

Detailhandelsvisie Almere 2020

De raad van de gemeente Almere heeft op 5 november 2020 de Detailhandelsvisie 2020 vastgesteld. De Detailhandelsvisie 2020 is eind 2020 geplaatst op de website https://www.almere.nl/fileadmin/files/almere/bestuur/beleidsstukken/Detailhandelsvisie_2020_T.pdf. De gemeente zal de komende tijd benutten om de geldende bestemmingsplannen voor zover nodig in overeenstemming te brengen met het in 2020 op de website openbaar gemaakte en sindsdien geldende detailhandelsbeleid.

INLEIDING

AANLEIDING EN DOEL >>

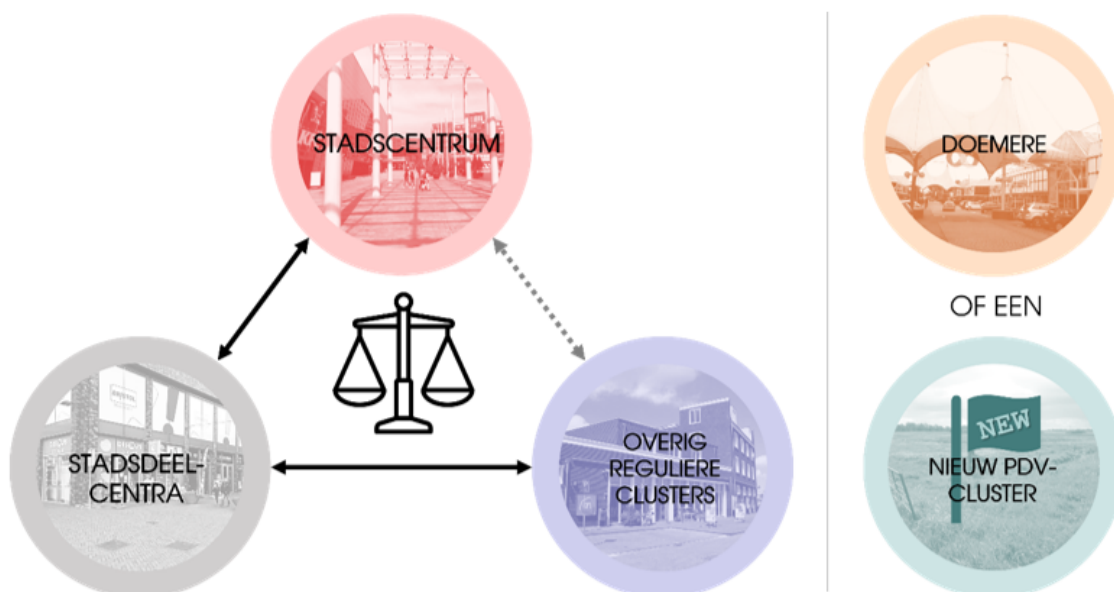
Sinds maart 2014 vormt de Detailhandelsvisie Almere het vigerende beleid als het gaat om detailhandel. Nu zes jaar verder staan de sector en de gemeente Almere voor nieuwe opgaven:

- De groei van het aandeel online in de detailhandel gaat sneller dan de groei van het aantal inwoners in de stad Almere, waardoor ondanks de inwonersgroei de behoefte aan fysieke winkels niet meegroeit.
- Het karakter van de detailhandel verandert. Fysieke winkels worden een plek van ervaring en inspiratie, in plaats van een plek om iets te kopen. De detailhandel raakt meer en meer verweven met andere (commerciële) functies, zoals horeca, vermaak en dienstverlening.
- De vestigingsstrategieën van winkelondernemers en de voorkeuren van consumenten versterken elkaar: meer en meer trekt de niet-dagelijkse sector zich terug in de grootste centra met veel bezoekers en verdwijnt uit de kleinere centra.

Daarnaast is de regelgeving voor de detailhandelsvestiging aangescherpt. Sinds 2012 is de Ladder voor duurzame verstedelijking ("de Ladder") van kracht en vanaf nu is ook de Europese Dienstenrichtlijn van belang. Aangezien detailhandel onder de definitie van het begrip Dienst valt, zijn er voorwaarden verbonden aan het opnemen van vestigingsbeperkingen voor dienstverleners (en dus ook detailhandel) in bestemmingsplannen. Beperkingen ten aanzien van branches en omvang van winkels zijn weliswaar niet onmogelijk, maar het moet wel ruimtelijk relevant en noodzakelijk zijn en niet verder gaan dan nodig.

Er is door deze ontwikkelingen behoefte aan een nieuwe visie waarin een beargumenteerd antwoord wordt gegeven op deze voor Almere actuele kwesties:

- De positie van Almere Centrum ten opzichte van de centra van de stadsdelen Haven en Buiten en het nog te realiseren centrum van Poort.
- Het onderscheidend vermogen van de genoemde stadsdeelcentra, zowel in relatie tot het stadscentrum als de ondersteunende centra.
- De afweging of Doemere of Twentsekant het belangrijkste centrum van volumineuze detailhandel zou moeten worden.





FIGUUR 1 ACTUELE KWESTIES IN DE NIEUWE DETAILHANDELSVISIE VOOR ALMERE

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Dit is de nieuwe detailhandelsvisie, waarin bovenstaande aanleiding uitgewerkt wordt, met een antwoord op de hoofdvraag:

Wat is de gewenste (toekomstige) detailhandelsstructuur van de gemeente Almere en welke functie hebben de verschillende typen winkelgebieden binnen die structuur?

De detailhandelsvisie is het beleidskader op het gebied van winkels en winkelcentra in Almere. Het wordt gebruikt bij het opstellen van bestemmingsplannen en is het uitgangspunt bij het opstellen van ontwikkelingsplannen bij gebiedsontwikkelingen. De detailhandelsvisie geeft ook sturing bij ontwikkelingen op detailhandelsgebied bij stedelijke vernieuwingsvraagstukken, zoals in Almere Haven en in Almere Buiten Centrum.

OPBOUW >>

In deel A - de feitelijke visie - gaan we in op de verschillende onderdelen van de winkelstructuur. Per onderdeel onderbouwen we de visie met de uitkomsten van de analyses, gesprekken met stakeholders, de werksessie en expertopinie. Onderdeel van de visie zijn ook toetsingskaders en beleidsregels. Deel B gaat in op de uitkomsten van de analyses.

Deel A De visie gaat achtereenvolgens in op:

1. De context voor de visie;
2. De visie op hoofdlijnen;
3. De positie van het stadscentrum;
4. De positie van de stadsdeelcentra;
5. De positie van de ondersteunende centra;
6. De structuur voor volumineuze detailhandel en de positie van Doemere daarin;
7. De vertaling van de visie in toetsingskaders en beleidsregels.

In **Deel B Uitkomsten van de analyses** zijn de volgende hoofdstukken opgenomen:

8. Detailhandel in Almere – lokale en generieke ontwikkelingen;
9. Functioneren van detailhandel in Almere.

DEEL A DE VISIE

1 DE CONTEXT VOOR DE VISIE

In dit hoofdstuk schetsen we de context voor de nieuwe detailhandelsvisie. Als eerste komen de belangrijkste trends en ontwikkelingen aan bod, en de impact daarvan op de situatie voor Almere. Vervolgens gaan we in op regionaal en landelijk beleid waar deze visie rekening mee moet houden.

1.1 DE IMPACT VAN GENERIEKE TRENDS OP ALMERE

We leven in een tijdperk van structurele ontwikkelingen die een ingrijpende invloed (gaan) hebben op de detailhandelsstructuur. Ze hebben gevolgen voor alle typen winkelgebieden, van de buurtcentra tot de grote binnensteden, en van de grootschalige concentraties (zoals woonboulevards) tot de stadsdeelcentra. Toch is het ene centrum kwetsbaarder voor veranderingen dan het andere centrum. Hier zijn verschillende invloeden voor aan te wijzen:

- **Demografisch.** Het perspectief van individuele winkelgebieden wordt beïnvloed door demografische trends als bevolkingskrimp en vergrijzing. Almere is als groeiend stedelijk gebied in de Randstad minder kwetsbaar voor het effect van deze ontwikkelingen dan krimpgebieden elders in ons land. Stedelijke gebieden hebben over het algemeen te maken met bevolkingsgroei en (relatieve) verjonging. Dit heeft een groeiend draagvlak voor winkelvoorzieningen tot gevolg. Binnen Almere is er sprake van een substantiële groei van het aantal inwoners, hoewel de groei sterk varieert per stadsdeel.
- **Branchesamenstelling.** Winkelgebieden die een groot aandeel internetgevoelige branches kennen (zoals mode, bruin- en witgoed, sport en spel), zijn gevoeliger voor deze veranderingen dan winkelgebieden die vooral supermarkten en andere dagelijkse winkels hebben. Het online-aandeel in dagelijks gemak is veel kleiner en om die reden zal de relevantie van winkelgebieden met voornamelijk dit soort dagelijkse winkels voor de consument groter zijn dan die van winkelgebieden met vooral internetgevoelige branches.
- **Omvang en functie.** Grote, aantrekkelijke recreatieve winkelgebieden met een groot verzorgingsgebied en een grote keuze en variatie aan aanbod (ook cultuur, vermaak en horeca) scoren hoog



op sfeer en beleving. Deze winkelgebieden zijn vaak in binnensteden. Overige, middelgrote hoofdwinkelgebieden en de stadsdeelcentra kunnen zich niet functioneel of in termen van beleving onderscheiden; niet ten opzichte van het internet en niet ten opzichte van de grote binnensteden. Boodschappencentra doen het relatief goed, mits ze een voldoende groot marktgebied bedienen. Deze centra zijn klein gebleven en de focus ligt op dagelijkse boodschappen dichtbij huis. In Almere heeft het stadscentrum de potentie zich onder de eerste categorie te scharen. De boodschappencentra in Almere zijn talrijk, en hebben meer perspectief dan de stadsdeelcentra in Haven en Buiten.



FIGUUR 2 ONTWIKKELINGEN DIE VAN INVLOED ZIJN OP DETAILHANDEL: DEMOGRAFISCHE ONTWIKKELINGEN EN HET EFFECT VAN ONLINE NAAR BRANCHE; OMVANG EN FUNCTIE CENTRA

Bron: Bureau Stedelijke Planning

De ontwikkelingen in de detailhandel zijn de volgende:

- **De foodsector groeit en wordt diverser.** De foodsector drukt een steeds grotere stempel op winkelgebieden. De bevolking identificeert zich sterk met zijn eetgedrag ("Food is the new fashion") en dat geldt met name voor jongeren. Vooral de supermarkten profiteren hiervan. Zij nemen een steeds groter aandeel van de dagelijkse bestedingen in, ten koste van de speciaalzaken. Maar ook nieuwkomers als Marqt en Stach richten zich op een specifieke markt: op de bewuste consument, zijn eetgewoonten en zijn identiteit. Daarnaast zijn er nieuwe ontwikkelingen in de horeca, waarbij restaurants via onder meer Uber Eats en Thuisbezorgd.nl hun producten aanbieden om thuis te consumeren.
- **Minder behoefte aan fysieke winkels in de non-food.** Door de sterke toename van online shoppen is er minder behoefte aan winkels in non-food. Internetwinkelen neemt inmiddels al meer dan 20% van de non-food bestedingen in (KSO 2018). Winkels moeten inspelen op de veranderende wensen van de consument en hen bedienen met een goed functionerende en overzichtelijke webshop. Door die afnemende behoefte trekken veel ketens zich terug in de grootste centra (met voldoende passanten en potentiële klanten en mogelijkheden voor exposure). De winkels dienen dan ook meer en meer als centrum van beleving, in plaats van alleen een plek voor transacties.



FIGUUR 3 VOORBEELD WINKEL NIKE: GROTE EIGEN WINKELS MET FOCUS OP SERVICE EN BELEVING

Bron: <https://news.nike.com/news/nike-miami-first-look>

- **Belang van horeca en andere functies neemt toe.** Horeca is een groeisector, ook in winkelgebieden. De consument besteedt zijn of haar tijd graag buiten de deur en heeft daar een andere perceptie van de prijs van eten en drinken. Ook in kleinere centra en ondersteunende gebieden is horeca niet alleen het verlengstuk van een bezoek aan een winkel, maar ook andersom. Horeca en ambachtelijke commerciële **diensten** als de kapper en schoenmaker, en maatschappelijke diensten als de tandarts en het kinderdagverblijf, zijn steeds belangrijker, ook voor de kleinere winkelgebieden, al dan niet in mengvorm ("blurring"). Deze functies zijn in de toekomst steeds vaker (noodzakelijk) onderdeel van een ondersteunend centrum.

Ook voor een groeiende stad als Almere hebben deze trends en ontwikkelingen een ingrijpende betekenis. Waar eerder de bevolkingsgroei in Almere garant stond voor de mogelijkheid tot de uitbreiding van het winkelareaal, betekent het nu veelal broodnodig extra draagvlak voor reeds bestaand aanbod en bestaande centra. In grote lijnen beperken de groeiomvang mogelijkheden zich tot nieuwe centra voor dage-



lijkse voorzieningen in de nieuwe wijken, aangevuld met niet-dagelijks aanbod zoals Doe-Het-Zelf. Voor het overige, en dat geldt primair voor het modisch aanbod, ligt de opgave eerder in een reductie van het winkelareaal. Dit aanbod is in de toekomst voornamelijk in het stadscentrum gevestigd en steeds minder in de stadsdeelcentra.

URGENTIE VERGROOT DOOR CORONACRISIS IN 2020 >>

De urgentie voor het maken van keuzes wordt alleen maar vergroot door de Coronacrisis waar we sinds maart 2020 mee te maken hebben. De pandemie heeft door de verplichte sluiting van horecazaken en sterk teruglopende bezoekersaantallen in de winkelstraten (mensen blijven zo veel mogelijk thuis) zijn weerslag op het retailaanbod.

Ter illustratie: als we ervan uitgaan dat de beperkende maatregelen zes maanden duren (vanaf maart 2020) en de economie daarna langzaam weer op gang komt, dan zou het omzetverlies in de sectoren retail en leisure wel eens richting de 50% kunnen gaan. Er wordt veel gevraagd van de ondernemerskracht, creativiteit en financiële buffers van ondernemers. Ondanks de steunmaatregelen van het kabinet zal het aantal faillissementen toenemen. Daarbinnen is er wel sprake van een gedifferentieerd beeld:

- Een aantal branches weet tot nu toe de schade beperkt te houden: supermarkten en de overige foodsector, tuincentra, bouwmarkten;
- Een aantal branches staat nagenoeg stil: horeca, modische sector, ambachtelijke dienstverleners, leisurevoorzieningen.

Het na-ijleffect (na 2020) zal naar verwachting in de retail forser zijn dan in andere delen van de economie. Als de economie weer op gang komt, zal dit in de zogenaamde anderhalve-meter-economie zijn. Het is eind april 2020 nog niet duidelijk hoe die gaat uitwerken en hoe lang deze gaat duren. Een aantal ondernemers bereidt zich al voor door herinrichting van de eigen vestiging (restaurants met minder tafels en grotere onderlinge afstanden). Verder zijn consumentengedrag en consumptieve bestedingen een onzekere factor in het herstel. Daarbij heeft het dalen van het consumentenvertrouwen een nadelig effect op alle niet-dagelijkse detailhandelsbranches.

De concurrentieslag met het online-aanbod krijgt daarbij een extra impuls nu de consument nog meer went aan deze manier van boodschappen doen en winkelen. Voor horeca en leisure is bovendien extra belastend dat alle grote evenementen zijn afgelast en het toerisme voorlopig stilligt. Het maken van scherpe keuzes voor de structuur van Almere (met concentratie van het commerciële aanbod en transformatie naar niet-winkel functies als wonen) wordt daarmee nog urgenter. Dit geldt ook voor de onderscheidende positionering en de professionele marketing voor de gebieden.

1.2 DE INVLOED VAN HOGERE BELEIDSKADERS

In deze paragraaf gaan we in op de belangrijkste beleidskaders die vanuit de hogere overheidslagen (provinciaal en landelijk) relevant zijn voor Almere.

- **PDV/GDV¹-beleid.** Nederland staat bekend om zijn fijnmazige en hiërarchische winkelstructuur. Dat heeft zijn oorsprong in het feit dat de rijksoverheid al vele decennia ruimtelijk detailhandelsbeleid voert. Om deze fijnmazige structuur niet aan te tasten is er in 1973 PDV-beleid geformuleerd, het Perifere Detailhandelsbeleid. De essentie van het beleid voor perifere -buiten de bestaande winkelgebieden is branchegericht. Het PDV-beleid liet de vestiging van bepaalde, nauwkeurig omschreven categorieën verkooppunten buiten de bestaande winkelgebieden toe (auto's, boten en caravans en handel in brandgevaarlijke stoffen). In 1985 werd het PDV-beleid op rijksniveau verruimd om winkels in volumineuze goederen, zoals bouwmarkten, tuincentra en meubelzaken, de mogelijkheid te geven om zich in de periferie te vestigen. Sindsdien spreken we daarom ook wel over volumineuze detailhandel. Begin jaren negentig werd nieuw beleid geformuleerd voor Grootchalige Detailhandel: het GDV-beleid, in dertien stedelijke knooppunten werden op specifieke locaties winkels van minimaal 1.500 m² bvo (bruto vloeroppervlak), ongeacht welke branche, toegelaten. Bij de vaststelling van de Nota Ruimte in 2006 werden het locatiebeleid in het algemeen en het detailhandelsvestigingsbeleid in het bijzonder gedecentraliseerd naar provincies en gemeenten. De provincies hebben vervolgens in een convenant vastgelegd dat ze het gevoerde rijksbeleid voor detailhandel op hoofdlijnen zouden voortzetten. In de praktijk blijken er wel verschillen in de aanpak van provincies en gemeenten. Hoewel provincies het gevoerde rijksbeleid op hoofdlijnen voortzetten, is in de praktijk wel meer bewegingsruimte ontstaan.
- **Ladder voor duurzame verstedelijking.** Op grond van artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit Ruimtelijke ordening (Bro) moeten overheden sinds najaar 2012 nieuwe stedelijke ontwikkelingen standaard motiveren. Dit in verband met de wens om de schaarse ruimte in Nederland zorgvuldig te benutten.

1) PDV staat voor perifere detailhandelsvestiging en GDV voor Grootchalige detailhandelsvestiging. Zie voor een toelichting op de gehanteerde begrippen bijlage 1.



Voor detailhandel betekent deze motivering dat er een behoeftetoets en een effectentoets moet plaatsvinden. Deze zogenaamde 'Ladder voor duurzame verstedelijking' schrijft voor dat er inzicht is in de ruimtelijke behoefte en effecten van de gewenste detailhandel.

- **Europese Dienstenrichtlijn.** In en buiten de reguliere centra gelden in Nederland allerlei beperkingen ten aanzien van branchering, aantallen winkels en de minimale en maximale maat van de winkels. Tot voor kort konden deze beperkingen worden opgelegd binnen de bestemming 'detailhandel', met een verwijzing naar het beschermen van vitaliteit van binnensteden en overige detailhandelscentra. Dit is sinds januari 2018 veranderd, omdat de Europese Dienstenrichtlijn van toepassing is verklaard op de detailhandel. Brancheringsregels worden hierin niet onmogelijk gemaakt, maar vragen wel om extra motivering: de beperking moet noodzakelijk zijn en op een evenredige manier gebeuren. Ook is het onder de Dienstenrichtlijn nog steeds mogelijk te kiezen voor het opnemen van algemene basisprincipes in gemeentelijk detailhandelsbeleid, en voor uitzonderingen en beperkingen daarop. De keuzes moeten echter meer dan voorheen gedegen afgewogen, onderbouwd en gemotiveerd worden.

Samenvattend kunnen we stellen dat de wetgever eist dat keuzes in de ruimtelijke ordening van winkels goed beargumenteerd moeten zijn en alleen op ruimtelijk relevante gronden mogen worden gemaakt. Vestigingsbeperkingen in maatvoering of branchering voor detailhandel zijn toegestaan, mits de regels niet verder gaan dan nodig om het doel te bereiken en mits het niet mogelijk is dit doel te bereiken met maatregelen die minder beperkingen opleggen. In de voorliggende visie zijn de keuzes afgewogen en onderbouwd naar de eisen van de Dienstenrichtlijn.

Al met al maken de ontwikkelingen in zowel de beleidscontext als in de winkelmarkt het noodzakelijk dat er ook in een groeistad als Almere keuzes gemaakt worden, en dat deze keuzes goed worden beargumenteerd. Winkelen is immers geen fysieke noodzaak meer, de behoefte aan fysieke winkels krimpt, en winkelgebieden moeten hun relevantie dag in dag uit voor de consument bewijzen. De Coronacrisis vergroot die noodzaak ook nog fors.

2 DE VISIE OP HOOFDLIJNEN

In dit hoofdstuk lichten we toe welke keuzes er worden gemaakt in de nieuwe visie, waarom deze worden gemaakt, en wat dat betekent voor zowel de bestaande centra als voor nieuwe initiatieven.

VOLLEDIG INZETTEN OP HET KOESTEREN VAN DE VITALE ONDERDELEN VAN DE STRUCTUUR >>

Meer nog dan in de vorige detailhandelsvisie uit 2014, geldt dat de behoefte aan fysieke winkels krimpt. Zelfs in steden die sterk groeien, zoals Almere. De huidige coronacrisis versterkt en versnelt dit effect. Ook wij moeten als meerkernige stad kiezen, met als doel een gezonde(re) winkelstructuur te behouden. Daarbij horen positieve keuzes: wat wil je waar faciliteren en stimuleren? Maar er hoort ook een ander soort keuze bij: wat wil je waar vooral niet? Kiezen is in eerste instantie in het belang van de inwoners van Almere. Daarnaast biedt het ook meer zekerheid aan ondernemers en eigenaren.

Centrale keuze is dat we met deze visie volledig inzetten op het koesteren van de vitale onderdelen van de Almeerse winkelstructuur. Voor de reguliere detailhandel (dagelijks en niet-dagelijks) onderscheiden we in Almere drie verzorgingsniveaus: stadsverzorgend, stadsdeelverzorgend en buurt-/wijkverzorgend. Uitgangspunt is dat er een evenredige spreiding van winkels over de stad is, en dat de juiste winkel op de juiste plaats landt: stadsverzorgende winkels in het stadscentrum, stadsdeelverzorgende functies in de stadsdeelcentra en de buurt- en wijkverzorgende functies in de ondersteunende centra. Uitgewerkt voor de drie niveaus betekent dit het volgende:

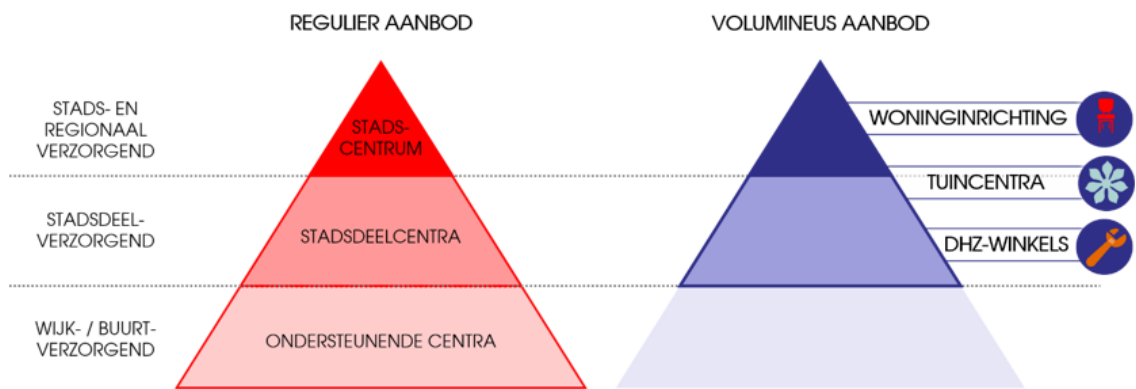
- **Almere Centrum** heeft de potentie mee te groeien met de forse groei van de stad. Niet zozeer in omvang, maar wel in kwaliteit: Almere Centrum kan uitgroeien tot één van de belangrijkste centrumgebieden van Nederland. Door veranderend consumentengedrag en veranderende vestigingsstrategieën trekt de branchegroep Mode & Luxe (traditioneel de drager in de stadscentra) zich terug in de grootste en aantrekkelijkste centra van ons land. Almere Centrum is (zeker in potentie) zo'n centrum. Het centrum kent al een ruim aanbod van retailers met aantrekkingskracht tot buiten de gemeentegrenzen van Almere. Verdichting met andere functies, verbreding van het winkelaanbod met ook andere stadsverzorgende functies dan detailhandel en een compacter en krachtiger winkelhart zijn belangrijke opgaven voor Almere Centrum. Alle stads- en regioverzorgende functies horen in beginsel thuis in het stadscentrum van Almere.
- De **stadsdeelcentra** van Haven en Buiten zijn de centra waar in principe voor alle stadsdeelverzorgende detailhandel een plek is, in combinatie met alle aan de detailhandel gelieerde (commerciële en niet-commerciële) publieksfuncties met een stadsdeelverzorgende functie, zoals horeca, leisure en cultuur. Voor de winkelfunctie van de stadsdeelcentra ligt krimp meer voor de hand dan groei of bestendinging. Verbreding met functies die bijdragen aan versterking van de functie van 'huiskamer van het stadsdeel' is daarmee meer passend. De inwoners kunnen hier terecht

voor hun boodschappen, maar ook voor zorg en voor de ontmoeting met andere stadsdeelbewoners. Dit in combinatie met een compact(er) winkelhart, primair gericht op een rijke keuze in dagelijks en ander frequent benodigd winkelaanbod.

- De **ondersteunende centra** van Almere zijn belangrijk voor de dagelijkse verzorging van de bewoners. Ze voorzien de Almeerse consument op relatief korte afstand van de woning van de dagelijkse boodschappen in combinatie met aanvullend dagelijks gemak, zoals een bakker of visboer. Daarnaast dragen deze centra bij aan de levendigheid en sociale cohesie in de wijken. Bestendiging van de positie van deze centra, meer dan versterking ervan, is voor deze centra belangrijk.

Voor niet-reguliere detailhandel (perifere detailhandelsvestigingen, ofwel PDV) is Doemere het centrum van stadsverzorgende volumineuze detailhandel in Almere. Wel is een opwaardering en concentratie van dit PDV-gebied door de eigenaar in samenwerking en afstemming met gemeente noodzakelijk. Daarnaast is een betere ruimtelijk-functionele verbinding met het naastliggende stadsdeelcentrum Buitenmere van belang.

In de visie merken we de bouwmarkten en tuincentra aan als winkels met een functie voor een stadsdeel, in plaats van de gehele stad. Voor deze winkels streven we een evenredige spreiding van vestigingen over de stad, relatief dichtbij de bewoners, na.



FIGUUR 4 STRUCTUUR VAN CENTRA VOOR REGULIER EN VOLIMINEUS AANBOD IN ALMERE

Bron: Bureau Stedelijke Planning

KIEZEN VOOR EEN VITALE STRUCTUUR BETEKENT OOK KIEZEN OM NIET TE DOEN >>

Kiezen voor een vitale structuur en daar volledig op inzetten in beleid en inspanning, betekent ook dat er keuzes gemaakt worden om dingen consequent niet (meer) te doen. De belangrijkste keuzes die hierin gemaakt moeten worden zijn:

- **Geen nieuwe centra in de bestaande stad realiseren.** Almere kent een fijnmazige detailhandelsstructuur. Om deze fijnmazigheid te behouden (en te versterken) is het belangrijk dat er geen nieuwe centra worden gerealiseerd. Uitzonderingen zijn nieuwe woonwijken waar voldoende draagvlak is voor een ondersteunende dagelijkse voorziening. Daarbij houden we vast aan het karakteristieke kenmerk van Almere voor deze ondersteunende centra: ze bestaan uit één supermarkt met beperkt aanvullend dagelijks gemak. Ook wordt een uitzondering gemaakt voor de hoofdcentra van nieuwe stadsdelen als Poort en Hout. Elk stadsdeel verdient een huiskamer, zo ook de nieuwe stadsdelen. De winkelfunctie van deze nieuwe centra zal wel beperkter zijn dan die in de bestaande stadsdeelcentra.
- **Geen verspreide ontwikkelingen.** Winkels functioneren het beste in winkelgebieden: reguliere detailhandel in de reguliere winkelgebieden (het stadscentrum, de stadsdeelcentra en de ondersteunende centra), en volumineuze detailhandel in de PDV-gebieden. We gaan zeer terughoudend om met nieuwe verspreide ontwikkelingen, zeker voor reguliere detailhandel. Een uitzondering maken we voor tuincentra en bouwmarkten. De ruimtelijke spreiding hiervan volgt net als supermarkten de spreiding van de bevolking, omdat ze frequenter worden bezocht en omdat ze niet per se gebaat zijn bij clustering. Die ruimte is er in de nieuwe visie, maar we willen voorkomen dat deze ontwikkelingen de positie van Doemere ondergraven. Initiatieven voor stadsverzorgende, grootschalige bouwmarkten worden in eerste instantie naar Doemere geleid. Alleen wanneer dit ruimtelijk-functioneel niet kan worden ingepast in Doemere en ze evenmin het functioneren van Doemere ondermijnen, komt vestiging op een alternatieve locatie in beeld.
- **De mogelijkheden voor uitplaatsing van supermarkten** in de ondersteunende centra worden beperkt vanwege behoud van een fijnmazige dagelijkse verzorgingsstructuur en het behoud van deze supermarkten als hart van de wijk. Uitgangspunt wordt "nee, tenzij" in plaats van "ja, mits".



Uitplaatsing naar de dreven of andere doorgaande wegverbindingen buiten de wijk is alleen mogelijk als door de initiatiefnemer kan worden aangetoond dat er op de huidige locatie of elders centraal in de wijk geen perspectief is op een bestendige exploitatie. Ook dan zal door de initiatiefnemer inzichtelijk moeten worden gemaakt dat uitplaatsing (van de supermarkt en eventueel aanvullende voorzieningen) geen nadelige gevolgen heeft voor de fijnmazige structuur, en voor de sociale cohesie en leefbaarheid van de wijk.

WAT GAAT ER MIS ALS ALMERE NIET KIEST? >>

De keuzes die we maken bieden de beste uitgangspunten voor een gezonde, toekomstbestendige structuur die ondernemers en eigenaren een redelijke investeringszekerheid biedt en bewoners optimaal bedient. Als Almere geen scherpe keuzes maakt, is het gevaar groot dat:

- er ook in het groeiende Almere teveel winkelgebieden zijn met onvoldoende relevantie; met als gevolg te weinig onderscheidend vermogen en te weinig omzetspectieven voor de ondernemers;
- het stadscentrum en de stadsdeelcentra onvoldoende kritische massa (minimale hoeveelheid commerciële activiteit) kennen, met als gevolg een te beperkt draagvlak en een te beperkt aantal bezoekers in verhouding tot de omvang van het centrum;
- teveel wijken onderverzorgd raken, omdat fijnmazigheid wordt ingeruild voor grofmazigheid. Dit heeft een negatief effect op de leefbaarheid van wijken en leidt tot leegstand.

WAT IS ANDERS DAN IN 2014? >>

Wat is in deze visie anders dan in die van 2014? De belangrijkste verschillen op een rij:

- Het stadscentrum fungeert als het centrumgebied met een stadsverzorgende functie, waar niet alleen detailhandel maar ook daaraan gelieerde (publieks)voorzieningen met een stadsverzorgende functie hun plek krijgen.
- We zetten in op een herpositionering van de stadsdeelcentra. Daarbij wordt rekening gehouden met krimp van de detailhandel (van een gevarieerd centrum in het klein naar een focus op een bijzonder en ruimer aanbod van dagelijks gemak) en op transformatie naar andere functies die bijdragen aan de functie van huiskamer van het stadsdeel. Deze voorzieningen horen in de stadsdeelcentra, en niet op verspreide locaties elders in het stadsdeel. Dit versterkt de levendigheid en toekomstbestendigheid van (de winkels in) het stadsdeelcentrum.
- In de ondersteunende centra geldt het beginsel dat we terughoudend omgaan met de ondersteunende detailhandel. Dit geldt ook voor de mogelijkheden voor uitplaatsing van de supermarkten van in de wijk naar de dreven.
- Doemere is het stadsverzorgende centrum voor volumineuze detailhandel. Binnen dit centrum geldt het aanbod woninginrichting als belangrijkste drager. Voor bouwmarkten en tuincentra geldt dat deze meer een stadsdeelverzorgende functie hebben dan een stadsverzorgende en kiezen we voor een fijnmazige structuur met een evenredige verdeling over de stadsdelen.
- We hebben concrete afwegingsschema's voor detailhandel aan de visie toegevoegd. Op deze manier is het voor zowel gevestigde partijen als initiatiefnemers duidelijk wat past en wat niet past.

In de volgende hoofdstukken (3 t/m 6) werken we deze uitgangspunten nader uit voor achtereenvolgens het centrum, de stadsdeelcentra, de ondersteunende centra en de volumineuze detailhandel.

3 DE POSITIE VAN HET STADSCENTRUM VAN ALMERE

Visie stadscentrum Almere

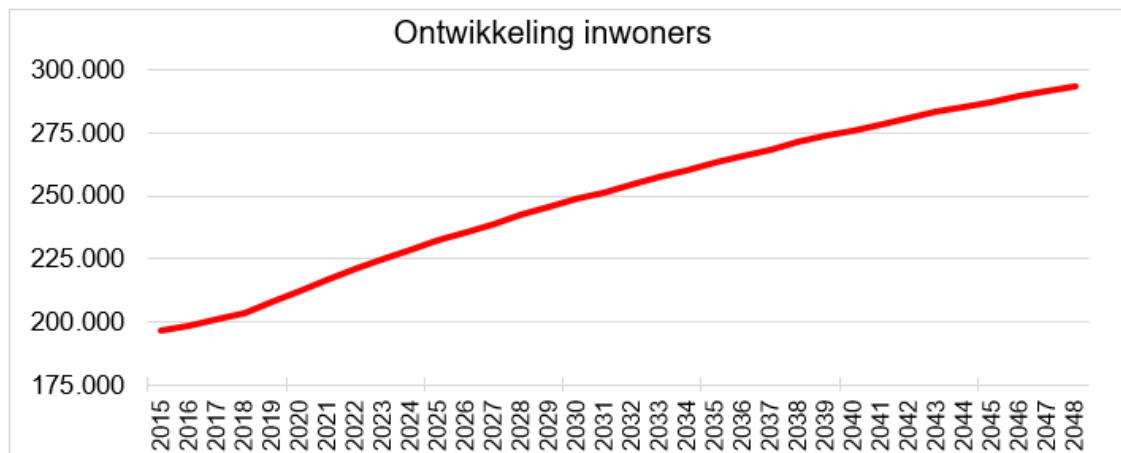
Het stadscentrum van Almere zal het centrum zijn in de stad waar niet alleen voor alle stads- en regionaal verzorgende detailhandel een plek is, maar ook voor alle aan de detailhandel gelieerde (commerciële en niet-commerciële) publieksfuncties met een stads- en regioverzorgende functie: horeca, leisure, cultuur etc.

WAAROM? >>

- Almere groeit hard als het gaat om inwoners, maar die groei vertaalt zich niet in een gelijke groei in behoefte aan winkelmeters. Dit gaat vooral op voor de niet-dagelijkse sector, waar veranderend consumentengedrag en veranderende vestigingsstrategieën leiden tot het terugtrekken van vooral de branchegroep Mode & Luxe (traditioneel de drager in de stadscentra) in de grootste en aantrekkelijkste centra van ons land.
- Almere Centrum is, zeker in potentie, zo'n groot en aantrekkelijk centrum. Ten dele zien we dat in het huidige functioneren al terug. Ten dele; er zijn nog grote slagen te maken, maar er ligt een stevige basis. We zien die potentie vooral ook in het licht van de enorme groeiambities van de



stad. Een forse groei van het draagvlak, richting 2030 (tot 250.000 inwoners), maar vooral ook in de periode daarna, met een veronderstelde groei richting 300.000 inwoners. Bovendien voorzien we een groei van het toerisme, en groei van het draagvlak voor rekening van werknemers, studenten etc. Dat biedt kansen voor het centrum.



FIGUUR 5 ONTWIKKELING AANTAL INWONERS ALMERE TOT 2048

Bron: Bevolkingsprognose 2018-2048 Almere

- Gemeenschappelijk kenmerk van de grootste en meest aantrekkelijke centra in Nederland is dat ze meer zijn dan een winkelgebied. Ze zijn een binnenstad, met een grote omvang en variatie aan allerhande centrumvoorzieningen en stadsverzorgende retail, maar met ook een stevige woonfunctie. Binnenstedelijke centrumgebieden zijn bovendien ingebed in een buitengewoon aantrekkelijke omgeving.
- De ontwikkelingen in de economie - en in de detailhandel in het bijzonder - zorgen dat grenzen tussen functies vervagen. Daarmee verandert en vervaagt ook de functie van de traditionele winkel. De winkel is niet meer de plek waar de transactie centraal staat, maar wordt meer en meer de plek waar inspiratie, verblijven en genieten centraal komen te staan. Daarmee raakt de functie van de winkel meer en meer verwant aan die van de leisurevestigingen (horeca, vrijetijdsfuncties, cultuur). Verbreden van het bezoeks-motief en verlengen van de verblijfsduur is het belangrijkste advies voor het centrum van Almere.
- De synergetische krachten tussen de genoemde functies (winkels, horeca, vrijetijd en cultuur) zijn in beginsel groot. Een centrum met een grote variëteit aan winkels creëert ook extra draagvlak voor verwante functies, en omgekeerd.
- Er ligt een veelvoud van risico's op de loer wanneer voor een andere richting wordt gekozen dan die hierboven is beschreven. Denk bijvoorbeeld aan het risico dat belangrijke stadsverzorgende functies toch buiten het stadscentrum worden gesitueerd, waardoor de trekkracht van het centrum wordt ondergraven. Denk aan het risico dat het centrale winkelgebied te ruim wordt gedefinieerd, waardoor de zo noodzakelijke compactheid niet wordt bereikt. En denk aan het risico dat het gehele stadscentrum te ruim wordt gedefinieerd, wat afbreuk doet aan de kracht van het stadscentrum.
- Wanneer Almere besluit niet alle pijlen voor stadsverzorgende functies op het stadscentrum te richten, wordt niet alleen afbreuk gedaan aan de potenties van het centrum, maar bestaat ook het risico dat de krachten over te veel centra of gebieden worden verspreid. Hierdoor ontbeert elk gebied kritische massa, en komt geen enkele echt goed uit de verf. Het gevolg is dat de leegstand oploopt en alle centra in steeds grotere mate onaantrekkelijk worden.

NUANCE >>

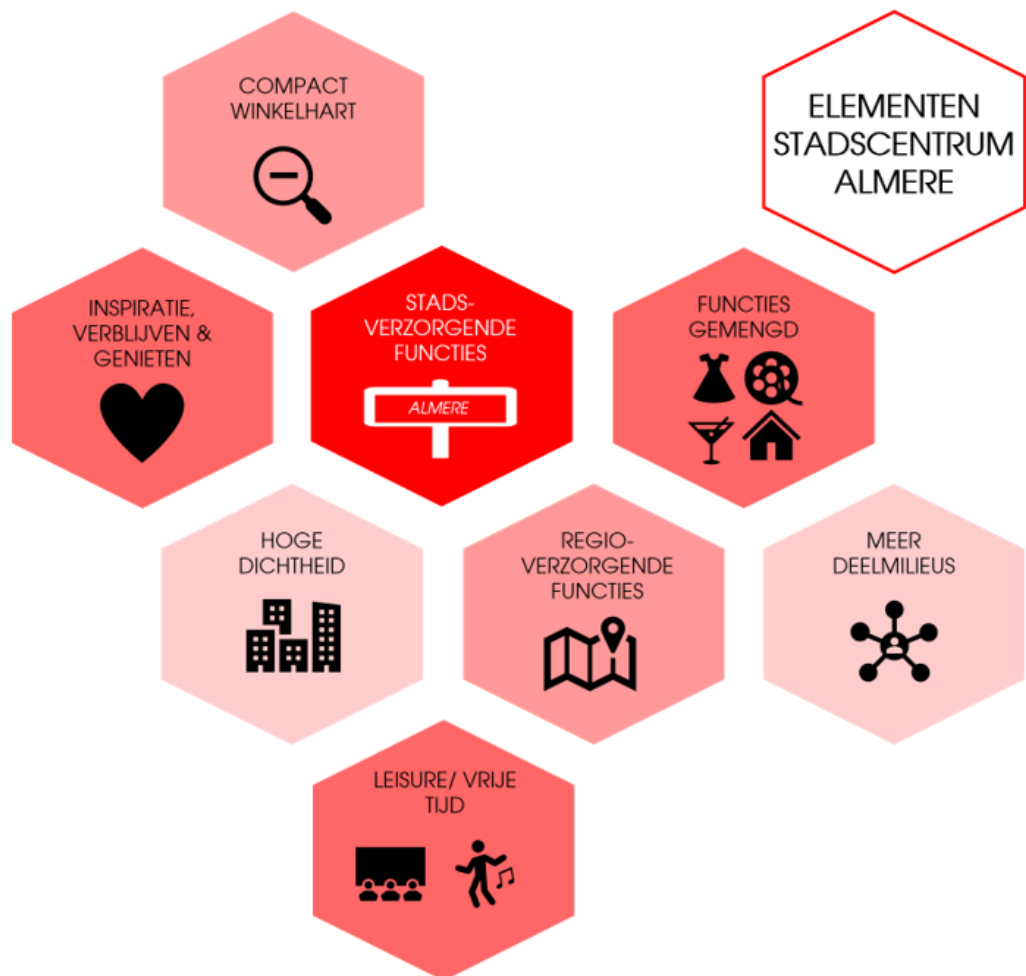
- Niet alle stads- en regioverzorgende functies in Almere hebben nu al een plek in het stadscentrum. Denk alleen al aan Doemere, dat juist in Buiten ligt. Denk ook aan het Topsportcentrum in Poort en de daarvan afgeleide activiteiten. Denk ook aan het Van der Valk-hotel, de wereldrestaurants, de autodealers. Het mag duidelijk zijn dat het letterlijk en figuurlijk niet zou passen om alles in het stadscentrum te huisvesten. Laat staan dat het wenselijk zou zijn.
- Het is zeker niet wenselijk dat alle stadsverzorgende functies een plek krijgen in het stadscentrum. Denk aan functies met een groot ruimtegebruik, met een te grote verkeer aantrekkende werking, of met betrekkelijk weinig meerwaarde voor de overige functies in het stadscentrum. Maar de basis is dat de stadsverzorgende functies een plek in het stadscentrum krijgen.
- Almere Centrum is tevens het centrum voor de inwoners van het grootste stadsdeel van Almere, Almere Stad. Dat betekent dat in het centrum ook een plaats moet worden ingeruimd voor



stadsdeelverzorgende functies. Idealiter mengen die zich in ruimtelijk-functionele zin met de stadsverzorgende functies, zonder dat ze elkaar in de weg zitten.

UITWERKING >>

- Almere zal inzetten op een compact(er) winkelhart in het stadscentrum, met in een ring daaromheen, deels mengend met het stadscentrum, de overige centrumfuncties. Alles in hoge dichtheid, met meer groen en in sterke mate gemengd met andere functies die een centrum tot een centrum maken: wonen, bedrijvigheid en maatschappelijke functies.
- Almere zal keuzes moeten maken. Echte keuzes, waaraan ook wordt vastgehouden in verdere planuitwerking. Allereerst als het gaat om de omvang en begrenzing van het feitelijke winkelhart in het centrum. Concreet zal het winkelgebied in 2030 compacter zijn dan nu, en zullen delen van wat nu nog bij het winkelhart hoort verkleuren naar andere centrumstedelijke functies.
- We zullen ook keuzes maken bij de beoordeling van alle initiatieven voor commerciële voorzieningen met een stadsverzorgend karakter. Bij elk initiatief met een stads- en regioverzorgende functie dat zich buiten het stadscentrum aandient zullen we de vraag stellen of vestiging op die locatie afbreuk doet aan de functie en het perspectief van het stadscentrum. Als het antwoord op die laatste vraag bevestigend is, moet er eerst onderzocht worden of vestiging in het stadscentrum mogelijk is.
- De begrenzing van het stadscentrum zal niet te ruim worden gekozen. Binnen het stadscentrum kunnen we meerdere deelmilieus onderscheiden, bijvoorbeeld het winkelhart, aanloopstraten, dwaalmilieu, randgebieden. Het deelmilieu waar de winkelfunctie domineert is niet te klein (volgende ruimte voor detailhandelsinitiatieven), maar met het oog op de dominante trends zoals genoemd in hoofdstuk 1, zeker ook niet te groot (met als gevolg veel leegstand).
- Als uitvloeisel van deze visie kan een toetsingskader ontwikkeld worden voor het beoordelen van niet-winkelinitiatieven met een stadsverzorgende functie. In dat toetsingskader gaat het om zaken als:
 - Ruimtebeslag (inclusief parkeren en logistiek);
 - Synergie met de in het centrum gevestigde functies;
 - Ruimtelijk-economische effecten.



FIGUUR 6 ELEMENTEN VOOR HET STADSCENTRUM VAN ALMERE

Bron: Bureau Stedelijke Planning

4 DE POSITIE VAN DE STADSDEELCENTRA

Visie stadsdeelcentra

De centra van Almere Haven en Almere Buiten zijn de centra waar niet alleen alle stadsdeelverzorgende detailhandel een plek krijgt, maar ook alle aan de detailhandel gelieerde (commerciële en niet-commerciële) publieksfuncties met een stadsdeelverzorgende functie: horeca, leisure, cultuur etc. Gelet op de ontwikkelingen in de markt komt dat neer op een ontwikkeling van niet-dagelijks winkelgebied naar huiskamer van het stadsdeel.

De visie voor de stadsdeelcentra is verwant aan die voor het stadscentrum. De stadsdeelcentra hebben een beperkter verzorgingsbereik en daarmee ook een beperkter detailhandelsaanbod. Dit accentueren we verder met deze visie.

WAAROM? >>

- In de meerkernige opzet van de grote stad Almere zijn de stadsdelen feitelijk op te vatten als kleine en middelgrote steden: ze variëren in omvang van nog geen 25.000 inwoners (Haven) tot ruim 55.000 inwoners in Buiten. Stadsdeel Stad staat daar met 110.000 inwoners ruim boven.
- De problematiek van de twee bestaande stadsdeelcentra (Buiten en Haven) komt overeen met de problematiek van de middelgrote centra elders in het land. In het licht van de dominante trends en ontwikkelingen in de winkelmarkt bieden deze centra te weinig keuze om te fungeren als compleet centrum voor alle aankopen, maar zijn ze te groot op om als centra van dagelijks gemak te fungeren. Bovendien zijn er soms te veel barrières zoals bereikbaarheid en gebouwd parkeren. Dit geldt voor beide centra, maar manifesteert zich in Buiten meer dan in Haven. In Buitenmere



is niet alleen het draagvlak binnen het stadsdeel groter dan in Haven, maar waren de ambities in het verleden ten aanzien van herontwikkeling en uitbreiding ook groter. Het centrum van Buiten is mede daardoor in alle opzichten te groot voor de functie die het nu - en straks - vervult.

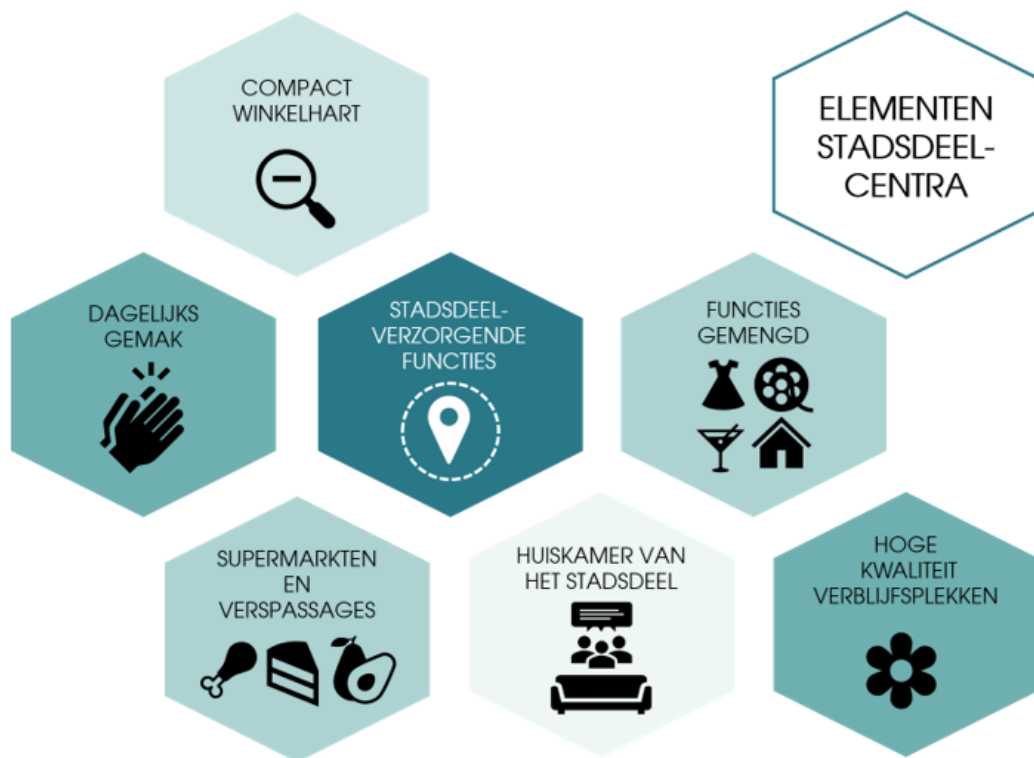
- Het perspectief van beide centra ligt niet in uitbouw van de winkelfunctie. Sterker nog: de centra zijn voorbereid op een verdere reductie van het winkelareaal. De kansen zijn reëel dat een substantieel deel van de winkels met niet-frequent aanbod op termijn zijn deuren zal moeten sluiten. De toekomst van deze centra ligt in de bijzondere en grotere winkels voor dagelijks gemak (met grote supermarkten, vers-passages en frequent benodigd niet-dagelijks aanbod) en in 'local heroes' met een bijzonder aanbod of specifieke service. Dit in combinatie met functies die stadsdeelverzorgend zijn, maar niet tot detailhandel gerekend kunnen worden, zoals horeca, leisure, cultuur en maatschappelijke functies. Het zijn centra die tot huiskamer van het stadsdeel getransformeerd moeten worden: een plek om te verblijven en elkaar te ontmoeten.
- Bovenstaande geldt voor de beide bestaande stadsdeelcentra, maar geldt feitelijk ook voor het nog te ontwikkelen stadsdeelcentrum voor Poort. Ook hier ligt de toekomst in de combinatie van bijzondere en grotere winkels voor dagelijks gemak met functies die stadsdeelverzorgend maar geen detailhandel zijn.

NUANCE >>

- Niet alle stadsdeelverzorgende functies zijn geschikt om in het (stadsdeel)centrum te huisvesten. Denk aan functies met een groot ruimtegebruik, met een te grote verkeer aantrekkende werking, of met betrekkelijk weinig meerwaarde voor de overige functies in het centrum. Maar de basis is dat de stadsdeelverzorgende functies een plek in het stadsdeelcentrum krijgen en niet daarbuiten. Ook hier geldt "ja, tenzij" in plaats van "nee, mits" als devies voor vestiging van stadsdeelverzorgende functies in het stadsdeelcentrum.

UITWERKING >>

- Zowel voor het centrum van Buiten als het centrum van Haven zetten we in op een compact(er) winkelhart van het stadsdeel, aangevuld met overige centrumfuncties: in relatief hoge dichtheid, maar met voldoende verblijfsplekken van hoge kwaliteit. Waar mogelijk gemengd met andere functies die een centrum tot een centrum maken, zoals wonen, bedrijvigheid en maatschappelijke functies.
- Ook voor deze centra zal Almere keuzes moeten maken. Bij elk initiatief met een stadsdeelverzorgende functie zullen we de vraag stellen of dit past in het stadsdeelcentrum, en als dat niet zo is, of het afbreuk doet aan het stadsdeelcentrum. Andersom zal kritisch worden omgegaan met initiatieven in de stadsdeelcentra die een stadsverzorgend karakter hebben.
- Omdat we in de stadsdeelcentra vooral onderscheidende winkels in food en dagelijks gemak willen, is het goed om de mogelijkheden hiervoor in de ondersteunende centra te begrenzen. In de uitwerking voor de ondersteunende centra gaan we hier nader op in. Maximering van de maat per winkel in de stadsdeelcentra ligt niet voor de hand. Hier toetsen we slechts op de vraag of de vestiging geen afbreuk doet aan het streven naar een ruimtelijk en geografisch compacter stadsdeelcentrum.
- Voor het nieuwe stadsdeelcentrum voor Poort zal een opzet en invulling worden gekozen die past bij deze visie. Gelet op het uiteindelijke draagvlak van Poort (35.000 inwoners) en de ambities voor Almere Centrum moeten we erop toezien dat het nieuwe stadsdeelcentrum niet overgedimensioneerd wordt. Anderzijds moeten we voorkomen dat het stadsdeelcentrum zich niet als huiskamer van het stadsdeel kan manifesteren, omdat er te weinig onderscheidend vermogen en kritische massa is.



FIGUUR 7 ELEMENTEN VOOR DE STADSDEELCENTRA VAN ALMERE

Bron: Bureau Stedelijke Planning

5 DE POSITIE VAN DE ONDERSTEUNENDE CENTRA

Visie ondersteunende centra

De ondersteunende centra voorzien de Almeerse consument op relatief korte afstand van de woning van de dagelijkse boodschappen, in combinatie met aanvullend dagelijks gemak (in ondergeschikte mate). Voor deze centra gaat het vooral om bestemming van de positie, meer dan versterking ervan.

WAAROM? >>

- Bijzonder voor de Almeerse situatie dat alle ondersteunende centra feitelijk over slechts één supermarkt beschikken (geen centrum uitgezonderd), met in de praktijk slechts beperkt aanvullend aanbod. In slechts één geval (winkelcentrum Muziekwijk) is er wel sprake van een uitgebreid en min of meer compleet dagelijks aanbod.
- Deze situatie is in beginsel niet alleen bestendig, maar ook wenselijk. Op deze manier worden de bewoners van Almere op betrekkelijk korte afstand van de woning voorzien van dagelijks gemak. Bovendien voorkomen we dat de ambities ten aanzien van het stadscentrum en de stadsdeelcentra onder druk komen te staan door te krachtige en te gevarieerde ondersteunende centra. Deze fijnmazigheid, zowel voor de bestaande stad als voor de woongebieden die nu en straks in ontwikkeling zullen gaan, willen we behouden.
- Het evenwicht tussen de wensen en ambities voor uitbreiding en verplaatsing van de supermarkten in de ondersteunende centra enerzijds, en de doelstellingen ten aanzien van de stadsdeelcentra als huiskamers van het stadsdeel anderzijds, is precair. De ondernemers zoeken naar het op orde brengen van alle randvoorwaarden die passen bij een succesvolle supermarktexploitatie: voldoende meters, gratis parkeren en goed bereikbaar voor met name voor de auto. Op die manier kunnen zij het verzorgingsgebied uitbreiden, wat soms hard nodig is om ook op termijn nog tot een levensvatbare exploitatie te komen. Het teveel meebewegen met deze trend kan echter negatieve ruimtelijk(-economisch)e effecten met zich meebrengen. Het kan het functioneren de stadsdeelcentra onder druk zetten, doordat deze een slechtere autobereikbaarheid hebben en er sprake is van gebouwd parkeren. Daarbij kan het de fijnmazigheid van de ondersteunende structuur ondergraven, omdat ook omliggende ondersteunende centra met minder gunstige uitgangspunten in het gedrang kunnen komen.



- Anderzijds kan op termijn de fijnmazige structuur ook onder druk komen te staan wanneer in het geheel niet wordt meebewogen met de wensen van supermarktorganisaties: in het uiterste geval wordt door uitval van perspectiefarme supermarkten de structuur op termijn ook grofmaziger.
- Wanneer we geen restricties stellen aan de omvang en locatie van het ondersteunende centrum, kunnen de potenties van het stads(deel)centrum worden ondergraven. De supermarkten in het stads(deel)centrum kunnen dan niet voldoende onderscheidend zijn ten opzichte van de supermarkten in de ondersteunende centra, waardoor het voor deze centrumgebieden moeilijk wordt om huiskamer voor de stad of het stadsdeel te zijn.
- Daarnaast kan bij massale verplaatsing van de supermarkten naar de dreven verlies van levendigheid en sociale cohesie in de wijk optreden, ook als de ondersteunende functies achterblijven op de oorspronkelijke locatie. Bovendien is er een risico van verminderde bereikbaarheid voor langzaam verkeer, en een mindere toegankelijkheid voor oudere en kwetsbare bevolkingsgroepen.

NUANCE >>

- De visie van bestendiging geldt voor wijkverzorgende functies in dagelijks gemak die te betitelen zijn als supermarkt (of hieraan gelieerd, zoals aanvullend aanbod als een bakker, een bloemist of een slijter). Om een daadwerkelijk hart van de wijk te realiseren moeten ook niet-winkelactiviteiten met een wijkverzorgende functie (denk aan daghoreca, kapper, maatschappelijke functies) bij voorkeur onderdeel zijn van deze centra. Deze clustering voedt de wijkgedachte, bevordert sociale cohesie en creëert dagelijkse focuspunten in de wijk.

UITWERKING >>

- Volgens deze visie hebben in 2025 en 2030 alle ondersteunende centra in Almere dus slechts één supermarkt van maximaal 1.500 m² wvo en worden ze waar mogelijk ondersteund door een beperkt metrage aan aanvullend dagelijks gemak: detailhandel (bloemen, slijterij e.d.), horeca (cafeteria, snackbar e.d.) en diensten (kapper, stomerij e.d.). Het is belangrijk dat het metrage aanvullend dagelijks gemak in deze centra niet te groot is. Richtlijn is maximaal 500 m² wvo, waarvan de helft bestemd voor detailhandel en de helft voor andere commerciële voorzieningen. Uitzondering hierop is Almere Haven. Hier wordt bij de supermarkten geen aanvullend aanbod toegestaan, vanuit de ruimtelijk relevante motivering dat de fijnmazigheid intact moet blijven en de positie van het centrum van Haven niet mag worden ondergraven.
- In de visie uit 2014 ligt de maximale maat voor de ondersteunende supermarkten op 1.500 m² wvo (winkelvloeroppervlak), uitgezonderd die in Haven, waar de supermarkten begrensd zijn tot 1.200 m² wvo. In deze visie wordt aan de uitzonderingsbepaling voor Haven vastgehouden. Door de uitzonderingsbepaling voor Haven te handhaven beschermen we de kwetsbaarheid van de structuur als kleinste stadsdeel met relatief kleine (initiële) verzorgingsgebieden van de ondersteunende supermarkten.



FIGUUR 8 ELEMENTEN VOOR DE ONDERSTEUNENDE BUURT- EN WIJKCENTRA/PUNTEN IN ALMERE
Bron: Bureau Stedelijke Planning

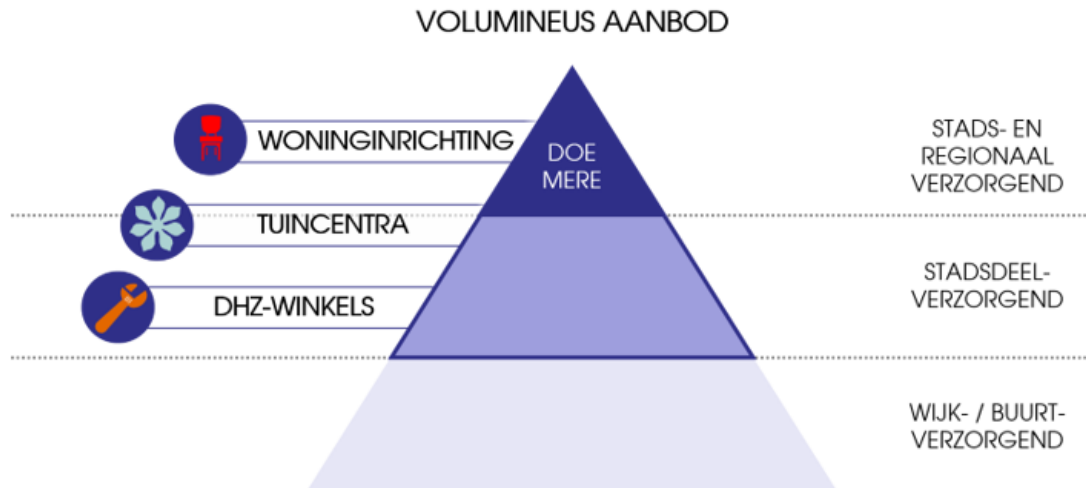
- Het maximale metrage aanvullende winkelfuncties is ondergeschikt aan de maximale maat van de supermarkt en mag niet aan de supermarkt zelf worden toegevoegd. Dit geldt ook voor aanvullende functies, niet zijnde winkels (bijvoorbeeld kapper of snackbar). Dit zal in de bestemmingsplannen geborgd worden.
- Wellicht nog meer dan oppervlak is de locatie van een ondersteunende supermarkt is bepalend voor de fijnmazige structuur en de positie van de stadsdeelcentra. Om die reden worden de uitgangspunten in de visie van 2014 verder aangescherpt. Uitgangspunt wordt “nee, tenzij” in plaats van “ja, mits”. Uitplaatsing naar de dreven of andere doorgaande wegverbindingen is alleen mogelijk als kan worden aangetoond dat er geen perspectief is op een bestendige exploitatie van een supermarkt op de huidige locatie of op een andere (centrale) locatie in de wijk (zie ook het beoordelingsschema in hoofdstuk 7). Wanneer er geen toekomstperspectief is voor een rendabele exploitatie, wordt beoordeeld of de fijnmazigheid onder druk komt te staan. Pas als het antwoord op die vragen daartoe aanleiding geeft, is een relocatie naar dreef of doorgaande weg een optie. Maar ook dan zal de ondernemer inzichtelijk moeten maken dat de relocatie annex vergroting geen negatieve, ruimtelijke relevante effecten heeft voor de beoogde structuur.

6 DE POSITIE VAN VOLUMINEUZE DETAILHANDEL

Visie volumineuze detailhandel

Net als voor reguliere detailhandel geldt ook voor volumineuze detailhandel: “de juiste functie op de juiste plaats”. Almere is erbij gebaat dat alle stads- en regionaalverzorgende volumineuze detailhandel zoveel als mogelijk is geclusterd op één locatie. In de huidige situatie, en dat is in het najaar van 2019 vastgesteld in de gemeenteraad, is dat Doemere. Binnen dat kader past bestemming van Doemere als het stadsverzorgende centrum voor volumineuze detailhandel in de stad. Wel willen we inzetten op een opwaardering van dit centrum en op een betere ruimtelijk-functionele verbinding met het stadsdeelcentrum Buitenmere.

Daarnaast merken we de bouwmarkten en tuincentra aan als winkels met een functie voor een lager schaalniveau dan de gehele stad. Voor deze winkels streven we een fijnmaziger structuur na met spreiding van vestigingen dichtbij de bewoners.



FIGUUR 9 HIËRARCHIE IN VERZORGINGSBEREIK VAN VERSCHILLENDE VOLUMINEUZE BRANCHES

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Er wordt voor volumineuze detailhandel een onderscheid gemaakt tussen de verschillende branches binnen de sector, op grond van het verzorgingsbereik van deze branches:

- **Woninginrichting** is een branche waar winkels in de regel niet frequent worden bezocht. Het gaat vaak om winkels met een stadsverzorgende (of regionaal verzorgende) functie, die gebaat zijn bij clustering van gelijksoortige winkels. Almere kiest ervoor alle stadsverzorgende volumineuze detailhandel zoveel mogelijk te clusteren op één locatie. Doemere is nu het grootste PDV-centrum (perifere detailhandelsvestigingen) van Almere, en heeft een stadsverzorgende functie. In oktober 2019 is door de gemeenteraad vastgesteld dat Doemere die functie behoudt en dat er geen sprake is van verplaatsing van deze functie naar een andere locatie. Binnen dat kader past het dat winkels in woninginrichting zoveel mogelijk geconcentreerd worden in Doemere.
- **Doe-Het-Zelf winkels (bouwmarkten) en tuincentra** hebben een meer stadsdeelverzorgende functie dan de winkels in woninginrichting. Ze worden frequenter bezocht dan winkels in woninginrichting en hebben minder baat bij clustering. Een evenredige spreiding van deze voorzieningen over de stad waarborgt de toegankelijkheid voor bewoners uit alle stadsdelen, waardoor ze een relatief beperkte afstand hoeven af te leggen. De spreiding draagt bij aan het voorzieningenniveau voor de bewoners en zal daarom zo veel mogelijk in stand gehouden worden.

Wat verstaan we onder volumineuze detailhandel?

Volumineuze detailhandel of perifere detailhandelsvestigingen (PDV) zijn winkels die vanwege de aard en omvang van de goederen die er worden verkocht over het algemeen niet in de traditionele winkelcentra (binnenstad, buurt- en wijkcentra) gevestigd kunnen worden. Nederland heeft al vele decennia een ruimtelijk detailhandelsbeleid, dat sinds 1973 door de rijksoverheid werd gevoerd en in 2006 door provincies en gemeenten is overgenomen. De essentie van het beleid voor perifere vestigingslocaties is branchegericht. Tot de volumineuze detailhandel behoren branches als bouwmarkten, tuincentra en woninginrichting.

Voor Almere wordt in deze visie het volgende onderscheid gehanteerd:

- Woninginrichting en meubelzaken, stadsverzorgend (of regioverzorgend)
- Doe-het-zelf (bouwmarkten) – stadsdeelverzorgend
- Tuincentra – stadsdeelverzorgend (soms iets meer dan stadsdeelverzorgend)

WAAROM? >>

- De marktmogelijkheden voor volumineuze detailhandel zijn niet van dien aard dat er ten opzichte van de huidige situatie een grote sprong voorwaarts mogelijk is. Sleutelretailers als een IKEA zullen zich naar verwachting ook de komende jaren niet aandienen in Almere. Mede daarom is een nieuw centrum van stadsverzorgende volumineuze detailhandel op een andere locatie dan Doemere niet noodzakelijk. Wel dienen zich met enige regelmaat initiatieven van grote, stads- en regioverzorgende bouwmarkten (als Hornbach of Bauhaus) aan in Almere.



FIGUUR 10 MARKTRUIMTE (HOOFD)BRANCHES IN EN OM HET HUIS IN 2025

Bron: KSO 2018, Locatus

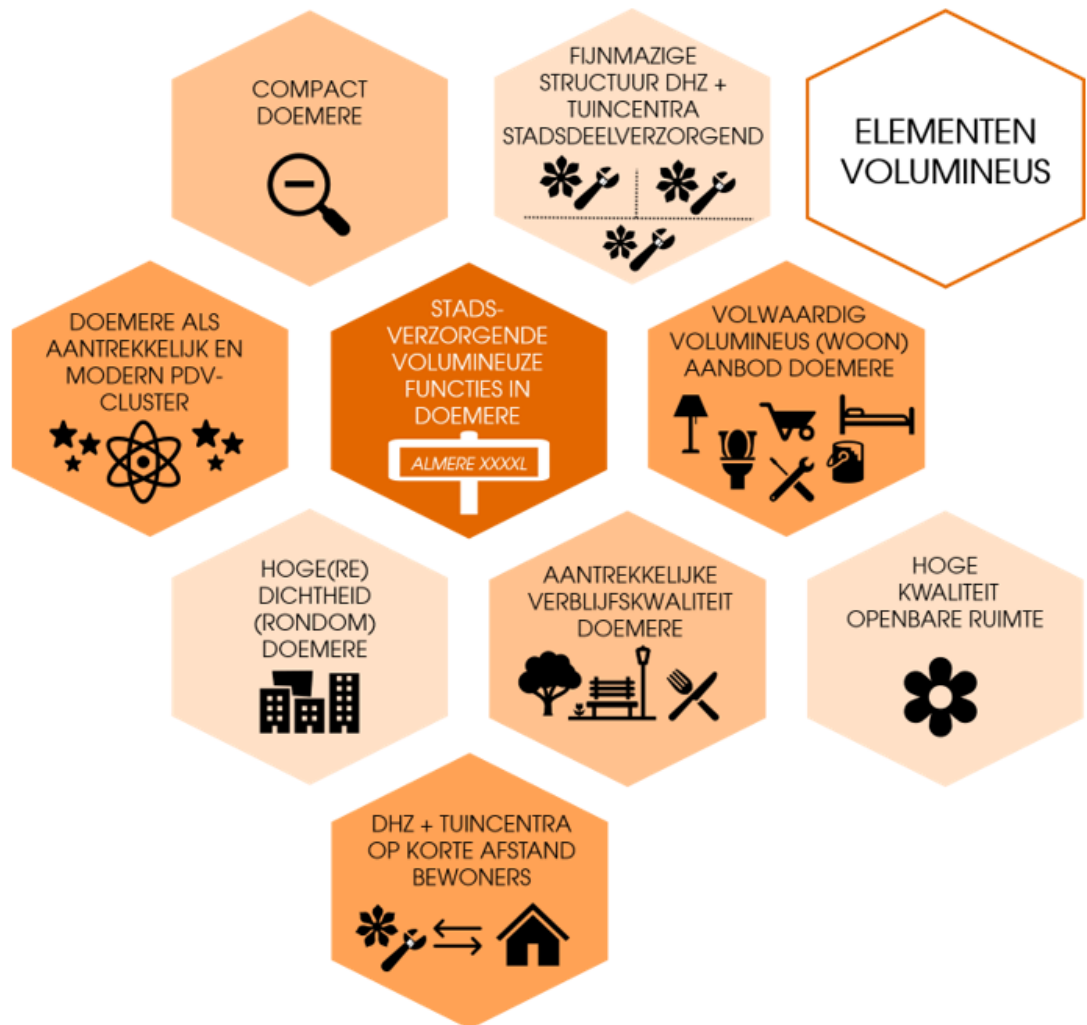
- Doemere heeft wat meer de wind in de rug dan ten tijde van de vorige visie: er zijn nieuwe huurders aangetrokken en de leegstand is beperkt tot het gebouw van de Woondome. Door de grote woningbouwproductie in Almere wordt de bestedingsimpuls van de nieuwe inwoners al snel richting Doemere geleid.
- Vanuit het adagium “de juiste functie op de juiste plaats” gaan we terughoudend om met woning-inrichting en andere stadsverzorgende PDV-vestigingen, op andere locaties dan Doemere. Dat geldt ook voor een megabouwmakrt als Hornbach of Bauhaus. Initiatieven als deze zullen in eerste instantie naar Doemere geleid worden.
- Dit is anders voor volumineuze detailhandel met een meer stadsdeelverzorgende functie. Voor reguliere bouwmarkten en tuincentra ligt spreiding door de stad voor de hand. Voor deze functies zetten we in op behoud van een fijnmaziger structuur. Uitbreidingen zijn mogelijk, mits passend bij de stadsdeelverzorgende functie. Opschaling van bestaande locaties naar een stadsverzorgende functie is niet gewenst als dit afbreuk doet aan de wens tot spreiding van winkels in deze branche. Elk initiatief wordt hierop getoetst. De toetsing houdt rekening met criteria als maatvoering, behoefte in het stadsdeel en locatie. Ontwikkelingen mogen geen negatief effect hebben op de fijnmazige spreiding van bouwmarkten en tuincentra.
- Bij de uitbreiding van Almere met nieuwe stadsdelen hoort ook uitbreiding van stadsdeelverzorgende PDV volgens dit fijnmaziger vestigingspatroon. Voor de nieuwe bewoners van de nieuwe stadsdelen is het eveneens wenselijk een bouwmarkt of tuincentrum relatief dicht bij huis te hebben. Dit is op een gedoseerde manier mogelijk. Steeds wordt getoetst of het fijnmazige vestigingspatroon met nieuwe vestigingen niet wordt aangetast.

NUANCE: >>

- PDV op locaties als Markerkant, De Steiger, De Uitgeverij en de toegewezen locatie in Poort zijn secundair aan Doemere. In zowel omvang als variatie van het aanbod zijn deze locaties ondergeschikt. Hier domineert het stadsdeelverzorgende volumineuze-aanbod. Woninginrichting kan zich hier alleen vestigen indien dit ruimtelijk niet meer mogelijk is binnen Doemere.
- Iets soortgelijks geldt voor initiatieven als die van Hornbach of Bauhaus. Alleen indien stadsverzorgende initiatieven als deze ruimtelijk-functioneel niet kunnen worden ingepast in Doemere, komt vestiging op een alternatieve locatie in beeld. De initiatiefnemer moet wel aantonen dat het initiatief in een behoefte voorziet, dat realisering in Doemere niet mogelijk is, en dat de effecten niet zodanig zijn dat de fijnmazige structuur onder druk komt te staan.

UITWERKING >>

- We gaan inzetten op een op termijn **compactere Doemere en intensivering van het aanbod** ten opzichte van het huidige aanbod. Een deel dat niet meer voor detailhandel of andere commerciële functies wordt ingezet, kan worden herontwikkeld naar woningen (bijvoorbeeld de huidige Woondome). Ook aan de buitenste randen van het huidige Doemere en boven op de winkels kunnen functies als wonen en kantoren worden toegevoegd.



FIGUUR 11 ELEMENTEN VOOR VOLUMINEUS AANBOD

Bron: Bureau Stedelijke Planning

- We willen de **verbinding met Buitenmere** versterken door commerciële publieksfuncties toe te voegen tussen de twee deelgebieden. Voor detailhandel zouden dit winkels kunnen zijn die qua typering tussen de twee typen centra in vallen. Denk aan winkels in het zogenaamde grijze gebied (formeel geen PDV, maar in hun vestigingsgedrag daar wel op lijkend). Maar ook horeca- en leisurefuncties die voor bezoekers van beide winkelgebieden een functie kunnen vervullen, zullen een goede verbinder zijn.

7 DE UITWERKING VAN DE VISIE: VERTALING IN TOETSINGSKADERS EN BELEIDSREGELS

In dit hoofdstuk is de visie uitgewerkt in een aantal toetsingskaders (7.1) en in beleidsregels (7.2).

7.1 TOETSINGSKADERS

Het toetsingskader betreft enerzijds een meervoudig algemeen afwegingsschema dat duidelijkheid biedt welk type initiatieven (PDV, GDV en supermarkten) op welke plekken geoorloofd zijn. Anderzijds is er een afwegingsschema dat zich specifiek richt op de reeds gevestigde supermarkten in de ondersteunende centra. Dit kader geeft richting bij de vraag welke afwegingen we moeten maken bij de beoordeling van wens tot uitplaatsing van deze supermarkten naar de dreven.

ALGEMENE AFWEGINGSSCHEMA'S: WAT IS WAAR GEOORLOOFD? >>

Het algemene afwegingsschema is geformuleerd op grond van de twee principes die leidend zijn in deze visie:

- Een evenredige spreiding van winkels over de stad



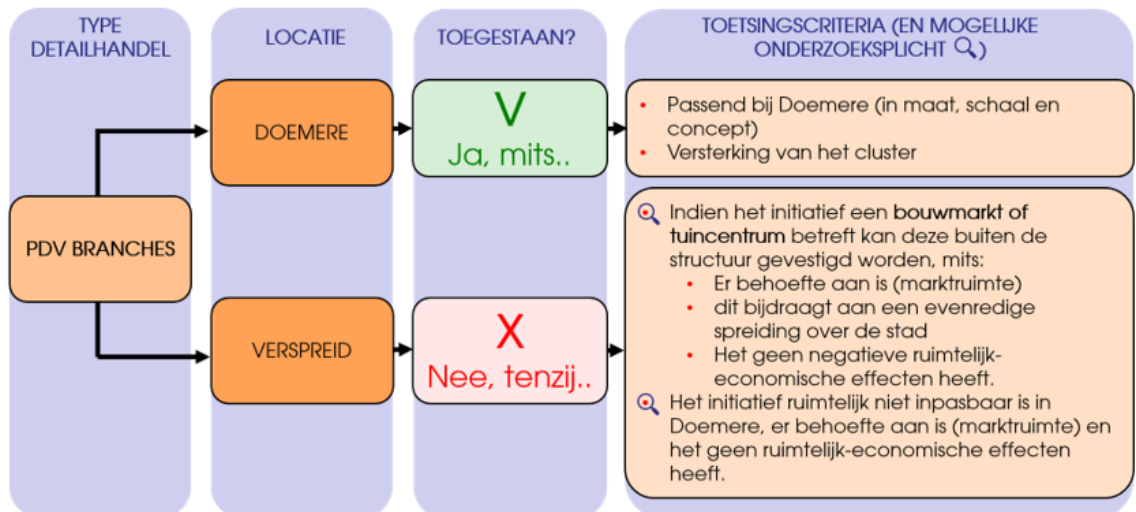
- De juiste functie op de juiste plaats.

Het principe van een evenredige spreiding van winkels over de stad waarborgt de toegankelijkheid voor bewoners uit alle stadsdelen, waardoor consumenten voor deze voorzieningen een relatief beperkte afstand hoeven af te leggen. Met het principe van de juiste functie op de juiste plaats koesteren we de vitale onderdelen van de Almeerse winkelstructuur. Voor de reguliere detailhandel (dagelijks en niet-dagelijks) zijn dat het stadscentrum, de stadsdeelcentra en de ondersteunende centra; voor niet-reguliere detailhandel (PDV) is Doemere het centrum voor stadsverzorgende volumineuze detailhandel, ondersteund door een evenredige spreiding van bouwmarkten en tuincentra over stad.

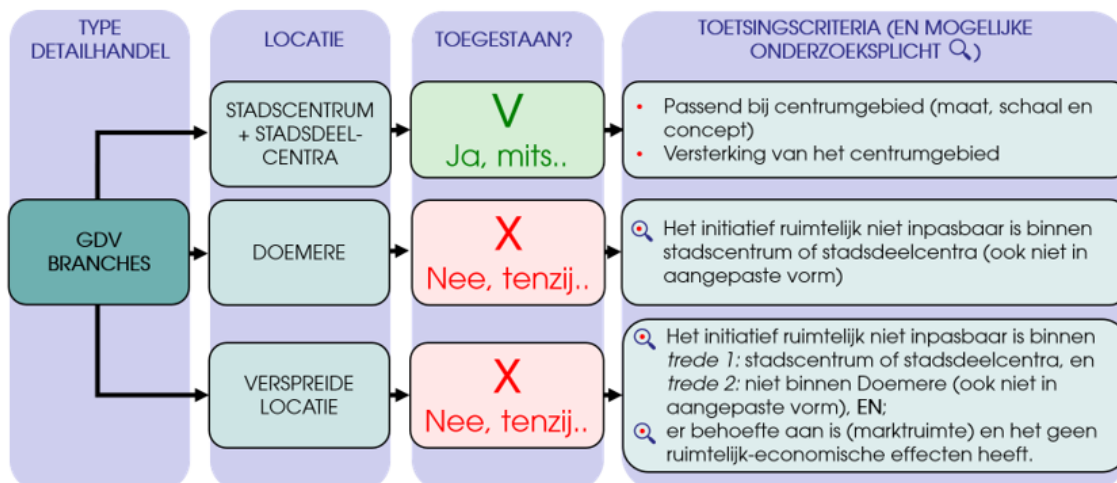
Voor de goede orde: vestigingsvrijheid is een groot goed, en dit is ook verankerd in de bestemmingsplannen voor de winkelgebieden in Almere. Het afwegingsschema is niet bedoeld om individuele ondernemers beperkingen op te leggen en initiatieven van hen geforceerd naar een specifiek centrum te geleiden. Het is primair bedoeld om nieuwe grootschalige, structurerende ontwikkelingen te beoordelen vanuit het perspectief van het algemeen belang: behoud van een toekomstbestendige ruimtelijke detailhandelsstructuur.

We hebben een afwegingsschema opgesteld voor achtereenvolgens nieuwe initiatieven in PDV (volumineuze detailhandel), GDV (grootschalige detailhandel, zijnde winkels van minimaal 1.500 m² bvo ongeacht branche) en supermarkten.

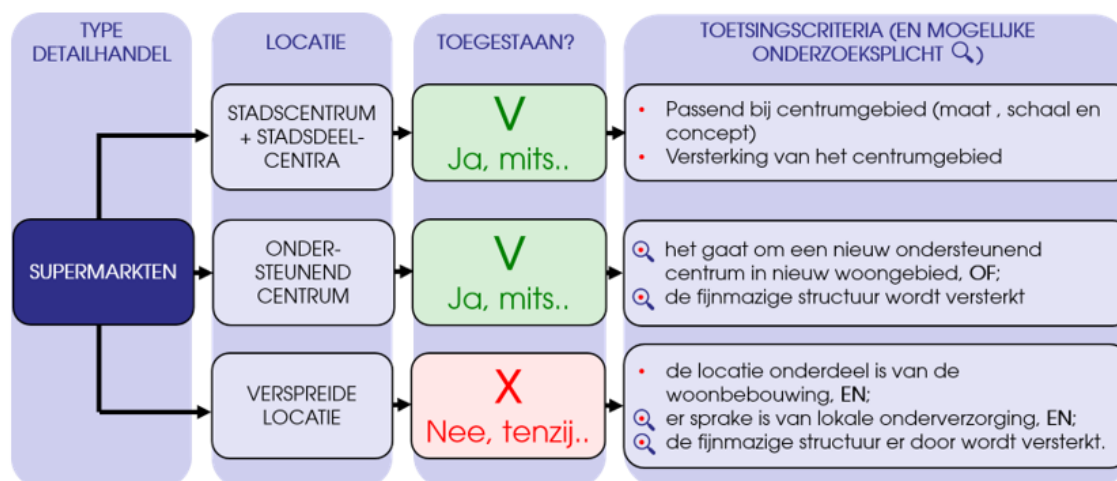
Met deze afwegingsschema's geven we initiatiefnemers inzicht in de overwegingen die de gemeente hanteert bij het beoordelen van initiatieven voor nieuwvestiging of uitbreiding, die niet passen binnen de bestaande planologische kaders en waarvoor een planprocedure moet worden doorlopen. Bij de punten met een vergrootglas geldt een onderzoeksplicht voor de initiatiefnemer, om op basis van onafhankelijk onderzoek aan te tonen dat het initiatief aan de criteria voldoet.



FIGUUR 12 AFWEGINGSSCHEMA INITIATIEVEN PDV-BRANCHES



FIGUUR 13 AFWEGINGSSCHEMA INITIATIEVEN GDV BRANCHES



FIGUUR 14 AFWEGINGSSCHEMA NIEUWVESTIGING SUPERMARKTEN

HOE OM TE GAAN MET INITIATIEVEN IN DE ONDERSTEUNENDE CENTRA? >>

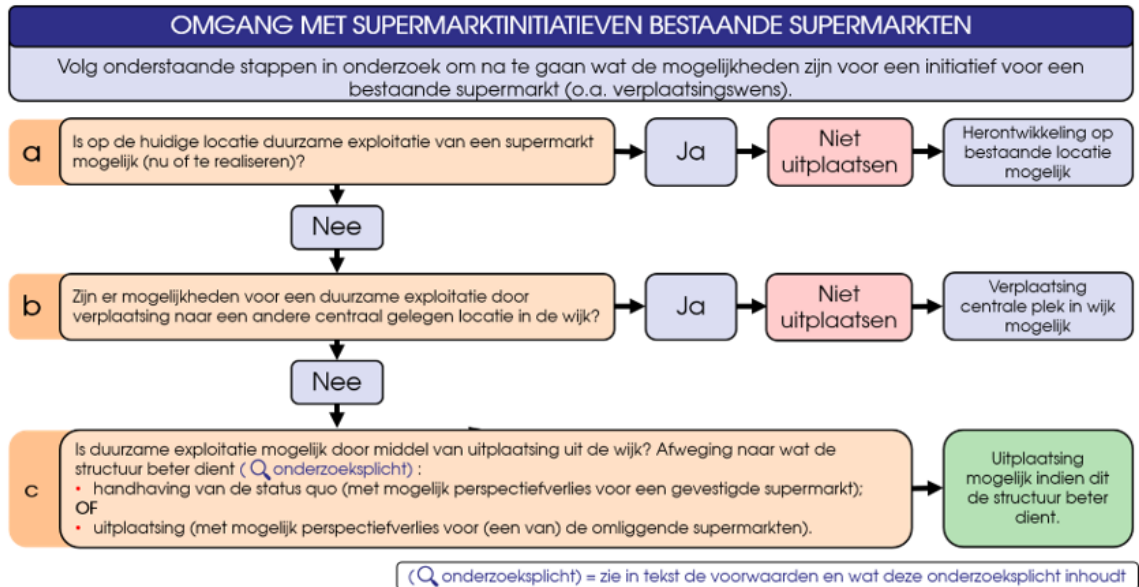
Hieronder is de visie vertaald in een afwegingsschema voor initiatieven van supermarkten in de ondersteunende structuur, die willen uitplaatsen naar een locatie aan een van de dreven.

Relevante uitgangspunten en begrippen in dit toetsingskader zijn:

- Het bestendigen van de **fijnmazige structuur** van ondersteunende centra c.q. supermarkten. In een fijnmazige structuur staat de leefbaarheid centraal. Deze opzet gaat uit van de behoefte van inwoners om dichtbij huis – op aanvaardbare afstand – hun aankopen te kunnen doen. Alle inwoners van Almere hebben met een fijnmazige structuur op korte afstand (indicatief tussen de 400 en maximaal 750 meter) minimaal een supermarkt tot hun beschikking. Dit is een afstand die te voet of met de fiets overbrugd kan worden.
- **Centrale locatie** in de wijk. Voor de ondersteunende supermarkten is het belangrijk dat deze op een centrale locatie, zoals hart van de wijk, gevestigd zijn. Met een supermarkt op een centrale locatie, zo mogelijk ondersteund door aanvullende (maatschappelijke) wijkvoorzieningen, wordt **sociale cohesie** (samenhang, connectie en ontmoeting in de wijk) gevoed.
- **Duurzame exploitatie**. Met een duurzame exploitatie zijn er (toekomstige) mogelijkheden om voldoende omzet en winst te genereren zodat de onderneming kan voortbestaan en kan (blijven) investeren. Wanneer een duurzame exploitatie niet langer mogelijk is, ontstaat **perspectiefverlies**.
- **Volwaardige supermarkt**. Een volwaardige supermarkt meet minimaal ca. 750 m² wvo en kan met deze maatvoering een volwaardig assortiment bieden, waardoor de inwoners van de wijk volledig bij het ondersteunende centrum terecht kunnen. Een buurt- of conveniencesupermarkt

biedt geen volwaardig assortiment en kan daarom niet als volwaardige supermarkt voor de wijk gelden.

- **Herontwikkeling.** Met herontwikkeling doelen we zowel op een beperkte remodeling of facelift ter plaatse, als op volledige sloop-nieuwbouw. Bij dat laatste kan er sprake zijn van uitbreiding, aanpassing van de structuur (situering en mogelijkheden parkeren, entree, toegankelijkheid etc) en/of aanvulling met overige functies.
- **Verplaatsing.** Bij een verplaatsing wordt er uitgegaan van een verplaatsing binnen de wijk, naar een andere centrale locatie. Als er sprake is van een verplaatsing naar de rand van de wijk of buiten de wijk, naar de dreven, spreken we over **uitplaatsing**.



FIGUUR 15 AFWEGINGSSCHEMA INITIATIEVEN UITPLAATSING SUPERMARKT

De centrale gedachte achter het toetsingsschema is dat de supermarkten in de ondersteunende centra het hart van de wijk vormen en dat elke wijk zo'n hart heeft. De fijnmazige structuur die hierdoor ontstaat en die Almere kenmerkt, wordt met deze visie gekoesterd - zonder dat de ogen worden gesloten voor het feit dat niet alle onderdelen van die structuur even perspectiefrijk zijn. Verbetering van de exploitatiemogelijkheden is mogelijk, onder voorwaarde dat deze verbetering de fijnmazige structuur niet ondermijnt en de wijken niet van hun hart berooft.

In het toetsingsschema verwijzen we naar de onderzoeksplicht bij uitplaatsing uit de wijk. We verwachten dat initiatiefnemers bij een wens tot uitplaatsing **onafhankelijk onderzoek** uit laten voeren.

In dat onderzoek is het essentieel dat de ondernemer eerst motiveert dat een duurzame exploitatie op de huidige locatie niet mogelijk is (stap a). Vervolgens dient ook te worden gemotiveerd dat er elders, op een centraal gelegen locatie in de wijk geen mogelijkheden zijn voor een duurzame exploitatie van een supermarkt (stap b). Bij gegronde afweging in de laatste stap is het belangrijk dat de fijnmazige supermarktstructuur uitgangspunt is. De afweging betreft dan het verliezen van het toekomstperspectief van een volwaardige supermarkt in de wijk **OF** het toestaan van uitplaatsing met het mogelijke gevolg dat een of meer andere supermarkten hun perspectief op een duurzame exploitatie verliezen.

De essentiële vraag in deze afweging is: *In welke situatie verliezen de meeste bewoners een supermarkt op korte afstand van hun woning?*

7.2 BELEIDSREGELS

De beleidsregels die voortvloeien uit de visie zijn deels een bestendiging van de regels in de visie uit 2014, en deels zijn het nieuwe beleidsregels.

De bestaande beleidsregels zijn gerelateerd aan het uitgangspunt uit de visie van 2014 dat de gemeente de ruimte biedt aan ondernemers. In die visie was daarover het volgende opgenomen:



'We willen de mogelijkheden voor zittende en nieuwe detailhandelsondernemers in Almere behouden en vergroten. Een gezond ondernemersklimaat is daarvoor een belangrijke randvoorwaarde. We houden vast aan onze slogan 'Het kan in Almere' en zullen alles in het werk stellen ondernemers de ruimte te geven hun onderneming in Almere te realiseren en/of uit te breiden. Dit betekent dat we er niet voor kiezen doelbewust schaarste te creëren in Almere als geheel of de stadsdelen. Het betekent echter ook niet dat we ongebreideld nieuwe locaties in ontwikkeling zullen nemen. In dit kader betekent het vooral dat we streven, mede in overleg met marktpartijen en winkeliersverenigingen, naar een adequaat vraaggericht locatieaanbod, afgestemd op de aard en omvang van het (deel)gebied, bestaand dan wel uitleggebied of herontwikkelingsgebied en in overeenstemming met de te bereiken doelgroepen. Omdat voor sommige branches de huurprijzen in de het stadscentrum of de stadsdeelcentra moeilijk zijn op te brengen zijn in de afgelopen jaren detailhandelsvestigingen neergestreken op bedrijventerreinen, met name Markerkant. Door kleinschalige detailhandel in plinten, in woningen en op een beperkt aantal perifere locaties mogelijk te maken ontstaan hiervoor meer geschikte mogelijkheden.'

Aan deze lijn houden we grotendeels vast. Wel voorzien we dat door de ontwikkelingen in de markt zullen de huurprijzen in de centra naar verwachting dalen. Daarom vinden we het niet meer noodzakelijk om detaillisten nog de ruimte te bieden op Markerkant. Deze beleidsregel wordt daarop aangepast, zoals hieronder uitgewerkt.

DETAILHANDEL OP MARKERKANT >>

Met name vanwege de beperkte beschikbaarheid van kleinschalige winkelruimte in het stadscentrum zijn circa tien jaar geleden kleinschalige detailhandelsvestigingen neergestreken op bedrijventerreinen, met name Markerkant. Hiervoor is toen in het bestemmingsplan Markerkant beperkt ruimte mogelijk gemaakt voor een aantal kleinschalige vestigingen. Gelet echter op de veranderende marktomstandigheden in het stadscentrum (leegstand van winkels en beschikbaarheid van kleinschaliger winkels) en de structuurkeuzes die in deze visie worden gemaakt, willen we deze mogelijkheid gaan beperken, door bij de herziening van het bestemmingsplan Markerkant in 2024 deze bestemming detailhandel te laten vervallen voor die panden, waar ten tijde van de herziening van het bestemmingsplan feitelijk geen detailhandel aanwezig is.

KLEINSCHALIGE DETAILHANDEL AAN HUIS >>

Het beleid uit de visie van 2014 omtrent kleinschalige detailhandel aan huis blijft gehandhaafd. Doel hiervan was het stimuleren van ondernemerschap (starters) en vergroten van de levendigheid van de woonwijken. Dat betekent dat onder de volgende voorwaarden kleinschalige detailhandel aan huis planologisch mogelijk blijft in alle wijken:

- De winkelruimte is zeer kleinschalig in omvang: maximaal 25 m² vwo.
- De winkelruimte voldoet aan de normen van wet- en regelgeving, zoals op het gebied van (brand-)veiligheid, bouw, reclame-uitingen en milieu (milieucategorie 1).
- Het bedrijf staat ingeschreven bij de Kamer van Koophandel. Detailhandelsbedrijven in levensmiddelen zijn tevens verplicht zich te registreren bij de Nederlandse Voedsel en Waren Autoriteit (NVWA).
- De aanvrager toont aan dat de woon- en leefsituatie of de openbare orde in de omgeving van de winkel niet op ontoelaatbare wijze nadelig wordt beïnvloed door de te vestigen winkel.
- Het karakter van een woonstraat in een woonwijk moet na de vestiging van de detailhandel behouden blijven.
- Er zijn voldoende parkeerfaciliteiten.
- De activiteit wordt door de bewoner zelf uitgeoefend.
- Horeca is niet toegestaan.

AMBULANTE HANDEL >>

In deze visie wordt niet ingegaan op de ambulante handel, zijnde de (waren)markten en de standplaatsen (kiosken e.d.). Daarvoor verwijzen we naar het specifieke beleid voor ambulante handel. Wel merken we hier op dat de warenmarkten een belangrijke economische factor in de centrumgebieden van Almere Stad, Buiten, Haven en Poort zijn. Ook standplaatsen buiten de markt versterken de lokale economie en het woon- en leefklimaat. De ambulante handel levert een (aanvullende) positieve bijdrage aan het voorzieningenniveau in de gemeente, vormt ontmoetingsplekken voor Almeerders en levert werkgelegenheid op.

ZELFSTANDIGE BEDRIJFSPANDEN VERSPREID IN DE WIJK >>

Om levendigheid, sociale cohesie en werken in de wijk te bevorderen is er beleid gericht op het realiseren van bedrijfsruimten in woonwijken die zijn bedoeld voor kleinschalige bedrijven en voorzieningen.



Detailhandel valt hieronder. De richtlijn is dat er minimaal één bedrijfsruimte per 100 woningen is, met een omvang van maximaal 100 m² wvo. Dit beleid wordt gecontinueerd.

AFHAALPUNTEN >>

Het beleid voor afhaalpunten zetten we voort. In beginsel worden afhaalpunten toegestaan op bedrijventerreinen. Uitzonderingen zijn de agrarische bedrijventerreinen zoals Buitenvaart, en industriële bedrijventerreinen zoals De Vaart. Deze laatste twee typen terreinen komen niet in aanmerking voor afhaalpunten, omdat deze zich qua aard van de bedrijvigheid hier niet voor lenen. De Buitenvaart is primair bestemd voor glastuinbouw en de Vaart is een industrieel bedrijventerrein met vestigingsmogelijkheden voor bedrijven in de hogere milieucategorieën.

Voorwaarden voor vestiging van een afhaalpunt zijn:

- voldoende parkeerplaatsen en ruimte voor laden, lossen en manoeuvreren moeten op eigen terrein worden gerealiseerd;
- de locatie van het afhaalpunt moet goed ontsloten zijn: een directe en korte aansluiting op de hoofdwegstructuur;
- geen showroom/uitstalling ter verkoop van artikelen;
- geen verkoop van andere artikelen dan de af te halen, reeds bestelde artikelen;
- geen ondergeschikte detailhandel, zoals bedoeld bij bedrijven (en beroep-bedrijf aan huis).

Met deze insteek kiezen we voor een passief beleid. Dit betekent dat we wel kaders stellen waaraan een afhaalpunt moet voldoen, maar dat elk initiatief op zijn eigen verdiensten wordt beoordeeld. Met name op grond van de hierboven genoemde voorwaarden van vestiging moeten we dit beleid doorvertalen naar de betreffende bestemmingsplannen. Dat zal in veel gevallen maatwerk zijn en kan ook betekenen dat er (binnenstedelijke) bedrijventerreinen zijn waar geen "afhaalpunt" mogelijk wordt gemaakt.

DETAILHANDEL ALS ONDERGESCHIKTE BEDRIJFSACTIVITEIT (OP BEDRIJVENTERREINEN) >>

Alleen productiebedrijven op bedrijventerreinen (en landbouwbedrijven in het buitengebied en de Buitenvaart) hebben de mogelijkheid om een kleine showroom te realiseren waar producten aan consumenten kunnen worden getoond (en eventueel verkocht), die ter plekke in het bedrijf worden vervaardigd of gerepareerd.

De omvang van deze ondergeschikte detailhandel op bedrijventerreinen blijft ingeperkt: deze mag maximaal 20% van het totale bvo van de vestiging bedragen met een absolute maximummaat van 100 m² wvo. Door de snelle technologische ontwikkelingen zal er minder noodzaak zijn voor logistieke of groothandelsbedrijven om een grote showroom annex verkoopruimte te hebben in aanvulling op het magazijn. We moeten voorkomen dat deze bedrijven uitgroeien tot internetwinkels die niet meer van reguliere detailhandel zijn te onderscheiden die je uitsluitend in de gevestigde winkelgebieden wenst. Voor alle andere bedrijven dan productiebedrijven op bedrijventerreinen worden de mogelijkheden voor verkoop van producten aan consumenten beperkt tot wat wettelijk geoorloofd is.

ONDERGESCHIKTE DETAILHANDEL

Daarnaast is nog een vorm van ondergeschikte detailhandel mogelijk buiten de bedrijventerreinen. Hier geldt geen relatie met ter plekke vervaardiging van goederen.

Het gaat hier dan om detailhandel vanuit een vestiging of voorziening dat een andere hoofdfunctie heeft en waarvan de detailhandelfunctie gelieerd is aan de hoofdfunctie, een en ander tot maximaal 20% van het totale bedrijfsvloeroppervlak van de vestiging, een en ander met een maximum van 100 m² wvo.

KRINGLOOPWINKELS >>

Het beleid voor kringloopwinkels zetten we voort. Kringloopwinkels zijn toegestaan op binnenstedelijke en reguliere bedrijventerreinen. De definitie van een kringloopwinkel is opgenomen in bijlage 1

Door de brede opzet van deze specifieke bedrijfstak willen we hiervoor ruimte bieden buiten de winkelcentra. Vanuit deze gedachte vormen kringloopwinkels een uitzondering op de regel dat detailhandel niet op bedrijventerreinen gevestigd kan worden. Een dergelijke voorziening op een bedrijventerrein zal geen ontwrichtende effecten van ruimtelijke kwaliteit veroorzaken richting winkelgebieden. De specifieke definitie uit de bijlage is nodig om te voorkomen dat reguliere detailhandel in het pand zal vestigen.

De mogelijkheid voor kringloopwinkels op bedrijventerreinen is beperkt tot bedrijventerreinen die voor consumenten goed bereikbaar zijn en die relatief dicht bij een woonwijk liggen. Daarnaast komen be-



drijventerreinen in aanmerking waar de bedrijven niet onnodig belemmerd worden in hun bedrijfsvoering met de eventuele komst van een kringloopwinkel.

Kringloopwinkels mogen geen negatieve ruimtelijke effecten veroorzaken op de bedrijfsomgeving waar deze gevestigd zijn. Daarom komen vooral de binnenstedelijke en reguliere bedrijventerreinen hiervoor in aanmerking, en niet de agrarische bedrijventerreinen, zoals Buitenvaart (specifiek glastuinbouw) en de industriële bedrijventerreinen, zoals De Vaart (relatief hoge milieucategorieën). Ook de reguliere bedrijventerreinen die grotendeels gekenmerkt worden door de logistieke sector (met relatief veel vrachtwagenverkeer) zoals Stichtsekanal, Hollandsekanal en Sallandsekanal komen niet in aanmerking.

Vanzelfsprekend moet elke vestiging fysiek en verkeerskundig ingepast worden, waaronder parkeren, laden, lossen en manoeuvreren op eigen terrein.

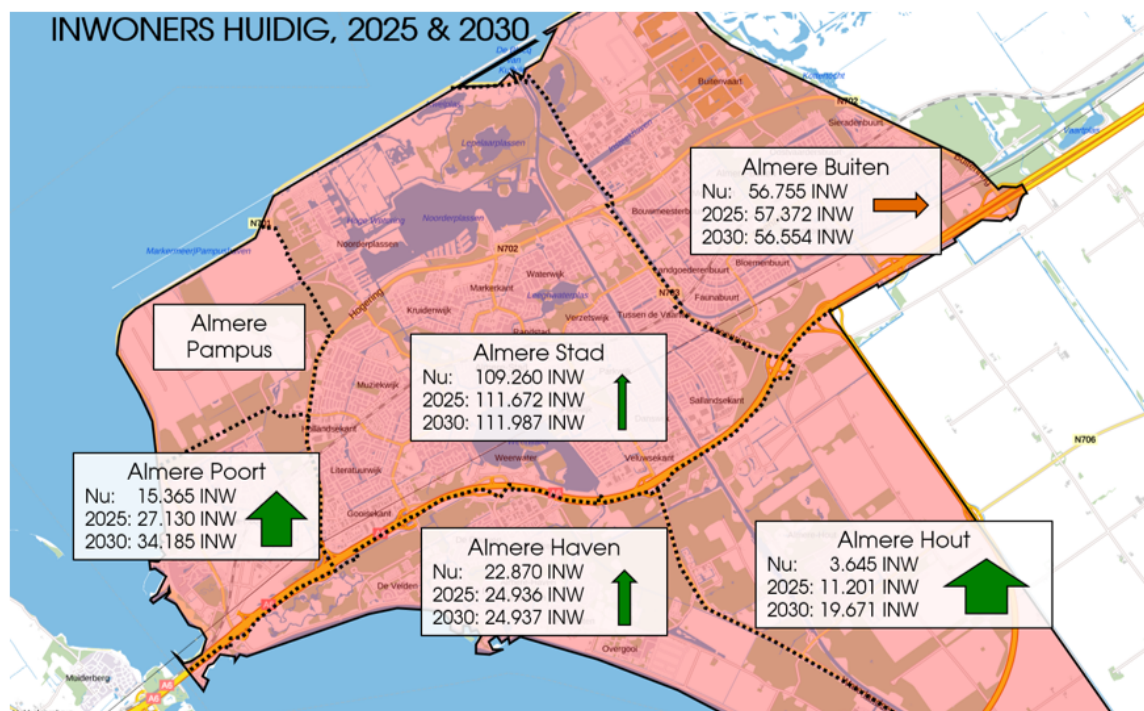
DEEL B UITKOMSTEN VAN DE ANALYSES

8 DETAILHANDEL IN ALMERE – LOKALE EN GENERIEKE ONTWIKKELINGEN

In dit hoofdstuk wordt de context van Almere geschetst. Hoeveel mensen wonen er in de gemeente en hoe gaat zich dit de komende tijd ontwikkelen? Hoe ziet de detailhandelsstructuur er nu uit? Wat zijn de trends en ontwikkelingen waar de detailhandelssector en de gemeente Almere rekening mee moeten houden?

8.1 DE (TOEKOMSTIGE) INWONERS VAN ALMERE

Gemeente Almere is onderdeel van de provincie Flevoland en is gelegen in de zuidelijke polder. Almere bestaat uit zes wijken; Almere Stad, Almere Haven, Almere Buiten, Almere Hout, Almere Poort en Almere Pampus. In Almere wonen ruim 200.000 inwoners (211.742 per 1 februari 2020²).



FIGUUR 16 HUIDIG (=2019) EN TOEKOMSTIG INWONERTAL STADSDELEN ALMERE

Bron: Bevolkingsprognose 2018-2048 en CBS 2019 (gemeente Almere, huidig inwonertal betreft 2019), PDOK Achtergrondkaart; Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

De gemeente Almere is over het algemeen een jonge gemeente. Het aandeel 65+’ers ligt lager dan het Nederlands gemiddelde en het aandeel 15 tot 25 jarigen ligt hoger. Het aandeel mensen met een niet-westerse migratie-achtergrond is in Almere gemiddeld groter dan in Nederland.

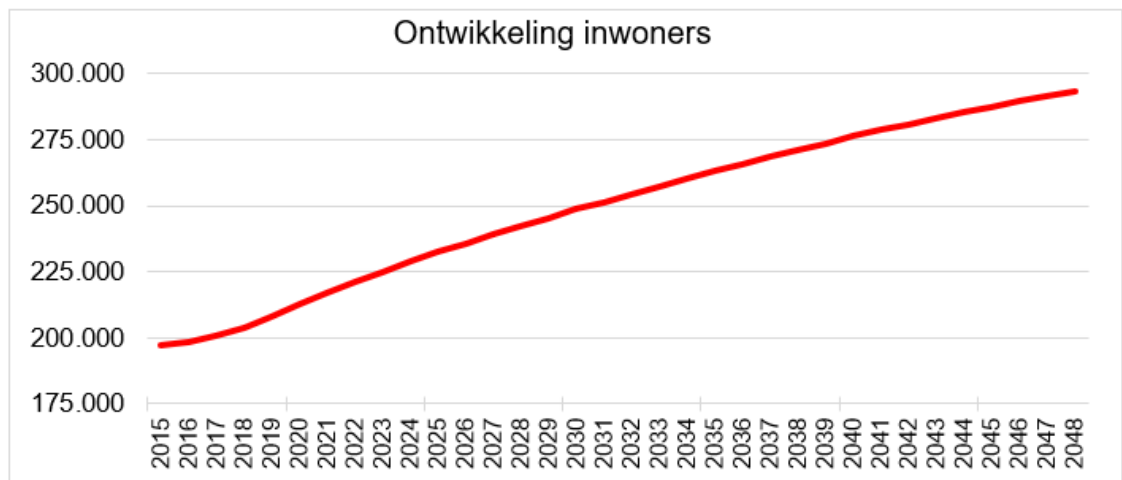
2) Bevolkingscijfers gemeente Almere 2020 (peildatum 1 februari 2020)



Er zijn grote verschillen waarneembaar tussen de verschillende wijken in Almere. Zo is Almere Poort een zeer jonge wijk, waar slechts 20% van de inwoners ouder is dan 45 jaar (in de gemeente als geheel is dat 40%). De gemiddeld inwoner van Almere Hout is beduidend welvarender dan de gemiddelde inwoner van Almere en zelfs van Nederland.

BEVOLKINGSONTWIKKELING ALMERE >>

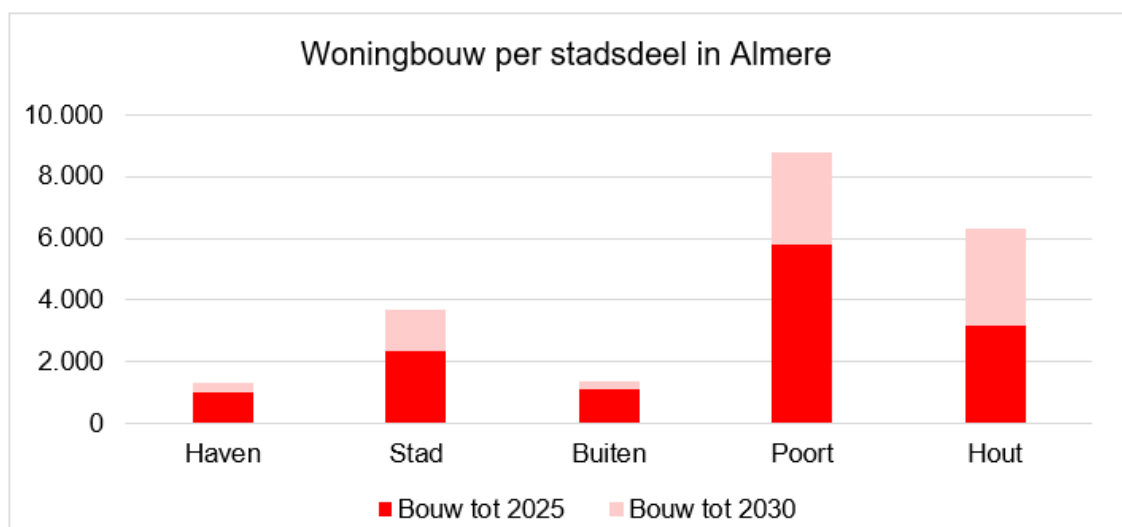
Volgens de prognoses van de gemeente Almere blijft het inwoneraantal de komende jaren stijgen³. In 2030 zal de bevolking zijn toegenomen tot 248.631 inwoners, een toename van circa 22 procent. In 2040 zal de bevolking van Almere naar verwachting zelfs met 35% gegroeid zijn ten opzichte van 2018. Deze groei vindt voornamelijk plaats in de stadsdelen Almere Hout en Almere Poort. In 2018 woonden er slechts 2.652 mensen in Almere Hout en in 2030 zullen er dat 19.671 zijn (+641%). In Almere Poort woonden in 2018 13.431 inwoners en dit aantal zal verder toenemen tot 34.185 in 2030 (+154%). Ook in de meeste andere stadsdelen zal tot 2030 groei van de bevolking te zien zijn (Almere Buiten is de uitzondering, hier blijft het inwonertal waarschijnlijk grotendeels gelijk).



FIGUUR 17 ONTWIKKELING AANTAL INWONERS ALMERE TOT 2048

Bron: Bevolkingsprognose 2018-2048 Almere

De ontwikkeling van de woningbouw loopt gelijk op met de bevolkingstoename. In Almere groeit het aantal woningen tussen 2018 en 2030 met 27%. In ieder stadsdeel in Almere zal in dit tijdsbestek extra woningvoorraad worden gecreëerd, maar in Almere Poort en Almere Hout groeit de woningvoorraad het meest.



3) Sociale Atlas Almere 2018

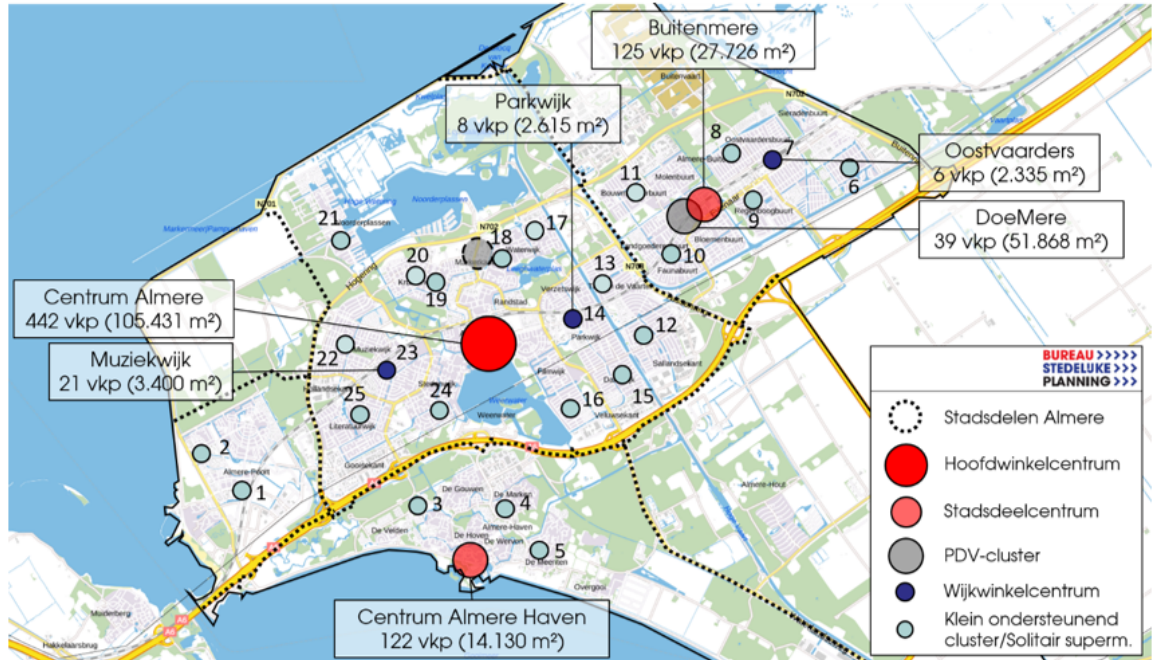


FIGUUR 18 WONINGBOUW ALMERE

Bron: Bevolkingsprognose 2018-2048 Almere

8.2 HUIDIGE DETAILHANDELSTRUCTUUR EN ONTWIKKELINGEN SINDS 2014

De huidige detailhandelsstructuur van Almere is weergegeven in onderstaande kaart.

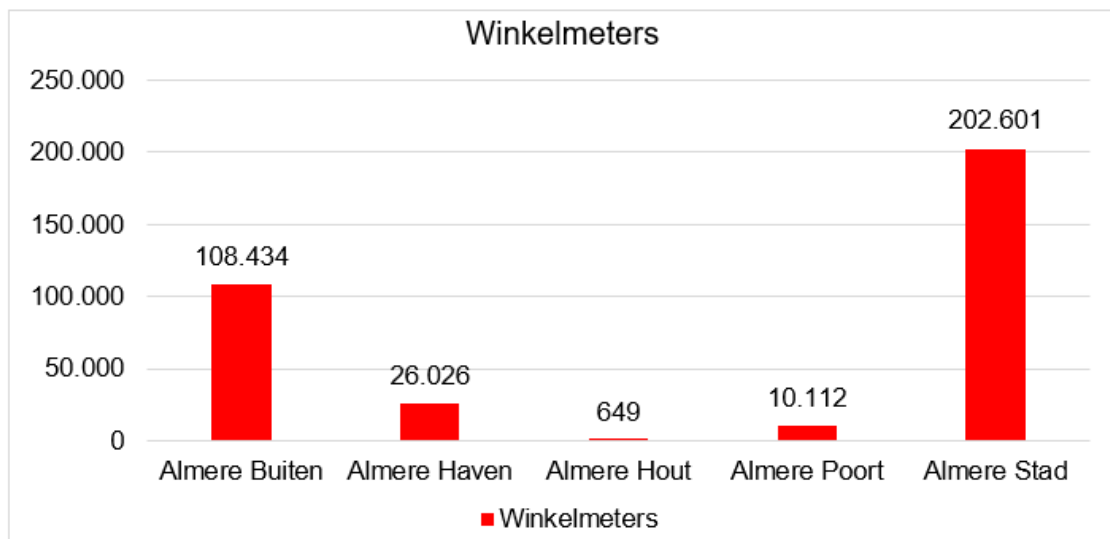


FIGUUR 19 DETAILHANDELSTRUCTUUR ALMERE – VKP = AANTAL VERKOOPPUNTEN – M² = M² WVO

Bron: PDOK: Achtergrondkaart; Bewerking: Bureau Stedelijke Planning (Benaming winkelgebieden conform detailhandelsvisie 2014), cijfers komen overeen met nummers in Bijlage I)

Almere Centrum in stadsdeel Stad vormt het centrale winkelgebied van de gemeente Almere. Daarnaast zijn er momenteel twee stadsdeelcentra, een in Buiten (Buitenmere) en een in Haven (Almere Haven Centrum). Doemere is het PDV-centrum van de stad en grenst direct aan stadsdeelcentrum Buitenmere. Naast deze grotere centra bestaat het aanbod in Almere voornamelijk uit supermarkten, verspreid over de wijken, met in sommige situaties een beperkt aanvullend aanbod.

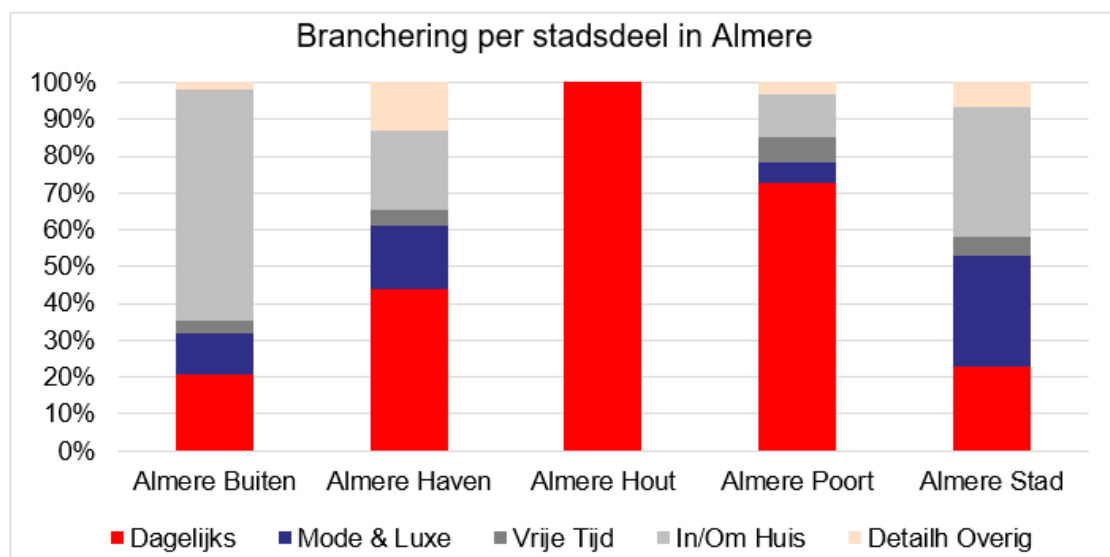
Het totaaloppervlakte aan winkelruimte per stadsdeel is weergegeven in onderstaand figuur. Hieruit blijkt dat in het grootste stadsdeel qua inwoners, Almere Stad, ook het grootste aantal vierkante winkelruimte heeft, mede dankzij de aanwezigheid van het stadscentrum. Daarna volgt Almere Buiten dat door de aanwezigheid van het PDV-centrum Doemere, ook nog over een kleine 110 duizend m² winkelruimte (wvo) beschikt.



FIGUUR 20 AANTAL M² WVO IN ALMERE PER STADSDEEL

Bron: Locatus 2019

De aanwezigheid van Doemere in stadsdeel Buiten is ook terug te zien in de branchering binnen de stadsdelen. In Buiten is de branchegroep In en om het Huis sterk vertegenwoordigd (waaronder ook bouwmarkten en tuincentra). In de andere stadsdelen bestaat het aanbod vooral uit de dagelijkse sector (supermarkten, versspecialzaken en drogisterijen). In Stad is ook de branchegroep 'Mode & Luxe' nog duidelijk aanwezig.



FIGUUR 21 AANBOD DETAILHANDEL PER STADSDEEL IN ALMERE (OP BASIS VAN M² WVO)

Bron: Locatus 2019

TYPERING WINKELGEBIEDEN ALMERE >>

In de detailhandelsstructuur van Almere zijn verschillende typen winkelgebieden te onderscheiden.

- Hoofdwinkelgebied van Almere; **Almere centrum** beschikt over ruim 100.000 m² wvo. In het centrum zijn de gebruikelijke grote ketens gevestigd, waaronder Primark, Zara, Hema en H&M. Hudson's Bay is eind 2019 uit Nederland vertrokken, waardoor er een groot pand in het stadscentrum van Almere leeg staat. Ook in het horeca-aanbod zijn diverse ketens terug te vinden, waaronder fastservice ketens als Five Guys, KFC en McDonalds. Opvallend is de hoeveelheid supermarkten in het centrum (12 supermarkten, waarvan 4 zelfstandigen).
- **Buitenmere** is het stadsdeelcentrum van Almere Buiten en beschikt over ruim 27.000 m² wvo. In dit centrum zijn vier supermarkten gevestigd, een Albert Heijn, Jumbo, Lidl en een zelfstandige



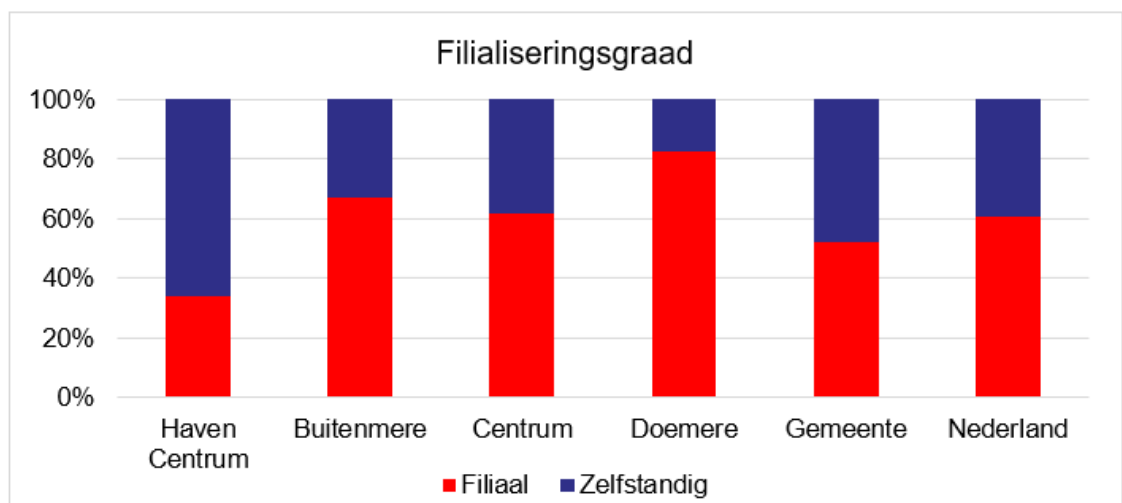
ondernemer Saffron. Ook zijn er nog diverse winkelketens als Hema, Vero Moda, Shoeby en Zeeman gevestigd in dit gebied. Vanuit de gemeente loopt er een stedelijke vernieuwingsopgave om het stadsdeelcentrum toekomstbestendig te maken.



FIGUUR 22 MET DE KLOK MEE (LINKSBOVEN BEGINNEND): STADSCENTRUM ALMERE, PDV-CENTRUM DOEMERE EN STADSDEELCENTRUM BUITENMERE

Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **Almere Haven Centrum** betreft het stadsdeelcentrum van Almere Haven. Haven Centrum is kleiner dan Buitenmere en meet ca. 14.000 m² wvo. Er zijn twee supermarkten in dit gebied gevestigd, Deen en Vomar. Daarnaast zijn er vestigingen van Action, Blokker en Bakker Bart in dit centrum gesitueerd. Veel winkelruimte wordt voornamelijk geëxploiteerd door zelfstandige ondernemers. Almere Haven heeft te maken met leegstand, circa 2.000 m² staat leeg, waarvan ruim 1.000 m² langdurige leegstand betreft. Ook voor Haven Centrum geldt dat er een stedelijke vernieuwingsopgave loopt.



FIGUUR 23 FILIALISERINGSGRAAD IN DE GROOTSTE WINKELGEBIEDEN VAN ALMERE

Bron: Locatus 2019



- **Doemere** is een bijzonder winkelgebied (de woonboulevard) in Almere Buiten. Het winkelaanbod bestaat voornamelijk uit de hoofdbranche 'Wonen' met o.a. een Beter Bed, Keukenloods, Jysk en Leen Bakker. Daarnaast zijn het tuincentrum Ranzijn en de BCC in het gebied gevestigd. De leegstand in het gebied is in april 2019 groot. Ruim 11.500 m² staat leeg, waarvan 9.000 m² langdurige leegstand en 600 m² structurele leegstand. Voorjaar 2020 bevindt de leegstand zich enkel nog in de Woondome⁴.
- In Almere zijn volgens de Locatus-definitie twee wijkwinkelcentra gesitueerd, **Europakwartier** in Almere Poort en **winkelcentrum Muziekwijk** in Almere Stad. Beide centra hebben een detailhandelsoppervlakte van circa 3.500 m² wvo. Zowel Europakwartier als winkelcentrum Muziekwijk beschikken over één supermarkt met aanvullend aanbod. In Europakwartier bestaat dit aanvullend aanbod voornamelijk uit zelfstandige ondernemers. In winkelcentrum Muziekwijk bestaat het aanvullend aanbod onder andere uit Kruidvat, de Keurslager, Bakker Bart, Blokker en Bruna. In winkelcentrum Muziekwijk is er, in tegenstelling tot Europakwartier, geen sprake van leegstand. In Europakwartier staat circa 600 m² wvo leeg.
- Alle andere winkelgebieden betreffen supermarktcentra. In dit soort gebieden is er sprake van een solitaire vestiging van een supermarkt of een supermarkt met gering aanvullend aanbod, zoals een slijterij of een cafetaria. In totaal gaat het vaak om minder dan 250 m² wvo toegevoegd aanbod in totaal, maar er zijn ook enkele supermarktcentra met maximaal 250 m² wvo aan overige detailhandel en maximaal 300 m² wvo aan leisure en diensten.

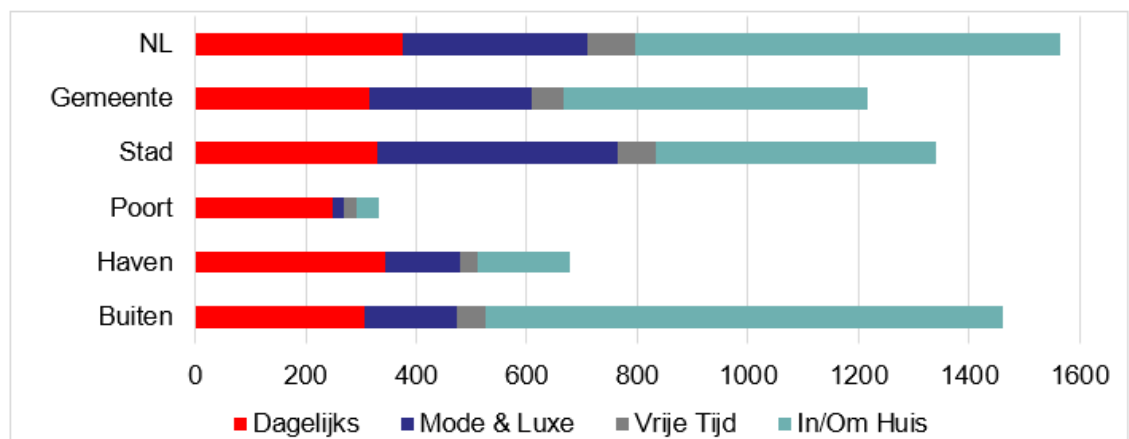
	Overig detailhandel (ex-cl. supermarkt)	Overig commercieel: Leisure en diensten	Totaal overig aanbod
Maximaal m ² wvo	315	345	585
Minimaal m ² wvo	0	0	15
Gemiddeld m² wvo	85	125	209

TABEL 1 OVERZICHT OVERIG AANBOD SUPERMARKTCENTRA

Bron: Locatus 2019

DICHTHEDEN >>

Een winkeldichtheid⁵ geeft een indicatie van de hoeveelheid aanbod in de verschillende stadsdelen van Almere en in Almere als geheel, ten opzichte van het landelijk gemiddelde. Voor de gehele gemeente Almere, maar ook voor de afzonderlijke stadsdelen, geldt dat de totale winkeldichtheid lager ligt dan gemiddeld in Nederland. Alleen in stadsdeel Buiten is er een hogere dichtheid in de branchegroep In en Om Huis en in stadsdeel Stad voor Mode & Luxe. Deze zijn beide te verklaren door het feit dat Doemere en Stadscentrum Almere een functie hebben voor de gehele gemeente en regio, en niet enkel voor het stadsdeel.



FIGUUR 24 DICHTHEDEN BRANCHEGROEPEN DETAILHANDEL IN ALMERE EN STADSDELEN

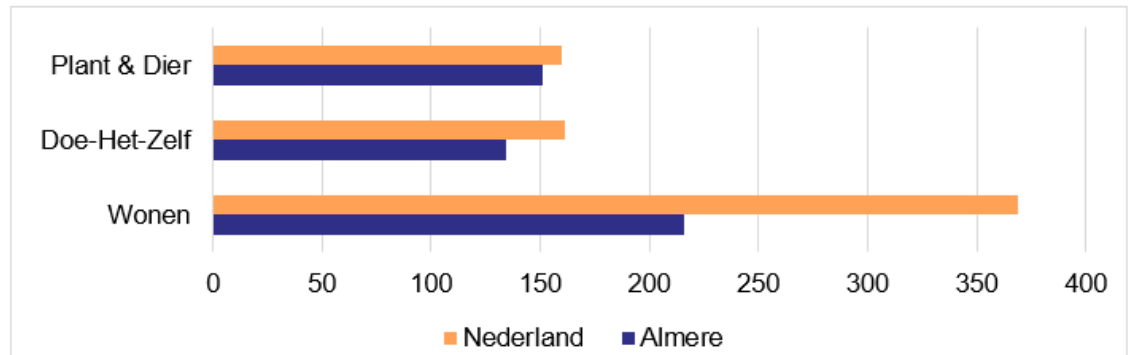
Bron: Locatus 2019, De Sociale Atlas van Almere 2018

4) <https://www.omroepflevoland.nl/nieuws/173598/doemere-zit-weer-in-de-lift>

5) het aantal m² wvo per 1.000 inwoners



De branchegroep In en Om Huis bevat diverse subbranches. Voor de dichtheden van de subbranches Plant & Dier (o.a. tuincentra) en Doe-Het-Zelf geldt dat sprake is van een iets lagere dichtheid in Almere dan gemiddeld in Nederland. Voor Wonen geldt dat deze aanzienlijk lager ligt. Dit valt enerzijds te verklaren door de afwezigheid van bijvoorbeeld IKEA, maar kan ook verklaard worden door het feit dat er veel bestedingen afvloeien naar elders.

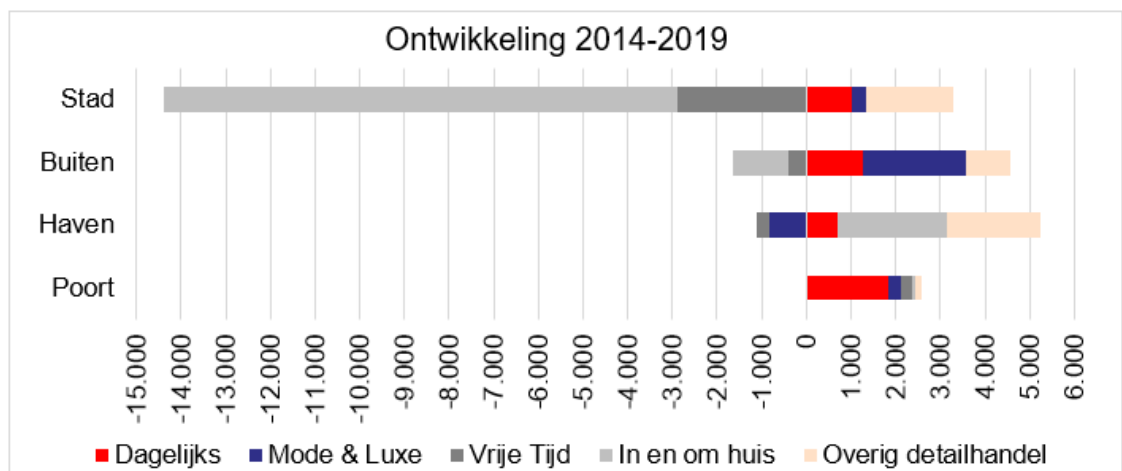


FIGUUR 25 DICHTHEDEN SUBBRANCHES VAN BRANCHEGROEP IN EN OM HET HUIS IN ALMERE

Bron: Locatus 2019, De Sociale Atlas van Almere 2018

ONTWIKKELING VAN HET AANBOD >>

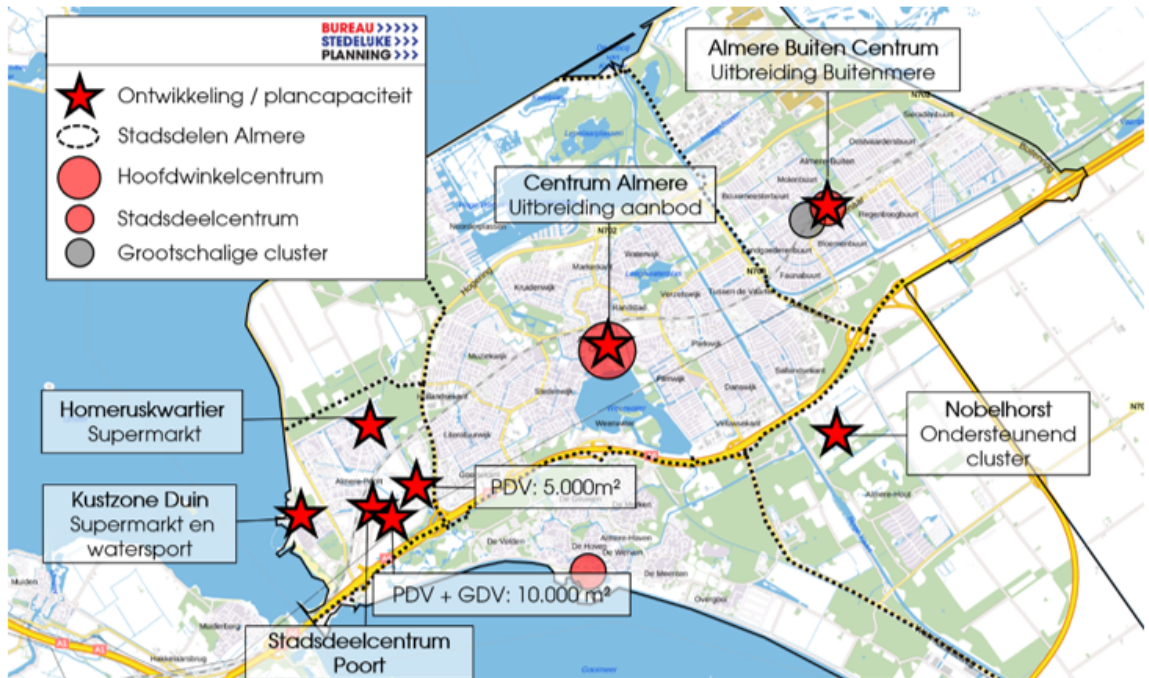
Sinds 2014 is het totale detailhandelsaanbod in Almere met circa 4.000 m² wvo toegenomen. In stadsdeel Stad zijn voornamelijk grote spelers in de branchegroep In en Om Huis verdwenen (denk aan de verplaatsing van Alm er Plant, en sluiting van de Miliani woonwinkel). In de dagelijkse sector heeft in alle stadsdelen een groei in detailhandelsmeters plaatsgevonden. De groei in dagelijkse detailhandel is het grootst in stadsdeel Poort. Dit is, gezien de grote woningbouwopgave die daar vorm krijgt, een logische ontwikkeling.



FIGUUR 26 ONTWIKKELING VAN HET AANBOD (IN M² WVO) PER STADSDEEL TUSSEN 2014 EN 2019

Bron: Locatus 2014 en 2019

VERWACHTE ONTWIKKELINGEN IN ALMERE >>



FIGUUR 27 ONTWIKKELINGEN EN PLANCAPACITEIT ALMERE

Bron: Inventarisatie Gemeente Almere

- In de nieuwbouwwijk Nobelhorst (onderdeel van stadsdeel Almere Hout), is een ondersteunend centrum gericht op de dagelijkse verzorging van de buurt gepland. Daarnaast speelt sinds begin 2020 het initiatief van Lidl om zich in het aangrenzende Oosterwold te vestigen.
- In stadsdeel Poort zal nog een stadsdeelcentrum worden gerealiseerd. Daarnaast komt er hier nog een supermarkt van 1.000 m² in Duin en is in november 2019 een supermarkt gerealiseerd naast de Homerusmarkt. Bovendien is er nog plangebied aangewezen voor PDV- en GDV-functies.
- Er zijn plannen voor uitplaatsing van Albert Heijn-'s Hertogenboschplein en Lidl aan het Saffraanplein (beide in Almere-Stad) naar de dreven. Deze wens vanuit supermarktorganisaties is een trend die al langere tijd zichtbaar is in Almere.

VERGELIJKING MET EEN BENCHMARK >>

Om een inzicht te krijgen in de typeringen binnen de winkelstructuur in Almere is gebruik gemaakt van een benchmark. De benchmark bestaat uit vergelijkbare gemeenten in Nederland, qua aantal inwoners, aangevuld met drie vergelijkbare gemeenten qua ontwikkeling (groei-kernen). Omdat de stadsdeelcentra in Almere een belangrijke functie hebben, geeft onderstaande uitwerking vooral inzicht in de aanwezigheid van stadsdeelcentra in de gemeenten. In Bijlage 4 staat de volledige benchmark weergegeven.

	Almere	Gemeenten (14)		Groei-kernen (3)
		150.000 – 200.000 inwoners	200.000 – 350.000 inwoners	
Aantal stadsdeelcentra (frequentie)				
0.	-	4	0	3
1.	-	4	4	0
2.	V ↓	1	0	0
3.		0	1	0



FIGUUR 28 FREQUENTIE VAN AANTAL STADSDEELCENTRA PER GEMEENTE

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Uit deze benchmark blijkt dat Almere, met twee (in de nabije toekomst drie) stadsdeelcentra een forse vertegenwoordiging aan stadsdeelcentra heeft in de gemeente. De grootste gemeente in de benchmark, Utrecht, heeft eveneens drie stadsdeelcentra, maar telt ook 150.000 inwoners meer dan Almere (en groeit tot 2025 door tot ca. 400.000 inwoners)⁶.

Gemeenten die qua inwoneraantal vergelijkbaar zijn met Almere (Eindhoven, Tilburg, Groningen, Breda) hebben allemaal 'slechts' één stadsdeelcentrum. Gemeente Arnhem is van de benchmarkgemeenten de vreemde eend in de bijt. Hier zijn slechts 160.000 inwoners en twee stadsdeelcentra.

In de vergeleken groeikernen, die allemaal een slag kleiner zijn dan Almere, zijn geen stadsdeelcentra. Zoetermeer is met ca. 125.000 inwoners de grootste van de benchmark groeikernen en ook hier is geen stadsdeelcentrum aanwezig.

Op basis van de benchmark kunnen we stellen dat het aantal stadsdeelcentra in Almere groot is. Zelfs het huidige aantal van twee komt vaak alleen in grotere steden dan Almere voor. De structuur met stadsdeelcentra en relatief kleine ondersteunende centra in Almere kent zijn tegenvoeter in grote(re) gemeenten zonder stadsdeelcentra met een ondersteunende structuur van min of meer volwaardige wijkcentra, waar een aanbod van twee supermarkten en aanvullende versspecialzaken gevestigd is. Dergelijke centra zijn in Almere zeldzaam (met alleen Muziekwijk als uitzondering).

8.3 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

Er zijn verschillende structurele ontwikkelingen die invloed (gaan) hebben op de detailhandelsstructuur. Deze structurele veranderingen hebben gevolgen voor alle typen winkelgebieden, van de buurtcentra tot de grote binnensteden, en van de grootschalige concentraties (woonboulevards) tot de stadsdeelcentra. Toch is het ene centrum kwetsbaarder voor veranderingen dan het andere centrum. Criteria die van invloed zijn op de mate van kwetsbaarheid zijn uiteenlopend van aard:

- **Demografisch.** Winkelconcentraties in stedelijke gebieden in de Randstad zijn minder kwetsbaar. Deze gebieden hebben over het algemeen te maken met bevolkingsgroei en (relatieve) verjonging, die resulteren in een groeiend draagvlak voor winkelvoorzieningen. Dit in tegenstelling tot de krimpregio's van Nederland, waar het draagvlak juist afneemt. Binnen de gemeente Almere is er sprake van een sterke groei van de inwoners, hoewel de groei varieert per stadsdeel.



FIGUUR 29 GENERIEKE ONTWIKKELINGEN DIE VAN INVLOED ZIJN OP ONTWIKKELEN DETAILHANDEL

Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **Branchesamenstelling.** Winkelgebieden die een groot aandeel internetgevoelige branches kennen (mode, bruin- en witgoed, sport en spel) zijn gevoeliger dan winkelgebieden die vooral gedragen worden door supermarkten en andere dagelijkse winkels.
- **Omvang en functie.** Grote, aantrekkelijke recreatieve winkelgebieden (vaak binnensteden) met een groot verzorgingsgebied en met een grote keuze en variatie aan aanbod (ook buiten de detailhandel) bieden sfeer en beleving. Deze grote winkelgebieden bieden meer sfeer en beleving dan de middelgrote centra en stadsdeelcentra, die zich noch functioneel, noch in termen van beleving kunnen onderscheiden; niet ten opzichte van het internet en niet ten opzichte van de grote binnensteden. Dorpscentra en boodschappencentra doen het relatief goed, omdat de focus ligt op frequente boodschappen die men dichtbij huis wil doen.

6) <https://www.ad.nl/utrecht/utrecht-groeit-harder-dan-gedacht-400-000ste-inwoner-al-in-2024-verwacht-a009ae47/>



FIGUUR 30 VERGRIJZING IS VAN INVLOED OP DETAILHANDEL

Bron: Bureau Stedelijke Planning

DE FOODSECTOR GROEIT EN WORDT DIVERSER >>

- **Food wint aan belang** in de (stedelijke) winkelstraat en -centra. Waar de niet-dagelijkse detailhandel door generieke ontwikkelingen onder druk staat, drukt de foodsector juist een steeds grotere stempel op winkelgebieden, ook (of juist) in de grote stad. De bevolking identificeert zich sterk met zijn eetgedrag ("Food is the new fashion") en dat geldt vooral voor jongeren leven. Ook de drang om buiten de deur te eten past hierbij.



FIGUUR 31 FOOD WINT AAN BELANG DOOR O.A. KOPPELING MET IDENTITEIT - VERSHOFF IN BUITEN-MERE

Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **Supermarkten maken inhaalslag.** Supermarkten profiteren van de inhaalslag die food in de winkelstraten maakt. Albert Heijn liep in de jaren negentig voorop door ook een grootstedelijke variant van de supermarkten in steden: kleiner, goed bereikbaar voor fietser en voetganger, met een assortiment dat aansloot bij de behoeften in de stad (gemak, vers, kwaliteit). Inmiddels maken de andere formules met aangepaste concepten een inhaalslag.



- **Nieuwkomers van binnen de sector** komen op in de foodbranche. Aanbieders als Marqt en Stach richten zich op een specifieke markt: op de consument die zich bewust is van zijn eetgewoonten en de identiteit. Daarnaast zijn er **nieuwkomers vanuit de horeca**, en nieuwe concepten zoals restaurants die hun producten aanbieden om thuis te consumeren (via bezorgdiensten Deliveroo en Thuisbezorgd.nl).

Blurring in vorm en distributiekanaal – Jumbo-app en Picnic

Onder invloed van **omni-channel** breiden bestaande supermarktformules hun bezorgdiensten steeds verder uit. Jumbo heeft een app ontwikkeld waar de klant de producten die zij wil bestellen kan scannen (bijvoorbeeld direct uit de koelkast) of aanklikken in de app, waarna deze thuisbezorgd worden. Daarnaast zijn er diensten als Picnic (100% internetdienst), waar klanten online hun producten bestellen, die vervolgens de volgende dag op het gewenste tijdstip met de typerende Picnic-busjes worden thuisbezorgd. Sinds 2016 is Picnic in Almere actief.



FIGUUR 32 BUSHOKJE UTRECHT TER PROMOTIE VAN JUMBO-APP

Bron: Bureau Stedelijke Planning

MINDER BEHOEFTE FYSIEKE WINKELS IN DE NON-FOOD >>

- **Grote impact e-commerce:** Internetwinkelen neemt inmiddels al meer dan 20% van de non-food bestedingen in (KSO 2018). Een verdere groei zal niet uitblijven en winkels moeten inspelen op de veranderende wensen van de consument en ze bedienen met een goed functionerende en overzichtelijke webshop.
- De non-foodsector trekt zich terug in de **grootste centra** (met voldoende kritische massa en mogelijkheden voor exposure): Momenteel maken veel ketens een pas op de plaats en investeren zij primair in centrumgebieden.
- **Traditionele verdienmodel staat op zijn kop:** tegenwoordig dienen fysieke winkels vaker als een showroom of als centrum van beleving dan als plek van transactie. Grote ketens willen aanwezig zijn in de winkelstraat om hun producten en concepten te tonen. Ze zijn zich ervan bewust dat klanten meer en meer gebruik maken van het internet als aankoopplaats.



FIGUUR 33 VOORBEELD WINKEL NIKE: GROTE EIGEN WINKELS MET FOCUS OP SERVICE EN BELEVING

Bron: <https://news.nike.com/news/nike-miami-first-look>

BELANG AAN ANDERE FUNCTIES NEEMT TOE >>



- **Horeca groeisector** in winkelgebieden: In steden is het aanbod en de diversiteit aan horeca sterk groeiend. De consument besteedt zijn of haar tijd graag buiten de deur en heeft daar een andere perceptie van de prijs van eten en drinken. Ook in kleinere centra en ondersteunende gebieden combineren bezoekers een horecabezoek met winkelen.
- **Vernieuwing, blurring** (binnen en buiten de sector): Horeca maakt meer en meer een onderdeel uit van andere sectoren. Anderzijds is er ook binnen de sector van vervaging sprake. Horecagelegenheden mengen verschillende functies of veranderen hun concept naar tijdstip. Zo zijn er verschillende dag-horecagelegenheden die 's nachts de tafels aan de kant zetten voor een feestje en heeft Hostel King Kong in Rotterdam tevens een openbaar toegankelijke koffiebar.

Blurring: vervagende grenzen tussen food en retail

Blurring is een fenomeen dat zeker niet als een hype mag worden weggezet. Vervagende grenzen tussen sectoren en branches is iets van alle tijden. De bekendste vorm van blurring is die tussen foodretail (supermarkt en speciaalzaak) enerzijds en foodservices (horeca) anderzijds. Voorbeelden zijn: Jumbo Foodmarkt, Dekamarkt World of Food en Stach.

Ook is er blurring van buiten de foodsector. Dit gebeurt op zeer uiteenlopende manieren. Van de boekhandel die ook koffie en broodjes serveert tot de doe-het-zelf winkel waar men ook kan klussen. In Almere is in het stadscentrum koffiezaak Boek & Boon binnen boekhandel Stumpel een goed voorbeeld van blurring.



FIGUUR 34 BLURRING: COMBINATIE VAN VERSCHILLENDE FUNCTIES - HIER KOFFIE EN BOEKHANDEL
Bron: Boek & Boon

- Niet alleen horeca is steeds belangrijker voor winkelgebieden. Ook bijvoorbeeld ambachtelijke commerciële diensten als de kapper en schoenmaker, en maatschappelijke **diensten** als de tandarts en het kinderdagverblijf zijn in de toekomst idealiter steeds vaker onderdeel van een centrum. Al deze voorzieningen samen blijven elkaar versterken, trekken allemaal potentiële klanten naar een gebied en zorgen ervoor dat het ontmoetingsplekken blijven.

9 FUNCTIONEREN VAN DETAILHANDEL IN ALMERE

In dit hoofdstuk wordt het huidige en het verwachte functioneren van het detailhandelsaanbod in Almere geanalyseerd. Hierin komt de stad als geheel, maar in sommige gevallen ook de verschillen tussen stadsdelen en winkelgebieden, aan de orde.

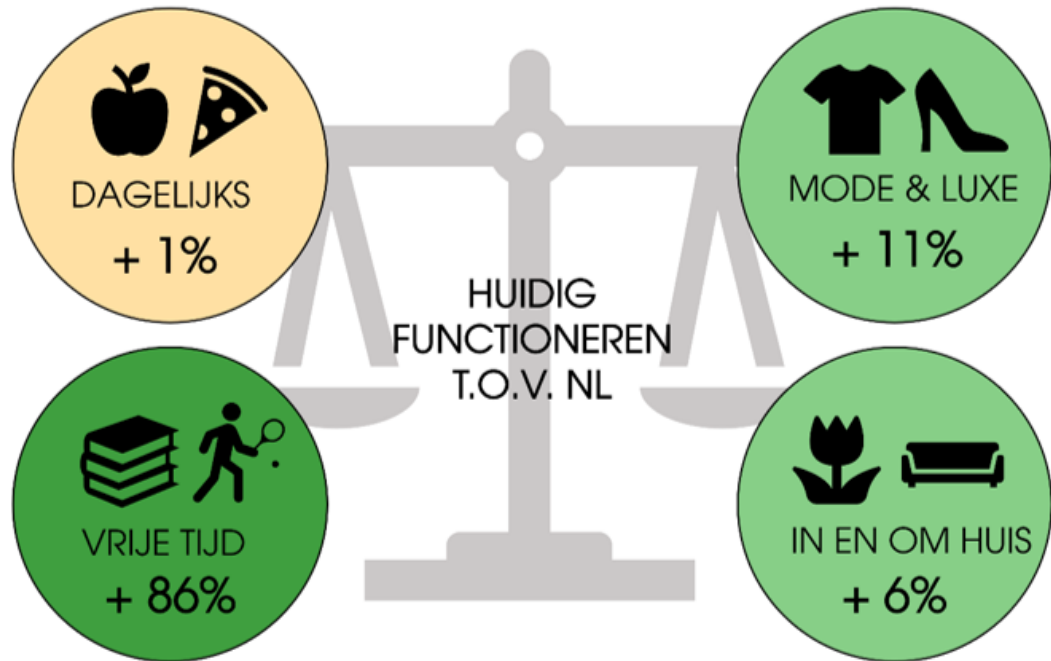
9.1 HUIDIG FUNCTIONEREN

In deze paragraaf is het huidige functioneren van het aanbod in de gemeente opgenomen. Ook de status van leegstand en succesvolle en probleemlocaties komen aan bod.



FUNCTIONEREN DETAILHANDELSAANBOD >>

Het gemiddeld functioneren van het detailhandelsaanbod berekenen we middels een distributieve toets. Aan de hand van koopstromen en kengetallen ontstaat een indicatie van het functioneren van het aanbod, in vergelijking met het landelijk gemiddelde. Als de gemiddelde vloerproductiviteit hoger is dan landelijk, presteert het aanbod gemiddeld goed, en vice versa⁷.



FIGUUR 35 HUIDIG FUNCTIONEREN DETAILHANDELSAANBOD T.O.V. LANDELIJK

Bron: KSO 2018, Locatus 2019, Omzetkengetallen 2017; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

Het detailhandelsaanbod in Almere functioneert gemiddeld goed. De vloerproductiviteit voor het dagelijkse aanbod ligt ongeveer gelijk aan het landelijk gemiddelde. De winkels in Mode & Luxe, In en om het Huis en voornamelijk in Vrije Tijd functioneren beter dan landelijk. Dit kan bijvoorbeeld verklaard worden door een relatief beperkt aanbod in de gemeente Almere in de branchegroep Vrije Tijd.

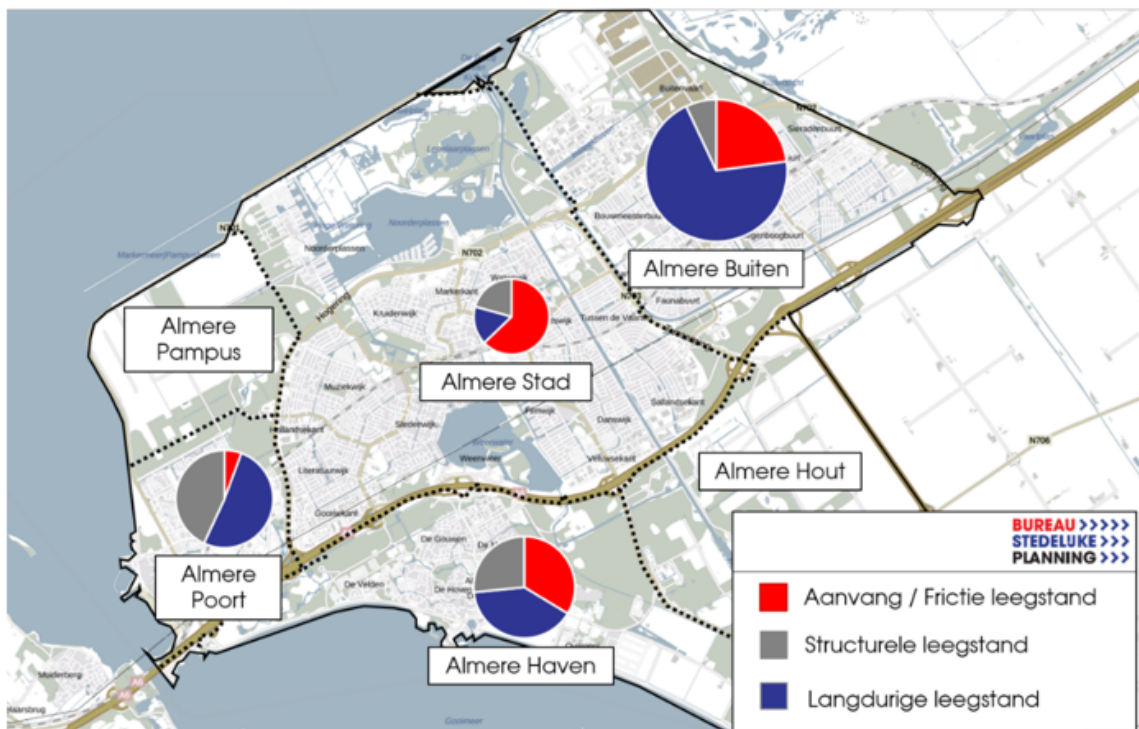
ANALYSE VAN DE LEEGSTAND EN LEEGSTANDONTWIKKELING >>

- **Hoge leegstand in Almere.** In Almere staan totaal 108 detailhandelsunits leeg (circa 31.500 m² vwo, peildatum 8 april 2019)⁸. Dit is 10,7% van het gehele detailhandelsaanbod in Almere. Dit is hoger dan het leegstandspercentage van Almere in 2014 (8,9%) en ook hoger dan het landelijk gemiddelde van 6,7%⁹.

7) Daarbij moet wel rekening gehouden worden met het feit dat er op sommige plekken o.a. een hogere huurlast is en dat een hogere vloerproductiviteit dan ook noodzakelijk is om tot een goede marge te komen.

8) Van deze leegstand is ca. 2/3 van de meters normaliter ingevuld met detailhandel en ca. 1/2 van de verkooppunten. De overige leegstand betreft o.a. leegstaande horeca en diensten.

9) <https://locatus.com/blog/sterke-woningmarkt-laet-winkelleegstand-fors-dalen/>

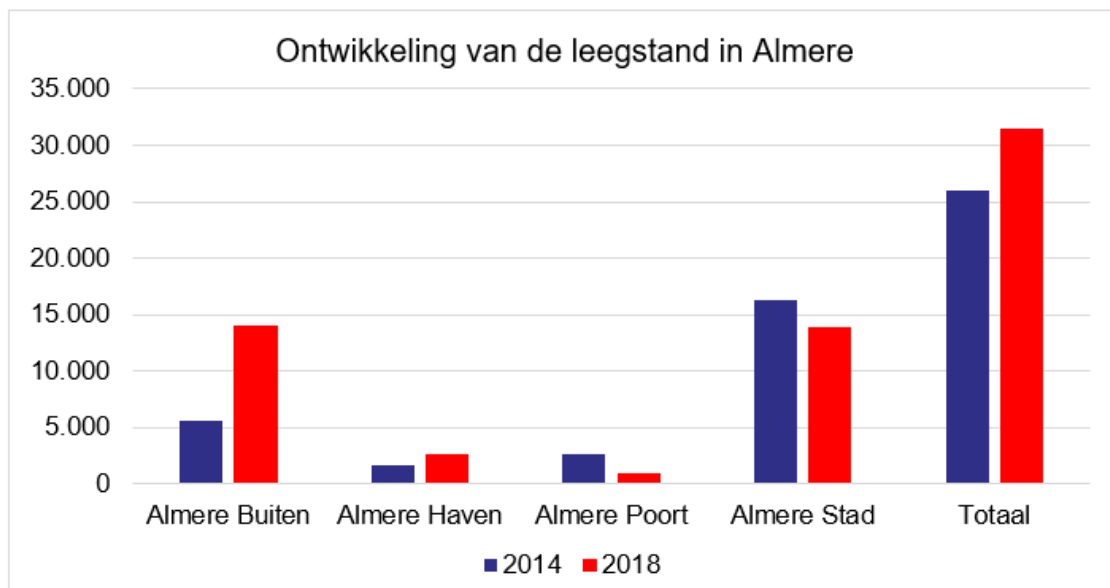


FIGUUR 36 LEEGSTAND PER REGIO IN ALMERE – GROOTTE VAN DE BOL IS INDICATIE VAN PERCENTAGE VAN TOTALE AANBOD (DES DE GROTER DE BOL, DES DE GROTER HET LEEGSTANDSPERCENTAGE)

Bron: Locatus

- **Meeste leegstand in de Woondome bij Doemere.** In de stadsdelen Stad en Buiten staan de meeste winkelmeters leeg (allebei rond 14.000 m² wvo). Voor het stadsdeel Buiten ligt het leegstandspercentage daarmee hoog (14,3%). Dit wordt met name veroorzaakt door de winkels die failliet gingen in de Woondome bij Doemere. Deze winkels namen voorheen samen een groot deel van de winkelruimte in beslag. Voorjaar 2020 bevindt de leegstand zich enkel nog in de Woondome¹⁰.
- Binnen Doemere als winkelgebied staat in april 2019 22% van het winkeloppervlakte leeg, waarvan het grootste deel de Woondôme betreft. Ook in Haven Centrum en het Stadscentrum ligt het leegstandspercentage boven de 10% (respectievelijk 14% en 11%). In het Stadscentrum is deze sinds 2014 wel afgenomen (van 15% in 2014, naar 11% nu). Voor Almere Haven geldt echter dat deze juist is toegenomen. Dit valt o.a. te verklaren door het faillissement van modeketen Vögele.

¹⁰ <https://www.omroepflevoland.nl/nieuws/173598/doemere-zit-weer-in-de-lift>



FIGUUR 37 ONTWIKKELING VAN DE LEEGSTAND IN ALMERE PER STADSDEEL EN TOTAAL

Bron: Locatus 2014 en mei 2019

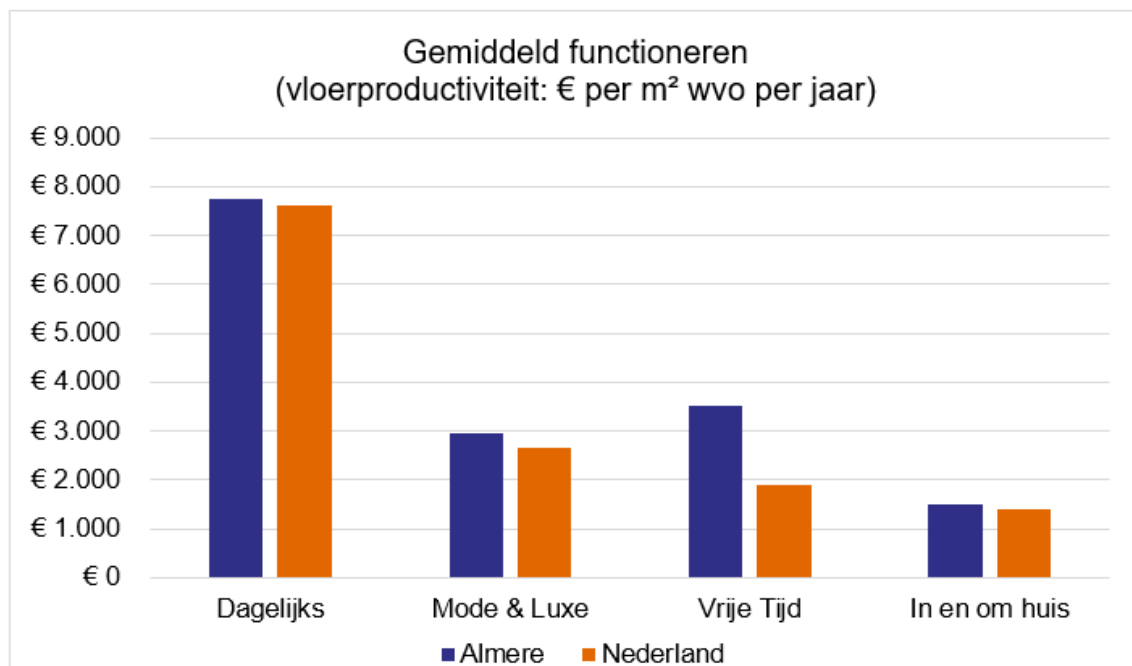
9.2 TOEKOMSTIGE MARKTRUIMTE

Met een distributieve berekening (DPO) kunnen we ook voor de toekomstige situatie een indicatieve uitspraak doen over de ontwikkelingsmogelijkheden van het detailhandelsaanbod in Almere. Er zijn verschillende oorzaken die een positieve marktruimte kunnen veroorzaken: een toenemend inwoneraantal, positieve ontwikkelingen van de kooporiëntaties (meer binding, minder afvloeiing, meer toevloeiing) of een (zeer) goed functionerend huidig aanbod. Ook kan er een negatieve marktruimte zijn door o.a. krimp, lagere binding, een matig functionerend aanbod of een afname van bestedingen in winkels (bijvoorbeeld door de toename van online bestedingen).

Onderstaande paragrafen geven het functioneren van het aanbod in de gemeente Almere weer voor de verschillende detailhandelsgroepen. De analyse vindt ook plaats op het niveau van de verschillende stadsdelen en voor de specifieke branches Tuincentra, Doe-Het-Zelf en Woninginrichting.

FUNCTIONEREN DETAILHANDEL IN DE GEMEENTE ALMERE >>

Het detailhandelsaanbod in de gemeente Almere functioneert gemiddeld genomen goed. De vloerproductiviteit van de verschillende sectoren ligt hoger dan het landelijk gemiddelde.



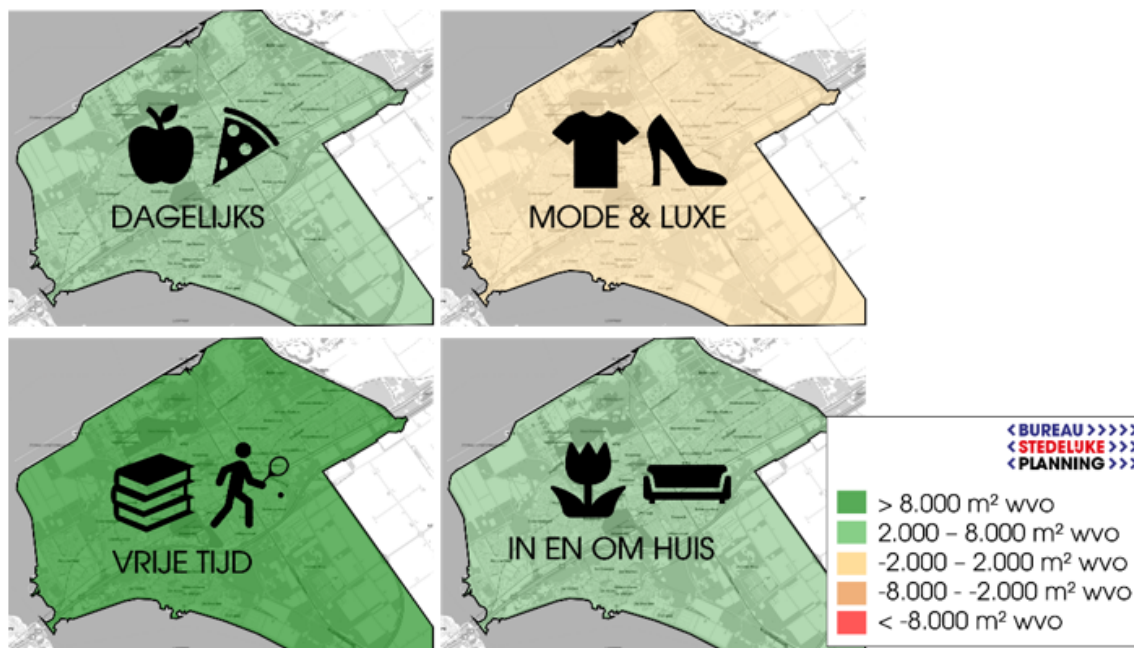
FIGUUR 38 HUIDIGE VLOERPRODUCTIVITEIT DETAILHANDELSGROEPEN GEMEENTE ALMERE EN NEDERLAND

Bron: Locatus mei 2019, KSO 2018

Met name het aanbod Vrije Tijd functioneert gemiddeld zeer goed. De gemiddelde vloerproductiviteit van o.a. sport- en boekenwinkels ligt ruim 80% hoger dan het landelijk gemiddelde. Dit kan verschillende verklaringen hebben, zoals een lagere dichtheid aan winkels waardoor de bestedingen over slechts een beperkt aantal winkels verdeeld is. Of een groter belang in deze groep van branches die gemiddeld een hogere vloerproductiviteit realiseren dan andere branches binnen deze groep. Overigens is Vrije Tijd landelijk gezien een detailhandelsgroep die sterk onder druk staat door internet. In het KSO 2018 werd in Media & Hobby ca. 43% en in Sport & Spel ca. 24% van de bestedingen online gedaan. Hierdoor is de gemiddelde vloerproductiviteit landelijk gezien gedaald (ca. -8% tussen 2012 en 2017).

MARKTRUIMTE 2025 IN DE GEMEENTE ALMERE >>

Almere is nog steeds een sterk groeiende gemeente. De nieuwe inwoners genereren hun eigen behoefte aan detailhandelsruimtes. Onderstaand is de indicatieve uitbreidingsruimte voor 2025 weergegeven.



FIGUUR 39 INDICATIEVE MARKTRUIMTE ALMERE VOOR 2025

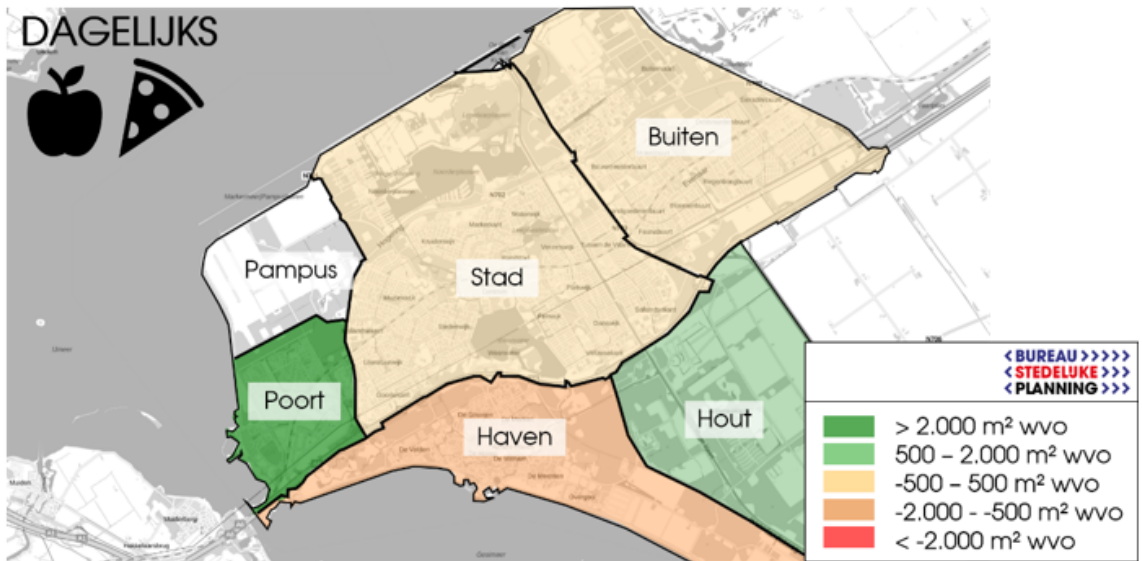
Bron: KSO 2018, Locatus 2019

- Voor de **dagelijkse sector** is er in 2025 een kleine 7.000 m² wvo aan uitbreidingsruimte. Deze marktruimte wordt met name veroorzaakt door de groeiende bevolking in Almere. Met nieuwe winkelcentra die nog zullen landen in o.a. Poort en Hout zal het dagelijkse aanbod in Almere in lijn met de groeiende vraag komen.
- Voor **Mode & Luxe** geldt dat er slechts een beperkte marktruimte is in 2025. Dit komt omdat deze branchegroep in steeds mindere mate onderdeel uit maakt van de ondersteunende structuur en zich meer en meer alleen in de hoofdwinkelgebieden bevindt. Daarbij zullen de online bestedingen naar verwachting nog toenemen, waardoor de bestedingen in winkels af zullen nemen.
- De detailhandelsgroep **Vrije Tijd** functioneert zeer goed. Er is dan ook de nodige uitbreidingsruimte voor 2025. Aangezien het landelijk echter een relatief slecht functionerende detailhandelsgroep is, is voorzichtigheid geboden.
- Voor de sector **In en om het huis** geldt min of meer hetzelfde als voor de sector Vrije Tijd. De gemiddelde woonboulevard presteert suboptimaal, door het feit dat er te veel van zijn, dat ze weinig aantrekkelijk zijn en te weinig onderscheidend. In de gemeente Almere ontstijgt deze sector het gemiddeld functioneren. Dit samen met de positieve ontwikkeling van het inwonertal zorgt ervoor dat er enige marktruimte is, vooral binnen de woninginrichting.

SPECIFICATIE MARKTRUIMTE DAGELIJKSE SECTOR VERSCHILLENDE STADSDELEN >>

Specifiek voor de dagelijkse sector kunnen we een uitsplitsing naar stadsdeel maken. Mensen doen hun dagelijkse boodschappen het liefst dicht bij huis. Voor andere, minder frequente aankopen hebben zij eerder de neiging om grotere afstanden af te leggen, waardoor een berekening van de marktruimte voor andere (niet-dagelijkse) branches op het niveau van de stadsdelen niet relevant is.

In de stadsdelen waar inwonergroei plaats vindt, is ook een uitbreiding van het dagelijkse aanbod mogelijk. De grootste positieve marktruimte is er in stadsdeel Poort. In 2025 is hier indicatief behoefte aan ca. 3.300 extra winkelmeters.



FIGUUR 40 INDICATIEVE MARKTRUIMTE DAGELIJKSE SECTOR 2025 PER STADSDEEL ALMERE

Bron: KSO 2018, Locatus 2019

In de stadsdelen Haven, Stad en Buiten is er sprake van een evenwicht of een beperkte negatieve marktruimte. In Haven is er een beperkte negatieve marktruimte, omdat het aanbod momenteel ook als iets beneden het landelijk gemiddelde presteert. Door de toename van het aantal inwoners in het stadsdeel wordt de negatieve marktruimte de komende jaren wel minder groot. In Stad en Buiten is het dagelijkse aanbod naar huidige maatstaven op orde.

MARKTRUIMTE TUINCENTRA, DOE-HET-ZELF EN WONINGINRICHTING >>

De (hoofd)branches Tuincentra, Doe-Het-Zelf en Woninginrichting (Wonen) behoren tot de detailhandelsgroep In en Om Huis. Omdat dit type winkels echter onderling verschillende functies vervullen en belangrijk zijn voor een groeiende stad als Almere, hebben we deze drie branches nader geanalyseerd.



FIGUUR 41 MARKTRUIMTE (HOOFD)BRANCHES IN EN OM HET HUIS IN 2025

Bron: KSO 2018, Locatus 2019

Opvallend is dat ondanks de grote bevolkingsgroei die er in Almere plaats vindt, er weinig marktruimte is binnen de drie hoofdbranches (subbranches van groep In en om het Huis). De enige positieve uitschieter is de hoofdbranche Wonen. Hier is de positieve marktruimte 3.000 m² wvo, wat echter relatief weinig ruimte is voor woonwinkels. Ter illustratie: als de Woondome zou worden ingevuld met woonwinkels is deze marktruimte weer ingevuld.

Voor de Tuincentra en Doe-Het-Zelf geldt dat er sprake is van een negatieve marktruimte. Belangrijke nuancering hierbij is het feit dat er in Almere zeer veel gebouwd wordt, en er dus ook veel verhuisbewegingen zijn. Naar verwachting zullen de bestedingscijfers in deze (hoofd)branches dus ook gemiddeld hoger zijn dan gemiddeld in Nederland. Voorzichtigheidshalve is de distributieve berekening hiervoor niet gecorrigeerd.



BIJLAGE 1 BEGRIPPENLIJST

Afhaalpunt

Een locatie waar de consument uitsluitend via internet bestelde goederen kan afhalen of retourneren, en waar uitsluitend logistiek en opslag van bestelde goederen gedurende een korte periode plaatsvindt en waarbij geen sprake is van uitstalling ten verkoop en/of overige activiteiten.

Bedrijfsvloeroppervlakte (BVO)

De bedrijfsvloeroppervlakte (BVO) is de totale vloeroppervlakte van een kantoor, winkel, bedrijf of voorziening met inbegrip van de daartoe behorende magazijnen en overige dienst ruimten.

Bouwmarkt

Een bouwmarkt is een detailhandelsvestiging met een breed assortiment DHZ-artikelen, waaronder ten minste 6 van de volgende groepen: ijzerwaren, handgereedschap; installatiemateriaal (elektra/water); elektrisch handgereedschap, hout en houtwaren; groot en/of klein sanitair; verf, verfproducten en toebehoren, behang; tuinartikelen niet-levend. Het oppervlak van de winkel bedraagt minimaal 800 m² vvo.

Dagelijkse sector

Winkels in Levensmiddelen en Persoonlijke Verzorging. Dit betreffen onder meer supermarkten, verspecialzaken, drogisterijen, parfumeries en apotheken.

Detailhandel

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden (waaronder de uitstalling ten verkoop), verkopen, verhuren en leveren van goederen aan personen die goederen kopen of huren voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit, waaronder grootschalige detailhandel, volumineuze detailhandel, tuincentrum en supermarkt.

Detailhandel als ondergeschikte bedrijfsactiviteit

Detailhandel op bedrijventerreinen vanuit een bedrijf die als hoofdfunctie productie of vervaardiging van goederen heeft. De detailhandelsfunctie is gelieerd is aan de hoofdfunctie en mag tot maximaal 20% van het totale bedrijfsvloeroppervlak van de vestiging innemen (met een maximum van 100 m² vvo).

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied of naar online kanalen.

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachttoevloeiing

Aandeel van de omzet die van bewoners komt die buiten een bepaald gebied wonen.

Kringloopwinkel

Een kringloopwinkel is een vestiging welke bedrijfsmatige activiteiten en detailhandelsactiviteiten verricht, bestaande uit de inzameling "om niet" van een breed assortiment van tweedehands goederen van overwegend particulieren, de eventuele reparatie daarvan en verkoop van deze goederen (waaronder volumineuze) aan hoofdzakelijk particulieren.

Leegstand

Een unit/verkooppunt/pand met een commerciële bestemming, zonder dat daar een functie is gevestigd. Een leegstaand pand kan in het verleden een winkel zijn geweest, maar ook een andere functie hebben gehad (zoals bijvoorbeeld een ambacht, horeca of dienstverlening). Ook bij eventuele invulling van het pand kunnen naast een winkel ook andere functies gevestigd worden.

Leisure

Leisure is een brede term voor verschillende commerciële functies. Door Locatus is de groep uitgesplitst naar drie branches: Horeca, Cultuur en Vermaak. Onder Cultuur valt o.a. de bibliotheek, bioscoop, museum en theater. Vermaak betreffen functies als een pretpark, Bowlingbaan, sauna en zwembad.

Marktruimte (o.b.v. distributieve berekening)

Een veelgebruikt rekeninstrument om het huidige functioneren en eventuele indicatieve markt voor detailhandel in de toekomst te kunnen duiden is de distributieve berekening. Hierin wordt het huidige gevestigde aanbod in een specifieke branche (bijvoorbeeld dagelijkse detailhandel) in een afgebakend



gebied vergeleken met het landelijke gemiddelde. Daarbij wordt de gemiddelde vloerproductiviteit berekend van het in het gebied gevestigde aanbod. Het verschil tussen de gerealiseerde vloerproductiviteit en de landelijke gemiddelde vloerproductiviteit bepaalt of de desbetreffende branche boven- of ondergemiddeld functioneert. Het verschil tussen de gerealiseerde en gemiddelde vloerproductiviteit kan worden opgevat als indicatieve uitbreidingsruimte, dan wel overaanbod.

Niet-dagelijkse Sector (regulier)

Winkels in Mode & Luxe, Vrije Tijd en Elektronica. Dit betreffen de branches warenhuizen, kleding & mode, schoenen & lederwaren, huishoudelijke & luxe artikelen, juwelier & optiek, antiek & kunst, sport & spel, hobby, media en bruin & witgoed. Deze branches treffen we gewoonlijk aan in de centrale en ondersteunende winkelgebieden.

Ondergeschikte detailhandel

Detailhandel (niet op bedrijventerreinen gelegen) vanuit een vestiging of voorziening dat een andere hoofdfunctie heeft en waarvan de detailhandelsfunctie gelieerd is aan de hoofdfunctie, een en ander tot maximaal 20% van het totale bedrijfsvloeroppervlak van de vestiging, een en ander met een maximum van 100 m² wvo.

PDV (perifere detailhandelsvestigingen)

Perifere detailhandelsvestigingen zijn winkels die vanwege hun aard en omvang over het algemeen niet in de traditionele winkelcentra (binnenstad, buurt- en wijkcentra) gevestigd kunnen worden. Het gaat hierbij vooral (en niet uitsluitend) over de volumineuze aard van de goederen. Deze benadering van perifere winkels is vanuit het voormalige rijksbeleid ingestoken en dus met name branchegericht. Veelvoorkomende branches zijn: auto's, boten en caravans (ABC), bouwmarkten, tuincentra en detailhandel in woninginrichting. In Almere worden de ABC-branches niet als detailhandel beschouwd, daarmee verstaat de gemeente onder PDV de volgende branches: bouwmarkten, tuincentra en detailhandel in woninginrichting

Supermarkt

Winkel met een minimaal 5 verschillende soorten dagelijkse artikelen, die elk minimaal 5% van de omzet genereren. Dagelijkse artikelen vormen meer dan 50% van de omzet, maar geen van de groepen levert op zichzelf meer dan 50% van de omzet. Locatus gaat uit van een oppervlakte van minimaal 150 m². In deze visie hanteren we 500 m² wvo als minimale maat voor een volwaardige supermarkt.

Tuincentrum

Een detailhandelsvestiging waar de verkoop van algemeen assortiment aan tuinartikelen, bloemen, planten, boomkwekerijgewassen, zaden en tuinbenodigdheden plaats vindt. Dit kan eventueel in combinatie met zelfkweek, waarbij het omzet aandeel van zelf gekweekte producten minder dan 50% van de omzet moet uitmaken. (definitie Locatus)

Vloerproductiviteit

De vloerproductiviteit (omzet (in €) per m² wvo) is een veelgebruikt kengetal om het functioneren van een winkel inzichtelijk te maken.

Winkelvloeroppervlakte (WVO)

De winkelvloeroppervlakte betreft de winkeloppervlakte die in gebruik is voor de directe verkoop van goederen. Het betreft de voor de klant toegankelijke verkoopruimte van de winkel, oftewel de totale bedrijfsvloeroppervlakte minus eventueel kantoor-, personeels- en magazijnruimte, toiletten etc.



BIJLAGE 2 DEMOGRAFISCHE KENMERKEN ALMERE

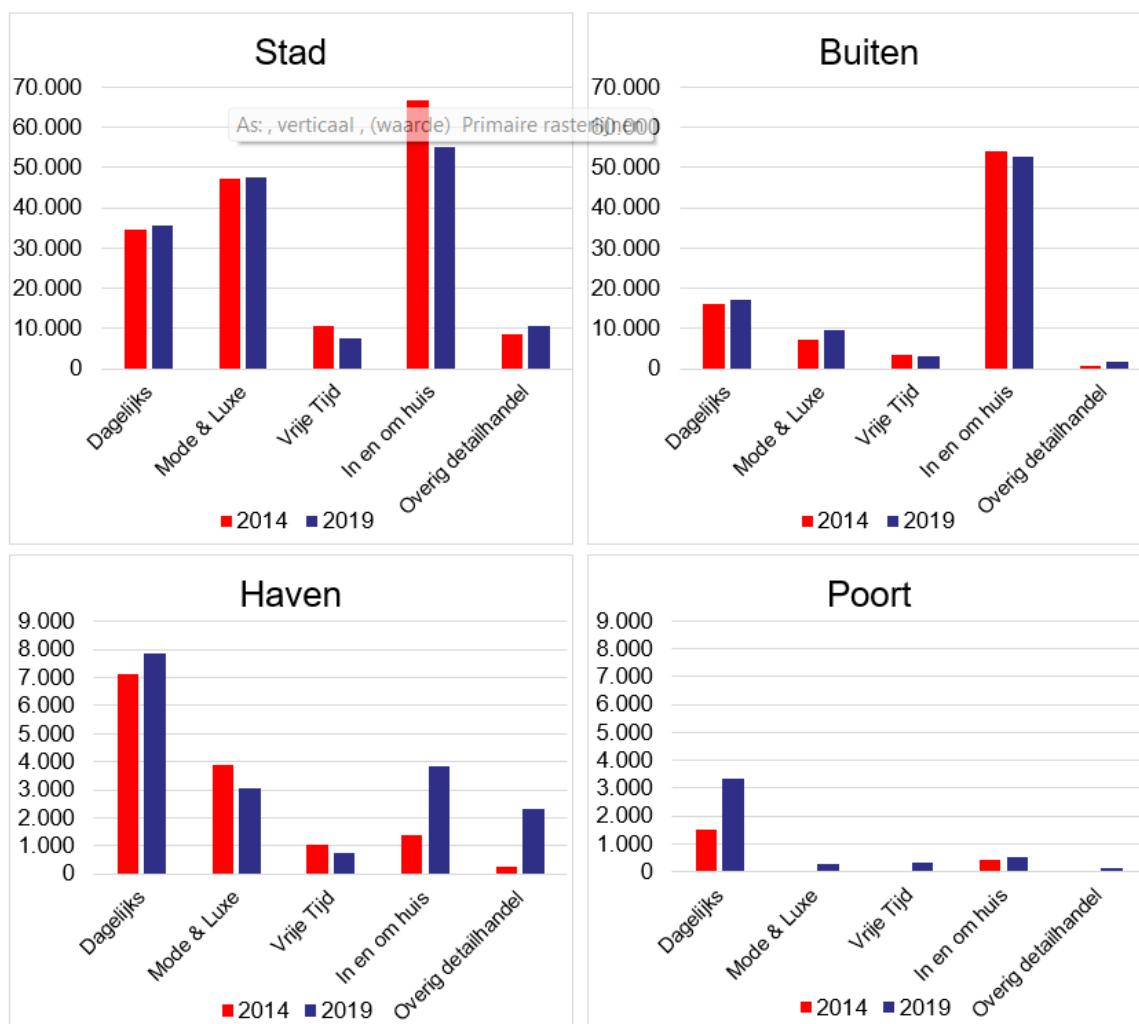
	INW	%0-15	%15-25	%25-45	%45-65	%65+	gem hh grootte	% niet-west bevolking	gem ink per inw
Almere totaal	204.031	19	13	28	29	11	2,4	31	€24.000
Almere Haven	22.795	17	11	24	28	19	2,2	20	€23.800
Almere Stad	108.825	18	14	26	31	11	2,4	32	€23.900
Almere Buiten	56.328	20	14	27	30	9	2,4	31	€23.300
Almere Poort	13.431	25	9	46	16	4	2,3	42	€26.100
Almere Hout	2.652	18	9	27	34	13	2,5	10	€41.200
Nederland		20	12	24	29	14	2,2	13	€ 24.700

TABEL 2 DEMOGRAFISCHE KENMERKEN ALMERE

Bron: De Sociale Atlas van Almere 2018 (Almere Pampus is hier onderdeel van Almere Stad); CBS Statline 2018; inkomen betreft 2016

BIJLAGE 3 WINKELAANBOD ALMERE 2014-2019

ONTWIKKELING AANBOD PER STADSDEEL >>



FIGUUR 42 ONTWIKKELING AANBOD DETAILHANDEL (IN M² VVO) IN DE VERSCHILLENDE STADSDELEN

Bron: Locatus



BIJLAGE 4 BENCHMARK STADSDEELCENTRA

gemeente	Inwoners	aantal stadsdeelcentra	namen stadsdeelcentra	m ² wvo
Almere	200.000	2 (3e in de planning)	Buitenmere en Almere Haven (in de planning: Poort)	Ca. 27.000 en 14.000
Groeikernen				
Zoetermeer	125.000	0	-	-
Nissewaard (Spijkenisse en Bernisse)	85.000	0	-	-
Nieuwegein	65.000	0	-	-
Gemeenten 150.000 – 350.000 inwoners				
Utrecht	350.000	3	Kanaleneiland, Overvecht Leidsche Rijn Centrum	Ca. 16.500, 25.500, ca. 32/35.000
Eindhoven	230.000	1	Woensel	Ca. 32.000
Groningen	230.000	1	Paddepoel	Ca. 12.500
Tilburg	215.000	1	Westermarkt	Ca. 15.000
Breda	230.000	1	Hoge Vucht	Ca. 11.000
Nijmegen	175.000	1	Dukenburg	Ca. 21.500
Apeldoorn	160.000	0	-	-
Haarlem	160.000	1	Schalkwijk	Ca. 24.000
Arnhem	160.000	2	Kronenburg en Presikhaaf	Ca. 23.000 en 17.000
Enschede	160.000	0	-	-
Amersfoort	155.000	1	Emiclaer	Ca. 12.000
Zaanstad	155.000	0	-	-
's-Hertogenbosch	155.000	1	Helftheuvel	Ca. 13.000
Haarlemmermeer	155.000	0	-	-

TABEL 3 BENCHMARK STADSDEELCENTRA

Bron: Bureau Stedelijke Planning, o.a. onderzoek stadsdeelcentra 2016