Regionale detailhandelsvisie Amstelland-Meerlanden

dtnp

·dtnp·

Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Graafseweg 109
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83
E info@dtnp.nl
W www.dtnp.nl

Opdrachtgevers:	Gemeente Aalsmeer, gemeente Amstelveen, gemeente Diemen, gemeente Haarlemmermeer, gemeente Ouder-Amstel en gemeente Uithoorn
Contactpersoon:	De heer S.J.S. Stelling (Gemeente Uithoorn)
Projectteam DTNP:	De heer R. Eijkelkamp De heer P. Rosmulder
Projectnummer:	2148.0420
Datum:	21 april 2021

Regionale detailhandelsvisie Amstelland-Meerlanden

1	**Inleiding**	**1**
2	**Huidig functioneren**	**2**
2.1	Aanbodstructuur	2
2.2	Vraagzijde en demografie	6
2.3	Trends en ontwikkelingen	7
2.4	Toekomstig draagvlak en programma	10
3	**Uitgangspunten**	**13**
3.1	Belang ruimtelijk detailhandelsbeleid	13
3.2	Belang regionale afspraken	15
4	**Visie**	**16**
4.1	Gewenste detailhandelsstructuur	16
4.2	Regionale afspraken	17
	Bijlage - Overzicht winkelgebieden Locatus	19

Inhoudsopgave

1 Inleiding

Het veranderende koopgedrag bij consumenten (o.a. meer online) leidt tot minder en ander bezoek aan centrumgebieden, met veelal grote verschillen tussen stedelijke (groei-) en landelijke (Groene Hart-)gemeenten. Dit heeft als gevolg dat de omvang, invulling en onderlinge positie van winkelgebieden verandert. In dit dynamische krachtenveld is een regionale visie onontbeerlijk.

Aanleiding en doel

Het bestaande regionale detailhandelsbeleid (SRA/MRA) uit 2016 loopt eind dit jaar af. De Noord-Hollandse gemeenten uit de regio Amstelland-Meerlanden* (AM) stellen daarom, mede in lijn met de provinciale verplichting, een gezamenlijke detailhandelsvisie op. Gelet op de grote diversiteit binnen de regio is daarbij een zorgvuldige balans nodig tussen provinciale vereisten, regionale afstemming en ruimte voor lokaal maatwerk.

Doel is een visie op een toekomstbestendige detailhandelsstructuur voor de regio Amstelland-Meerlanden, rekening houdend met lokale, regionale en landelijke ontwikkelingen. De visie sluit aan op het provinciale detailhandelsbeleid en op de (bestaande) lokale detailhandelsvisies van de zes gemeenten. De visie biedt een door de regio gedragen afsprakenkader voor onderlinge afstemming en lokaal maatwerk.

Leeswijzer

De provincie Noord-Holland heeft aangegeven welke inhoudelijke onderwerpen een regionale visie moet bevatten. Deze onderwerpen zijn daarom (beknopt) opgenomen in deze regionale detailhandelsvisie voor de AM-regio. Hoofdstuk 2 bevat een korte analyse van vraag, aanbod, trends en ontwikkelingen. Dit is de basis van waaruit gezamenlijk de uitgangspunten (hfst. 3) en de afspraken (hfst. 4) opgesteld zijn.

Wensenlijst provincie Noord-Holland

- Een beschrijving van de bestaande detailhandelstructuur in de regio (par. 2.1);
- De demografische ontwikkeling van de regio (par. 2.2);
- De marktruimte in de regio (par. 2.4);
- Een analyse van de leegstand (ontwikkeling van leegstand, specifieke probleemlocaties) (par. 2.1);
- Het beleid ten aanzien van herstructurering en eventueel transformatie van bestaande winkelcentra (par. 2.1);
- De aanwezige planvoorraad (par. 2.4);
- Een beschrijving van de gewenste detailhandelsstructuur in de regio (par. 4.1);
- De uitbreidingen die de regio de komende vijf jaar binnen de bestaande marktruimte wil mogelijk maken (par. 4.2);
- Hoe de regiogemeenten de planvoorraad en leegstand gaan monitoren (par. 4.2);
- Het beleid ten aanzien van volumineuze detailhandel, grootschalige detailhandel en afhaalpunten voor internetaankopen, binnen het kader van het provinciaal beleid. Hierbij hebben regio's bijvoorbeeld mogelijkheid voor clustering van detailhandel op specifieke regionale locaties of verspreiding over verschillende locaties (par. 4.2).

* Naast de gemeenten Aalsmeer, Amstelveen, Diemen, Haarlemmermeer, Ouder-Amstel en Uithoorn maakt ook de Utrechtse gemeente De Ronde Venen deel uit van het samenwerkingsverband Amstelland-Meerlanden. Deze regionale detailhandelsvisie heeft alleen betrekking op de zes Noord-Hollandse gemeenten. In het vervolg van dit document wordt De Ronde Venen dus niet tot de 'AM-regio' gerekend.

2 Huidig functioneren

2.1 Aanbodstructuur

Grote concurrentie buiten de regio
De regio Amstelland-Meerlanden beslaat een uitgestrekt gebied direct ten zuiden van Amsterdam en is onderdeel van het stedelijk netwerk in de noordvleugel van de Randstad. Ieder van de AM-gemeenten heeft hier te maken met het concurrerende winkelaanbod in zowel de hoofdstad als de omliggende steden (o.a. Haarlem, Leiden en Utrecht). Met circa 270.600 m² winkelvloeroppervlak* (wvo) heeft Amsterdam een zeer groot centrumaanbod dat een concurrentie vormt voor het winkelaanbod binnen en ver buiten de regio. Ter illustratie: de Amsterdamse binnenstad telt alleen al meer winkels dan alle gemeenten uit de AM-regio samen (resp. ca. 1.995 en 1.400). En dan beschikt Amsterdam daarnaast ook nog eens over ruim 85 andere winkelgebieden!

Buiten de Amsterdamse binnenstad zijn ook het centrum van Haarlem (ca. 84.800 m² wvo) en de Arena Boulevard (ca. 67.700 m² wvo) grote en dichtbijgelegen aankooplocaties die aantrekkelijk zijn voor inwoners van Amstelland-Meerlanden. In het oosten, zuiden en (zuid-)westen is het winkelaanbod buiten de regio relatief kleinschalig, maar de meeste kernen beschikken wel over een eigen centrum met compleet dagelijks aanbod. Verder richting het zuiden, in Leidschendam, is The Mall of the Netherlands geopend, dat mikt op een bovenregionale aantrekkingskracht.

Twee grote hoofdwinkelgebieden in de regio
In totaal beschikt de AM-regio over circa 570.000 m² wvo, verdeeld over circa 1.400 verkooppunten (vkp)*. Circa 9% van het winkelvloeroppervlak (39.000 m² wvo) staat leeg, verdeeld over in totaal circa 140 verkooppunten.

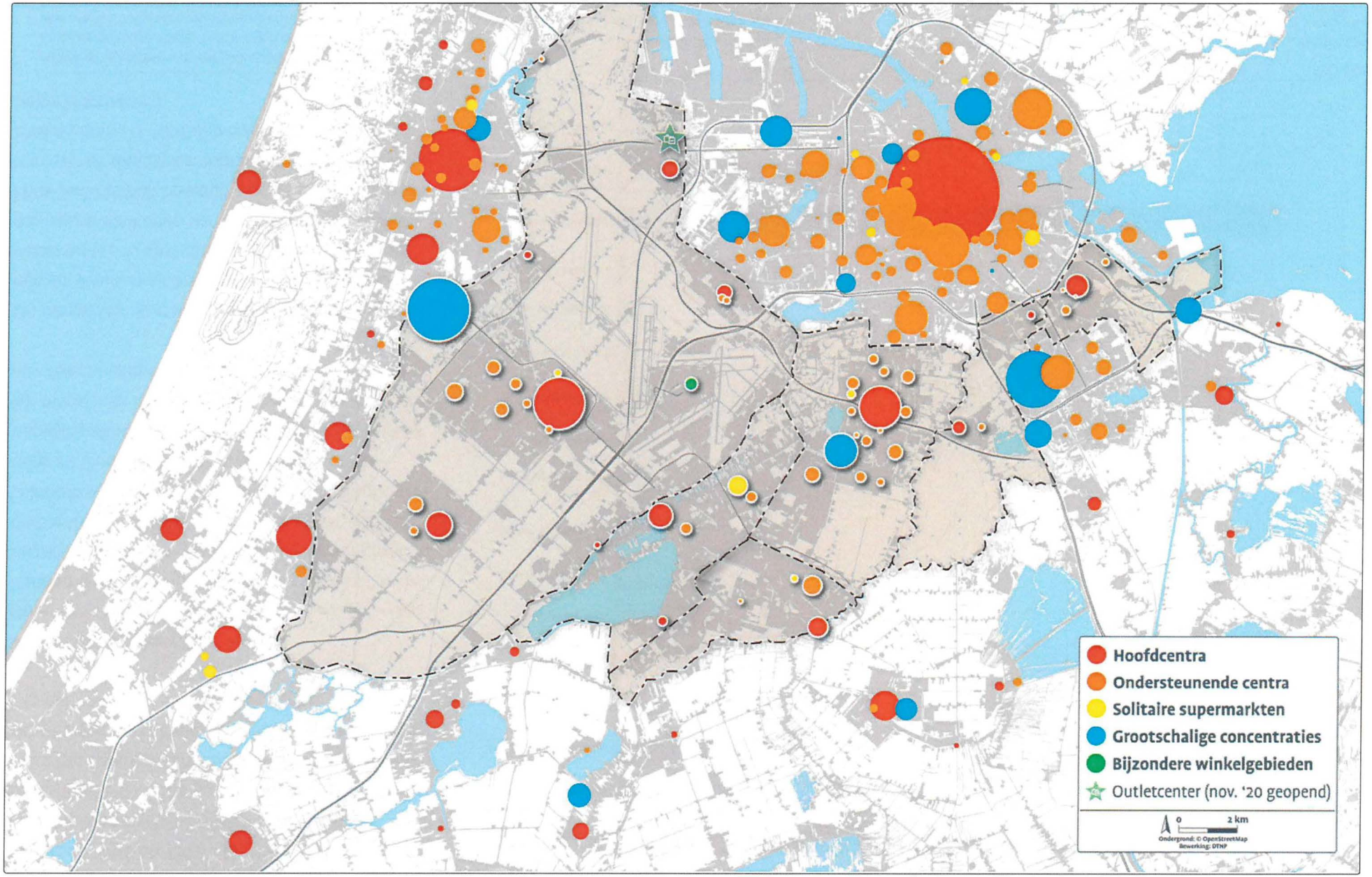
De centra van Hoofddorp en Amstelveen zijn in aantal winkels het grootst, met respectievelijk 170 en 136 vkp (ca. 56.800 m² wvo en 42.500 m² wvo). Beide stadscentra beschikken over een relatief uitgebreid niet-dagelijks winkelaanbod (met o.a. een Bijenkorf, Primark en/of Zara), waardoor het aantrekkelijke locaties zijn voor een recreatief winkelbezoek. De focus op niet-dagelijkse artikelen (met name mode en luxe) maakt deze centra tegelijkertijd extra kwetsbaar voor de voortdurende groei van online winkelen. Doordat zowel in Hoofddorp als in Amstelveen de niet-dagelijkse sector sterk vertegenwoordigd is, kennen beide

Sterke concurrentie vanuit Amsterdam

Hoofddorp grootste centrum binnen de regio

* Excl. leegstand, diensten en leisure (bron: Locatus winkelgebiedverkenner, juli 2020).

Winkelaanbod in en rondom de regio Amstelland-Meerlanden (winkelgebieden geschaald naar m² wvo; bron: Locatus)



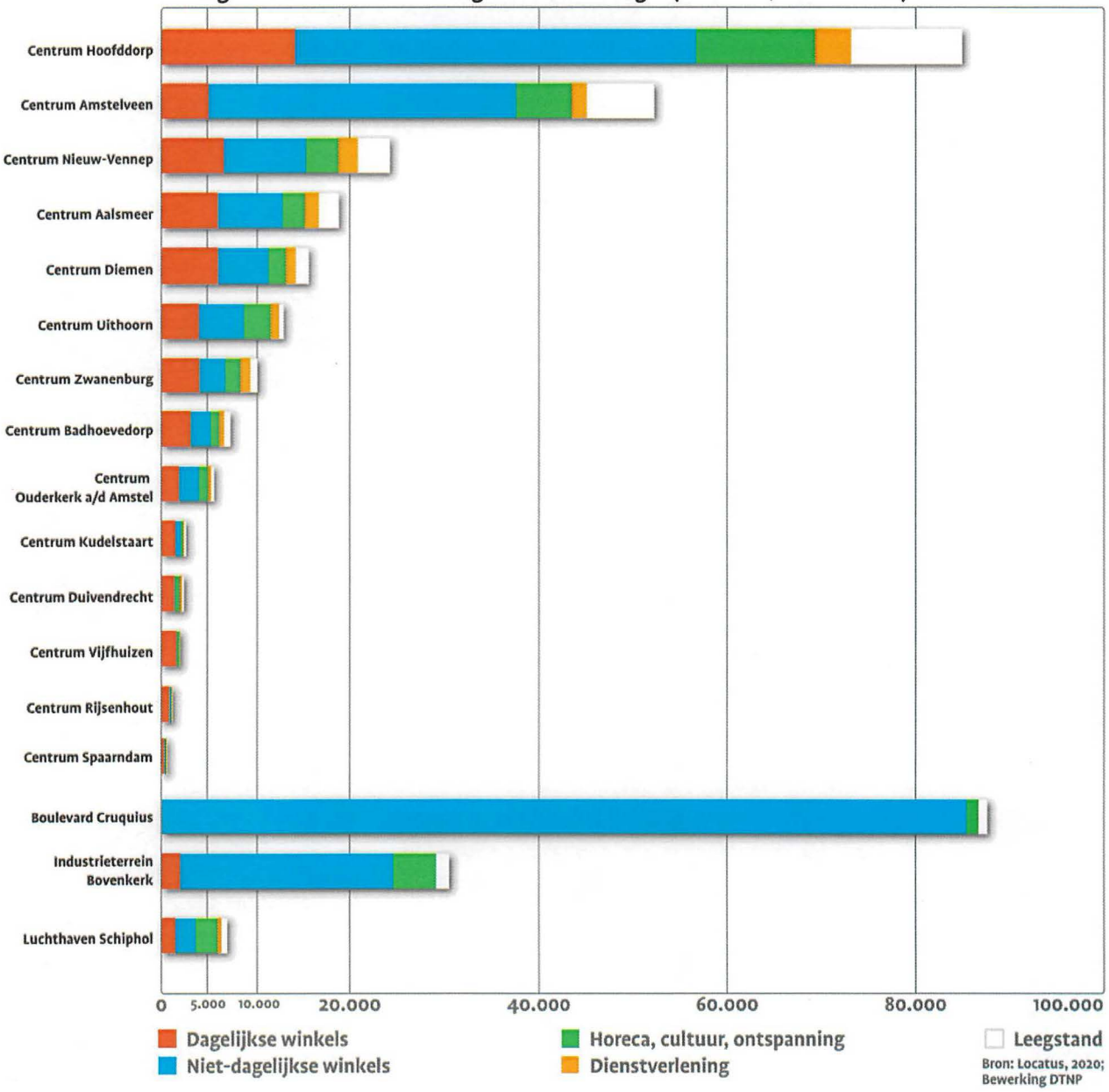
locaties een groot aandeel leegstaande winkelmeters (resp. 14% en 16%)*. Mede door het omvangrijke dagelijkse winkelaanbod (o.a. vier grote supermarkten) en het grotere horeca-aanbod heeft het centrum van Hoofddorp wel een gevarieerdere (en meer toekomstbestendige) samenstelling dan het centrum van Amstelveen.

Veel kleine en lokale hoofdcentra

De andere hoofdwinkelgebieden** in de AM-regio hebben vooral een lokaalverzorgende functie. Het dagelijks aanbod in deze centra is relatief groot. In de centra van Nieuw-Vennep, Aalsmeer, Diemen, Uithoorn (dorpscentrum), Zwanenburg, Badhoevedorp en Ouderkerk aan de Amstel is ook niet-dagelijks aanbod en horeca aanwezig. De nadruk ligt hier echter op de frequentbenodigde food- en non-foodaankopen.

De centra van Kudelstaart, Duivendrecht, Vijfhuizen, Rijsenhout en Spaarndam hebben een verzorgende functie die primair gericht is op de dagelijkse aankopen van de inwoner uit de eigen kern. Het aanbod bestaat voor het overgrote deel dan ook uit dagelijkse voorzieningen (supermarkt, bakker, drogist). Niet-dagelijks aanbod is niet of beperkt aanwezig.

Huidig aanbod in hoofdwinkelgebieden AM-regio (in m² wvo, bron: Locatus)



* Aandeel leegstand is vergelijkbaar met het gemiddelde in deze grootteklasse, maar ligt ruim boven het gewenste frictieleegstandsniveau van circa 6%.

** Bron: Locatus winkelgebiedverkenner (juni 2020).

Wijkwinkelcentra en verspreid aanbod
Naast de hoofdcentra beschikken veel kernen over een of meerdere ondergeschikte 'wijk'-winkelcentra, die een verzorgende functie hebben voor een deel van de kern. Het aanbod bestaat hier voornamelijk uit dagelijkse winkels, met één of twee supermarkten als basis, en enkele niet- dagelijkse aanbieders, veelal in het verlengde van de boodschappenfunctie. Een significant deel van het detailhandelsaanbod in de regio (ca. 270 vkp, 203.000 m² wvo) is gevestigd buiten een van de winkelgebieden*. Dit solitaire aanbod is divers van karakter. Een behoorlijk deel van de meters bestaat uit aanbod in de branches 'doe-het-zelf' en 'tuin'.

Grootschalige concentraties
Naast de centrale winkelgebieden zijn er in de regio enkele PDV-locaties, waarvan Boulevard Cruquius en Industrieterrein Bovenkerk de grootste zijn. Woonboulevard Cruquius heeft een sterke positie binnen, maar ook buiten de regio; het is een van de grootste PDV-locaties in dit deel van het land. In omvang is het, met circa 85.500 m² wvo (55 vkp), zelfs het grootste winkelgebied binnen de AM-regio. Het aanbod bestaat primair uit volumineuze goederen.

* Een samenhangend cluster van vijf of meer winkels wordt door Locatus beschouwd als winkelgebied.

Daarnaast zijn er enkele grootschalige winkels gevestigd met 'reguliere' niet-dagelijkse artikelen (o.a. Intersport en MediaMarkt). In Amstelveen ligt op industrieterrein Bovenkerk een kleinschaliger PDV-cluster met onder andere bouwmarkten, woon- en kringloopwinkels en één supermarkt. In overige gemeenten zijn aanbieders van volumineuze goederen beleidsmatig ingepast op lokale bedrijventerreinen (bijv. De Sniep in Diemen).

Bijzondere winkelgebieden
Binnen de AM-regio zijn daarnaast twee bijzondere winkelgebieden te vinden die een uitzonderlijke positie innemen. De eerste is het winkelcentrum op luchthaven Schiphol. Het winkelaanbod dat hier is gevestigd richt zich primair op de aankomende en vertrekkende (wereld)reiziger, en is in de huidige vorm niet of nauwelijks onderdeel van de regionale winkelstructuur.

Een ander bijzonder winkelgebied is recentelijk (nov. 2020) geopend: The Styles Outlet Amsterdam in Halfweg. Het outletcentrum, dat zich primair richt op de verkoop van sterk afgeprijsde (merk)kleding, heeft een omvang van circa 15.000 m² wvo. Modewinkels in de AM-regio (o.a. centra Hoofddorp en Amstelveen) krijgen er een concurrerende aankooplocatie bij. Het outletcentrum, door het type aanbod en het karakter van het winkelgebied, als solitaire en voornamelijk recreatieve bestemming zal daarnaast de concurrentie aangaan met het bestaande outletcentrum in Lelystad en de binnensteden van Amsterdam en Haarlem en mikt ook op bezoek door toeristen.

Ook supermarkt op PDV-locatie Bovenkerk

The Styles Outlet Amsterdam (bron website)

2.2 Vraagzijde en demografie

Huidige inwoners

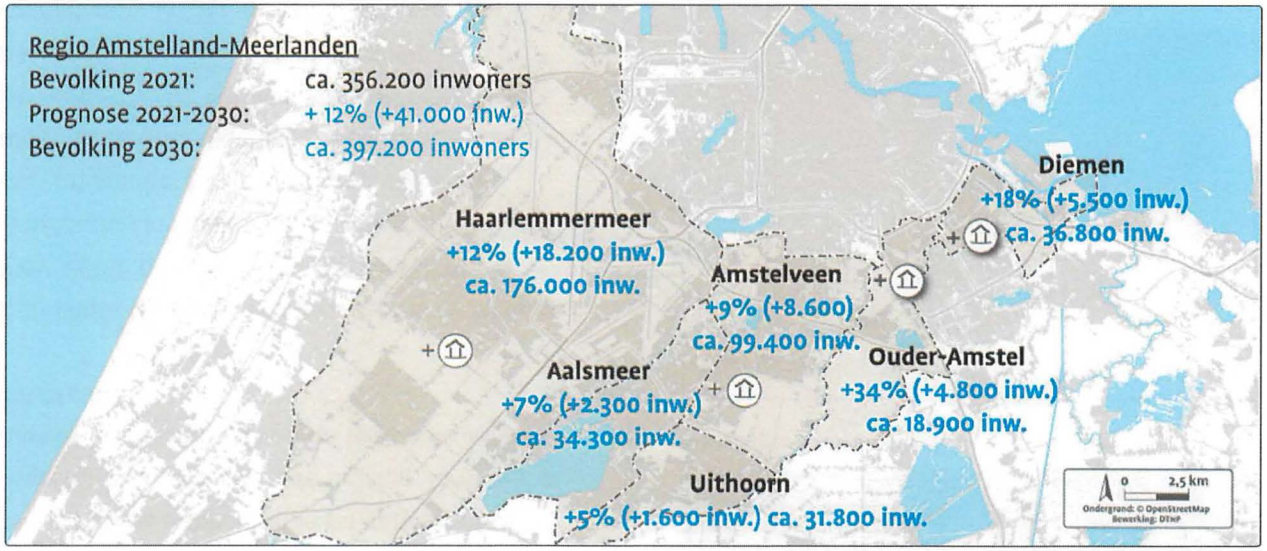
De regio Amstelland-Meerlanden heeft circa 356.200 inwoners*, verdeeld over zes gemeenten. Hoofddorp en Amstelveen zijn met afstand de grootste steden van de regio; Haarlemmermeer (157.800 inwoners) en Amstelveen (90.800 inwoners) zijn dan ook de gemeenten met het grootste inwonertal. In Aalsmeer (32.000 inw.), Uithoorn (30.200 inw.), Diemen (31.300 inw.) en Ouder-Amstel (14.100 inw.) is het aantal inwoners geringer.

Het gemiddelde inkomen per inwoner in de regio ligt met circa € 29.900 boven het landelijk gemiddelde van € 26.000 per inwoner. Binnen de regio lopen de verschillende gemeenten wel uiteen. Zo is het inkomen per inwoner in de gemeenten Ouder-Amstel en Amstelveen met circa € 33.000 beduidend hoger dan in het meer gemiddelde Diemen (circa € 26.800)**.

Sterke groei inwonertal

De verwachting is dat in alle gemeenten het inwonertal de komende jaren sterk zal groeien. Zo wordt er rondom de zuid-oostlob van Amsterdam volop gebouwd aan Holland Park (gemeente Diemen) en worden er plannen gemaakt voor De Nieuwe Kern (nabij Duivendrecht, gemeente Ouder-Amstel). Beide projecten hebben een dusdanige omvang (in totaal ca. 5.000 nieuwe bewoners in Diemen en ca. 4.500 woningen nabij Duivendrecht) dat hier ook behoefte is aan een gerichte vergroting van het lokaalverzorgend winkelaanbod. Vergelijkbaar geldt dit voor de gemeente Haarlemmermeer, met de ontwikkeling van nieuwe wijken in o.a. Hoofddorp, Nieuw-Vennep en Lisserbroek.

Inwonerontwikkeling 2030: + 12% in de gehele regio



In absolute zin wordt per gemeente een flinke inwonertoename verwacht***, zie de kaart. Er staat de regio dus een grote woningbouwopgave te wachten, zeker als rekening wordt gehouden met verdere huishoudensverdunning. Naast uitbreidingslocaties (o.a. ca. 1.000 woningen nabij Westwijk en ca. 2.000 woningen bij Hoofddorp-Zuid) gaat het hierbij met name om inbreidings- of transformatie-opgaven. Leegstaande kantoren of verouderde bedrijvenlocaties zijn (zeker nabij OV-voorzieningen) in de toekomst kansrijk als hoogstedelijke woonwijken.

NB: de invloed van de coronacrisis op demografische/woningbouwontwikkeling is tot op heden nog onbekend.

* CBS (2021), kerncijfers wijken en buurten.
** CBS (2018), kerncijfers wijken en buurten.
*** Provincie Noord-Holland (2019), Bevolkingsprognose Noord-Holland 2019-2040.
Gemeente Haarlemmermeer: lokale prognose

2.3 Trends en ontwikkelingen

Onzekere tijden

Op het moment van schrijven (begin 2021) is er sprake van een grote onzekerheid rondom de korte- en langetermijnontwikkelingen als gevolg van het coronavirus. Besmettingscijfers en beperkende maatregelen fluctueren sterk, met grote gevolgen voor consumentenbestedingen en -vertrouwen. In grote lijnen was het minder druk in de grote winkelstraten, aangezien recreatief winkelbezoek werd afgeraden, en juist drukker in de lokale winkelgebieden. In de tweede lockdown moesten niet-essentiële winkels zelfs geheel de deuren sluiten voor bezoekers.

Lange termijn: Impact coronacrisis zeer groot

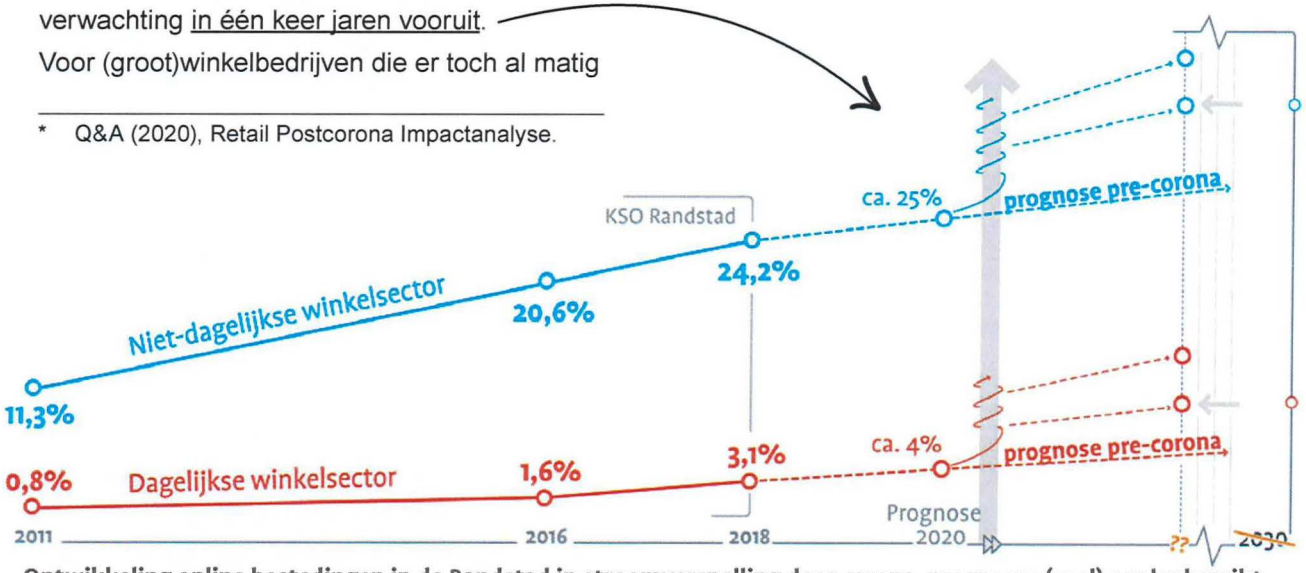
Wel staat inmiddels vast dat consumenten tijdens de coronacrisis meer online zijn gaan kopen. Consumenten (ook ouderen) raken hierdoor gewend aan het gemak van en de keuzevrijheid op het internet. Online-spelers vergroten nu hun capaciteit en slagkracht. Hoewel er tegelijkertijd ook veel consumenten loyaliteit toonden met lokale ondernemers winnen het gemak, het grote aanbod, de snelheid en de prijs van grote online-spelers het vaak van de sympathie voor lokale ondernemers.

In hoeverre (en wanneer) consumenten na de coronacrisis de binnenstad weer terugvinden als aankoopplaats voor niet-dagelijkse artikelen is momenteel lastig te voorspellen. In elk geval moet rekening gehouden worden met afnemende bestedingen door (onzekerheid over) werkloosheid en economische recessie. Vooral niet-noodzakelijke vrijetijdsbestedingen (horeca, uitgaan, mode, overig recreatieve aankopen) hebben hier sterk onder te lijden*. De economische effecten van de coronacrisis lopen naar verwachting lange tijd door.

Versnelde uitdunning winkelbestand

Door de coronacrisis schiet het geleidelijke proces van een afnemend aantal winkels naar verwachting in één keer jaren vooruit. Voor (groot)winkelbedrijven die er toch al matig voorstonden of voor ondernemers die dicht bij (of over) hun pensioenleeftijd zijn, is dit een logisch moment om versneld het roer om te gooien of te stoppen. Maar ook bedrijven die er voor de crisis redelijk tot goed voorstonden, zullen investeringen uitstellen en kunnen zelfs, door liquiditeitsproblemen en gebrek aan perspectief om oplopende schulden terug te kunnen betalen, alsnog binnen enkele maanden omvallen of stoppen. Voor veel gemeenten ligt er, wanneer het eerste crisismanagement achter de rug is, een opgave om kansrijke detailhandelslocaties zo goed mogelijk in de benen te houden en kansarme winkellocaties versneld om te vormen naar een andere (niet-)

* Q&A (2020), Retail Postcorona Impactanalyse.



Ontwikkeling online bestedingen in de Randstad in stroomversnelling door corona, prognoses (veel) eerder bereikt

publieke functie. Deze opgave is niet nieuw, maar zal nu versneld moeten worden aangepakt.

Gevolgen van meer online bestedingen

Het doorlopend stijgende aandeel online aankopen heeft grote gevolgen. Dit is voornamelijk in de niet-dagelijkse sector te zien, waar ondertussen circa een kwart van de bestedingen online wordt gedaan. In de dagelijkse sector zijn online boodschappen qua aandeel nog beperkt, maar wel sterk in opmars; mede door corona zal het online boodschappen doen in populariteit én aanbod nu versneld toenemen. Doordat de groei van online bestedingen ten koste gaat van bestedingen in fysieke winkels neemt het aantal fysieke winkels al jaren af. Dit geldt niet alleen voor zelfstandigen (bijv. geen opvolging), maar de laatste jaren ook voor steeds meer winkelketens die zich niet goed kunnen onderscheiden van het online aanbod. Vooral de niet-dagelijkse winkels zijn sterk in aantal gedaald.

Als gevolg hiervan is de leegstand landelijk toegenomen. Tot 2016 was er een duidelijke stijging te zien in de omvang van de leegstand (o.a. faillissement V&D). In de jaren daarna nam de leegstand iets af, voornamelijk doordat winkelpanden getransformeerd werden naar o.a. horeca, kappers en woningen. In de laatste paar jaar is er weer een toename in het aantal leegstaande panden te zien, juist ook in centra. De invulling door alternatieve functies zwakt af, terwijl de krimp bij winkels doorzet. Dit wordt mede verklaard door de afvlakking van de groei in de horecasector en het langer leegstaan van moeilijk te transformeren winkelvastgoed (zoals planmatige winkelpassages).

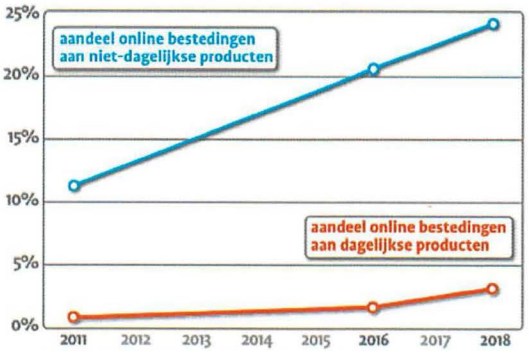
Veranderend ruimtelijk gedrag consument

De terugloop van bestedingen in fysieke winkels wordt niet gelijk verdeeld over alle winkelgebieden. De consument is aan de ene kant op zoek naar gemak in gerichte en frequente aankopen en aan de andere kant naar iets bijzonders (kwaliteit product, activiteit, advies, locatie, etc.):

- Gerichte aankopen gebeuren steeds meer online (met name niet-dagelijkse artikelen);
- Frequente (food)aankopen doet de consument nog steeds in het nabije boodschappencentrum (voornamelijk dagelijkse winkels), mits er voldoende aanbod en bezoekgemak is;
- Voor de totaalbeleving van een recreatief 'dagje centrum' is de consument selectief; alleen de echt grote binnensteden voldoen nog aan de gewenste diversiteit en massa.

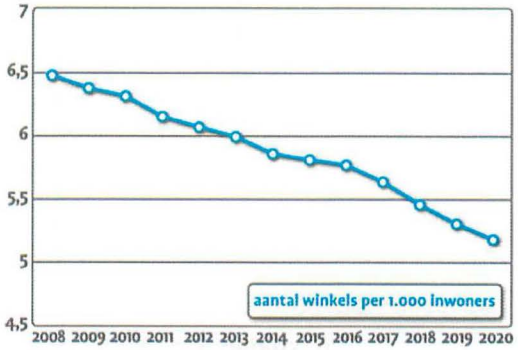
Vooral veel middelgrote centra vallen tussen tafellaken en servet. Dit zijn vaak winkelgebieden met veel 'standaard' niet-dagelijks winkelaanbod, zonder het grote horeca-/cultuuraanbod van de

Aandeel online aankopen stijgt door



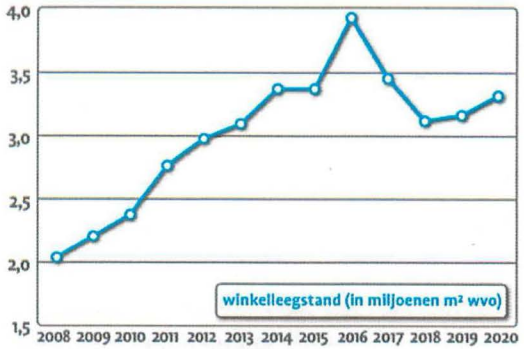
Bron: I&O Research en DTNP, 2018; bewerking DTNP

Aantal winkels blijft afnemen



Bron: Locatus en CBS, 2020; bewerking DTNP

Leegstand neemt (weer) toe



Bron: Locatus en CBS, 2020; bewerking DTNP

grote binnensteden. Dit type centrum is voor steeds minder koopmomenten de eerste keuze en verliest daardoor in rap tempo de bovenlokale winkelfunctie. Het zijn vooral deze gebieden die te maken hebben met structurele leegstand.

Opkomst van andere centrumfuncties
Met de veranderende positie van het (niet-dagelijks) winkelaanbod neemt het belang van het overige centrumprogramma verder toe. De functieverbreding is niet alleen noodzakelijk om leegstand in te vullen, het draagt er juist aan bij dat consumenten meer redenen hebben het centrum te bezoeken. Functieverbreding zorgt voor nieuwe trekkracht en zorgt ervoor dat centra relevant blijven als verblijfs-, ontmoetings- en belevingslocatie. In een modern centrum is er ruimte voor een breed aanbod food- en dagelijkse producten, onderscheidende niet-dagelijkse winkels en passend horeca-aanbod, gecombineerd met een passend aanbod relevante (sociaal-maatschappelijke) dienstverlening, cultuur en sport- en leisurefuncties.

Perifere/grootschalige detailhandel kwetsbaar
Aanbodverbreding vindt ook plaats op veel 'woonboulevards'. Deze van oorsprong sterk thematische perifere detailhandelslocaties hebben in de loop van de jaren deels een niet-thematische invulling gekregen (o.a. elektronica, sport, speelgoed, maar ook fitness). Hiermee ontwikkelden deze locaties zich meer en meer tot runshoppingcenter. Ondanks een lichte piek in omzet in 2020 (die overigens online nog veel groter was*) zal de bereidheid van de consument om een grote afstand af te leggen voor doelgerichte aankopen naar verwachting verder teruglopen. Versneld door corona neemt ook het online aankoopkanaal een grotere rol in bij doe-het-zelfaankopen, zie ook pagina 11.

Ontwikkeling in jurisprudentie (EDR)
In deze dynamische winkelmarkt is er de afgelopen tijd bovendien een juridische strijd gaande omtrent beperkende regelgeving voor vestiging van specifieke detailhandelsbranches. Dit principe van 'branchering' is niet nieuw, maar is recentelijk door diverse partijen opnieuw ter discussie gesteld in het kader van de Europese Dienstenrichtlijn (EDR).

Branchering van 'traditionele PDV-branches' is hierbij als ruimtelijk relevant aangemerkt**. De motivering ervan is gelegen in het feit dat aard en omvang van de artikelen (volumineus) een groot winkeloppervlak nodig hebben en deze winkels moeilijk inpasbaar zijn in centrumgebieden. Recentelijk oordeelde de Raad van State, als eerste in de casus Appingedam, maar later ook in andere casussen (zoals in Diemen), dat ruimtelijk detailhandelsbeleid en beperkende regels over locaties, branches en oppervlaktes toegestaan blijven, mits goed onderbouwd.

De uitspraak in de casus Appingedam bevestigt dat je als gemeente dus nog steeds regels kunt maken, maar maakt overheden ook bewust van de noodzaak beleidsregels deugdelijk (lees: vaak beter dan nu) te motiveren. Waarom zijn deze specifieke regels in deze specifieke situatie noodzakelijk? Zijn ze effectief en gaan ze niet verder dan strikt noodzakelijk? Consequent ruimtelijk beleid voeren is nodig vanuit de wens de ruimtelijke winkelstructuur toekomstbestendig te kunnen houden.

Jurisprudentie: goede motivatie beleid belangrijk

* Jaar op jaar omzet +20% in fysieke bestedingen, t.o.v. +100% online (CBS / GFK, 2021).
** PDV: perifere detailhandelsvestigingen, winkels met volumineuze artikelen (o.a. woninginrichting, bouwmarkten, tuincentra, auto's, boten, caravans).

2.4 Toekomstig draagvlak en programma

Binding en toevloeiing in beeld

In 2018 is in de Randstad een uitgebreid koopstromenonderzoek uitgevoerd*. Dit onderzoek geeft een goed inzicht in het huidig functioneren van het detailhandelsaanbod in de AM-regio. Op de kaarten hiernaast is per postcodegebied (PC4) in kleur aangegeven wat de primaire aankooplocatie is van de bewoners van het gebied voor zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse aankopen.

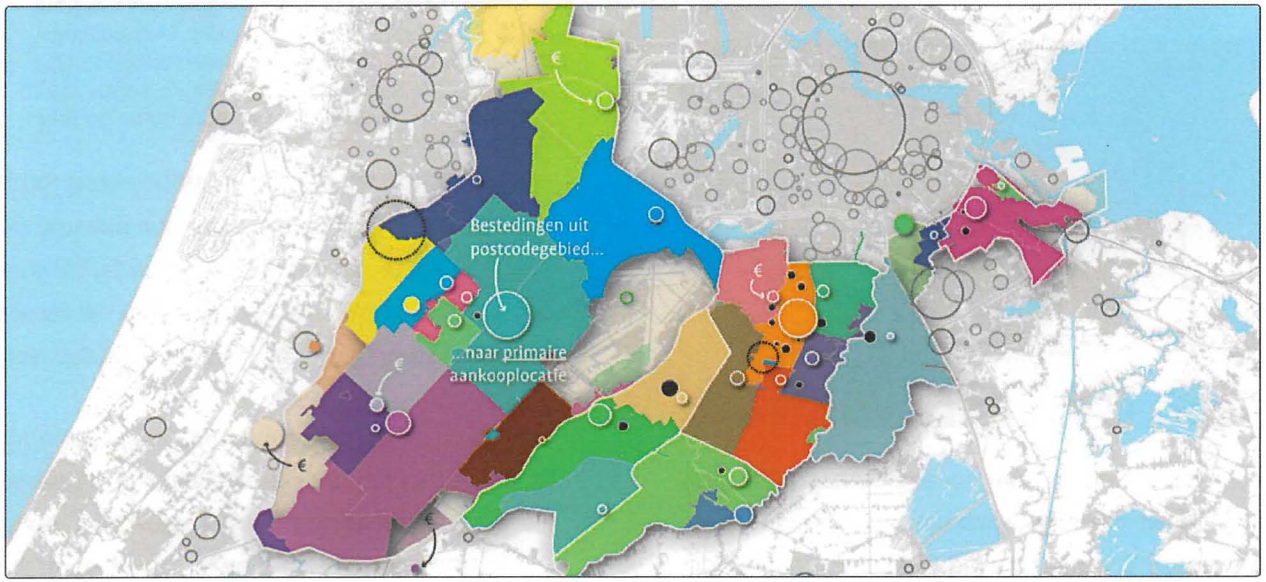
Functioneren bestaande winkelstructuur

Op de bovenste kaart is de fijnmazigheid van het dagelijkse winkelaanbod zichtbaar. De meeste inwoners kunnen in of nabij hun woonomgeving terecht voor de eerste levensbehoeften.

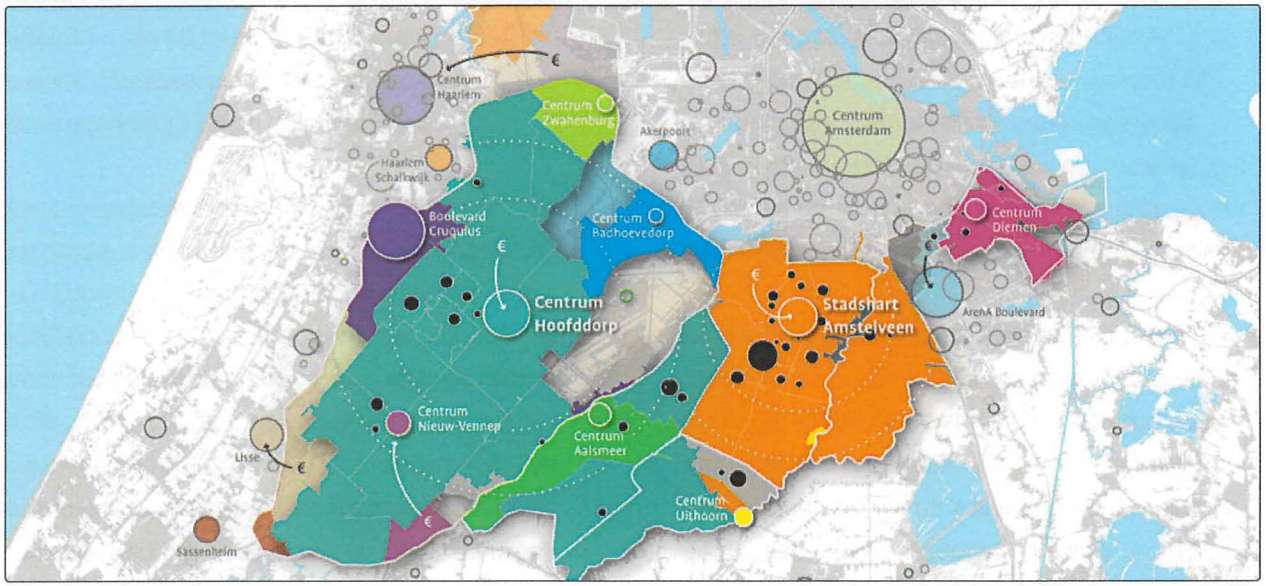
De onderste kaart laat zien dat de centra van Hoofddorp en (in mindere mate) Amstelveen een regiofunctie vervullen binnen de AM-regio. Tegelijkertijd zijn er diverse 'uitlopers' waar inwoners, vanwege de geografische positie, primair gebruik maken van een andere (beter bereikbare) aankooplocatie voor hun niet-dagelijkse artikelen. Zo doen inwoners van Diemen hun aankopen primair in de eigen gemeente,

* I&O Research/DTNP (2019) KSO Randstad 2018.

Primaire aankooplocatie dagelijkse artikelen vaak dicht bij huis (bron: KSO2018)



Regiofunctie Hoofddorp en Amstelveen als primaire aankooplocatie niet-dagelijkse artikelen (bron: KSO2018)



terwijl inwoners van Spaarndam en Halfweg uitwijken naar Haarlem (Schalkwijk).

Plancapaciteit en marktruimte

De AM-regio krijgt de komende decennia te maken met bevolkingsgroei, wat betekent dat het draagvlak voor nieuwe detailhandelsontwikkelingen in theorie toeneemt (*meer mensen = meer winkels*). Op basis van dit gegeven zijn er de afgelopen jaren dan ook al diverse plannen ontwikkeld voor het toevoegen van nieuwe winkelmeters. De provincie Noord-Holland heeft in de jaarlijkse detailhandelsmonitor becijferd dat er in februari 2020 sprake was van een planvoorraad van circa 45.000 m² wvo voor reguliere detailhandel (waarvan ca. 20.000 m² wvo zachte en ca. 25.000 m² wvo harde plannen*).

Het berekenen van toekomstig haalbaar detailhandelsprogramma gaat (zeker gezien de huidige situatie) met zeer grote onzekerheden gepaard. In opdracht van de provincie is er begin 2018 door BSP desondanks een indicatieve marktruimeberekening gemaakt voor 2025. Conclusie hiervan was dat er in de AM-regio ruimte was voor aanzienlijke uitbreiding van 'reguliere detailhandel' en dat voor de branchegroep In en om het huis (o.a. woninginrichting, doe-het-zelf) reeds een aanzienlijk overaanbod was (meer winkels dan behoefte).

Sinds deze berekeningen is er veel veranderd in de verwachtingen richting 2025, waaronder hogere bevolkingsprognoses (zie p. 6) en de invloed van de coronacrisis; onder andere de versnelde groei van online. DTNP voorziet de volgende situatie:

- Gezien de online ontwikkelingen in de woninginrichtings- en doe-het-zelfbranches (verdubbeling in periode 2019-2020**) en de conjunctuurgevoeligheid van deze branches (nu een piek, maar verwachting: economische neergang) is een toekomstig overaanbod nog steeds aannemelijk.
- Voor grotere hoofdcentra met veel modisch aanbod zal de negatieve impact van de coronacrisis (op de korte en lange termijn) waarschijnlijk even groot of groter zijn als het positieve effect van meer inwoners.
- Voor de dagelijkse winkelsector is aanzienlijke bevolkingsgroei vaak nog aanleiding voor toevoeging van aanbod, bijvoorbeeld wanneer er nieuwe woongebieden van formaat worden ontwikkeld ('nieuwe wijken'). De groei van online gaat ook in deze sector snel, maar dit wordt in delen van de regio vooralsnog gecompenseerd door de bevolkingsgroei.

Risico op overaanbod conjunctuurgevoelige branches

Vernieuwing belangrijk om draagvlak te benutten

* Harde plannen zijn vastgelegd in bestemmingsplannen, zachte plannen zitten nog in een minder vergevorderd stadium (febr. 2020).

** Gfk (2020), Thuiswinkelmarktmonitor Q2 2020.

Terughoudendheid, ondanks groei

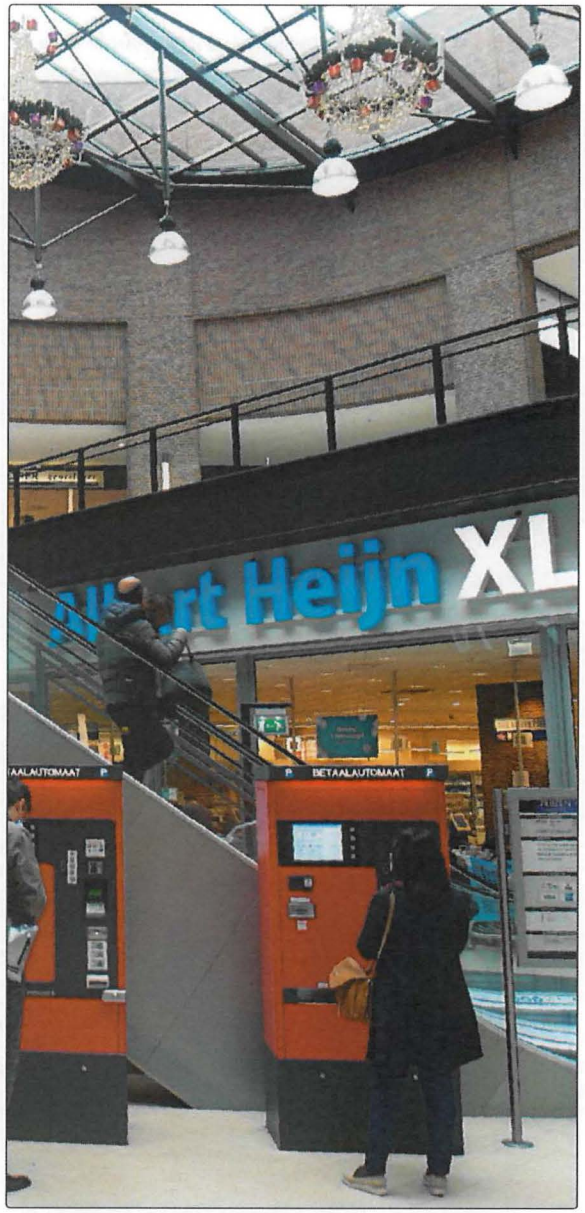
Deze denkoefening van bestaande leegstand (circa 30.000 m² wvo), de bestaande planvoorraad en de verwachtingen voor de toekomst biedt 'slechts' een grove indicatie dat er per saldo weinig toekomstige marktvraag/-ruimte resteert voor toevoeging van winkelplannen in de regio. Uiteraard zal uiteindelijk in de praktijk op lokaal niveau moeten worden afgewogen in hoeverre er behoefte is aan een bepaalde detailhandelsontwikkeling. Zeker rondom de grotere nieuwbouwlocaties zal behoefte ontstaan aan meer (bijpassende) voorzieningen.

Tegelijkertijd laat deze beschouwing zien dat er ook in de regio Amstelland-Meerlanden (nu en op termijn) sprake is van afnemende winkelbestedingen in meerdere non-foodbranches (met name mode), zeker nu door de coronamaatregelen het internetwinkelen versneld toeneemt. Enkele winkelgebieden kampen met structurele leegstand. Dit zal lang niet altijd door bevolkingsgroei kunnen worden opgelost. De autonome afnemende behoefte aan fysieke winkels is veelal groter dan door de bestedingen van extra inwoners kan worden gecompenseerd.

Opgave: bestaande meters beter benutten

De actuele trends en ontwikkelingen maken dat transformatie en herstructurering van de bestaande winkelvoorraad in de toekomst nóg belangrijker wordt. De dynamiek op de detailhandelsmarkt zal zo veel mogelijk binnen de bestaande centra opgevangen moeten worden, vanuit het motto 'kwaliteit boven kwantiteit'.

Op enkele (nieuwbouw)locaties is toevoeging van (lokaalverzorgend dagelijks) winkelaanbod aan de orde: een nieuw boodschappencentrum in een grote nieuwe wijk of kern. Elders geldt dat eventuele bevolkingsgroei het beste benut kan worden om het bestaande economische draagvlak op peil te houden. Juist vernieuwing is hierbij belangrijk om als aankooplocatie relevant te blijven voor consumenten.



Dynamiek in de winkelmarkt zo veel mogelijk opvangen binnen de bestaande centra

3 Uitgangspunten

3.1 Belang ruimtelijk detailhandelsbeleid

Fastforward: opgave versneld aanpakken
Hoewel de detailhandel binnen de AM-regio momenteel (over het geheel genomen) redelijk functioneert, ligt er voor de nabije toekomst wel degelijk een grote opgave voor het transformeren en saneren van zwakke (verouderde/slecht gepositioneerde) detailhandelsmeters. Met alle onzekerheden rondom de duur en impact van de coronacrisis komt deze opgave bovendien alleen maar sneller dichterbij (zie indicatieve figuur p. 7). Gemeenten zijn in grote mate verantwoordelijk voor de invulling van het ruimtelijke detailhandelsbeleid en maken hier in regionaal verband afspraken over. Vooruitlopend op het afsprakenkader in hoofdstuk 4 wordt in dit hoofdstuk de 'filosofie' achter de afspraken toegelicht. Wat is het uitgangspunt achter de regionale detailhandelsvisie?

Vitale centra voor optimaal woon-/leefklimaat
Een vitaal hoofdcentrum is van groot belang voor het imago van een dorp of stad en het vestigingsklimaat voor andere sectoren (o.a. wonen, bedrijventerreinen, kantoren). Winkels vormen een belangrijke drager van deze centra. Ruimtelijk detailhandelsbeleid (*waar komen welke winkels?*) is dus niet alleen van belang voor de detailhandel (en de werkgelegenheid) zelf; het helpt ook centra vitaal te houden en een eigentijdse voorzieningenstructuur te behouden, ten behoeve van een optimaal woon- en leefklimaat voor inwoners van de AM-regio.

Duurzaam ruimtegebruik
Bundeling van winkels op kansrijke locaties leidt bovendien tot duurzaam ruimtegebruik. Centra functioneren beter (schaars programma) en bedrijventerreinen en landelijk gebied worden beter benut (schaarse ruimte). Bundeling in complete, centraal gelegen en goed door openbaar vervoer en fiets ontsloten buurt-/wijk- en stadscentra vermindert bovendien het autoverkeer. De provincie Noord-Holland verwoordt het als volgt: *"Leegstand in een bestaand winkelgebied en tegelijkertijd nieuwe detailhandelsmeters toevoegen op bedrijventerreinen, kantorenlocaties of in het landelijk gebied is geen duurzaam gebruik van de schaarse ruimte".*

Veranderende winkelmarkt, keuzes nodig
Gezien de ontwikkelingen op de winkelmarkt is het van belang om 'druk' te houden op winkelgebieden en zo de markt te faciliteren. Om de resterende marktpotenties zo veel mogelijk te

Regionale uitgangspunten in lijn met nationaal en provinciaal beleidskader
Vanwege het belang en de kracht van goede ruimtelijke detailhandelskaders ('dynamiek door beleid') zijn er op nationaal en provinciaal niveau al enkele richtinggevende keuzes vastgelegd, waar ook de AM-gemeenten mee te maken hebben. Buiten 'de Ladder' is de 'Detailhandelsvisie Noord-Holland 2015-2020' hierin het meest sturend. De hier beschreven regionale uitgangspunten liggen grotendeels in lijn met de richtinggevende kaders zoals die eerder* vanuit de provincie zijn meegegeven:

1. *Prioriteit geven aan hoofdwinkelgebieden;*
2. *Voorkomen van extra leegstand;*
3. *Internetafhaalpunten bij voorkeur situeren in bestaande winkelgebieden;*
4. *Een vitale, dynamische en concurrerende detailhandelstructuur, ruimte geven aan kwaliteit;*
5. *Primaire detailhandel bereikbaar op een aanvaardbare afstand, met oog voor leefbare dorpskernen;*
6. *Detailhandel die bijdraagt aan aantrekkelijke binnensteden.*

* In een recente evaluatie is opgemerkt dat de doelen wellicht beter/anders geformuleerd zouden kunnen worden.

bundelen op 'gewenste' locaties (in de vitale stads-, wijk- en dorpscentra) is afbouw/transitie van niet-levensvatbare winkelgebieden en onnodige/verborgen plancapaciteit buiten de gewenste structuur noodzakelijk. Op deze manier ontstaat er een doelgerichte 'ruimtelijke schaarste'.

De afnemende behoefte aan fysieke winkels vraagt dus om keuzes. Zo helpen terughoudende beleidskeuzes op lager schaalniveau om de vitaliteit van (regionale) hoofdcentra te borgen: door potenties te concentreren in een beperkt aantal winkelgebieden wordt toename van leegstand voorkomen, wordt het woon- en leefklimaat per saldo verbeterd en worden centra als imagodrager, maatschappelijk hart en ontmoetingsplek versterkt.

Dergelijke keuzes (binnen de lokale winkelstructuur) zijn uiteraard aan de gemeenten zelf. Tegelijkertijd is ieder van de AM-gemeenten zich ervan bewust dat economische potenties niet ophouden bij de gemeentegrens. Regionale afspraken over een gelijk speelveld binnen de AM-regio (zie 3.2) zijn om deze reden cruciaal.

Strategie: focus op hoofd- en wijkcentra

Om centrumgebieden aantrekkelijk en vitaal te houden, is het dus van belang ze relevant en passend te houden voor de eigen (toekomstige) inwoners en ondernemers. Door programma te concentreren kunnen bezoekersaantallen zo veel mogelijk op peil worden gehouden. Daartoe wordt zeer terughoudend omgegaan met het toestaan van nieuwe winkelontwikkelingen* buiten bestaande winkelgebieden. In lokaal beleid kan bijvoorbeeld wel voor 'herschikking' van de structuur worden gekozen (bijv. van twee buurtcentra naar een nieuw wijkcentrum). Ook kan toevoeging van een winkelcentrum worden overwogen bij ontwikkeling van een voldoende grote woonwijk, gericht op het bieden van een passend wijkaanbod en op de beperking van verkeersbewegingen.

Vitaliteit en fijnmazigheid als prioriteit

In het verleden is er middels de vigerende regionale (MRA-)afspraken ingezet op 'fijnmazigheid' als belangrijk speerpunt: *voldoende winkelvoorzieningen dicht bij huis*. Gezien de veranderende winkelmarkt is de vitaliteit van hoofdcentra een (nog) belangrijker thema geworden. Dit leidt tot een verschuiving in de prioritering van uitgangspunten, in lijn met de provinciale kaders: met het oog op duurzaam ruimtegebruik is het beleid nu ook nadrukkelijk gericht op clustering van detailhandel in vitale (hoofd)winkelgebieden.

* Ontwikkelingen waarvoor nog een planologische procedure moet worden doorlopen en die voorzien in een (mogelijke) toename van detailhandel.

Vitale winkelgebieden belangrijk voor leefklimaat

Terughoudendheid perifere ontwikkelingen

Economische dynamiek overstijgt gemeentegrenzen

3.2 Belang regionale afspraken

Een goede buur...

De schaal waarop consumenten en marktpartijen opereren noodzaakt tot regionaal beleid, omdat voor hen gemeente- en regiogrenzen weinig betekenen. Daarbij hebben nieuwe (grootschalige) detailhandelsontwikkelingen vaak bovenlokale effecten. Ook daarvoor is regionale afstemming nodig.

Het provinciaal detailhandelsbeleid is voor ieder van de gemeenten uit de AM-regio de leidraad voor hun eigen gemeentelijke detailhandelsbeleid. Door daarnaast in de regio gemeenschappelijke afspraken te maken, wordt er tussen de gemeenten onderling een eenduidig en gelijk speelveld gecreëerd. Gemeenten, consumenten én bedrijfsleven weten daardoor waar ze aan toe zijn.

Vroegtijdig overleg

De kracht van de regionale samenwerking is dat gemeenten elkaar, ambtelijk en bestuurlijk, in een vroeg stadium inlichten over plannen en ontwikkelingen en op een collegiale manier daarover samen tot afstemming komen. Deze regionale samenwerking wordt gecontinueerd. Het is de bedoeling dat het regionale detailhandelsbeleid zowel aanleiding als leidraad is voor dat vroegtijdige onderlinge overleg, zodat gemeentelijke plannen en voornemens goed op elkaar aangesloten kunnen worden.

Eenduidig en gelijk speelveld

Door dit regionale detailhandelsbeleid vast te stellen, herbevestigen de gemeenten de bestaande afspraken toe te passen in hun gemeentelijk detailhandelsbeleid, in hun detailhandelsplannen en in hun nieuwe dan wel te wijzigen bestemmings-/omgevingsplannen, uiteraard binnen hun eigen verantwoordelijkheid en gegeven hun specifieke lokale situatie. Door als gemeenten gezamenlijk dezelfde uitgangspunten, afspraken en filosofie toe te passen, ontstaat er tussen de gemeenten onderling een eenduidig en gelijk speelveld en kunnen de AM-gemeenten ook binnen het grotere regionale krachtenveld waar nodig samen optrekken.

Door dezelfde uitgangspunten te hanteren...

...ontstaat een eenduidig en gelijk speelveld

4 Visie

4.1 Gewenste detailhandels-structuur

Bestendiging regionale hoofdwinkelstructuur
De toekomstig gewenste detailhandelstructuur bestaat uit de volgende bovenlokale locaties:

- Twee 'grote' binnensteden (Hoofddorp-Centrum en Stadshart Amstelveen) met regionale verzorgingsfunctie voor inwoners van de AM-gemeenten en (deels) daarbuiten;
- Twee PDV-clusters (Cruquius en Bovenkerk) voor vestiging van bovenlokale aanbieders van volumineuze artikelen;
- Twee bijzondere locaties voor specifieke vormen van detailhandel: luchthaven Schiphol en The Styles Outlet.

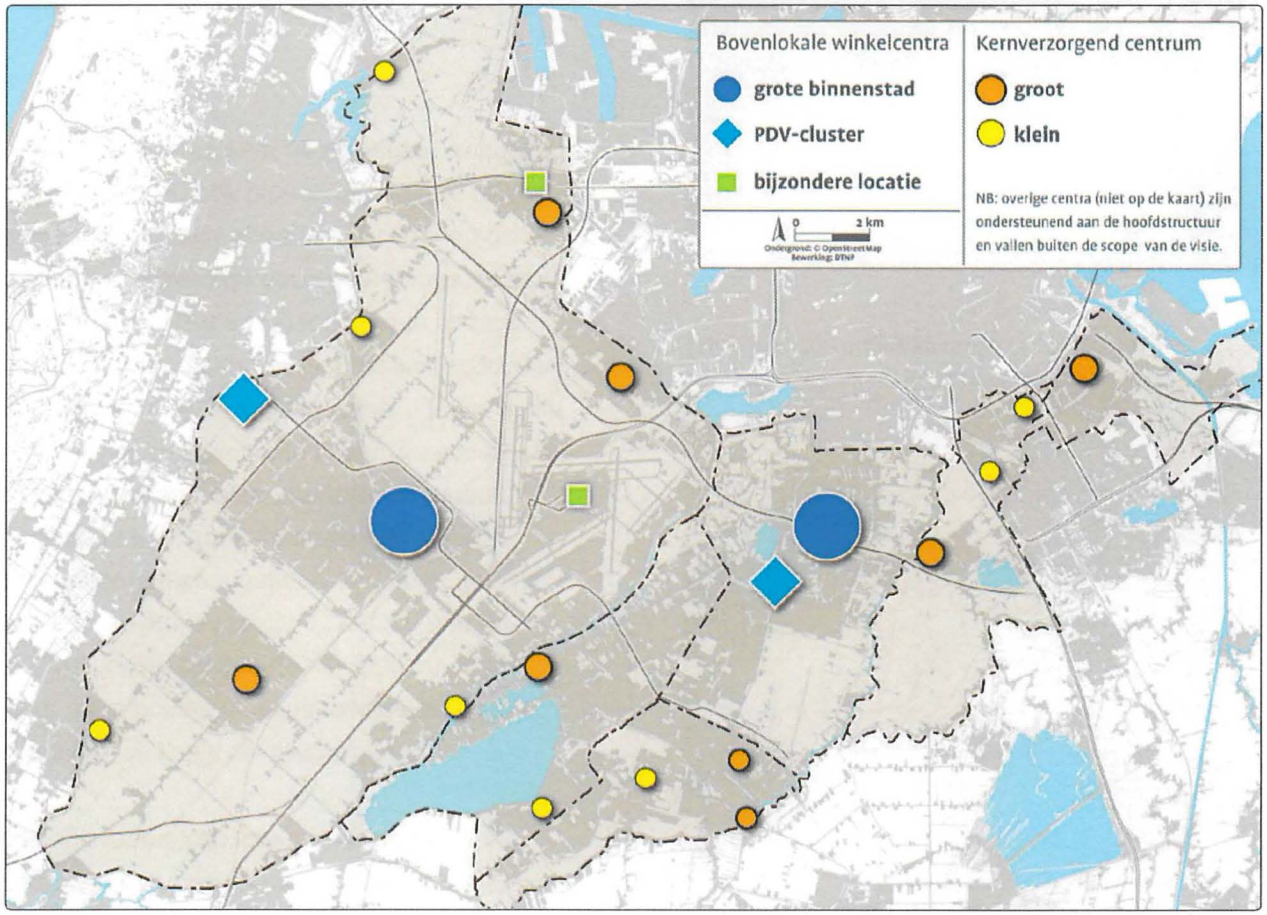
Daarnaast maken acht grote* en circa acht kleine** kernverzorgende centra, met ieder een primaire verzorgingsfunctie voor de eigen kern (verschil in samenstelling en omvang winkelaanbod), de hoofdwinkelstructuur compleet.

* Uithoorn kent een unieke situatie van twee min of meer gelijkwaardige 'hoofdwinkelcentra'. De huidige clusters Zijdelwaard en Amstelplein/Dorpsstraat vormen gezamenlijk een toekomstbestendig kernverzorgend winkelprogramma voor Uithoorn.

** Passend bij de grootschalige woningbouw krijgen Lisserbroek en De Nieuwe Kern bij Duivendrecht een kernverzorgend centrumgebied.

Daarbuiten: ondergeschikt karakter
Overige winkelgebieden in de regio dienen ondersteunend (en dus ondergeschikt) te zijn aan deze hoofdwinkelstructuur. Typering en afbakening van de ondersteunende winkelgebieden valt buiten de scope van de regionale visie. Gemeenten kunnen naar eigen inzicht de positie en functie van ondersteunende winkellocaties in het gemeentelijk (economisch/detailhandels-) beleid heroverwegen, voor een optimale aanbodstructuur voor de eigen inwoners, bijvoorbeeld bij grootschalige toevoeging van woningen (nieuwe wijk). Een overzicht van de huidige winkelgebieden is opgenomen in de bijlage.

Toekomstig gewenste detailhandelsstructuur regio Amstelland-Meerlanden (excl. ondersteunende centra)



4.2 Regionale afspraken

Detailhandel in Amstelland-Meerlanden

Om de gewenste detailhandelsstructuur in de AM-regio te versterken en een gelijk speelveld en een goede samenwerking te continueren, bevestigen de gemeenten onderling de volgende afspraken:

Procesafspraken

1. De AM-gemeenten, waaronder gemeente De Ronde Venen, informeren elkaar in het ambtelijk EZ-overleg over detailhandelsontwikkelingen binnen de regio, waaronder de impact van corona.
2. Indien er een bestemmingsplanwijziging nodig is bij nieuwe winkelinitiatieven moet iedere gemeente dit initiatief voorleggen aan de Adviescommissie Detailhandel Noord-Holland Zuid (ADZ). Dit geldt voor alle initiatieven boven de 1.500 m² wvo. Bij winkelcentra van meer dan 25.000 m² wvo (Hoofddorp, Amstelveen) geldt dit voor initiatieven van meer dan 3.000 m² wvo. Deze grenzen gelden voor het totale winkelgebied en niet per winkel.

Inhoudelijke afspraken

3. Het beleid is gericht op clustering van detailhandel in winkelgebieden. Nieuwe winkelontwikkelingen* zijn daarom toegestaan binnen bestaande winkelgebieden en/of binnen de door de gemeente gewenste en in lokaal beleid vastgelegde detailhandelsstructuur. Indien de winkelontwikkeling mogelijk bovenlokale impact heeft, zijn de procesafspraken (afspraak 1 en 2) van toepassing.
4. Nieuwe solitaire detailhandelsbedrijven binnen de kernen zijn niet mogelijk, tenzij expliciet wordt gemotiveerd dat dit niet leidt tot ruimtelijk relevante leegstand van bestaande winkelgebieden (duurzaam ruimtegebruik).
5. Buiten de gebieden bedoeld in afspraak 3 zijn op bedrijventerreinen en kantoorlocaties beperkte mogelijkheden voor nieuwe detailhandel (op deze gebieden is veel consumentenverkeer onwenselijk). Nieuwe detailhandelsontwikkelingen zijn hier alleen mogelijk indien sprake is van detailhandel in de vorm van:
   - volumineuze detailhandel* indien deze in winkelgebieden niet inpasbaar is en de behoefte aan deze ontwikkeling kan worden aangetoond;
   - een afhaalpunt ten behoeve van internethandel;
   - 'ondergeschikte detailhandel': detailhandelsactiviteiten die zowel bedrijfseconomisch als ruimtelijk ondergeschikt zijn aan de toegelaten bedrijfsuitoefening en daarop nauw aansluiten;
   - brand- of explosiegevaarlijke detailhandel.
6. Nieuwe winkelontwikkelingen in het landelijk gebied zijn niet mogelijk, tenzij het kleinschalige vormen van detailhandel betreft en wordt gemotiveerd dat dit niet leidt tot ruimtelijk relevante leegstand van bestaande winkelgebieden, conform vereisten uit de Omgevingsverordening Noord-Holland.

Inspanningsafspraken

7. Streven naar het vestigen van maatschappelijke, culturele en zorgfuncties in centra. Dit ter aanvulling van het centrumaanbod (functieverbreding, grotere aantrekkingskracht) en ter bestrijding van leegstand.
8. Gemeenten zijn alert op verborgen en/of niet benutte plancapaciteit voor detailhandel in bestemmingsplannen buiten bestaande (gewenste) winkelgebieden. Vervolgens wordt waar mogelijk overgegaan tot het

* Vormen van detailhandel waarvan de winkelformules een assortiment voeren van overwegend ruimtevergende goederen, waaronder bouwmarkten, tuincentra, woninginrichtingszaken, auto-, boten- en caravanbedrijven.

actief reduceren van overtollige capaciteit. De procedure hiervoor wordt uiterlijk bij de eerstvolgende actualisatie van het bestemmings-/omgevingsplan gestart.

9. Gemeenten zijn met inachtneming van deze afspraken verantwoordelijk voor de bepaling van de lokale detailhandelsstructuur (hoofd-, wijk-, buurtcentra, lokale PDV-locaties) en nadere uitwerking binnen hun winkelgebieden. Gemeenten nemen een pro-actieve rol door periodiek (uiterlijk binnen 10 jaar) het detailhandelsbeleid te evalueren en te actualiseren.
10. Om de beurt is elk jaar een gemeente gastheer en organisator van een ambtelijke thema(mid)dag gericht op de detailhandel(sstructuur), vitale centrumgebieden, leegstandsbestrijding en transitie. Naast goede praktijkvoorbeelden kunnen ook vragen/dilemma's in breder verband worden besproken (kennisdeling).

Invulling winkelgebied eigen verantwoordelijkheid

Regelmatig praktische kennis en ervaringen delen

Bijlage - Overzicht winkelgebieden Locatus (juli 2020)*

NAAM	WOONPLAATS	GEMEENTE	ID
Gemeente Aalsmeer			
Centrum Aalsmeer	Aalsmeer	Aalsmeer	166
Nieuw Oosteinde	Aalsmeer	Aalsmeer	7754
Oosteinde	Aalsmeer	Aalsmeer	12015
Opheliaplaza	Aalsmeer	Aalsmeer	414
Centrum Kudelstaart	Kudelstaart	Aalsmeer	2104
Gemeente Amstelveen			
Amsterdamseweg-Noord	Amstelveen	Amstelveen	722
Amsterdamseweg-Zuid	Amstelveen	Amstelveen	448
Bankrashof	Amstelveen	Amstelveen	592
Centrum Amstelveen	Amstelveen	Amstelveen	84
Groenhof	Amstelveen	Amstelveen	590
Industrieterrein Bovenkerk	Amstelveen	Amstelveen	1472
Johannes Calvijnlaan	Amstelveen	Amstelveen	1035
Kostverlorenhof	Amstelveen	Amstelveen	593
Lindenlaan Amstelveen	Amstelveen	Amstelveen	1025
Middenhoven	Amstelveen	Amstelveen	731
Oude Dorp Amstelveen	Amstelveen	Amstelveen	723
Patrimonium	Amstelveen	Amstelveen	14284
Rembrandtweg Amstelveen	Amstelveen	Amstelveen	591
Van der Hooplaan	Amstelveen	Amstelveen	729
Waardhuizen	Amstelveen	Amstelveen	662
Westwijk	Amstelveen	Amstelveen	726
Gemeente Diemen			
Arent Krijtsstraat	Diemen	Diemen	821
Centrum Diemen	Diemen	Diemen	2060
Diemen-Noord	Diemen	Diemen	1109

* NB: er is lokaal een aantal winkelgebieden/-clusters die niet door Locatus als samenhangend winkelgebied (5 verkooppunten of meer) is gekwalificeerd (o.a. PDV locatie 'De Sniep' in Diemen). Spaarndam-centrum wordt door Locatus niet aangeduid als winkelgebied maar in de (beleids)praktijk wel als centrumgebied beschouwd.

NAAM	WOONPLAATS	GEMEENTE	ID
Muiderstraatweg	Diemen	Diemen	5894
Winkelcentrum Diemen Zuid	Diemen	Diemen	2971
Gemeente Haarlemmermeer			
Centrum Badhoevedorp	Badhoevedorp	Haarlemmermeer	2230
Pa Verkuyllaan	Badhoevedorp	Haarlemmermeer	854
Sloterweg	Badhoevedorp	Haarlemmermeer	5027
Boulevard Cruquius	Cruquius	Haarlemmermeer	1476
Centrum Hoofddorp	Hoofddorp	Haarlemmermeer	39
Floriande Hoofddorp	Hoofddorp	Haarlemmermeer	4256
Pax	Hoofddorp	Haarlemmermeer	670
Skagerhof	Hoofddorp	Haarlemmermeer	669
t Paradijs	Hoofddorp	Haarlemmermeer	665
Toolenburg	Hoofddorp	Haarlemmermeer	703
Graan voor Visch	Hoofddorp	Haarlemmermeer	-
Supermarkt Noord	Hoofddorp	Haarlemmermeer	-
Centrum Nieuw-Vennep	Nieuw-Vennep	Haarlemmermeer	2101
Getsewoud	Nieuw-Vennep	Haarlemmermeer	2665
Kalslagerring/Linquenda	Nieuw-Vennep	Haarlemmermeer	5129
Centrum Rijsenhout	Rijsenhout	Haarlemmermeer	2667
Schiphol Plaza	Schiphol	Haarlemmermeer	502
Centrum Vijfhuizen	Vijfhuizen	Haarlemmermeer	7274
Centrum Zwanenburg	Zwanenburg	Haarlemmermeer	2820
Amsterdam Styles Outlet	Halfweg	Haarlemmermeer	508.968
Centrum Spaarndam	Spaarndam	Haarlemmermeer	-
Gemeente Ouder-Amstel			
Centrum Duivendrecht	Duivendrecht	Ouder-Amstel	2138
Centrum Ouderkerk a/d A.	Ouderkerk a/d A.	Ouder-Amstel	2130
Sluisplein	Ouderkerk a/d A.	Ouder-Amstel	2377

NAAM	WOONPLAATS	GEMEENTE	ID
Gemeente Uithoorn			
Centrum Uithoorn	Uithoorn	Uithoorn	148
Legmeer	Uithoorn	Uithoorn	14051
Zijdelwaard	Uithoorn	Uithoorn	432

·dtnp·

Droogh Trommelen en Partners (DTNP) - Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109, 6512 BS Nijmegen | T 024 - 379 20 83 | E info@dtnp.nl | W www.dtnp.nl