseert dus niet of maar zeer beperkt op de winkeldomzet. Feitelijk is het een omzetkans voor supermarkten.
- De groei van Picnic en andere nieuwe concepten (Amazon Fresh, HelloFresh, Marleen Kookt) zal wat marktaandeel wegsnoepen van traditionele food retailers
- Plus doet de order-pick van online bestelde boodschappen in de winkels zelf. Hierdoor blijft de werkgelegenheid lokaal behouden en verliest de lokale Plus niet veel omzet. Bij Jumbo vindt (net als bij Albert Heijn) de orderpick wel gecentraliseerd plaats.
- Overall heeft de groei van online de komende 4-5 jaar een beperkt effect. In ieder geval is het essentieel voor fysieke supermarkten om hun winkel eigentijds te houden met veel aandacht voor de klant, een ruim assortiment, extra foodservice elementen en beleving.

Beoordeling situatie in Ouderkerk a/d Amstel



Jumbo en Plus: twee succesvolle concepten in Nederland

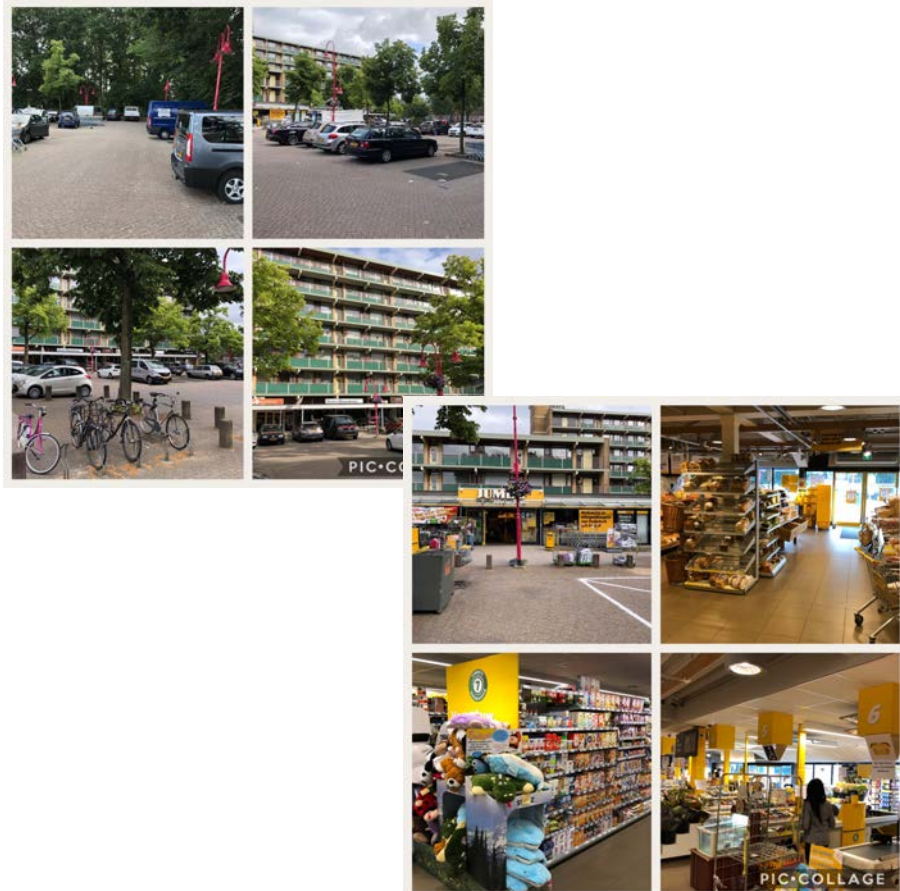
JUMBO FOODMARKT LEIDSCHER RIJN



PLUS BRILJANT 2.0 KOOT IN ABCOUDE



Beoordeling situatie in Ouderkerk aan den Amstel: Jumbo



oordeel over Jumbo

- Bezoek Jumbo: vrijdagavond 22 juni 2018
- De locatie is op het eerste gezicht prima. Middenin een woonwijk met ruime parkeergelegenheid aan de voor- als zijkant van de supermarkt.
- Met een oppervlakte van ongeveer 1000 m² is de Jumbo wat aan de kleine kant gezien het ruime assortiment dat Jumbo doorgaans voert (20.000 tot 25.000 artikelen).
- De winkel oogt wat donker en nauw door het lage plafond. Daarnaast is de winkel wat rommelig, dit komt mede door de grote vloerdruk, maar ook door de vele displays.
- Conclusie: Deze winkel kan wel een flinke opfrisbeurt gebruiken. Jumbo heeft ook met de Jumbo Foodmarkt voldoende elementen in huis om van een 'dertien in een dozijn' Jumbo iets bijzonders neer te zetten. Dat past ook beter bij Ouderkerk aan de Amstel. Hiervoor is echter wel een grotere oppervlakte nodig.

Beoordeling situatie in Ouderkerk aan den Amstel: Plus



oordeel over Plus

- Bezoek Plus: vrijdagavond 22 juni 2018
- De Plus ligt in het hartje van Ouderkerk aan den Amstel. Je verwacht op deze centrale plaats niet 123 een supermarkt, maar eerder een horecastek waar je over het water heen kunt kijken.
- De Plus ligt aan een weg met eenrichtingsverkeer, dat is niet optimaal qua bereik. Het parkeerterrein is met ongeveer 20 plaatsen zeer beperkt voor een reguliere supermarkt. Ook qua logistieke aanlevering met vrachtwagen is de plek verre van optimaal i.v.m. veiligheid.
- Navraag bij de ondernemer leert dat de gemiddelde kassabon 17 euro is, dit is ongeveer een kwart minder dan het landelijk gemiddelde van ongeveer 23 euro (bron: GfK). Dit hangt samen met het beperkte parkeerterrein.
- De winkel is redelijk netjes verzorgd en de belichting is goed, maar te klein om op goede wijze het Plus-assortiment te voeren, laat staan de nieuwe Plus Briljant 2.0 formule met daarin een Makerij.
- Conclusie: Omvang en parkeerterrein zijn te klein, parkeer- en verkeerssituatie verre van optimaal.

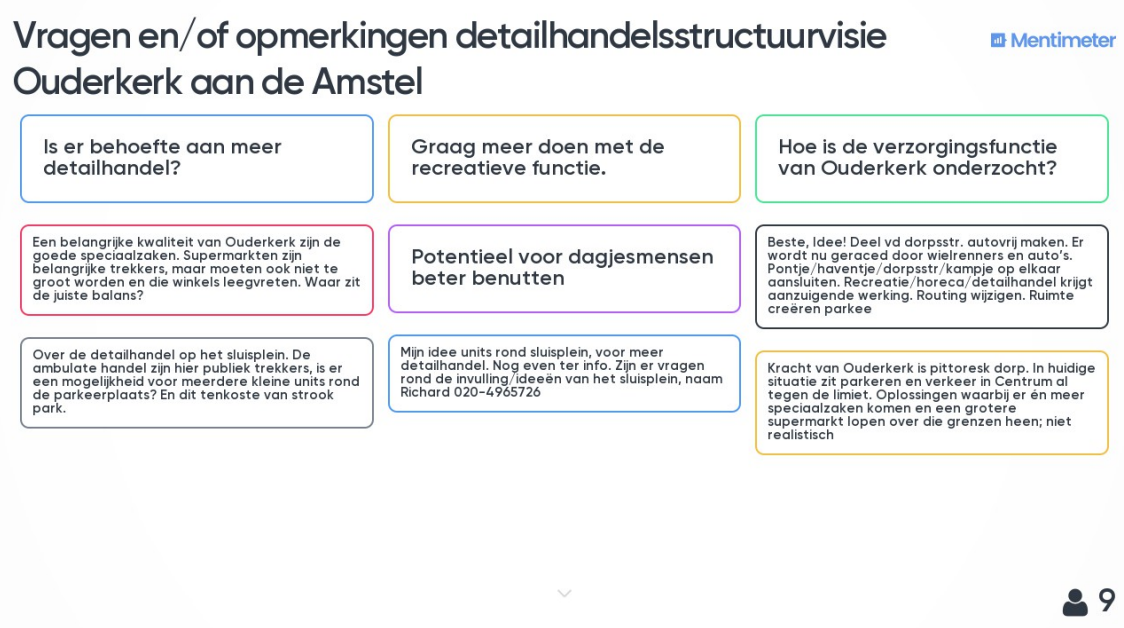
Beoordeling Rho-rapport van "Centrumplan Ouderkerk aan de Amstel"

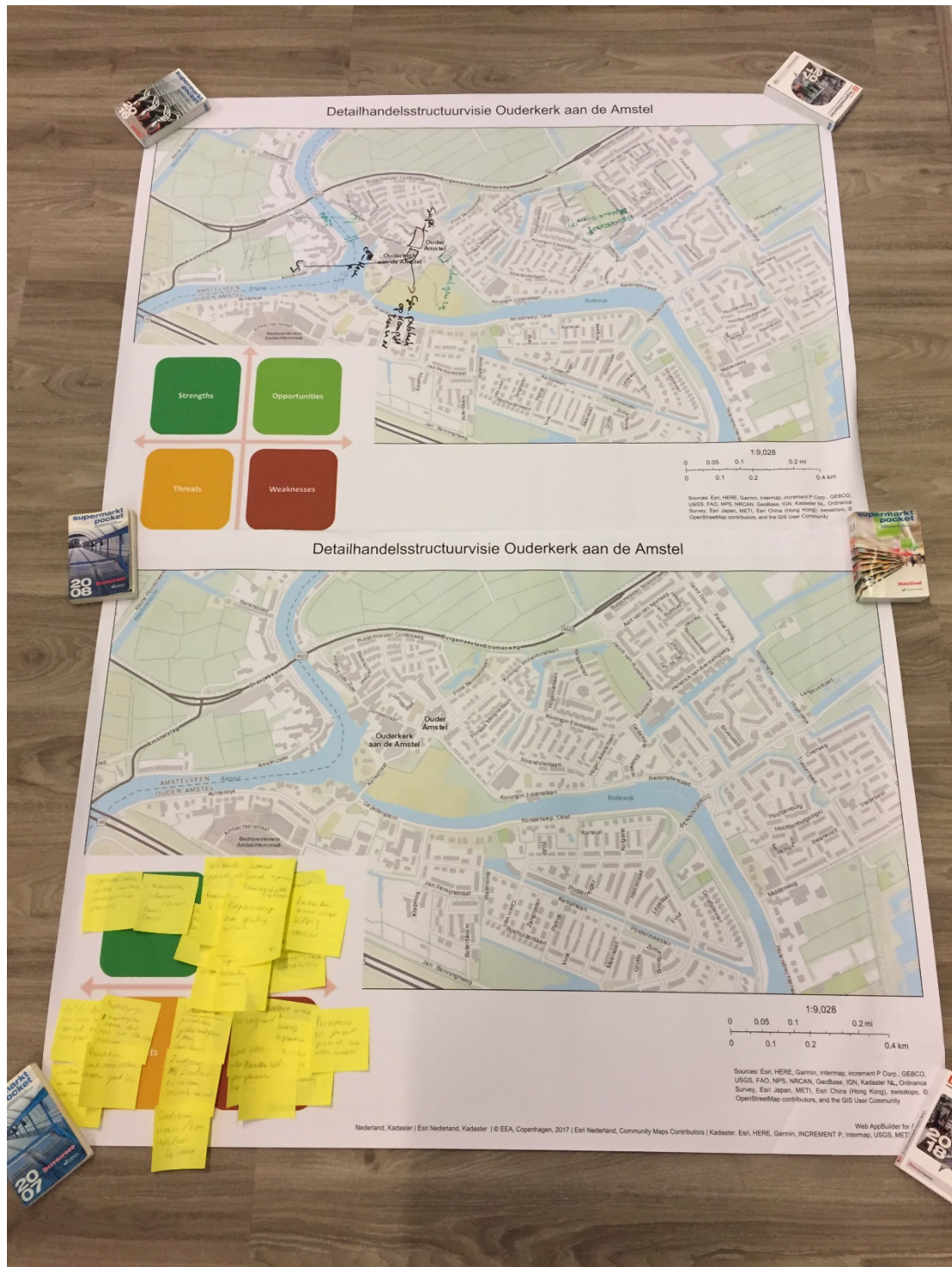


Opmerkingen m.b.t. Rho-studie

- Inhoudelijk prima studie, goed opgezet, heldere structuur, goed gedocumenteerd en hoge actualiteit qua cijfers.
- Benchmarkanalyse: eens met Rho's oordeel dat er relatief weinig supermarktmeters zijn in Ouderkerk a/d Amstel
- Uitbreidingsbehoefte Plus: mee eens. Plus heeft doorgaans een assortiment van gemiddeld 15.000 artikelen en daarvoor is een supermarkt van minimaal 1.000 m2 eigenlijk een voorwaarde. En voor de Plus Briljant 2.0 formule is m.i. 1.200 m2 nog beter.
- Klantherkomst studie: de kern trekt zowel klanten uit centrum zelf als omringende wijken. Kern heeft duidelijke centrumfunctie voor de inwoners van Ouderkerk a/d Amstel.
- Klantherkomst naar autogebruik: om meer trekkracht uit de directe omgeving van Ouderkerk a/d Amstel te krijgen zal beter op het autoverkeer ingespeeld moeten worden.
- Consumenten enquête: gemiddelde waardering van 7+ voor het centrum is iets te laag t.o.v. Randstad-benchmark. Zeker gezien de kwaliteit van de plaats zelf.
- Ik ben het eens met de hoofdconclusie dat de Plus het beste verplaatst kan worden, maar gezien de trekfunctie wel in het centrum moet blijven. Het Kampje lijkt van de genoemde locaties het meest geschikt, zeker als er ook ruimte komt voor andere winkels op of nabij deze locatie.

Bijlage 4 Impressie resultaten participatieavond 19 maart 2019 1





GROOTHANDEL
 HANOS
 SI-GRO / Food

GAMMA
 PRAXIS
 NOL 1000

"Supermarkt" uit de buurt
 Concollean

Food
 NON-FOOD
 ONLINE

VRAAG 2
 Koopstromen
 Combinatie van stroom → Alleen
 (b.v. voor kleding en nemen
 dan online digitale bestel-
 systeem mee)

- 'Hoe groot is die groep?
- 'Grote doet de man, speelt geen rol'
- Aflevering naar
 → Alleen
 Gedeeltesplein
 Aldam 2013 - Cost

Meer bewustwording: 'Ja moet eigen
 winkels' id buurt stroom

VRAAG 3

- 'Klant is niet meer zo trouw'
- Parkeren mogelijkheden
 moeten goed zijn
- Bereikbaarheid / Mobility
- Tijd 2 gemak (Alles meenemen)
- Online Food
 Non-Food
- Winkelmarkt
- 'Florerende Economie'
- Diversiteit v/d winkel
- ~~Be~~ Bewustwording van ~~het~~ effect
 op eigen winkels
- Toerisme winkel Aldam

VRAAG 4

- Huishoudspeciaalzaken
- Slagtoeg
- Kinderkleding
- Heerme
- Biologische winkels → Ecoparad
- Cadeaushop / Womaccessoires
- Electronics
- ~~Stk markte met Speciaalproducten~~
- Foutenruimte

VRAAG 5

Nadenken over andere
 Samenwerkingsverbanden
 b.v. Shop in shop //

(Gues)

- WAT er is moet blijven,
- Toekomstige ontwikkelingen, 'Recreanten'
- Combi van oud en nieuw
- 'Zelfde' gezichten v/d winkel = praktijk voor de klant
- diepse kwaliteet
- kleinschalig
- persoonlijke benadering
- Niet goed
- Ziet er niet aantrekkelijk uit
- Moeten naar kleinschalige Look & Feel 2 la
 Gld landplein
- Schone → wordt nooit schoonmaken
 behalve bij evenementen
- leuker wandelroute worden
- meer duidelijk / verleiding

VRAAG 6

- Supermarkt = nodig
- Gratis naast
- positieve werkschikking
- Supermarkt A ↑ daat br'kosten
 van Supermarkt B e/o Specialisatie
- Communicerende waten.
 Specialisatie en Supermarkt



Rho

—
**ADVISEURS
VOOR
LEEFRUIMTE**