Onderbouwing Retailmetrage Osdorp

Osdorpplein
intern

Van [redacted]
[redacted]@asr.nl

Datum 22 september 2011
Referentie JdB/Osdorp
Versie 1

ALGEMEEN

De onderbouwing van het aangenomen retailmetrage voor de retailvisie van Osdorpplein is grotendeels terug te herleiden vanuit eerder gedane marktstudies van WPM en BRO. Daarnaast zijn op basis van recente ontwikkelingen in de detailhandel eigen inzichten toegevoegd. De berekende distributieve ruimte van de twee onderzoeken kwam uit op:

- WPM (08\2008): 19.800 m2 wvo winkels, horeca en diensten
- BRO (04\2006): 15.000 m2 wvo winkels, horeca en diensten

Hoewel al wel een paar jaar oud, is er geen concrete aanleiding om te twijfelen aan de rekenkundige basisuitgangspunten van deze studies. Deze studies zijn namelijk vooral gebaseerd op inwonerontwikkelingen, detailhandelsbestedingen en koopstromen. Niettemin zijn er natuurlijk wel effecten merkbaar die op basis van trends zijn opgetreden. Voorbeelden zijn bijvoorbeeld de verder toegenomen vraag naar grotere units, mede vanwege de 'her-uitvinding' van het grote mode-warenhuis, en schaalvergroting. Deze effecten zorgen voor een verdere verscherping van de visie die is uitgewerkt in de 'Retailvisie Osdorp'.

Deze studies worden hieronder in het kort samengevat.

WPM: BRANCHERINGSVISIE OSDORPPLEIN AMSTERDAM-WEST (oktober 2008)
Osdorpplein is een goed centraal gelegen winkelcentrum van Amsterdam-West. Het centrum heeft een stadsdeel overstijgend verzorgingsbereik. Niettemin ontbeert Nieuw West momenteel een regionaal verzorgend winkelcentrum. Een versterkt stadsdeelcentrum kan deze functie verzorgen. Het totale winkelcentrum beslaat nu ca. 25.000 m2 wvo waarvan de Tussenmeer circa 4.000 m2 inneemt. De laatste rigt zich meer op dagelijks en frequent benodigde goederen, Osdorpplein meer op het recreatieve deel. Het winkelcentrum mist aan de zuid- en oostzijde identiteit en is niet krachtig genoeg om het winkelend publiek aan zich te binden. Het horeca-aanbod is minimaal.
Het WPM-rapport heeft (onderstaand) BRO-rapport als basis gebruikt*. WPM komt tot de conclusie dat het winkelaanbod in stadsdeel Osdorp weliswaar een behoorlijke omvang heeft maar dat er desondanks voldoende uitbreidingsmogelijkheden zijn. Op basis van een toekomstig scenario (2015) komt WPM tot een distributieve ruimte van circa 2.600 m2 wvo winkels in de dagelijkse sector en circa 14.600 m2 wvo niet-dagelijks. Totaal betekent dit 17.200 m2 wvo. Dit is exclusief winkelondersteunende horeca en diensten waar circa 15% voor wordt gehanteerd. Tezamen komt dit neer op **19.780 m2 wvo** aan winkels, horeca en diensten. In bruto-termen valt volgens WPM te denken aan 25.000 m2 bvo.

[*WPM stelt dat de afwijking met het advies van BRO deels voortkomt uit actualisatie van gehanteerde cijfers, het 'elimineren' van de cijfers van Tuincentrum Osdorp (die een verlagend effect op de bestedingsmeters per m2 betekent) en meer nauwkeurige koopstroomcijfers (van afdeling O&S Amsterdam), specifiek voor Osdorpplein]

BRO: ONTWIKKELINGSMOGELIJKHEDEN WINKELCENTRUM OSDORPPLEIN (april 2006)
Osdorpplein is vergeleken met referentiecentra klein maar heeft potentie uit te groeien tot het derde stadsdeelcentrum van Amsterdam. BRO adviseert een scenario waarbij de aantrekkingskracht op omliggende gebieden wordt vergroot middels een schaalsprong. De koopkrachtbinding en –oriëntatie verbeter hierdoor. Er is ruimte het dagelijks aanbod te moderniseren en uit te breiden middels (met name) schaalvergroting. Ook een versterking van het recreatieve winkelen biedt mogelijkheden tot versterking van het prijsvriendelijke tot het middensegment. Vooral branches sport/spel, kleiding/mode, huishoudelijk en warenhuis. De distributieve marktruimte is ingeschat op circa 3.400 m2 wvo dagelijks en circa 9.500 m2 wvo niet-dagelijks. In totaal dus 12.900 m2 wvo. Dit is exclusief ondersteunende horeca en diensten met een aandeel van circa 15-20%. Tezamen komt dit neer op circa **15.000 m2 wvo** aan winkels, horeca en diensten. In bruto-termen komt dit volgens BRO neer op circa 20.000 m2 bvo.