



Gemeente
Amsterdam



Amsterdams Ondernemers Programma

2019- 2022

Naar een sterke buurteconomie

Economische Zaken, gemeente Amsterdam
18 september 2019

Inhoudsopgave

1 Inleiding	2
2 De buurteconomie	3
2.1 Buurteconomie: bruisend & broos.....	3
2.2 Definitie en afbakening buurteconomie.....	4
2.3 Voor, met en door ondernemers	4
2.4 Het AOP en gebiedsgericht werken	5
2.5 Het AOP en de bestuursopdracht Ontwikkelbuurten	6
2.6 Het AOP en participatie en democratisering.....	6
2.7 Het AOP in samenhang met andere programma's	7
3 Ambitie, doelen en maatregelen	8
3.1 Ambitie en doelen.....	8
3.2 Maatregelen	8
1. Samenwerking van ondernemers in en met de buurt versterken.....	9
2. Individueel ondernemerschap in buurten versterken	14
3. Bedrijfsmilieus in buurten versterken.....	16
4. Economisch aanbod in buurten versterken	21
4 Onderzoek & rapportage.....	27
4.1 Onderzoek.....	27
4.2 Rapportage	28
5 Financiën	29

1 Inleiding

In het coalitieakkoord 'Een nieuwe lente en een nieuw geluid' heeft het college de ambitie uitgesproken om de komende jaren de buurteconomie te versterken. De buurteconomie kenmerkt zich door financieel zelfvoorzienende ondernemers die onlosmakelijk verbonden zijn met een lokale klantenkring in de buurt¹. In de ambities en uitvoeringsagenda 2019, zoals gepresenteerd bij de behandeling van de Begroting 2019, is deze ambitie nader uitgewerkt. Het college heeft daarbij aangekondigd in het nieuwe Amsterdams Ondernemers Programma (AOP) een aanpak uit te werken voor behoud van de diversiteit in het winkelaanbod.

Het Amsterdams Ondernemers Programma 'Naar een sterke buurteconomie' 2019-2022 is de uitwerking van deze bestuurlijke ambitie. Het AOP is een 'levend' programma en wordt gedurende de looptijd aangevuld met nieuwe maatregelen en acties. Samen met de stadsdeelbesturen zorgen we ervoor dat beleid en instrumenten aansluiten bij de kansen en knelpunten in de verschillende Amsterdamse buurten. De economische opgaven in de Amsterdamse buurten zijn divers en vaak complex. Dit vraagt om maatwerk en lokale invulling per gebied. Het programma biedt hiervoor een overzicht van in te zetten maatregelen en instrumenten.

Amsterdam kent al twee bestuursperiodes een Amsterdams Ondernemers Programma. Het AOP 'Naar een sterke buurteconomie' is de opvolger van het AOP 'Ruimte voor ondernemers!' dat van 2015-2018 van kracht was. In de voorgaande collegeperiode is het ondernemersklimaat voor het midden- en kleinbedrijf versterkt door onder andere de dienstverlening aan ondernemers te verbeteren, regels te verminderen en ruimte te bieden voor initiatieven en experimenten. Dit heeft zichtbare resultaten opgeleverd. Zo is de waardering van ondernemers voor de gemeentelijke dienstverlening verbeterd en zijn knelpunten in de gemeentelijke regelgeving aangepakt. Meer dan 1.000 startende ondernemers zijn begeleid bij het opzetten van een bedrijf. In 2018 waren er in totaal 62 bedrijveninvesteringszones waarin ondernemers en/of vastgoedeigenaren gezamenlijk meer dan 3,5 miljoen euro investeerden in hun bedrijfsomgeving. De mogelijkheid voor ondernemersverenigingen om subsidie voor straatmanagement aan te vragen is uitgebreid en inmiddels maken meer dan 50 winkelgebieden hiervan gebruik. Daarnaast is samen met ondernemers en bewoners geëxperimenteerd met het loslaten van regels in de freezones. In de Algemene Plaatselijke Verordening is een experimenteerbepaling opgenomen die het mogelijk maakt om te experimenteren met het loslaten van regelgeving in de openbare ruimte. Ook is nieuw detailhandelsbeleid vastgesteld voor sterkere winkelgebieden met weinig leegstand en een Marktvisie voor volle en aantrekkelijke warenmarkten².

¹ Zie paragraaf 2.2 voor een uitgebreide definitie van de buurteconomie.

² Zie voor een uitgebreide terugblik op het vorige AOP de brief van het college van 5 juni 2018 over 'de Voortgangsrapportage en afronding Amsterdams Ondernemers Programma 'Ruimte voor de ondernemer!' 2015-2018'.



2 De buurteconomie

2.1 Buurteconomie: bruisend & broos

Een sterke buurteconomie draagt bij aan de leefbaarheid, veiligheid, identiteit en sociale cohesie in de buurt. Wanneer het goed gaat met de ondernemers in een straat of gebied straalt dit af op hun omgeving. Bijvoorbeeld omdat winkelpanden gevuld zijn, gevels goed onderhouden en ondernemers gezamenlijk werken aan het verbeteren van het straatbeeld, extra schoonmaak en buurt evenementen. Goed georganiseerde en betrokken ondernemers werken samen met de overheid aan de aanpak van overlast en een veilig ondernemersklimaat.

Een bruisende buurteconomie geeft een buurt identiteit, zeker wanneer het goed gaat met de lokale economie. Steeds meer ontlenu mensen hun identiteit aan 'waar ze zijn' in plaats van 'waar ze vandaan komen'. Binnen de stad zoeken Amsterdammers naar een plek waar ze zich thuis voelen. Economische functies in de buurt, zoals vaste winkels die mensen bezoeken en het buurtcafé, spelen hierin een bepalende rol. Buurtbewoners voelen zich bijvoorbeeld nauw verbonden met de hippe en multiculturele Javastraat in Oost, de gevestigde Noordermarkt in de Jordaan of de kleurrijke Kraaiennestmarkt in Zuidoost. Een sterke buurteconomie draagt bij aan de sociale cohesie en veiligheid in een buurt. Buurtbewoners ontmoeten elkaar in winkels, horecagelegenheden en op de markt. Het is dus belangrijk dat het goed gaat met deze economische voorzieningen. Dat winkel-, horeca- en bedrijfspanden goed onderhouden zijn en winkelstraten een goede doorloop hebben. Daarnaast zorgt een bruisende buurteconomie voor werkgelegenheid. Niet alleen voor buurtbewoners, maar ook voor mensen uit de rest van Amsterdam en daarbuiten.



Javastraat

De buurteconomie is echter ook broos. Op verschillende plekken binnen de ring zien we bijvoorbeeld dat een aantal lokale ondernemers zich focust op bezoekers of specifieke bewonersgroepen met risico op vershraling van het winkelaanbod. Het lokale economische aanbod sluit dan niet meer aan bij de behoeftes in de buurt. Soms voelen bewoners zich zelfs vervreemd van hun eigen leefomgeving. Tegelijkertijd zien we juist dat sommige winkelcentra en markten in de rest van de stad kampen met enige leegstand. Ook zijn in de hele stad winkeliers die de nadelige effecten van toenemende internetverkoop ondervinden en moeite hebben om hun eigen onderneming te vernieuwen.

2.2 Definitie en afbakening buurteconomie

Een buurt definiëren we hier niet als een vast geografisch afgebakend gebied³. Wat iemand als zijn of haar buurt ziet is afhankelijk van iemands persoonlijke ervaring en perceptie van de eigen leefomgeving. Iemand die in Reigersbos woont en dagelijks voor zijn of haar werk naar de Bijlmer fietst, zal een groot deel van Zuidoost als zijn of haar buurt zien. Een zzp'er die vanuit huis werkt en in de Baarsjes woont, met veel dagelijkse (economische) voorzieningen op loopafstand, zal zijn of haar buurt eerder definiëren als een aantal straten rondom zijn woning.

Onder buurteconomie verstaan we alle economische activiteiten die onlosmakelijk verbonden zijn met een lokale klantenkring in de buurt. Deze lokale klantenkring bestaat in veel gevallen uit bewoners, maar kan ook uit een netwerk van lokale ondernemers bestaan. Met economische activiteiten bedoelen we in dit geval ondernemers en bedrijven die financieel zelfvoorzienend zijn en dus voor eigen winst of verlies werken. Bij de buurteconomie gaat het dus vooral om winkels, horeca, kleinschalige maakindustrie, ambachtseconomie, kleinschalige kantoorfuncties, zzp'ers en dienstverlening, zoals kappers, elektriciens en hoveniers.

Door de binding van ondernemers met een lokale klantenkring bestaat een wederkerigheid met de buurt. Ondernemers en bedrijven geven mede vorm en identiteit aan hun buurt. De lokale klantenkring maakt dat ondernemers zich op hun beurt in de buurt geworteld voelen en zich niet zomaar naar een andere plek in de stad of daarbuiten zullen verplaatsen. Dit betekent uiteraard niet dat de klantenkring van deze ondernemers zich tot de buurt beperkt. Er staat geen hek om de buurteconomie en ondernemers hebben in veel gevallen ook klanten in de rest van Amsterdam, de regio, Nederland en daarbuiten.

2.3 Voor, met en door ondernemers

Met dit programma werkt de gemeente aan een sterke buurteconomie. Hoe we dat op individuele maatregelen, acties en projecten doen bepalen we samen met ondernemers en de buurt.

³ OIS maakt in haar feiten en cijfers bijvoorbeeld onderscheid tussen de schaalniveaus regio, stad, stadsdelen, gebieden, wijken en buurten. Buurten zijn hierin de kleinste geografische eenheid.

We gebruiken de inbreng van het (georganiseerd) bedrijfsleven bij het opstellen van beleid en de uitvoering ervan.

Zo is de Marktvisie 2016-2028 in samenspraak met marktondernemers en het Centrale Vereniging voor de Ambulante Handel opgesteld, werken we met biz-besturen aan het doorontwikkelen van biz'en, faciliteren we netwerkvorming onder zzp'ers. Samen met het georganiseerde bedrijfsleven, onderwijs, regiogemeenten, de politie en het Openbaar Ministerie werken we aan een veilig ondernemersklimaat in het Platform Veilig Ondernemen (PVO). Daarnaast vragen we ondernemers periodiek naar hun mening over het ondernemersklimaat, hun bedrijfsomgeving, de gemeentelijke dienstverlening en ons economische beleid (zie paragraaf 4.1). Omdat dé ondernemer niet bestaat is samenwerking en overleg met ondernemers altijd maatwerk en verschilt dit per gebied en/of de branche die het betreft.



Czaar Peterstraat

2.4 Het AOP en gebiedsgericht werken

De gemeente, ondernemers, bewoners en instellingen werken samen in de 24 gebieden van Amsterdam. De opgaven van de verschillende buurten en hun lokale ondernemers staan centraal. Dit programma bundelt de inzet van verschillende gemeentelijke organisatieonderdelen die bijdragen aan het ondernemersklimaat in de Amsterdamse buurten. Daarbij focust het programma op beleid en instrumenten, bijvoorbeeld met de Agenda Markten en subsidies voor het oprichten van een bedrijveninvesteringszone. Concrete projecten in de gebieden staan in de gebiedsplannen en worden met behulp van het beleid en de instrumenten uit het AOP uitgevoerd.

Daarom zijn er in dit programma ook geen indicatoren en streefwaarden bij de doelstellingen geformuleerd. Deze variëren immers per gebied en worden, waar relevant, in de gebiedsagenda's en gebiedsplannen geformuleerd. Ook voor de gebiedsplannen geldt dat deze altijd samen met bewoners en ondernemers in de buurt worden opgesteld.

2.5 Het AOP en de bestuursopdracht Ontwikkelbuurten

In 32 ontwikkelbuurten in Nieuw-West, Zuidoost en Noord werkt de gemeente sinds 2017 samen met bewoners, corporaties en overige betrokkenen. In deze buurten zijn aanwijsbaar de maatschappelijke problemen het grootst en hardnekkigst. De openbare ruimte in woonwijken en bij winkel- en werkgebieden is vaak een weerspiegeling van deze problemen. De aanpak van de ontwikkelbuurten staat dan ook voor een ingrijpend en meerjarig traject dat ervoor zorgt dat een structurele verandering plaatsvindt. Het college investeert vanuit de 'Bestuursopdracht Ontwikkelbuurten 2019–2022' jaarlijks € 10 miljoen in sociale projecten, fysieke projecten en participatie in deze buurten. Daarnaast zet het college de maatregelen uit de Uitvoeringsagenda 2019 bij voorrang in deze ontwikkelbuurten in. We hebben bij een aantal maatregelen in dit AOP extra aandacht voor de ontwikkelbuurten. Zo streven we naar ondernemershubs in de stadsdelen met ontwikkelbuurten. Als gemeente gaan we gericht in gesprek met vastgoedpartijen over het investeren in winkelvastgoed. Dit is noodzakelijk om winkelgebieden te versterken en ervoor te zorgen dat buurt- en wijkcentra ook in de toekomst van betekenis blijven. Ruimte voor de Economie van Morgen voorziet in het ontwikkelen van meer bedrijfsruimten in de ontwikkelbuurten. Uiteraard zijn er ook buiten de ontwikkelbuurten gebieden met grote economische opgaven, zoals de Jan van Galenstraat in West en de Rijnstraat in Zuid. Geleerde lessen in de ontwikkelbuurten zullen we ook voor deze gebieden inzetten.

2.6 Het AOP en participatie en democratisering

De ambities van het college met betrekking tot democratisering en participatie zijn verwoord in de beleidsbrief democratisering die op 8 mei 2019 door de gemeenteraad is vastgesteld. Het college wil de komende jaren samen met bewoners en ondernemers eigenaarschap en zeggenschap vergroten. Ook vanuit het Amsterdams Ondernemers Programma wordt hier uitvoering aan gegeven. Per actie worden de belanghebbenden betrokken bij de uitwerking, de wijze waarop verschilt per actiepunt. Waar het beleid betreft wordt hierover verantwoording afgelegd in een participatieparagraaf. Daarnaast zetten we de komende jaren stevig in op publiek-private samenwerkingen en het versterken van collectief ondernemerschap, vooral in de zogenoemde ontwikkelbuurten. Ondernemersverenigingen en bedrijveninvesteringszones zijn effectieve instrumenten waarmee ondernemers – vaak samen met de gemeente - gezamenlijk verantwoordelijkheid nemen voor hun winkelstraat en/of buurt.



2.7 Het AOP in samenhang met andere programma's

Het AOP bundelt de belangrijkste maatregelen en instrumenten voor een sterkere buurteconomie. Er zijn echter ook andere beleidsterreinen, programma's en maatregelen die, op hun eigen manier, in meer of mindere maten, bijdragen aan de buurteconomie. Deze maken geen onderdeel uit van het AOP. In aparte tekstblokken wordt hier wel zoveel mogelijk een link mee gelegd. Ze hebben echter hun eigen beleidsdocumenten, rapportages en besluitvormingstrajecten.



Mosveld

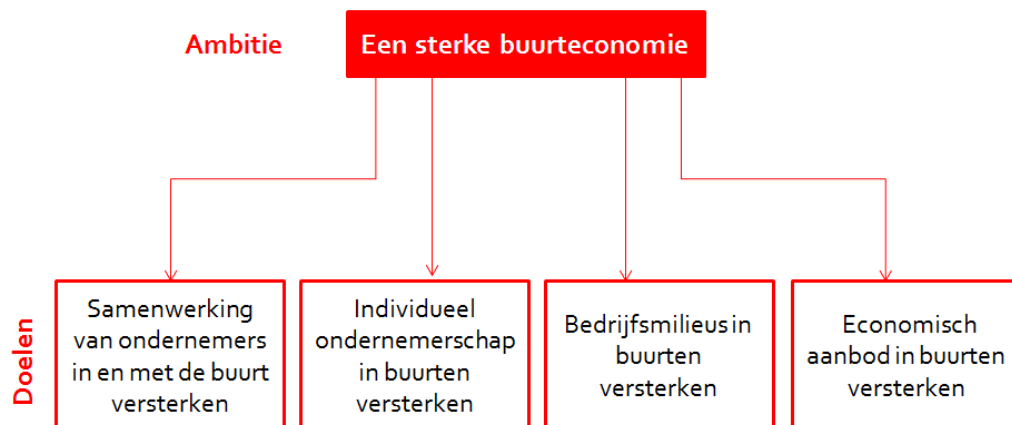
3 Ambitie, doelen en maatregelen

3.1 Ambitie en doelen

In het coalitieakkoord heeft het college de ambitie geformuleerd om de buurteconomie in Amsterdam te versterken. Hiermee dragen we bij aan veilige en leefbare buurten. Buurten waarin Amsterdammers kunnen ondernemen, waar ze zich thuis voelen en waar ze in contact staan met andere bewoners en ondernemers.

Om deze ambitie waar te maken werken we vanuit het AOP de komende jaren aan vier doelen. Onder elk doel hangen concrete maatregelen, bijna vijftig in totaal. Deze worden in de volgende paragraaf gepresenteerd.

Onderstaand overzicht geeft een schematische weergave van de ambitie en de doelen van het AOP 'Naar een sterke buurteconomie'.



3.2 Maatregelen

De doelen geven aan wat we willen bereiken en de maatregelen geven aan wat we daarvoor gaan doen. Bij iedere maatregel is aangegeven wat de planning is voor de uitvoering.

1. Samenwerking van ondernemers in en met de buurt versterken

Samenwerking tussen ondernemers in en met de buurt is essentieel voor een sterke buurteconomie. Ondernemers dragen hiermee bij aan onder andere de leefbaarheid en veiligheid van buurten. Daarnaast zijn er al tal van goede voorbeelden in de stad waar ondernemers gezamenlijk een sterke identiteit en branding van hun buurt hebben neergezet. Denk bijvoorbeeld aan innovatiedistrict de Knowledge Mile dat van het Waterlooplein tot het Amstelplein loopt of het cultureel diverse Javakwartier in de Indische buurt. Tegelijkertijd zien we dat de samenwerking tussen ondernemers beperkt is in de buurten waar deze juist hard nodig is: de ontwikkelbuurten.

Bedrijveninvesteringszones

Sinds 2012 kennen we in Amsterdam de bedrijveninvesteringszones (biz'en). Het aantal biz'en is sindsdien gegroeid van 12 naar 62 in 2018. De biz'en zijn van en voor de ondernemers. In de afgelopen jaren zijn ze een belangrijk en krachtig instrument geworden voor samenwerking tussen ondernemers in winkelstraten en gebieden. Een biz is een afgebakend gebied, zoals een winkelstraat of een bedrijventerrein, waarbinnen ondernemers en/of eigenaren samen investeren in de kwaliteit van hun bedrijfsomgeving. Alle ondernemers en/of eigenaren in de biz betalen daaraan mee. Een biz wordt door ondernemers en/of eigenaren zelf opgezet. Hiervoor stellen zij samen een plan op waarin zij onder andere afspreken wat ze gezamenlijk willen uitvoeren en welke begroting daarbij hoort. De gemeente ondersteunt en faciliteert dit proces.



Maasstraat



Op verzoek van de gemeenteraad heeft het college het functioneren van de biz'en afgelopen jaar onderzocht. Dit onderzoek geeft aanleiding om de biz'en de komende jaren verder te professionaliseren. De voornaamste conclusies uit het onderzoek zijn:

- Een belangrijke meerwaarde van een biz is dat de biz-besturen een sterke gesprekspartner in hun gebied zijn. Daarnaast dragen ze bij aan een nette buurt, sociale- en uitgaansveiligheid. Ook dragen biz'en in bepaalde gebieden bij aan verduurzaming. Het effect van biz'en op branchering en het tegengaan van eventuele monocultuur blijkt in de praktijk beperkt.
- De oprichting van een biz komt meestal voort uit een behoefte aan meer samenwerking, een betere organisatie en meer financiële middelen. Slechts in een beperkt aantal gebieden is een duidelijke inhoudelijke aanleiding of ambitie de belangrijkste reden voor het starten van de biz.
- In biz-plannen is vaak beperkte aandacht voor strategische doelen. Tevens is er weinig aandacht voor de rol van of samenwerking met andere stakeholders in het gebied bij het realiseren van de ambities.
- Biz'en draaien vaak voor een belangrijk deel op de inzet van enkele actieve ondernemers en bestuursleden. Veel ondernemers zijn vooral met hun eigen winkel bezig en zien minder het belang van het collectief. Sommige ondernemers zijn hierdoor minder betrokken en dat maakt de biz kwetsbaar.
- De tijd die biz-besturen kwijt zijn aan de biz-regeling kan beperkt worden door eenvoudiger en efficiëntere regelgeving.
- Straatmanagers zijn van groot belang voor de ondernemers en de gemeente. Zij zorgen onder andere voor het contact met ondernemers, administratieve ondersteuning en de inhoudelijke doorontwikkeling van het gebied.
- Vanuit de biz'en is veel behoefte aan een (digitaal) platform dat best practices en succesvolle 'tools' voor de biz bundelt en deelt.

Centrum XL

Sinds 2012 werkt de gemeente samen met Vereniging Amsterdam City, Koninklijke Horeca Nederland en met MKB Amsterdam in Centrum XL. Het samenwerkingsverband werkt in gebieden met een centrumfunctie aan opgaven die gemeente of bedrijfsleven niet alleen kunnen oplossen. Deze opgaven beperken zich niet tot het stadsdeelcentrum, maar komen ook steeds vaker voor in de aangrenzende stadsdelen. Vanuit Centrum XL wordt dan ook gewerkt aan de uitbreiding van deze samenwerkingsvorm naar gebieden buiten het Centrum.

Ontwikkelbuurten en samenwerking ondernemers

De samenwerking tussen ondernemers in en met de buurt is vooral in de ontwikkelbuurten beperkt. Dit terwijl betrokkenheid van ondernemers bij hun omgeving juist in deze buurten van belang is. Zowel als sterke gesprekspartner voor de rest van de buurt en de overheid, als voor investeringen in de bedrijfsomgeving. Dit komt deels voort uit een gebrek aan tijd, middelen en bereidheid vanuit ondernemers in deze gebieden om zich, naast het runnen van een bedrijf, winkel of horecagelegenheid, in te zetten voor hun bedrijfsomgeving. Daarnaast sluiten onze gemeentelijke instrumenten om samenwerking te stimuleren, zoals de subsidieregelingen, niet altijd goed aan op de beperkte organisatiegraad van ondernemers in deze buurten.

Regelvrije ruimte voor ondernemers

De pilot Freezone is in 2018 afgerond. In de pilot is gedurende twee jaar in drie winkelgebieden een aantal gemeentelijke regels versoepeld. Hiermee gaven we initiatief en innovatie vanuit ondernemers en de buurt ruim baan. Om zekerheid te bieden over de spelregels in de gebieden werden samen met ondernemers en bewoners afspraken gemaakt in de vorm van een convenant. Daarnaast is in de freezones een aantal experimenten uitgevoerd. Een experimenteerbepaling in de APV is ingezet voor proeven met ruimtelijke regels voor mengformules, een proef met het loslaten van hoofdstuk 4 van de APV (openbare ruimte) en een proef voor mengformules met alcohol.

Het loslaten of versoepelen van regels leidde in de praktijk niet direct tot meer initiatieven. Minder gemeentelijke regels waren vaak niet doorslaggevend. Wat wel belangrijk bleek is een flexibele en positieve grondhouding vanuit de gemeente ten aanzien van initiatieven. Daarnaast bleken ondernemers zelf vaak waarde te hechten aan regels, omdat deze een toetsingskader en zekerheid bieden. De pilot bevestigde het belang van een kleinschalige en gebiedsgerichte aanpak.

Indien de opgave in een gebied vraagt om het tijdelijk uitschakelen van gemeentelijke regels is dit ook de komende jaren mogelijk. Dit vraagt wel altijd om een grondige analyse van zowel de opgave en problematiek in het gebied, als mogelijke (andere) oplossingsrichtingen. Op basis daarvan kunnen verschillende instrumenten worden ingezet, zoals de experimenteerbepaling in de APV, tijdelijke afwijking van het bestemmingsplan, convenanten met relevante partijen in de buurt en overleg tussen gemeente, ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners.

Veilig ondernemen

Veiligheid is een noodzakelijke basisvoorwaarde voor een gezond ondernemersklimaat. Bedrijven zijn twee keer zo vaak slachtoffer van criminaliteit als burgers. Naast de financiële schade is er ook het persoonlijk letsel en leed van personeel, eigenaren en klanten. Binnen het bedrijfsleven zijn er veel verschillen tussen de sectoren. Vooral detailhandel, horeca en transport worden door inbraak, overvallen en diefstal getroffen.



Gemeente Amsterdam

In Amsterdam zijn er meerdere wijzen waarop ondernemers aan veiligheid werken. Onder andere met het Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO) en Compaan werken ondernemers, politie, brandweer en gemeente aan een schoon en veilig winkelgebied, uitgaansgebied of bedrijventerrein. Gezamenlijk beoordelen zij de veiligheid van een gebied en nemen maatregelen om deze te verbeteren. In Amsterdam zijn meer dan 45 KVO-gebieden. Tot op heden is vaak gekozen voor de KVO-vorm (deze werkt met sterren), inmiddels zijn er ook nieuwe werkwijzen met online ondersteuning.

Veilig ondernemen was tot voor kort georganiseerd in het Regionaal Platform Criminaliteitsbeheersing Amsterdam-Amstelland (RPC AA). Dit was een samenwerkingsverband tussen (georganiseerd) bedrijfsleven, politie, Openbaar Ministerie en gemeenten. Vanaf 2019 heeft het RPC AA een nieuwe vorm: het Platform Veilig Ondernemen (PVO). Met de nieuwe, actiegerichte werkwijze is er meer ruimte om in te spelen op de actualiteit. Vaste onderwerpen die het PVO aanpakt zijn overvallen, winkeldiefstal, ondermijning en bedrijfsinbraken.

Wat we de komende jaren gaan realiseren:

- We faciliteren samenwerkingsverbanden.
- We faciliteren straatmanagement.
- We faciliteren gebiedsbranding.
- Samen met de politie en het bedrijfsleven werken we aan veiliger ondernemen.

Wat gaan we daarvoor doen:

Wat	Start	Gereed
Samenwerkingsverbanden faciliteren		
1.1 Biz-platform <i>In afstemming met de biz-besturen zetten we een biz-platform op. Dit platform bestaat uit een online en offline gedeelte. Op het online platform wordt onder andere informatie gedeeld over best practices van biz'en (en andere ondernemersverenigingen) en gemeentelijke dienstverlening, waaronder de biz-toolbox. Onderdeel van deze toolbox is een nieuwe format voor een biz-plan en een handreiking voor het monitoren van resultaten en effecten van een biz. Het offline gedeelte van het biz-platform bestaat uit netwerkbijeenkomsten, workshops en trainingen voor ondernemerscollectieven. Hierbij faciliteren we onder meer dat biz-besturen hun ervaringen delen met ondernemers in gebieden die nog niet of beperkt georganiseerd zijn. We sluiten daarbij aan bij de vraag en behoefte vanuit de ondernemerscollectieven.</i>	Q4 2019	2022
1.2 Subsidie oprichten en doorstart biz <i>Voor het oprichten of doorstarten van een biz kan een subsidie van maximaal € 5.000 respectievelijk € 3.500 worden aangevraagd.</i>	Continu	Continu
1.3 Subsidie oprichten ondernemersvereniging <i>Ondernemers kunnen subsidie van maximaal € 5.000 aanvragen voor het oprichten van een ondernemersvereniging.</i>	Continu	Continu
1.4 Innovatiebudget ondernemerscollectieven <i>Om nieuwe experimentele ondernemerscollectieven-concepten te stimuleren werken we een voorstel uit voor een biz-innovatiebudget. Projecten in het kader van biz-innovatie kunnen betrekking hebben op: - De organisatievorm van ondernemerscollectieven, bijvoorbeeld het opzetten van</i>	Q1 2020	2022



	een samenwerkingsverband tussen verschillende biz'en. - Een sterke en ambitieuze inhoudelijke ambitie van de biz, bijvoorbeeld met betrekking tot duurzaamheid of het aanbod van gezonde voeding in een winkelgebied. - Een gebiedsoverstijgende aanpak door biz'en die ten goede komt aan meer dan alleen de individuele biz'en, bijvoorbeeld een initiatief van meerdere biz'en om jongeren aan het werk te helpen.		
1.5	Aanpak verhogen organisatiegraad in Nieuw-West, Noord en Zuidoost Samen met ondernemers brengen we in kaart waarom er maar weinig actieve en goedlopende ondernemersverenigingen en biz'en zijn in ontwikkelbuurten en welke factoren een rol spelen bij het stimuleren van samenwerkingsverbanden in deze buurten. Daarnaast verkennen we alternatieven voor de huidige vormen van collectief ondernemen. Op basis daarvan werken we een aanpak uit om de organisatiegraad te verhogen in Nieuw-West, Noord en Zuidoost.	2019	2022
1.6	Koplopersgroep ondernemerscollectieven en duurzaamheid Met een groep van vijf koplopers onder de biz'en onderzoeken we hoe ondernemerscollectieven kunnen bijdragen aan een duurzame bedrijfsomgeving. Best practices voor bijvoorbeeld logistiek en afval worden ook via het biz-platform gedeeld.	Q 4 2018	Q2 2020
1.7	Netwerkvorming zzp'ers We faciliteren netwerkvorming onder zzp'ers met online informatie en een netwerk, waarbij we verbinding en samenwerking tussen zzp'ers versterken. Zzp Mokum is inmiddels een zelfstandige stichting en zal eind 2019 op eigen benen staan.	2017	Q4 2019
1.8	Ondernemerscoöperaties We bouwen mee aan een duurzame ondersteuningsstructuur in de wijk voor kleinschalig ondernemerschap en ondernemend participeren.	2017	2022
Straatmanagement en gebiedsgebonden ondernemersinitiatieven			
1.9	Subsidie straatmanagement in Centrum, Oost, West en Zuid Ondernemersverenigingen en biz'en kunnen subsidie aanvragen voor de inzet van straatmanagement in Centrum, Oost, West en Zuid. Het subsidieplafond verschilt per stadsdeel.	Continu	Continu
1.10	Subsidie straatmanagement in Noord, Nieuw-West en Zuidoost In de stadsdelen met ontwikkelbuurten zijn nu geen subsidies voor straatmanagement beschikbaar. Het college stelt voor de komende jaren een budget beschikbaar om ook hier de inzet van straatmanagement te stimuleren.	2020	2022
1.11	Subsidie gebiedsgebonden ondernemersinitiatieven in Centrum, Oost, West en Zuid In Centrum, Oost, West en Zuid kunnen ondernemers maximaal € 5.000 subsidie aanvragen voor gebiedsgebonden ondernemersinitiatieven. De inzetbaarheid van de subsidie en het subsidieplafond verschillen per stadsdeel.	Continu	Continu
1.12	Subsidie gebiedsgebonden ondernemersinitiatieven in Nieuw-West, Noord en Zuidoost In de stadsdelen met ontwikkelbuurten zijn nu geen subsidies voor gebiedsgebonden ondernemersinitiatieven beschikbaar. Het college stelt voor de komende jaren een budget beschikbaar om ook hier gebiedsgebonden ondernemersinitiatieven te stimuleren.	2020	2022
Gebiedsbranding			
1.13	Subsidie gebiedsbranding Ondernemersverenigingen en biz'en kunnen een subsidie van maximaal € 5.000 aanvragen voor het positioneren en profileren van hun gebied.	Continu	Continu
1.14	Doorontwikkelen subsidies straatmanagement, ondernemersinitiatieven en gebiedsbranding.	Q1 2020	2022



<i>Op dit moment is de hoogte van de subsidie voor straatmanagement, ondernemersinitiatieven en gebiedsbranding voor alle ondernemersverenigingen en biz'en gelijk. Dit is onder andere nadelig voor meerdere kleine ondernemersverenigingen en biz'en die zich willen samenvoegen tot één grote ondernemersvereniging of biz. Daarom werken we een voorstel uit om de hoogte van deze subsidies afhankelijk te laten zijn van het aantal leden of heffingsplichtigen.</i>			
1.15	Buurtencampagne <i>De buurtencampagnes van amsterdam&partners brengen het aanbod van verschillende buurten buiten het centrum onder de aandacht van (inter)nationale herhaalbezoekers. Met opkomende buurten, zoals IJburg en Nieuw-West, wordt gekeken naar een langetermijnaanpak. Dit zijn buurten die nog niet voldoende bieden voor bezoekers om minimaal een halve dag in rond te dwalen, maar waar wel interessante dingen gebeuren. Daarnaast zijn er vanuit het programma Amsterdam Impact in alle stadsdelen conscious shopping routes gemaakt om sociale ondernemingen in de buurt te promoten.</i>	Continu	Continu
1.16	24H Ontdek je stad <i>Amsterdam&partners organiseert jaarlijks in meerdere stadsdelen '24H Ontdek je stad'. Deze evenementen zetten een (voor velen minder bekend) deel van de stad 24 uur in de spotlights. Musea, hotels, buurtwinkels, creatieven, ondernemers, bibliotheken, clubs, restaurants en theaters openen hun deuren en organiseren speciale activiteiten voor bewoners uit hun buurt én de rest van de stad. Daarnaast zorgt 24H voor kruisbestuiving tussen ondernemers en instellingen in een gebied.</i>	Continu	Continu
1.17	Amsterdam Made <i>Het community platform Amsterdam Made beheert namens de gemeente het kwaliteitslabel 'Amsterdam Made' voor lokaal en duurzaam geproduceerde producten. Hiermee promoten en ondersteunen we lokale makers.</i>	Continu	Continu
Veiliger ondernemen			
1.18	Platform veilig ondernemen (PVO) <i>Het PVO is een samenwerkingsverband tussen het georganiseerde bedrijfsleven, de Amstelland gemeenten, politie eenheid Amsterdam en het Openbaar Ministerie. De acties van het platform gaan voornamelijk over preventieve maatregelen tegen overvallen, winkeldiefstal, bedrijfsinbraken, cybercrime, horizontale fraude of acties in de openbare ruimte. Het platform zet daarnaast in op actualiteiten waar ondernemers tegen aanlopen.</i>	Q1 2019	Continu

2. Individueel ondernemerschap in buurten versterken

Ondernemerschap is een belangrijke motor voor de economie van onze stad. Ondernemers zorgen voor werkgelegenheid en een deel van hen zet zich specifiek in voor bijvoorbeeld innovatie, duurzaamheid of hun buurt. Een deel van de startende ondernemers weet probleemloos een bedrijfsplan te schrijven, voldoende financiering te vinden en in korte tijd een bloeiende onderneming op te zetten. Voor een ander deel van de startende ondernemers is het echter moeilijker om hun marktpositie te bepalen en een volwaardig inkomen te verwerven. Vanuit de gemeente bieden we deze ondernemers ondersteuning.

Ondersteuning ondernemers

Wanneer het minder goed gaat met een onderneming kunnen ondernemers bij de gemeente advies krijgen. Deze ondersteuning is op dit moment op één plek, in het gebouw van de Kamer van Koophandel, georganiseerd. Tegelijkertijd is er ook een behoefte aan laagdrempelige ontmoetingsplekken, werkplekken en ondersteuning in buurten. Dit is vooral het geval bij kwetsbare ondernemers in Nieuw-West, Noord en Zuidoost.

Ondernemershubs, ook wel groeiplaatsen genoemd, bieden de mogelijkheid om betaalbare bedrijfsruimte te combineren met ondersteuning aan startende en gevestigde ondernemers in de buurt. Hier komen het versterken van lokaal ondernemerschap, co-working spaces, placemaking en economische buurtactiviteiten samen (zie actie 3.3).

Een aantal groepen heeft specifieke aandacht nodig. Zo hebben kunstenaars en creatieven vaak een inkomen onder of tegen de armoedegrens. Daarnaast stellen ze zich vaak nog (te) afhankelijk op van subsidiestromen. Ook veel marktkooplieden hebben extra aandacht nodig. Onder veel van hen is de verdien capaciteit laag. De komende jaren zetten we volop in op het verbeteren van het functioneren van de Amsterdamse markten (zie acties 2.3, 4.9 - 4.10). Onderdeel hiervan is het versterken van ondernemerschap van marktkooplieden. Tot slot biedt ondernemerschap voor statushouders een manier om in het eigen onderhoud te voorzien en een verbinding tot stand te brengen met de buurt.

Speciaal voor anderstaligen met een diverse culturele achtergrond bieden we Engelstalige ondersteuning bij ondernemerschap, waarbij ook uitgebreid aandacht is voor de Nederlandse cultuur van zaken doen. Daarnaast gaan we met ondernemers met een diverse culturele achtergrond in gesprek over hoe de ondersteuning van individuele ondernemers voor deze groepen nog beter kan aansluiten op hun behoeftes.

Startup Amsterdam 2.0

Met dit actieprogramma versterken we het startup en scale-up ecosysteem. We zetten in op projecten en initiatieven langs vijf lijnen:

1. Hulp bij internationaliseren.
2. Inzet op nieuwe technologieën (en de gevolgen ervan).
3. Talent en diversiteit.
4. Netwerkverbindingen.
5. Fysieke groeimogelijkheden.

Actieprogramma Impact Economy

Dit programma richt zich op versterken, stimuleren, faciliteren van de impact economy en het bijbehorende ecosysteem. Het aantal sociale ondernemingen groeit en de sector wordt sterker. We zien dat een deel van het reguliere bedrijfsleven in toenemende mate inzet op het maken van impact en het creëren van maatschappelijke waarde. M.b.t. de buurteconomie worden challenges voor impact ondernemingen gericht op de buurt gestimuleerd en gefaciliteerd. Activiteiten op het gebied van financiering, markttoegang en transitie worden ook op buurtniveau getest en verbonden.



Gemeente Amsterdam

Wat we de komende jaren gaan realiseren:

- Waar nodig bieden we ondernemers ondersteuning bij ondernemerschap.

Wat gaan we daarvoor doen:

Wat	Start	Gereed
Ondersteuning bij ondernemerschap		
2.1 Regulier aanbod ondersteuning bij ondernemerschap - Adviesgesprekken - Coachingstrajecten - Financiële ondersteuning voor ondernemers: lening voor bedrijfskapitaal en tijdelijke aanvulling inkomen. - Vroeg Erop Af voor ondernemers - Schuldhulp, budget coaching en administratieve ondersteuning	Continu	Continu
2.2 Het Fundament 2.0 <i>Startende kunstenaars en creatieven, die niet langer dan drie jaar geleden met hun bedrijf zijn begonnen, begeleiden we bij het professionaliseren en vercommercialiseren van hun bedrijf. Het Fundament zet bij deze begeleiding in op ondernemerschapsvaardigheden en biedt deelnemers de mogelijkheid deze kennis direct toe te passen in de praktijk. In 2017 heeft een pilot met 60 deelnemers plaatsgevonden. Het Fundament 2.0 voeren we samen met de Hogeschool van Amsterdam uit.</i>	2019	2020
2.3 Flankerend beleid voor de ondersteuning van de marktondernemers <i>Waar het aantal marktdagen en -plaatsen verminderd wordt, is er flankerend beleid voor de ondersteuning van de marktkoopliden voor zowel het versterken van ondernemerschap als het afvloeien van ondernemers.</i>	Q3 2019	2021
2.4 Startup buddy Amsterdam <i>Met dit project koppelen we recent gestarte ondernemers met een coachings- of hulpvraag aan ervaren ondernemers. Starters en buddy's kunnen elkaar via een website en social media vinden. Twee keer per jaar wordt er een startup buddy evenement georganiseerd. Eerdere bijeenkomsten trokken 200 deelnemers en leverde 60 samenwerkingen tussen starters en buddy's op.</i>	2019	2020

3. Bedrijfsmilieus in buurten versterken

Er zijn verschillende fysiek-ruimtelijke aspecten die belangrijk zijn voor ondernemers, zoals huisvesting, omgeving en infrastructuur. Bedrijfsmilieus zijn omvangrijk, divers en complex. Vanuit verschillende programma's wordt hieraan gewerkt, bijvoorbeeld bij de inrichting van de openbare ruimte, bereikbaarheid en logistiek. In dit AOP beperken we ons tot de meest urgente vraagstukken en onderwerpen met een sterk economische invalshoek. Deze hebben vooral te maken met de aanwezigheid van voldoende passend aanbod aan bedrijfsruimte. Verder verwijzen we naar de programma's, waaraan vanuit bijvoorbeeld aan logistiek en een toegankelijke stad gewerkt wordt.

Bedrijfsruimte

In Amsterdam is ruimte voor grote kantoren, productiebedrijven, winkels en horeca. Maar er moet ook plek zijn voor de werkplaats van de ambachtslieden, voor de monteur die zijn vak verstaat: de loodgieter en de fietsenmaker.



En voor het autoverhuurbedrijf en de garage voor de Apk-keuring, voor bouwbedrijven, afval- en reinigingsdiensten en voor toeleveranciers. Dit brede scala stadsverzorgende bedrijvigheid zorgt er immers voor dat de stad een volwaardig leefmilieu is.

Kleinschalige bedrijfsruimtes⁴ in buurten zijn essentieel om ondernemerschap en kleinere bedrijven onderdeel van de stad te kunnen laten zijn. Voldoende geschikte kleinschalige bedrijfsruimte is daarom een belangrijk aandachtspunt. Mede met oog op het grote en groeiende aantal starters en de trend tot flexwerken in plaats van of aanvullend op thuiswerken. In de visie Ruimte voor de Economie van Morgen is het uitgangspunt vastgesteld dat de stad gebaat is bij een diversiteit aan werkmilieus, van zzp-wijken tot innovatiedistricten. Een goede functiemenging van wonen en werken en ruimte voor ambachtseconomie en stadsverzorgende bedrijvigheid dragen bij aan leefbare buurten. De bescherming van bedrijfsruimten is noodzakelijk om te voorkomen dat (kleinschalige) bedrijfsruimten in bepaalde buurten verdwijnen. De bescherming van bedrijfsruimtes is mogelijk via het bestemmingsplan, door niet toe te staan dat de functie bedrijfsruimte wordt gewijzigd en door te voorkomen dat corporatiebezit van functie verandert.

Huurprijzen

Stijgende huurprijzen kunnen negatieve gevolgen hebben voor individuele ondernemers en winkelgebieden als geheel. Er is een aantal initiatieven waarmee we kunnen bevorderen dat zelfstandige winkelruimtes met een normale marktprijs beschikbaar blijven:

- Huurrechtondersteuning: het ontbreekt kleine ondernemers vaak aan specifieke juridische kennis over het huurrecht. De gemeente Amsterdam stelt de kennis en ervaring van een advocatenkantoor ter beschikking aan ondernemers- en biz-verenigingen om deze verenigingen voorlichting te geven over de rechten en plichten van huurders en verhuurders, zodat kleine huurders weerbaarder worden bij huurgeschillen.
- Om te voorkomen dat de verkoop van gemeentelijke winkelpanden in het centrum ongewenste negatieve effecten hebben op de winkeldiversiteit en de huurprijs van de zittende en toekomstige ondernemers, worden deze winkelpanden niet op de vastgoedmarkt aangeboden maar tegen taxatiewaarde verkocht aan de vastgoedondernemingen NV Zeedijk en 1012Inc NV. Beide onderschrijven het winkeldiversiteitsbeleid van de gemeente en hierover zijn voorwaarden opgenomen in de verkoop overeenkomst.
- Aanpak ondermijning: soms is er sprake van huurprijzen die waarschijnlijk veel hoger zijn dan de bedrijfsvoering in het winkelpand rechtvaardigt en die een prijsopdrijvend effect hebben op het gehele winkelbestand. In het overleg met de instanties die bevoegdheden hebben te interveniëren, zoals politie, justitie, FIOD en RIEC, dringen we aan op een stevigere inzet op onderzoek naar en aanpak van deze bedrijven waarvan het vermoeden bestaat dat deze als dekmantel dienen voor criminele activiteiten, zoals het witwassen van crimineel verkregen inkomsten.

⁴ Kantoorruimtes van 10 tot 100 m², bedrijfsruimtes van 25 tot 250 m², bedrijfsverzamelgebouwen en woon-werkwoningen.

De mogelijkheden om als gemeente de huurprijzen van winkels te beïnvloeden is echter niet groot. Juridisch gezien heeft de gemeente geen rol in de onderhandelingen tussen een huurder en een verhuurder over een huurprijs. Het gaat hier immers om een privaatrechtelijke afspraak tussen een huurder en een verhuurder. Ook bij het verlengen van een huurcontract speelt de gemeente geen rol. Wetgeving met betrekking tot staatssteun maakt het tevens onmogelijk om als gemeente huursubsidie aan ondernemers te geven of zelf vastgoed aan te kopen en deze met verlies tegen een lagere huurprijs te verhuren.

Ook met bestemmingsplannen is het niet mogelijk om op huurprijzen te sturen, het bestemmingsplan is een ruimtelijk instrument. Hiermee kan bepaald worden welke functies zich kunnen vestigen, niet tegen welke huurprijzen. Huurprijzafspraken liggen bij de marktpartijen op basis van vraag en aanbod van panden waar bepaalde functies zich kunnen vestigen. Wel kan bij een wijziging in een bestemmingsplan het onbedoelde neveneffect optreden dat huurprijzen gelijk blijven of dalen.



Nieuwe Hoogstraat

Ondernemershubs

Ondernemershubs zijn een goede manier om startende ondernemers ruimte en ondersteuning te bieden bij het opstarten van een eigen bedrijf. Ondernemershubs zijn bij voorkeur multifunctioneel en combineren bedrijfsruimte, vergaderruimte, horeca en individuele coachingsprogramma's. Ondernemershub Heesterveld in Zuidoost is de eerste ondernemershub die door Ymere, de gemeente Amsterdam en partners is gerealiseerd.

Het project is tot stand gekomen met financiële ondersteuning uit het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO). De ontwikkeling van deze ondernemershubs kan een goede economische impuls geven aan ontwikkelbuurten. Ze dragen bij aan het verbeteren van het imago van een buurt en bieden laagdrempelige instapmogelijkheden voor ondernemers.

Stadsloods

De Stadsloods loodst ruimtezoekers door de stad en de gemeentelijke regelgeving. Zij begeleidt ondernemingen en organisaties bij het vinden van een geschikte ruimte. In 2017 waren bedrijven, kantoren en horecazaken met 180 ruimtezoekers de grootste categorie. De Stadsloods focust op:

1. advisering over invulling en behoud van maatschappelijk vastgoed,
2. begeleiden van de vestigingsplaatszoektocht van innovatieve, circulaire en duurzame bedrijven die een (nieuwe) vestigingslocatie in (groot) Amsterdam zoeken,
3. begeleiden van sociale ondernemingen en sociale firma's
4. inzet op (regionale) spreiding van grote publiekstrekkingen, zoals toeristische trekpleisters, leisure en commerciële sport.

Broedplaatsen

Passende bedrijfsruimte is ook te vinden in de vorm van broedplaatsen. Broedplaatsen zijn verzamelgebouwen die een basis vormen voor beginnende artistieke talenten. Zij kunnen vanuit hier hun carrière starten als kunstenaars, ambachtelijke eenpitters of creatieve ondernemers.

Broedplaatsen dragen bij aan het gematigde tempo van prijsstijging en aan de revitalisering en aantrekkelijkheid van de buurten. Enerzijds betreden creatieven met weinig geld de buurt en huren een goedkoop atelier in de broedplaats, anderzijds – zo leert de ervaring – start vanuit de broedplaats een programmering met exposities, eigenaardige horeca en pop-up initiatieven, die door haar variëteit aantrekkelijk is voor bestaande buurtbewoners en voor de nieuwe instroom.

Openbare ruimte en bereikbaarheid

De openbare ruimte is een bepalende factor voor de uitstraling en verblijfs sfeer in winkelgebieden. Dat geldt zeker voor de winkelgebieden waar het publiek recreatief winkelt en de verblijfs sfeer belangrijk is. Blijvend onderhoud aan de openbare ruimte is cruciaal voor een goed functionerende buurteconomie.

Agenda Amsterdam Autoluw

Amsterdam werkt aan een Agenda Amsterdam Autoluw 2019 – 2022 met een breed pakket aan maatregelen om de footprint van de auto te verkleinen in ruimtegebruik, in uitstoot en geluid. Manieren om meer ruimte te maken zijn onder andere het verwijderen van 7.000 tot 10.000 parkeerplekken, het verhogen van de parkeertarieven, stimuleren gedeeld vervoer en innovatie in regulering en handhaving met sensoren en camera's. Bestemmingen moeten daarbij voor iedereen toegankelijk blijven en bevoorrading blijft belangrijk als 'bloedsomloop van de stad'.

Stad in Balans

Met het programma Stad in Balans zetten we de komende jaren stevig in op de aanpak van drukte en overlast. Het is de ambitie om een nieuw evenwicht te vinden tussen bezoekers enerzijds en bewoners anderzijds. De bezoeker is welkom, maar de bewoner staat centraal. Hiervoor zetten we in op:

1. Minder overlast.
2. Aantrekkelijke functiemenging.
3. Meer ruimte op straat en op het water.
4. Betere balans in kosten en baten bezoekerseconomie.
5. Duurzame recreatie en voorzieningen.
6. Spreiden van bezoekers.

Strategie voor het goederenvervoer

Gelijktijdig met de Agenda Amsterdam Autoluw werken we aan een strategie voor het goederenvervoer met als inzet robuuste bevoorrading, efficiënter ruimtegebruik, een prettige leefomgeving en helder en duidelijk beleid voor het goederenvervoer.



Wat we de komende jaren gaan realiseren:

- We investeren in een passend aanbod van bedrijfsruimte.

Wat gaan we daarvoor doen:

Wat	Start	Gereed
Passend aanbod van bedrijfsruimte		
3.1 Juridisch advies huurrecht voor ondernemers <i>We organiseren huurrechtbijeenkomsten voor ondernemers- en biz-verenigingen. Hiermee maken we lokale ondernemers weerbaar tegenover verhuurders.</i>	2017	2022
3.2 Kader voor behoud van kleinschalige bedrijfsruimte <i>We ontwikkelen een kader voor behoud van kleinschalige bedrijfsruimte.</i>	2018	Q3 2019
3.3 Ondernemershubs in de wijk realiseren <i>We streven er naar om in stadsdelen met ontwikkelbuurten minimaal één groeiplaats per stadsdeel te realiseren. Dit doen we samen met woningbouwcorporaties.</i>	Q1 2019	2022
3.4 Bedrijvenstrategie <i>We ontwikkelen een bedrijvenstrategie. De strategie geeft aan voor welk type bedrijvigheid Amsterdam de resterende kavels wil reserveren. Daarnaast werken we een strategische lijn 'integreren van bedrijvigheid in woon-werkwijken' uit.</i>	Q3 2018	Q3 2019

4. Economisch aanbod in buurten versterken

Amsterdam heeft de afgelopen jaren ingezet op het gezond houden van winkelgebieden en het beperken van de winkelleegstand. Met succes: de detailhandel in de stad functioneert redelijk tot goed. Omzetten stijgen, het aantal banen groeit en relatief weinig winkels staan leeg.

Ondanks deze positieve ontwikkelingen zijn er ook aandachtspunten voor het economische aanbod in buurten. Het consumentengedrag verandert en mensen kopen steeds meer online. Daarnaast zien we dat de bevolkingssamenstelling in sommige buurten de afgelopen jaren snel veranderd is en het aantal bezoekers aan de stad stijgt. Beide ontwikkelingen hebben effect op het aanbod van winkels, horeca en markten in de buurt. Waar een deel van de bewoners en bezoekers deze ontwikkelingen als positief beschouwt, is een deel van de oude bewoners in een buurt soms minder blij met verandering in het economisch aanbod in buurten.

Woningbouwcorporaties en vastgoedeigenaren zijn belangrijke partners in onze aanpak voor gezonde winkelgebieden. In het kader van de straatgerichte aanpak diversiteit winkelaanbod wordt er al met vastgoedeigenaren samengewerkt. Daarnaast zijn er in de gebieden goede voorbeelden waar de gemeente en corporaties de handen ineenslaan voor een diverse wijk, zoals bij de Dapperbuurt. Hier geldt een integrale aanpak voor de markt, winkel- en bedrijfsruimte.

Markten

De Amsterdamse warenmarkten zijn een belangrijk onderdeel van de buurteconomie, voor het kopen van de dagelijkse boodschappen, ondernemerschap én als ontmoetingsplek in de buurt. De functie van de markten staat echter onder druk, door een kwantitatieve of kwalitatieve mismatch en/of onvoldoende ondernemerschap en organisatie. Om het voortbestaan van Amsterdam als marktstad te waarborgen en te stimuleren is op 19 september 2018 de Marktvisie Amsterdam 2018-2026 vastgesteld. De Marktvisie zet in op het evenwichtig spreiden van warenmarkten en het behouden van de grote verscheidenheid aan bijzondere themamarkten voor niet-dagelijkse benodigdheden.



De markt in Ganzenpoort in Zuidoost

Diversiteit winkelaanbod

Het is niet realistisch om in iedere buurt een zelfstandige bakker of slager na te streven. Zowel in Amsterdam als in de rest van Nederland leiden ontwikkelingen in het koopgedrag ertoe dat het draagvlak voor veel zelfstandige speciaalzaken en ketens afneemt. Desondanks streven we naar gevarieerde en aantrekkelijke winkelgebieden. Daarbij kijken we naar een combinatie van detailhandel en ambulante handel.

De aanpak voor het versterken van de winkeldiversiteitsaanpak in Centrum verbreden we daarom naar winkelgebieden in Oost, West en Zuid. De aanleiding voor inzet op het behoud van winkeldiversiteit of de oorzaak voor het minder aantrekkelijk worden van winkelgebied verschilt per gebied. De aanpak begint bij een gedegen analyse en is altijd maatwerk in samenwerking met ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners.

BIJONS.amsterdam

Het platform BIJONS.amsterdam is ontwikkeld om de vind- en zichtbaarheid van de lokale, Amsterdamse winkels en ondernemers te vergroten. Het platform brengt hun aanbod in een online omgeving bij elkaar. Lokale MKB'ers bieden hun producten hier ook online aan.

Sinds oktober 2017 geldt in het Centrum een verbod op de vestiging van nieuwe toeristenwinkels. In december 2018 heeft de Raad van State uitgesproken dat dit verbod niet in strijd is met de Europese Dienstenrichtlijn. Meer concreet betreft het winkels en voorzieningen waarvan kan worden vastgesteld dat ze zich voornamelijk richten op toeristen en dagjesmensen, winkels die etenswaren voor directe consumptie aanbieden en mengformules bij winkels die voedsel verkopen. Voorbeelden van zaken waarvan er niet meer bij mogen komen, zijn ticketshops, fietsverhuurbedrijven en attracties. Ook winkels die eten voor direct gebruik verkopen (zoals ijs, wafels en donuts) en tafels en stoelen in winkels die voedsel verkopen zijn niet meer toegestaan.



Utrechtsestraat

Horeca

De horeca is een bloeiende economische sector. De stad wordt drukker, het consumentengedrag verandert en de relatie tussen horeca, detailhandel, cultuur en dienstverlenende functies verandert mee. Dat uit zich in een grotere vraag naar horeca, meer gebruik van de openbare ruimte door terrassen, en ook in de vervaging tussen en de vermenging van functies. Dit zijn trends en ontwikkelingen in de sector waar huidige regelgeving en beleid onvoldoende in voorziet.

Perifere detailhandel

Daarnaast is aandacht nodig voor de perifere winkels: de doe-het-zelf bouwmarkten en woonboulevards (PDV). Deze locaties kampen met leegstand, een verouderde uitstraling en staan soms onder druk, doordat zij liggen in een gebied waar verdichting en transformatie moet leiden tot een gemengde woon-werkwijk. Het college stelt een kader op voor de perifere detailhandel in Amsterdam, waarmee deze locaties een ontwikkelperspectief hebben.

Toekomstbestendige winkelgebieden met weinig winkelleegstand

Met leegstand spelen er twee zaken. De winkelleegstand daalde in 2018 voor het vierde jaar op rij naar gemiddeld 3,4%. Nog lagere leegstand is niet wenselijk, want dat verhindert een gezonde doorstroom in de markt. Tegelijkertijd is er structurele leegstand in een beperkt aantal winkelgebieden. De praktijk leert dat het oplossen van problemen in winkelgebieden vaak vraagt om een lange adem, betrokkenheid en continue inzet van betrokken partijen. Er is geen blauwdruk voor een succesvol winkelgebied. Er zijn overeenkomsten, maar elk winkelgebied heeft ook haar eigen specifieke kwaliteiten, kansen en problemen. Op basis van een goede analyse kunnen en worden passende maatregelen en initiatieven ondernomen, samen met partners in de buurt. In het detailhandelsbeleid is een checklist opgenomen hoe de toekomstbestendigheid van een winkelgebied beoordeeld kan worden. Daarnaast biedt dit beleid de mogelijkheid om lang leegstaande winkels om te zetten naar andere publiekstrekkende functies. Hiermee kan het lege winkelpand gevuld met een economische of maatschappelijke activiteit die past bij de veranderende behoefte in de buurt.

Detailhandel en ontwikkelbuurten

In Noord, Zuidoost en Nieuw-West is sprake van forse gebiedsontwikkeling door transformatie en verdichting (vanuit Koers 2025). Dit betekent een aanzienlijke bevolkingstoename die vragen met zich meebrengt over de planning van commerciële voorzieningen als detailhandel, horeca, leisure en dienstverlening in deze gebieden. Welke plekken lenen zich voor uitbreiding van commerciële voorzieningen? Wat is de strategie ten aanzien van bestaande winkelgebieden? Kunnen de stadsdeelcentra Osdorpplein, Buikslotermeerplein én Amsterdamse Poort (allemaal) groeien? In ontwikkelbuurten zien we dat winkelstrips kampen met veranderingen van functies in de plinten en daarmee een soms onsamenhangende branchering. De buurtstrip lijkt daarmee zijn glans te hebben verloren. Dit gaat ten koste van de leefbaarheid en deze winkelgebieden verliezen daarmee ook vaak een ontmoetingsfunctie voor de buurt.

Winkeltoegankelijkheid

We willen dat iedere Amsterdammer boodschappen in de buurt kan doen. Daarom moeten de gemeente, bewoners en ondernemers de winkels in de stad zo toegankelijk mogelijk maken voor mensen met een beperking.

Voortgangsrapportage Toegankelijkheid

De voortgangsrapportage Toegankelijkheid rapporteert jaarlijks aan de raad over de acties, over alle disciplines heen, die we als stad nemen - en over de ambities voor het komend jaar - om de fysieke en sociale toegankelijkheid te verbeteren.



Wat we de komende jaren gaan realiseren:

- We verhogen de kwaliteit van winkelgebieden.
- We zetten in op het behoud van de diversiteit van het winkelaanbod.
- We zetten in op markten en straathandel passend bij de buurt.
- We zetten in op horeca passend bij de buurt.

Recentelijk zijn er door de gemeenteraad drie belangrijke kaders vastgesteld die het uitgangspunt vormen van veel van de maatregelen en acties die in de komende jaar genomen worden:

- Eind 2017 heeft de gemeenteraad het **detailhandelsbeleid 2018 – 2022** vastgesteld. Amsterdam kiest hiermee voor dagelijkse boodschappen op loopafstand en sterke winkelgebieden verspreid over de stad, voor weinig leegstand en een divers winkelaanbod. Dat betekent selectief ruimte voor uitbreiding van winkels en het kunnen omzetten van winkels naar andere functies als het toekomstperspectief voor de winkel ontbreekt.
- In september 2018 heeft de gemeenteraad de **Marktvisie Amsterdam 2018 – 2026** vastgesteld. Met deze visie zetten we in op maatregelen om de vraag en aanbod van marktplaatsen in evenwicht te brengen, de kwaliteit op markten te verbeteren en op sterker ondernemerschap.
- Voor straathandel, dat zijn kiosken en staanplaatsen op straat, heeft de gemeenteraad in 2018 een **kader voor verkooppunten in de openbare ruimte** vastgesteld. Dit is een ruimtelijk-economisch kader waarin staat waar deze vormen van verkoop in de openbare ruimte gewenst zijn in bijvoorbeeld woonwijken, bedrijventerreinen, parken en transformatiegebieden.

Wat gaan we daarvoor doen:

Wat		Start	Gereed
Kwaliteit winkelgebieden			
4.1	Ontwikkelperspectief voor PDV-locaties	2018	Q4 2019
	<i>We maken een ontwikkelperspectief voor perifere detailhandelsvestingen. Hierin worden bestuurlijke keuzes en mogelijke maatregelen voorgesteld voor toekomstbestendige PDV-locaties.</i>		
4.2	Beleidskeuzes commerciële voorzieningen Noord, Zuidoost en Nieuw-West	Q1 2019	Q3 2019
	<i>We onderzoeken de draagkracht voor commerciële voorzieningen in Noord, Zuidoost en Nieuw-West en vertalen deze in een visie met nadere beleidskeuzes.</i>		
4.3	Beleid avondwinkels	2018	2020
	<i>Avondwinkels zijn aangemerkt als schaarse vergunning, waardoor het beleid moet worden aangepast. Daarbij hebben we ook aandacht voor gebiedsgericht maatwerk.</i>		
4.4	Retailloods	2018	2022
	<i>De retailloods assisteert gewenste winkelformules bij vestiging in Amsterdam en biedt ondersteuning in de aanpak van (hardnekkige) leegstand in winkelgebieden. De retailloods richt zich op het aantrekken van internationale winkelformules die een positieve toevoeging op het huidige winkelaanbod kunnen zijn.</i>		
4.5	Onderzoek Stadsdeelcentra	Q1 2019	Q3 2019
	<i>In de Detailhandelsvisie is aangegeven dat een keuze wordt gemaakt welk stadsdeelcentrum de mogelijkheid heeft om zich te ontwikkelen tot een regionaal</i>		



	winkelcentrum.		
	Diversiteit winkelaanbod		
4.6	Straatgerichte aanpak diversiteit winkelaanbod door samenwerking met vastgoedeigenaren en ondernemers in Centrum <i>In deze aanpak worden verschillende instrumenten ingezet, bijvoorbeeld het formuleren van een gezamenlijk straatvisie met een brancheringsplan.</i>	2017	2022
4.7	Uitbreiden van de straatgerichte aanpak naar Oost, West en Zuid <i>In een aantal winkelgebieden in Zuid, Oost en West is onderzocht of er ook sprake is van verandering in het winkel- en horeca-aanbod in relatie tot bezoekerstoename en verandering in de bevolkingssamenstelling in omliggende buurten. Zo ja, dan wordt voor deze gebieden gefaseerd een straatgerichte aanpak gestart die is gericht op het versterken of behouden van aantrekkelijke winkelgebieden.</i>	Q1 2019	2022
4.8	Factsheets winkeldiversiteit Nieuw-West <i>Nieuw-West kent een aantal gebieden waar sprake lijkt van een verschraving van het winkelaanbod. De oorzaak en aard is echter anders dan in de centrumgebieden en lijkt vooral samen te hangen met eenzijdige branchering, het verdwijnen van winkels of aanbod specifiek gericht op het discount segment. Samen met het stadsdeelbestuur identificeren we een aantal straten waar we de verandering in het winkelaanbod onderzoeken (factsheets), om op basis daarvan straatgerichte interventies te bepalen.</i>	2020	2020
	Markten en straathandel		
4.9	Gebiedsgerichte uitwerking Marktvisie <i>We maken een gebiedsgerichte uitwerking van de Marktvisie Amsterdam 2018 – 2026, zodat bewoners markten in hun buurt hebben en non-food themamarkten die een functie voor de hele stad hebben.</i>	2018	2020
4.10	Actualisatie Marktverordening <i>In 2019 wordt de Marktverordening uit 2016 technisch herzien, om uitvoeringsproblemen op te lossen.</i>	Q1 2019	Q4 2019
4.11	Beleidskader verkooppunten in de openbare ruimte <i>Het kader voor verkooppunten in de openbare ruimte wordt aangevuld met voorstellen voor regelgeving en beprijzen.</i>	2019	2020
4.12	Gebiedsgericht beleid commerciële activiteiten in de openbare ruimte <i>Er wordt overkoepelend beleid gemaakt voor commerciële activiteiten in de openbare ruimte (bestuursopdracht gebiedsgericht beleid commerciële activiteiten in de openbare ruimte). Hieronder vallen winkeluittallingen, gidsen, straatmuzikanten en flyereren.</i>	2018	Q1 2020
	Horeca		
4.13	Gebiedsgericht horeca- en terrassenbeleid <i>Voor horeca is een duidelijke, integrale kaderstelling nodig vanuit de opgave, kansen en knelpunten in de stad. Om die reden heeft het college op 13 maart 2018 ingestemd met de bestuursopdracht 'Gebiedsgericht horeca- en terrassenbeleid'.</i>	Q4 2018	Q4 2019

4 Onderzoek & rapportage

4.1 Onderzoek

We verzamelen het hele jaar door data over de (buurt)economie. De laatste cijfers zijn altijd terug te vinden in het Dashboard Kerncijfers Gebieden van OIS. Hier worden op verschillende schaalniveaus (stad, stadsdelen, gebieden, wijken, buurten en winkelgebieden) actuele en historische data gebundeld met betrekking tot bedrijvigheid. Dit is een belangrijk instrument om te monitoren hoe het met de economie in verschillende buurten gaat. Het dashboard biedt bijvoorbeeld data op buurtniveau over de voorraad van kleinschalige bedrijfsruimtes, het aantal horecavestigingen en het aantal werkzame personen in de detailhandel.

Daarnaast voeren we een aantal onderzoeken uit naar specifieke thema's in het kader van de buurteconomie:

- Elke twee jaar, in 2019 en in 2021, voeren we de Ondernemerspeiling uit. Deze peiling brengt onder andere het oordeel van ondernemers over het lokale ondernemingsklimaat en hun bedrijfsomgeving in kaart. Daarnaast omvat het vragen over de gemeentelijke dienstverlening aan ondernemers en het economische beleid van de gemeente. De Ondernemerspeiling maakt deel uit van het landelijk onderzoek van VNG Realisatie⁵, waar Amsterdam ook in 2015 en 2017 aan heeft meegedaan.
- Er wordt jaarlijks onderzoek gedaan naar de stijging en daling van winkelhuren (commercieel onroerend goed) in de winkelgebieden in de stad.
- Jaarlijks wordt de Barometer Winkelleegstand opgesteld, waarmee in kaart wordt gebracht hoe hoog de leegstand is in de (winkel)verkooppunten in Amsterdam.
- Elke twee jaar onderzoeken we in de Monitor markten Amsterdam de mate van bezoek en waardering voor de Amsterdamse markten.

Over de resultaten van deze onderzoeken wordt in de halfjaarlijkse voortgangsbrief van het AOP gerapporteerd.

Daarnaast nemen we als gemeente deel aan een aantal grote onderzoeksprojecten met betrekking tot ondernemerschap en buurteconomie:

- Samen met de Hogeschool van Amsterdam nemen we deel aan het Europese Interreg project ABCitiEs. Hierin doen we samen met andere Europese overheden onderzoek naar area based collaborative entrepreneurship (ABCE). Het doel van het project is om innovatieve en effectieve beleidsinstrumenten te ontwikkelen voor het faciliteren en stimuleren van samenwerkingsverbanden tussen ondernemers in een gebied. Deze samenwerking zal bijdragen aan het concurrentievermogen van het midden- en kleinbedrijf en verbetering van de sociaaleconomische situatie in Europese steden.
- We nemen deel aan het fieldlab van de Hogeschool van Amsterdam over ondernemend participeren vanuit de wijk. Dit fieldlab onderzoekt hoe een duurzame

⁵ Het voormalige Kwaliteitsinstituut Nederlandse Gemeenten (KING).



ondersteuningsstructuur in de wijk voor kleinschalig ondernemerschap en ondernemend participeren gecreëerd worden. Er is daarbij aandacht voor werkzame interventies in de wijk om mensen naar werk en ondernemerschap toe te leiden.

4.2 Rapportage

Het AOP is een dynamisch programma en wordt constant aangevuld met nieuwe inzichten en initiatiefvoorstellen, amendementen en moties van de gemeenteraad. Twee keer per jaar verschijnt er een voortgangsbrief over de stand van zaken van bestaande en nieuwe maatregelen, resultaten en onderzoeken. Daarnaast informeren we ondernemers en Amsterdammers onder andere in de nieuwsbrief 'Ondernemen in Amsterdam' over initiatieven, actualiteiten en resultaten van het AOP.



Osdorpplein

5 Financiën

Een deel van de maatregelen in het Amsterdams Ondernemers Programma wordt uit de bestaande begroting gedekt. De ambities in het programma vragen daarnaast op onderdelen om extra budget. Hieronder is per doelstelling een budget gealloceerd. De werkelijke kosten kunnen anders uitvallen.

	2019	2020	2021	2022	Totaal
Doelstelling 1. Samenwerking van ondernemers in en met de buurt versterken					
1.1 Biz-platform	50.000	80.000	80.000	80.000	290.000
1.4 Innovatiebudget ondernemerscollectieven		60.000	60.000	60.000	180.000
1.5 Aanpak verhogen organisatiegraad in Noord, Nieuw-West en Zuidoost	70.000	70.000	70.000	70.000	280.000
1.10 Subsidie straatmanagement voor een biz of ondernemersvereniging in Noord, Nieuw-West en Zuidoost		90.000	90.000	90.000	270.000
1.12 Subsidie gebiedsgebonden ondernemersinitiatieven voor Nieuw-West, Noord en Zuidoost.		60.000	60.000	60.000	180.000
Totaal					1.200.000
Doelstelling 3. Passend aanbod van bedrijfsruimte					
3.3 Ondernemershubs in de wijk realiseren	50.000	50.000	50.000	50.000	200.000
Doelstelling 4. Passend aanbod van bedrijfsruimte					
4.7 Uitbreiden van de straatgerichte aanpak diversiteit winkelaanbod naar West, Zuid en Oost	50.000	50.000	50.000	50.000	200.000
TOTAAL	220.000	460.000	460.000	460.000	1.600.000