

18 augustus 2017

## **Reactie concept detailhandelsbeleid Amsterdam 2018-2022**

Vereniging Amsterdam City reageert op het concept detailhandelsbeleid Amsterdam. Hieronder eerst de samenvatting. Voor de volledige tekst verwijst ik u naar dit volledige document.

---

### Samenvatting

- Te veel beschrijving, te weinig visie.
- Beleid is tamelijk statisch en houdt veel te weinig rekening met de snelle veranderingen en groei in de komende jaren.
- Detailhandelsbeleid meer integreren en in samenhang met andere beleidsonderdelen. Horeca hierbij van groot belang.
- De doelstellingen van het beleid niet alleen richten op locatie, maar juist ook de eisen van de markt.
- De positie van Amsterdam als internationale winkelstad wordt veel te positief ingeschat.
- In de geschetste aanpak van de diversiteit kunnen wij ons goed vinden. Het probleem beperkt zich echter tot een beperkt gebied.
- Gemeente, betrek stakeholders bij de ontwikkeling van het beleid en invulling. Behoud zelf de regie en zorg voor adequate regelgeving.

---

### Inleiding

Wij zijn blij met deze update van het detailhandelsbeleid. Er is meer inhoud dan in de vorige editie, wat meer aanknopingspunten biedt voor commentaar.

In algemene zin valt het op dat het stuk het karakter heeft van een beschrijving van de situatie, een heldere analyse, maar weinig beeld geeft van hoe de gemeente ziet dat de retail sector in Amsterdam zich kan en moet ontwikkelen. Er wordt te weinig aandacht gegeven aan het overig stedelijk beleid en ontwikkelingen naar de toekomst. Welke gevolgen in positieve of negatieve zin

zullen die hebben voor de sector, of liever nog voor de gehele verzorging en distributie in onze stad.

Het feit dat wij na 10 jaar crisis met haar enorme effecten op de private consumptie achter de rug lijken te hebben en een periode van hevige groei doormaken kan niet ongemerkt aan het beleid voorbij gaan. Die crisis kent conjuncturele aanpassingen, die zich wellicht weer herstellen, maar ook structurele veranderingen die blijvende effecten zullen hebben. Daarnaast zijn er autonome ontwikkelingen op velerlei terreinen, die ook een forse impact hebben op het totale gebied van de detailhandel, logistiek, automatisering en koopgedrag. Een bredere analyse en visievorming is zeer op zijn plaats om het beleid beter aan te laten sluiten op de wensen en eisen van de komende jaren.

### Doelstellingen voor een gezonde winkelmarkt

De doelstellingen die geformuleerd worden zijn zeer beperkt in hun scope. Het zijn twee doelstellingen die beide een locatie eis inhouden. Op zich zijn deze niet onjuist, maar ze bestrijken een beperkt deel van de doelstellingen die Amsterdam zich moet stellen als het gaat om een passende en effectieve verzorgingsstructuur ten behoeve van alle doelgroepen die bediend moeten worden. Het gaat om **marktgerichte doelstellingen** die leidend moeten zijn voor een goede structuur. En vanzelfsprekend randvoorwaarden waarbinnen de concrete invullingen zich moeten afspelen. Het wordt steeds duidelijker dat van de overheid verwacht wordt dat deze een inhoudelijke visie ontwikkelt, die getoetst wordt aan de verschillende stakeholders. Het spreekt voor zich dat er voldoende ruimte voor het ondernemershandelen, overblijft om tot een optimale bedrijfseconomisch verantwoorde invulling en exploitatie te komen. Overigens worden er in de uitgangspunten wel een aantal relevante factoren genoemd.

Deze visie op detailhandel dient niet los te staan van een aantal andere beleidsterreinen die relevant zijn voor een goed functionerend verzorgingsapparaat. Een wisselwerking tussen de beleidsterreinen moet zichtbaar en relevant zijn. Ruimtelijk economische beleid, logistiek, verkeer en bereikbaarheid, veiligheid, en inrichting en beheer van de openbare ruimte.

Een aparte opmerking is hier op zijn plaats over de **relatie met het horeca** beleid. De sterk groeiende behoefte van consumenten aan het buitenshuis zoeken naar belevenis in voedsel en drank betekent een sterke impuls voor gebieden waar dit in een gepaste en diverse ambiance kan plaats vinden. Zowel

als losstaande activiteit als een koppeling met andere recreatieve activiteiten, waaronder winkelen en cultuur. De gemeente plaatst het horecabeleid in het perspectief van beperking en repressie. Op zich is het duidelijk dat in de sfeer van de horeca ook ongewenste activiteiten plaats vinden, waarop een overheid controle wil houden. Maar de kansen die er liggen om een interessante sterkere combinatie te faciliteren tussen de verschillende activiteiten met horeca worden te beperkt benut. Met als doel een prettiger verblijfsklimaat te creëren en zo nieuwe impulsen te geven aan winkelgebieden.

### Groei van de stad in wonen en economie

Koers 2025 zet ambitieuze doelstellingen neer voor een fors bouwprogramma ten behoeve van een sterke toename van het aantal inwoners. Waarbij de doelstellingen nog wel eens te bescheiden geformuleerd kunnen zijn. Deze tempoversnelling vraagt om meer visie dan een scenario van beperkte groei op de gewenste ontwikkeling van de retail. In de nota wordt gesteld dat bestaande retail structuren in de zogenoemde stadsgebieden, die nu als zwak gekenschetst worden eerst moeten worden benut om aan de extra vraag tegemoet te komen. Die insteek komt onvoldoende tegemoet aan de forse eisen die gesteld worden door deze groeisprong. Natuurlijk is het van belang bestaande structuren te betrekken in de oplossing, maar de uitdaging is aanzienlijk groter en vereist een geheel andere schaal en beleid.

In dit verband is het goed om de bestaande ruimtelijke vestigingsstructuur van de detailhandel opnieuw te overwegen. Voor prettige woongebieden is het noodzakelijk om de openbare ruimte, vooral de plinten van de gebouwen een aantrekkelijke functie te geven. De traditionele wijze is om de plint te vullen met meer publieke functies. Winkelen is van oudsher een zeer geschikte invulling. De gedachte om de zogenaamde stadstraten een belangrijke rol te geven in de ruimtelijke structuur geeft heel goede mogelijkheden om een divers winkelaanbod dichtbij de klant te situeren. Ook vanuit mobiliteitsperspectief is dat aantrekkelijk. Concentratie in winkelcentra (stadsdeel of wijk gericht) kent natuurlijk voordelen zoals beschreven. Maar zoals uit de huidige ontwikkeling blijkt voldoen deze lang niet in alle gevallen aan de eisen van de huidige behoefte van consumenten en hun koopgedrag.

De verschuiving van de omzet van stenen winkels naar **internet** wordt voldoende opgemerkt. De effecten op **distributie** als gevolg van deze verschuiving echter niet. De aanzwellende stroom van bezorg activiteiten worden onvoldoende erkend en krijgen te weinig aandacht. Juist in relatie tot

de locatie van de **Goederen Uitgifte Punten**. Hier ligt een kans om beperkt functionerende winkelgebieden een rol te laten spelen, die een nieuw bezoeks-motief in de retail sfeer kan opleveren.

### Sterkte/zwakte

De nota geeft een beeld waarin Amsterdam gezien wordt als een stad die internationaal goed kan concurreren als winkelbestemming. Daarbij wordt onder andere verwezen naar een vergelijking binnen de Benelux. Voor een stad die binnen de top-tien, of zelfs top-vijf wil staan in Europees verband is dat een te beperkte waarneming. Amsterdam is beslist geen belangrijke vestigingsplaats voor internationale ketens van hoog/midden en hoog niveau. Evenmin wordt het aanbod in voldoende mate bepaald door lokale interessante formules, die een voor Amsterdam eigen beeld opleveren dat interessant is voor mensen met een bewust koopmotief. Het beeld wordt sterk gedomineerd door modebedrijven van laag tot middenklasse. Internationale ketens die overal te vinden zijn bepalen het beeld. Aanbod in andere sectoren dan mode is zeer beperkt. Voor Amsterdam ligt hier nog een forse uitdaging. Wij zijn blij met de nieuwe functie van **Retail loods**. Wij zien een belangrijke taak in dit verband voor deze functie weggelegd.

### Diversiteit van het aanbod

Het stuk geeft veel aandacht aan de afnemende diversiteit van het aanbod in de binnenstad. Wij kunnen ons in de analyse en de aanpak goed vinden. Wel willen wij daarbij een kanttekening maken. Het is duidelijk dat een belangrijke oorzaak van de geschetste negatieve ontwikkeling de groeiende stroom van dag bezoekers aan de binnenstad, die slechts geïnteresseerd zijn in snelle consumptie in eenvoudige horeca of meeneemvoedsel in een take-out winkel. Het is echter een beperkt aantal straten dat hier in overgrote mate mee geconfronteerd wordt. In de beeldbepaling wordt het veel te sterk uitvergroet over de gehele binnenstad. Op andere plekken in de stad is er ook sprake van een beperking van dagelijks aanbod, maar daar spelen heel andere oorzaken een rol als sterk veranderend koopgedrag van bewoners bij de aanschaf van dagelijkse artikelen. Over het geheel genomen kent het Centrum van Amsterdam een gevarieerd aanbod in aantrekkelijke gebieden die elk een eigen karakter en kleuring geven aan Amsterdam als verblijf- en woongebied.

Wij verwachten veel van de rol die de gemeente speelt in het opgang gekomen proces van diversifiëring van het aanbod. Niet omdat de overheid een beter

beeld heeft van de gewenste situatie dan de betrokken stakeholders, maar omdat het **proces krachtige regie** nodig heeft. En omdat de afspraken die door de stakeholders gemaakt worden ook een juridisch kader behoeven waarbinnen de gewenste ontwikkeling ingebed wordt.

### Drukke en spreiding

Het is hier niet de plek om uitgebreid in te gaan op de problematiek van de groeiende drukke op sommige plaatsen in de binnenstad. Een belangrijk deel van het beleid dat zich nu ontwikkelt, is spreiding van bezoekersstromen. Ook in de binnenstad zelf. Belangrijke hotspots worden nu gevonden in de winkelstraten van het kernwinkelgebied. Het is van groot belang om het kernwinkelgebied te vergroten om meer fysieke ruimte te creëren voor bezoekers. De gemeente kiest terecht voor spreiding. Breid dan ook het winkelgebied uit in westelijke richting en benut de mogelijkheid van de Westelijke Burgwallen. Nieuwezijds Voorburgwal, Spuistraat en Raadhuisstraat.

### Tenslotte

Wij beleven een periode van grote economische groei, forse uitbreiding van het aantal inwoners van de stad, en een sterke toename van het aantal bezoekers op grond van velerlei redenen. Een nieuwe Gouden Eeuw die de stad vele voordelen brengt. Het leidt in onze stad met zijn beperkte fysieke ruimte ook tot forse uitdagingen van allerlei aard. Duidelijk is het in ieder geval dat de druk op de openbare ruimte toeneemt. De retail en horeca spelen een belangrijke rol in dit proces. Wij zijn er groot voorstander van om de dynamiek die kansen biedt, maar ook bedreigingen inhoudt, zo goed mogelijk te managen vanuit een perspectief van gezamenlijke inspanning van overheid en bedrijfsleven. Er is in een deel van de stad ervaring opgedaan met **gecoördineerd straatmanagement** en **gezamenlijke aanpak van beheerprojecten** in de openbare ruimte. Wij zijn met elkaar een leerproces ingegaan dat positieve en negatieve lessen heeft opgeleverd. In ieder geval zijn wij blij met deze aanpak en adviseren deze ook in andere gebieden uit te proberen.

Vereniging Amsterdam City,



Willem Koster, voorzitter