



Eindrapport

18 november 2009

**Een product van:**

Bureau Stedelijke Planning bv  
Silodam 1E  
1013 AL Amsterdam  
020 – 6254267  
[www.stedplan.nl](http://www.stedplan.nl)  
[info@stedplan.nl](mailto:info@stedplan.nl)

Team Detailhandel en Leisure:

- Aart Jan van Duren
- Dorinda Nieto Pazos
- Paula van Wolfswinkel

**In opdracht van:**

Stadsregio Amsterdam

De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor dit document is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 2009.A.558

Referentie: Stadsregio Amsterdam onderzoek effecten zondagsopenstelling

## Inhoudsopgave

Inleiding	4
1. Economische effecten van de koopzondag	6
2. Van open mogen naar daadwerkelijk open gaan	10
3. Indicatieve analyse van de regionale effecten	14
4. Conclusies	17
Bijlage	18

## Inleiding

Begin september jongstleden heeft Lodewijk Asscher, wethouder Economische Zaken van de gemeente Amsterdam, namens het college aan de gemeenteraad medegedeeld dat het College van B&W besloten heeft om:

- de bevoegdheid om een toeristisch regime in te stellen, zoals bedoeld in de Winkeltijdenwet, te verschuiven van de stadsdelen naar de centrale stad;
- het toeristisch regime middels een centraal-stedelijke verordening in geheel Amsterdam in te stellen, waardoor ondernemers iedere zondag open mogen gaan.

De overwegingen daarbij zijn dat het College Amsterdam in zijn geheel beschouwt als een toeristische stad, dat het een positief effect verwacht op de economie en in het bijzonder de werkgelegenheid, en dat het een positief effect heeft op de kwaliteit van leven in de stad voor zowel bewoners als bezoekers. Bovendien zorgt het vrijgeven volgens het College voor een gelijk speelveld voor alle ondernemers, en neemt het ongelijke concurrentie tussen ondernemers in verschillende (stads)delen weg.

De regiogemeenten die deel uitmaken van de Stadsregio Amsterdam (SRA) vrezen echter negatieve gevolgen voor de winkels binnen hun gemeentegrenzen, die niet of slechts sporadisch op zondag open zijn. Om deze reden is op bestuurlijk niveau afgesproken dat de mogelijke effecten van de Amsterdamse zondagopenstelling op de andere gemeenten in de Stadsregio onderzocht moeten worden. De Stadsregio heeft Bureau Stedelijke Planning gevraagd dit onderzoek uit te voeren.

In dit verkennende onderzoek staat een tweetal vragen centraal:

1. Van welke branches, type winkels en winkelcentra in Amsterdam mag indicatief verwacht worden dat zij ook daadwerkelijk elke zondag open zullen gaan?
2. Wat zijn in indicatieve zin de effecten van de opening op zondag van deze branches, winkels en centra voor de gemeenten in de stadsregio?

Gelet op de beperkte tijdspanne die voor het onderzoek beschikbaar was, hebben wij gekozen voor een gericht onderzoek, waarbij de steekwoorden zijn: (1) referenties c.q. lessen uit ervaringen elders en (2) verwachtingen, opvattingen en opinies van betrokkenen en deskundigen.

Wij hebben ons in ons onderzoek gericht op die branches, winkels en centra die door hun ligging en/of verzorgingsbereik een effect kunnen hebben op de detailhandel in de omliggende gemeenten. Hierbij maken we onderscheid in de volgende groepen, waarvan we op voorhand mogen aannemen dat hier a) de bereidheid het grootst is om op zondag open te gaan en/of b) de mogelijke effecten op de regiogemeenten het grootst zijn:

- Supermarkten;
- Bouwmarkten, tuincentra en grootschalige woninginrichters;
- Stadsdeelcentra (Boven 't IJ, Groot Gelderlandplein, Osdorpplein, Amsterdamse Poort);
- Centra met een speciale functie: Villa Arena, Arena Boulevard.

Op grond van de gesprekken met betrokkenen en deskundigen is deze aanname overigens steeds kritisch getoetst.

## Leeswijzer

Dit onderzoeksrapport kent de volgende opzet. In hoofdstuk 1 wordt een resumé gegeven van bestaand onderzoeksmateriaal naar de economische effecten van verruiming of beperking van de zondagopenstelling, waaronder de recent verschenen studie van het Centraal Planbureau (september 2009). In dit hoofdstuk wordt met gebruikmaking van deze studies een aantal conclusies geformuleerd aangaande het economische effect van verruiming van de openingstijden. In hoofdstuk 2 wordt vervolgens indicatief de vraag beantwoord welke branches, type winkels en winkelcentra in Amsterdam naar verwachting ook daadwerkelijk elke zondag open zullen gaan. Daartoe wordt enerzijds de blik gericht op de gemeente Den Haag, waar sinds 2006 de mogelijkheid geldt tot openstelling van alle winkels op zondag, ook buiten de binnenstad en Scheveningen, op grond van het toeristisch regime. Anderzijds wordt op grond van de ervaringen nu in Amsterdam en de opvattingen van deskundigen en betrokkenen een beredeneerde aanname gedaan hoe dit naar verwachting voor Amsterdam zal gelden. In hoofdstuk 3 wordt met de kennis van hoofdstuk 1 en 2, en aangevuld met de ervaringen en verwachtingen van direct betrokkenen een indicatief antwoord gegeven op de vraag wat de effecten zijn van de opening op zondag van deze branches, winkels en centra voor de gemeenten in de stadsregio.

# 1. Economische effecten van de koopzondag

In dit hoofdstuk wordt bestaand onderzoeksmateriaal naar de economische effecten van verruiming van de winkeltijden en van beperking van de zondagopenstelling geanalyseerd. Onderscheid wordt gemaakt tussen effecten op de omzet en effecten op de werkgelegenheid. Tevens wordt een onderscheid gemaakt tussen onderzoeken waarin de effecten onderzocht werden van de verruiming op werkdagen (tot later dan 18.00 uur), midden jaren negentig (in 1.1) en het effect van de verruiming van de zondagsopenstelling (1.2).

## 1.1 Verruiming winkeltijden

### Effecten op de omzet

- Het **Centraal Planbureau (CPB)** geeft in het rapport 'economische effecten van liberalisering van winkeltijden in Nederland' uit 1995 een theoretische onderbouwing van hoe verruiming van winkeltijden tot omzettoename kan leiden. De omzontwikkeling categoriseren ze langs drie lijnen:
  - **Substitutie binnen de detailhandel:** winkels die hun tijden beter weten af te stemmen op de wensen van de consumenten zullen meer omzet genereren ten koste van winkels die dat minder goed doen;
  - **Substitutie met andere bedrijfstakken:** omzetsijging in supermarkten zou bijvoorbeeld ten koste kunnen gaan de horeca (zelf koken vs. afhalen);
  - **Autonome omzetgroei:** de totale detailhandelsomzet neemt toe. Mensen geven meer uit aan winkelen omdat hier nu meer tijd voor is. Het 'funshoppen' neemt toe en de impulsaankopen daarmee ook.

Op basis van buitenlandse onderzoeken werd geconcludeerd dat een 'autonome' stijging van de detailhandelsomzet bescheiden zal zijn. Het CPB voorspelde in 1995 een positief effect op de detailhandelsomzet van circa 0,4%. Substitutie zou een grotere component vormen.

Door het CPB werd in 1995 verondersteld wordt dat **grotere** detailhandelsbedrijven zich beter kunnen aanpassen aan de verruiming van de winkeltijden dan **kleinere** bedrijven. Dit omdat grootwinkelbedrijven efficiënter met arbeid omgaan en lagere prijzen hanteren. Het grootwinkelbedrijf zal meer gebruik maken van openstelling en op die manier extra omzet genereren. Dit kan leiden tot verschuivingen van omzet van kleinere naar grotere segmenten en mogelijk een dynamiek in de sectorstructuur naar grootteklassen. Vooral kleine winkels die zich weinig onderscheiden in termen van beschikbaarheid of assortiment ten opzichte van het grootwinkelbedrijf hebben onmiskenbaar terrein moeten prijsgeven. Met name de kleinere supermarkten worden met problemen geconfronteerd.

- In 1997 (*KPMG; Effecten van de winkeltijdenwet*) en 1998 (*Research voor Beleid- in opdracht van het HBD-; effecten van de nieuwe winkeltijdenwet op detailhandel*) vonden de eerste evaluaties van de verruiming van de winkeltijdenweg plaats en kwam het volgende naar voren:
  - Winkeliers in de **niet-gespecialiseerde branche** (warenhuizen, supermarkten) signaleerden positieve omzeteffecten als gevolg van de verruiming van winkeltijden;
  - Voedingspecialzaken ondervonden negatieve effecten;
  - KPMG achtte het aannemelijk dat de omzetwinst van de supermarkten ten koste was gegaan van de voedingspecialzaken, die vasthouden aan de oude tijden;

- De **woonbranche** en de **doe-het-zelf branche** zagen hun omzet stijgen in de avond en op zondag, maar dalen op de oude tijden (doordeweeks);
  - KPMG gelooft dat de verlenging van winkeltijden omzet van de **supermarkten** ten koste van de **horeca** heeft bewerkstelligd.
- In 2006 heeft de **B&A groep** in opdracht van het ministerie van Economische Zaken de verruiming van de winkeltijden nogmaals geëvalueerd. Door ingrijpende processen die zich tussen 1996 en 2006 hebben voltrokken, zoals de economische recessie, branchevervaging, schaalvergroting, automatisering en de supermarktenoorlog, wordt wel opgemerkt dat het moeilijk is om de specifieke effecten van de verruiming van de winkeltijden te identificeren. De belangrijkste uitkomsten van het onderzoek van de B&A groep waren:
    - Tussen 1995 en 2003 heeft vooral in de **foodsector** omzetgroei in het grotere segment plaatsgevonden. Ook in de **non-foodsector** heeft de omzetgroei grotendeels in het grootwinkelbedrijf plaatsgevonden, maar ook deels in het midden- en kleinbedrijf. Aangenomen mag worden dat de verruiming van de openingstijden hier van invloed op is geweest, hoewel de mate van invloed niet bepaald kan worden;
    - Als gevolg van deze omzetfluctuatie is het aantal kleine winkels in de **foodsector** tussen 1995 en 2003 afgenomen met 24%. In de **non-foodsector** is het aantal kleine winkels met 6% gedaald. Ook hier geldt dat de verruiming van de openingstijden van invloed is geweest, maar dat de mate van invloed niet bepaald kan worden;
    - **Grotere winkels** zijn beter in staat om de mogelijkheden die de wet biedt, te benutten (o.a. door beschikbaarheid personeel). Het gevolg is dat in omzettermen de verruiming van de winkeltijden vooral positieve gevolgen heeft voor de grote winkels. Verruiming winkeltijden is dus van invloed op de concurrentieverhoudingen tussen verschillende typen winkels;
    - Uit een enquête bleek dat winkeliers openingstijden tussen regiogemeenten ervaren als oneerlijke concurrentie omdat het zorgt voor ongelijke concurrentieverhoudingen. Deze oneerlijke concurrentie wordt overigens meer 'ervaren' door grootwinkelbedrijven dan door kleine en middelgrote winkels, meer door supermarkten en meer door franchisers;
    - Ook bleek uit deze enquête dat 80% van de winkeliers van mening is dat verlenging van de winkeltijden niet tot extra omzet leidt: dit geldt voor zowel het klein, midden en grootbedrijf. Het midden- en grootbedrijf reageert positiever dan het kleinbedrijf. Van de grootwinkelbedrijven zegt 37% dat verruiming tot omzetstijging zal leiden.

### Effecten op de werkgelegenheid

- Het eerder genoemde onderzoek van het **CPB** uit 1995 gaat uit van een positief effect op de werkgelegenheid. Het onderzoek stelt dat werkgelegenheid wordt bepaald door het productievolume en de arbeidsintensiteit van de productie. Een verruiming van de openingstijden kan de arbeidsintensiteit van de productie verhogen en op die manier de werkgelegenheid positief beïnvloeden;
- Een deel van de toename van de werkgelegenheid in de detailhandel gaat ten koste van werkgelegenheid in o.a. de horeca;
- Oude onderzoeken van het **EIM** (*Nieuwe winkeltijden in Nederland, gevolgen voor de werkgelegenheid, 1997*) en **Research voor Beleid** (*Effecten nieuwe winkeltijdenwet op de detailhandel, 1997*) temperen deze verwachting van het CPB. Verruiming van openingstijden zal leiden tot een lichte toename van de werkgelegenheid. Deze toename is volgens hen niet gelijk in elke branche. Zij stellen dat de toename voornamelijk plaatsvindt bij **bouwmakten** en **supermarkten** (parttimers en hulpkrachten). Deze maakten een aanzienlijk groei door in termen van omzet en werkgelegenheid.

Andere werkgelegenheidseffecten waren niet ter herleiden omdat deze te diffuus en te moeilijk te isoleren waren.<sup>1</sup>

## 1.2 Zondagsopenstelling

### Effecten op de omzet bij zondagsopenstelling

- Het CPB (*De economische gevolgen van de beoogde aanpassing van de Winkeltijdenwet, 2009*) stelt dat de effecten van de koopzondag op de omzet sterk samenhangen met de alternatieven die de consument heeft. Het CPB onderscheidt alternatieven in de volgende drie dimensies:
  - **Tijd:** consumenten kopen bij dezelfde winkel op een koopzondag in plaats van een andere dag van de week;
  - **Bedrijfstak:** men koopt een product met geld dat anders in een andere bedrijfstak dan de detailhandel zou zijn uitgegeven (substitutie met andere bedrijfstakken);
  - **Afstand:** de consument koopt bij hetzelfde type winkel, maar in een gemeente met koopzondag (substitutie binnen detailhandel). Consumenten wijken uit naar gemeenten die wel een koopzondag hebben.
- Het CPB redeneert in dit rapport ook dat winkelketens bij meer zondagopenstelling hun schaalvoordelen meer kunnen benutten en er in omzet op vooruit zullen gaan, ten nadele van de kleine winkels. Er zullen verschillen ontstaan tussen **kleine** en **grote** winkels;
- Zoals eerder gezegd zal aanpassing van openingstijden anders uitpakken voor bedrijven in **de foodsector** dan in de **non-foodsector**;
- Het effect op de totale omzet in Nederland is beperkt. Dit komt door het substitutie-effect;
- Tot slot zal in de gemeenten die koopzondagen hebben, de marktmacht groter worden ten opzichte van winkels in de gemeenten met minder koopzondagen;
- Het CPB-onderzoek heeft overigens niet de werkelijke omzet van winkels op koopzondagen gemeten omdat deze niet beschikbaar was. Bovenstaande zijn aannames.
- Uit onderzoek van **BRO** (*Grenzeloos winkelen, 2007; Gemeente Venlo: verruiming koopzondagen?, 2007*) bleek ten aanzien van de effecten van de zondagsopenstelling het volgende:
  - 34% van de uitgaven die op zondag worden gedaan, kunnen gezien worden als **extra uitgaven**. Dit zijn uitgaven die anders niet zouden worden gedaan of uitgaven die anders terecht zouden komen in andere sectoren, zoals in de horeca of bij vrijetijdsvoorzieningen. De overige bestedingen (66%) zijn bestedingen die door de consument verschoven worden naar de zondag;
  - Omzetcijfers op koopzondagen zijn sterk afhankelijk van de vestigingslocatie, branche en de organisatievorm;
  - **Horeca- en grootwinkelbedrijven** ervaren voornamelijk een omzetsijging en het **midden- en kleinbedrijf** juist een omzetsdaling Dit komt omdat in het MKB de

<sup>1</sup> Belangrijke oorzaak van de totaal andere uitkomst van de onderzoeken is een andere inschatting van de reacties van winkeliers op de ruimere mogelijkheden. Het EIM schat in dat de winkeliers gemiddeld nog niet eens een uur langer per week open zullen zijn dan nu het geval is. Daarbij baseert het instituut zich onder meer op een winkeliers-panel. Het CPB verwacht dat de winkeliers aanzienlijk meer gebruik zullen maken van de nieuwe mogelijkheden: gemiddeld zullen winkels 5 uur langer open zijn dan nu het geval is. "En dat is nog een voorzichtig uitgangspunt" aldus een woordvoerder van het CPB. Zeker in dicht bevolkte gebieden zullen de winkels langer open blijven, meent het CPB. Die verwachting baseert ze op de praktijk elders. Daarbij wordt rekening gehouden met het gegeven dat winkeliers sterk op elkaar reageren. Door de hoge winkeldichtheid in Nederland per vierkante kilometer is dat effect hier groter dan in andere landen, denkt het CPB. En er is nog een belangrijk verschil tussen beide onderzoeksinstellingen: de arbeidsproductiviteit. Als de winkels langer open zijn, wordt het rustiger op de winkelvloer en daalt dus de arbeidsproductiviteit van de werknemers, meent het CPB. Het EIM ziet dat andersom: de piekuren worden minder druk als de winkels langer open zijn, waardoor winkels met minder personeel toekunnen. Oftewel de arbeidsproductiviteit per werknemer stijgt door verruiming van openingstijden.

economische meerwaarde vaak beperkt is en niet opweegt tegen de extra uren en personeelskosten;

- Tijdens de koopzondag ligt de focus op de modische aankopen. Naar verwachting zullen winkels in de **modebranche** het meeste profiteren van omzetstijging;
- Een wekelijkse koopzondag kan de concurrentiepositie van winkelgebieden verbeteren. Omgekeerd kan de openstelling negatieve effecten hebben voor gebieden die achterblijven in de ontwikkeling. Omdat op koopzondagen de koopstromen zich voornamelijk concentreren op centrumgebieden en thematische centra (**woonboulevards; tuincentra; factory outlet centers**), zullen deze typen winkelgebieden het meest profiteren van omzetstijging. Centrumgebieden en thematische centra die niet op zondag open zijn, zullen de meeste omzetsderving lijden. Omdat consumenten in het kader van 'funshoppin' bereid zijn om grote(re) afstanden af te leggen is dit serieuze concurrentie;
- Volgens BRO zal er onvermijdelijk sprake zijn van een verschuiving van omzetten en koopstromen. Per branche zullen deze effecten verschillen. De inschatting is wel dat de verschuivingspatronen zeer diffuus zijn en dat de effecten zich zullen spreiden over een groot gebied en over een groot aantal aankoopconcentraties;
- De omzetverschuivingen zullen naar verwachting geen duurzame ontwrichting van de voorzieningsstructuur als gevolg hebben.

### Effecten op de werkgelegenheid

- De effecten op de werkgelegenheid door aanscherping of verruiming van koopzondagen is beperkt. Bij zondagsopenstelling zal er een verschuiving naar andere tijden en plaatsen plaatsvinden. De werkgelegenheid stijgt licht in de detailhandel, maar daalt in andere sectoren. Andersom: bij afschaffing van koopzondagen daalt de werkgelegenheid met hooguit enkele honderden arbeidsjaren. Deze afname komt voor rekening van personen die alleen op zondag willen werken (zoals scholieren en studenten) en zich niet meer langer aanbieden voor werk (*bron: CPB notitie 2009*).

### Tot slot, belangrijkste conclusies van alle onderzoeken

- Grote winkels ondervinden meer voordelen van ruime winkeltijden dan kleine winkels;
- Foodbedrijven ondervinden meer omzetgroei bij ruime winkeltijden dan non-foodbedrijven;
  - Winkeliers in de niet-gespecialiseerde branche (warenhuizen, supermarkten) ondervinden meer omzetgroei bij ruime winkeltijden;
  - Voedingspecialzaken ondervonden negatieve effecten van verruiming van winkeltijden. Ze ondervinden versterking van de concurrentie van de supermarkten;
- Koopstromen zijn op zondagen gericht op centrumgebieden en 'thematische centra' (woonboulevards; tuincentra; factory outlet centers);
- Op koopzondagen ligt de nadruk van de aankopen op de modebranche;
- De effecten op de (totale) werkgelegenheid zijn beperkt.

## 2. Van open mogen naar daadwerkelijk open gaan

In dit hoofdstuk wordt op indicatieve wijze de vraag beantwoord welke branches, type winkels en winkelcentra in Amsterdam naar verwachting ook daadwerkelijk elke zondag open zullen gaan. Daartoe wordt enerzijds de blik gericht op de gemeente Den Haag, waar sinds 2006 de mogelijkheid geldt tot openstelling van alle winkels op zondag, ook buiten de binnenstad en Scheveningen, op grond van het toeristisch regime. Anderzijds wordt op grond van de ervaringen nu in Amsterdam en de opvattingen van deskundigen en stakeholders een beredeneerde aanname gedaan hoe dit naar verwachting voor Amsterdam zal gelden.

### 2.1 Huidige ervaringen Den Haag

Als derde stad van het land, met een internationaal profiel en net als Amsterdam omringd door een aantal regiogemeenten die deels tot de agglomeratie behoren is Den Haag een interessante casus als het gaat om antwoord op de vraag welke (type) winkels en centra wel van de mogelijkheid gebruik maken om elke zondag open te gaan, en welke niet.

In de gemeente Den Haag geldt sinds 2006 de mogelijkheid tot openstelling van alle winkels op zondag, ook buiten de binnenstad en Scheveningen, op grond van het toeristisch regime.

In de praktijk maken in Den Haag (buiten de binnenstad en Scheveningen) de volgende (type) winkels en winkelcentra hier gebruik van:

- Alle supermarkten, met uitzondering van de hard-discountformules Aldi en Lidl;
- Nagenoeg alle bouwmarkten en tuincentra;
- Een belangrijk deel van de grootschalige woninginrichters;
- De meeste winkels in Den Haag-Megastores;
- Een beperkt aantal van de Hema-vestigingen;
- Een beperkt aantal winkeliers in de oude winkelstraten (ketenbedrijven en zogenaamde local heroes).

Twee van de drie stadsdeelcentra van de Haags agglomeratie liggen buiten de gemeentegrenzen (In de Boogaard in Rijswijk en Leidsehage in Leidschendam-Voorburg) en zijn niet gerechtigd elke zondag open te gaan. Het een aantal jaren geleden opgewaardeerde winkelcentrum Leyweg in stadsdeel Escamp, dat ook de status heeft van stadsdeelcentrum, is (behoudens de supermarkten en een bescheiden aantal andere winkels) zondags niet geopend.

Buiten de oorspronkelijke toeristische gebieden (de binnenstad en Scheveningen) is in Den Haag met andere woorden alleen een winkelcentrum met een speciale functie, namelijk Megastores (PDV/GDV) grotendeels open. De ervaring is dat een groot aantal centra en winkels die in 2006, onmiddellijk nadat het toegestaan was, hun deuren elke zondag openden, al snel weer sloten.

### 2.2 Huidige ervaringen Amsterdam

In Amsterdam kennen momenteel vier gebieden het toeristisch regime. Hier zijn de winkels gerechtigd elke zondag open te gaan. Dit zijn de volgende gebieden:

- De binnenstad;
- Het Museumkwartier (PC Hoofdstraat en Van Baerlestraat);

- Oud-West (Overtoom en Twee Constantijn Huyjgensstraat);
- Arenagebied, Amsterdamse Poort en Amstel III.

In de praktijk zijn in geen van deze gebieden alle winkels elke zondag open. In het Arenagebied, met een tweetal winkelgebieden met een bijzondere functie (Villa Arena en Arenaboulevard), en met onder meer de IKEA, een Mega-Praxis en een Mega-Gamma, zijn nagenoeg alle winkels elke zondag open. In stadsdeelcentrum Amsterdamse Poort, aan de andere kant van de spoorlijn, zijn nagenoeg alleen de supermarkten elke zondag open. In de binnenstad geldt dat alleen voor het kernwinkelgebied. Daarbuiten, in straten als de Haarlemmerdijk, de Utrechtsestraat en de Jordaan, waar het zelfstandig ondernemerschap dominant is, zijn er meer winkels niet geopend dan wel. Zelfs in het Museumkwartier is er een substantieel aantal winkels niet open op zondag.

De wet biedt winkels die op zondag gesloten zijn en waar “uitsluitend of hoofdzakelijk eet- en drinkwaren plegen te worden verkocht” de gelegenheid de deuren iedere zondag van 16.00 tot 24.00 uur te openen. Deze ontheffing op de Winkeltijdenwet mag worden verstrekt voor één avondwinkel per 15.000 inwoners. Deze ontheffingsmogelijkheid is nooit bedoeld voor reguliere supermarkten. Desondanks komen gemeenten er veelal niet onderuit wanneer een supermarkt een verzoek hiertoe indient, omdat veel gemeenten in hun plaatselijke verordening slechts algemene definities hanteren voor avondwinkels. In heel het land (onder meer Haarlem, Apeldoorn) zijn er supermarkten tussen 16.00 uur en (maximaal) 22.00 uur open op grond van deze regeling. In Amsterdam wordt deze regeling amper toegepast voor supermarkten, vanwege de vestiging van de reguliere avondwinkels.

Dat er zeker onder supermarkten en bouwmarkten een grote behoefte is om elke zondag de deuren te openen bewijzen de inspanningen van onder meer C1000 in winkelcentrum Boven 't IJ (middels toeristisch regime en evenementenvergunning) elke zondag open te gaan, de zondagsopening van onder meer de beide C1000-supermarkten in Amsterdam-Zuidoost (Gein en Gaasperdam) en die van de onder het gezag van de centrale stad gevestigde bouwmarkten in Westpoort (Gamma en Mega-Praxis).

## 2.3 Huidige ervaringen regiogemeenten

Behoudens bijzondere situaties als Volendam en Schiphol zijn de winkels in de regiogemeenten in de stadsregio alleen gerechtigd op zondag open te gaan middels een ontheffing van de Winkeltijdenwet waarbij de gemeente in overleg met de verzamelde winkeliers maximaal 12 koopzondagen mag aanwijzen.

Daarnaast maken veel regiogemeenten (waaronder Purmerend, Zaanstad, Amstelveen, Haarlemmermeer en Uithoorn) gebruik van de mogelijkheid een beperkt aantal supermarkten (maximaal 1 per 15.000 inwoners) op zondag open te stellen tussen 16.00 en (maximaal) 22.00 uur. Dit geschiedt ofwel bij inschrijving (“wie het eerste komt..”) ofwel bij loting, en per vestiging of per formule (Purmerend b.v.). Bij deze laatste manier staat het de formule vrij zelf een supermarkt te kiezen die op zondag open gaat.

## 2.4 Verwachtingen Amsterdam

In algemene zin geldt dat de wens c.q. de bereidheid om elke zondag open te zijn groter is naarmate:

- de winkelgebieden een hogere positie vervullen in de hiërarchie van winkelcentra. De grootste binnensteden, met een winkelaanbod dat een sterk recreatief karakter heeft, trekken meer bezoekers op zondag dan een wijkwinkelcentrum, waar het dagelijks aanbod domineert;
- de winkelgebieden een bijzondere functie vervullen. Grote PDV/GDV-concentraties met een grote component woninginrichting zoals Villa Arena/Arena Boulevard in Amsterdam, Cruquius Plaza in de Haarlemmermeer of Zuiderhout in Zaanstad, maar ook een IKEA worden net als binnensteden vaak als vorm van vrijetijdsbesteding bezocht. Dit soort centra concurreren net als binnensteden ook met dagattracties als De Efteling, een dagje strand of bos, of de Zwarte Markt in Beverwijk.

Voorts is de geparalleliseerde detailhandel in branches die doelgericht worden bezocht, zeer genegen elke zondag open te gaan. Het gaat dan vooral om supermarkten en bouwmarkten. Dit type winkels is voor 99% onderdeel van het filiaal- en grootwinkelbedrijf. De ervaringen in Den Haag en de druk die door deze winkels zowel in Amsterdam als in de regiogemeenten wordt uitgeoefend om elke zondag open te gaan, spreken boekdelen.

We mogen op grond van het bovenstaande dan ook verwachten dat in Amsterdam de volgende centra, (type) winkels en branches elke zondag open zullen gaan, vrijwel direct als die mogelijkheid per begin volgend jaar ook zou worden geboden:

- Alle supermarkten, met uitzondering van de hard-discountformules Aldi en Lidl;
- Nagenoeg alle solitair gevestigde bouwmarkten;
- Een deel van de tuincentra;
- Het grootste deel van de PDV-clusters (Westpoort, Klaprozenweg, Spaklerweg, Osdorp en Schinkel);
- Een beperkt aantal van de vestigingen van het filiaal- en grootwinkelbedrijf en een aantal van de local heroes, deels in de oude winkelstraten (bijvoorbeeld Kinkerstraat, Ferdinand Bolstraat), deels in planmatige centra als winkelcentrum Haveneiland (IJburg).

Dit zijn nagenoeg dezelfde type winkels en centra als in Den Haag. Wezenlijk verschil met de situatie in Den Haag is dat in Amsterdam de stadsdeelcentra alle binnen de gemeentegrenzen zijn gevestigd, en in Den Haag de twee meest succesvolle daarbuiten.

Op grond van een inventarisatie onder de winkeliersverenigingen van de vier Amsterdamse stadsdeelcentra (Boven 't IJ, Osdorpplein, Amsterdamse Poort en Gelderlandplein) mag niet worden verondersteld dat de stadsdeelcentra (behoudens de hier gevestigde supermarkten) elke zondag open zullen gaan. De verwachting voor deze centra is al volgt:

- Boven 't IJ: twee keer per maand: elke eerste en laatste van de maand, vanaf het moment dat het geoorloofd is elke zondag op te gaan;
- Amsterdamse Poort: in dit centrum is het op grond van het huidige toeristische regime al geoorloofd elke zondag open te gaan, maar die mogelijkheid wordt nu niet benut. De verwachting is dat dit centrum een vaste keer per maand op zondag open zal gaan, zeker als de bouwwerkzaamheden in het zogenaamde Middenblok zijn afgerond. Mogelijk dat op de langere termijn de winkels op meerdere zondagen open zullen gaan, maar een opening elke zondag ligt hier de eerste jaren niet voor de hand;
- Osdorpplein: in dit centrum zal naar verwachting sprake zijn van een vaste koopzondag per maand; openstelling van 52 zondagen ligt voorlopig niet voor de hand.
- Gelderlandplein: in dit centrum, dat in 2009 op 4 zondagen open was, zal in 2010 waarschijnlijk 6 koopzondagen tellen, ongeacht het feit of per februari 2010 het College van B&W zijn zin krijgt; openstelling van 52 zondagen ligt voorlopig niet voor de hand.

De winkeliersverenigingen in de stadsdeelcentra staan alle op het standpunt dat zondagopenstelling alleen zinvol is indien (nagenoeg) iedereen daarin meegaat. Bovendien is het alleen zinvol als op eenduidige, simpele wijze met de consument gecommuniceerd kan worden dat het winkelcentrum op zondag open is. De voorkeur voor de eerste en/of laatste zondag van de maand hangt hiermee samen.

### 3. Indicatieve analyse van de regionale effecten

In dit hoofdstuk wordt met de kennis van hoofdstuk 1 en 2, en aangevuld met de ervaringen en verwachtingen van direct betrokkenen een indicatief antwoord gegeven op de vraag wat de effecten zijn van de opening op zondag van deze branches, winkels en centra voor de gemeenten in de stadsregio.

We roepen nog even in herinnering de belangrijkste conclusies uit de onderzoeken door het Centraal Planbureau en anderen. Allereerst stelt het CPB dat de effecten van de koopzondag op de omzet sterk samenhangen met de alternatieven die de consument heeft. Het CPB maakt onderscheid in de volgende drie dimensies:

- **Tijd:** consumenten kopen bij dezelfde winkel op een koopzondag in plaats van een andere dag van de week;
- **Bedrijfstak:** men koopt een product met geld dat anders in een andere bedrijfstak dan de detailhandel zou zijn uitgegeven (substitutie met andere bedrijfstakken);
- **Afstand:** de consument koopt bij hetzelfde type winkel, maar in een gemeente met koopzondag (substitutie binnen detailhandel). Consumenten wijken uit naar gemeenten die wel een koopzondag hebben.

Op basis van eerder onderzoek weten we dat de autonome bestedingsimpuls voor de detailhandel als gevolg van de verruiming van de (zondags)openstelling beperkt is, en in omvang ondergeschikt aan het substitutie-effect. Dit betekent dat een groot deel van de omzetplus die door de winkels en centra die elke zondag open gaan een omzetverlies betekent voor de detailhandel die niet elke zondag geopend is. Gelet op de ervaringen en verwachtingen ten aanzien van de deelname aan de 52 koopzondagen kunnen we hierbij het volgende patroon verwachten:

- Ketenbedrijven zullen profiteren ten koste van het midden- en kleinbedrijf;
- Grotere winkelcentra profiteren meer dan de kleinere centra;
- Winkels in levensmiddelen ondervinden meer omzetgroei dan non-foodbedrijven.

Voorts weten we uit de onderzoeken dat op koopzondagen de koopstromen zich voornamelijk concentreren op centrumgebieden en thematische centra (woonboulevards, factory outlet centers). Centrumgebieden en thematische centra die niet op zondag open zijn, zullen relatief de meeste omzeterderving lijden. Omdat consumenten in het kader van recreatief winkelbezoek (als vorm van vrijetijdsbesteding) bereid zijn om grote(re) afstanden af te leggen, zullen deze effecten echter zeer diffuus zijn en zich verspreiden over een groot gebied, en over een groot aantal aankoopconcentraties.

Bij de beantwoording van de vraag wat (in indicatieve zin) de effecten zijn van de verwachte situatie na het vrijgeven van de zondag in geheel Amsterdam zijn in onze ogen de volgende factoren van invloed:

- **Afstand:** hoe dichterbij de regiogemeente gelegen is, hoe groter het mogelijke effect;
- **Overlap in functie:** hoe meer overlap in functie tussen de centra, hoe groter het mogelijke effect;
- **Geografisch bereik:** hoe groter het bereik van de winkel of het winkelcentrum dat op zondag opengaat, hoe kleiner het mogelijke effect;
- **Functioneren:** hoe beter het functioneren van de winkel of het winkelcentrum dat niet op zondag opengaat, hoe kleiner het mogelijke effect.

Indien meerdere factoren van toepassing zijn en/of indien meerdere op zondag open te stellen centra van invloed zijn op een centrum, is de kans op een negatief effect het grootst.

Naast de theoretische aannames zijn ook de ervaringen in de regio Den Haag relevant. We hebben daartoe een tweetal supermarktketens en een bouwmarktketen gevraagd welke functie de zondag vervult voor hun vestigingen, en welke effecten de zondagopenstelling heeft op het vestigingsnetwerk in de regio. Alle drie de genoemde winkelketens hebben niet alleen in de gemeente Den Haag een dicht netwerk, maar ook in de regiogemeenten.

De conclusies voor deze type winkels zijn als volgt:

- De zondag is een volwaardige dag voor alle supermarkten en alle bouwmarkten die op zondag open gaan;
- De zondagomzet is voor de vestigingen van deze ketens additionele omzet, en gaat niet ten koste van de omzet op andere dagen van de week;
- Voor supermarkten is de zondag een combinatie van mensen die de weekboodschappen doen, mensen die zichzelf en hun bezoek willen verwennen met (bijzonder) eten en drinken, en mensen die de supermarkt benutten voor vergeten boodschappen;
- Voor de supermarkten geldt dat er geen directe relatie is tussen de grootte van de supermarkt (in m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak) en het succes van de zondag; vanzelfsprekend genereren de grote supermarkten op zondag wel meer omzet dan de kleinere, maar omdat de zondag niet zoals de zaterdag exclusief de functie vervult voor de weekboodschappen, is de relatie minder eenduidig;
- Veel meer dan de omvang van de vestiging is er voor supermarkten de relatie met het profiel van de bevolking: de zondag wordt vooral benut door mensen met een krap tijdsbudget: tweeverdieners, gezinnen met kinderen; vestigingen in wijken waar deze groepen sterk vertegenwoordigd zijn (VINEX-wijken en oude, gemengde stadswijken dichtbij het centrum) profiteren meer dan vestigingen in wijken waar veel ouderen en zogenaamde empty-nesters wonen;
- Voor bouwmarkten geldt dat hoe groter de bouwmarkt is, des te succesvoller op zondag; de zondag vervolgt hiermee veel meer dan bij de supermarkten de lijn van de zaterdag; de gemiddelde omzet per klant is hier vergelijkbaar met die op zaterdag;
- Zowel de supermarkten als de bouwmarkten in de regiogemeenten leveren geen omzet in door de zondagopenstelling in de gemeente Den Haag.

Op grond van de bovenstaande conclusies uit de ervaringen in Den Haag, kunnen we vaststellen dat voor de **supermarkten** de regionale effecten naar nihil neigen. De additionele omzet die door de zondagopenstelling gegenereerd wordt zal voor rekening komen van:

- Substitutie met andere bedrijfstakken, de horeca voorop;
- Substitutie met andere aankoopkanalen binnen de detailhandel (warenmarkten, speciaalzaken);
- (In bescheiden mate) een bestedingsimpuls die niet te koste gaat van andere consumptieve bestedingen.

De effecten van zondagopenstelling zullen in de dagelijkse sector vooral in de centra en de wijken zelf gevoeld worden (lokale horeca, speciaalzaken), veel eerder dan in de regiogemeenten, zelfs bij de bovenwijken functionerende supermarkten.

Voor de **bouwmarkten** geldt iets vergelijkbaars. In deze branche zal de bestedingsimpuls en de substitutie met andere aankoopkanalen binnen de detailhandel domineren. Omdat vestigingsgrootte hier meer bepalend is in het succes van de zondagopenstelling dan bij de supermarkten zal de zondagopenstelling de schaalvergroting (die in deze branche autonoom al dominant is) verder in de hand werken. Iets soortgelijks zal voor de **tuincentra** gelden. In

beide gevallen zullen de regionale effecten van de zondagopenstelling in Amsterdam nauwelijks waarneembaar zijn.

De overige branches en centra die op zondag open (zullen) gaan zijn:

- De themacentra (Arenaboulevard en Villa Arena);
- De PDV-clusters.

Voor de **themacentra** geldt dat ze nu reeds geopend zijn, een zeer groot bereik hebben, vaak als dagje uit bezocht worden en in de regio in functie onvergelijkbaar. De regionale effecten zullen dan ook nihil tot zeer beperkt zijn, iets wat bevestigd wordt in het feit dat sinds de opening van de beide centra geen signalen zijn dat er in de regio op substantiële wijze omzet wordt ingeleverd.

Ook ten aanzien van de **PDV-clusters**, die meer dan alleen bouwmarkten omvatten, geldt dat er sprake zal zijn van een groot regionaal bereik. Deze centra worden net als de themacentra infrequent bezocht door mensen uit een groot gebied. Een belangrijk deel van dit bezoek heeft een hoog recreatief karakter. De verwachting is dat de regionale effecten van de zondagopenstelling van deze centra zeer beperkt zullen zijn. Omdat consumenten in het kader van recreatief winkelbezoek (als vorm van vrijetijdsbesteding) bereid zijn om grote(re) afstanden af te leggen, zullen eventuele effecten zich verspreiden over een zeer groot gebied, en over een groot aantal aankoopconcentraties, en op het niveau van de individuele winkelconcentratie nauwelijks waarneembaar zijn. Het feit dat er sinds de zondagsopening van het cluster op Westpoort geen signalen zijn dat er in de regio op substantiële wijze omzet wordt ingeleverd, bevestigt die verwachting.

Ten aanzien van de **stadsdeelcentra** geldt dat dit bij de verwachte wijze van zondagopening nauwelijks effect heeft ten opzichte van de huidige situatie, waarbij de grotere centra al 4 tot 12 keer per jaar open gaan. Op termijn, bij mogelijke uitbreiding van het aantal koopzondagen naar 52 van een of meerdere stadsdeelcentra, zal het effect mogelijk wel enige substantie hebben, maar nog steeds onder de noemer beperkt vallen. De effecten van een dergelijke zondagopenstelling zullen vooral op wijkniveau in het stadsdeel gevoeld worden, en pas secundair op regionaal niveau. De centra die het meest gevoelig zijn voor het effect van volledige zondagopenstelling van de stadsdeelcentra zijn Amstelveen-Stadshart (gecombineerd effect van Gelderlandplein en Amsterdamse Poort) en in minder mate Diemen-Centrum (Amsterdamse Poort) en Zaandam-Centrum (effect Boven 't IJ). Nogmaals, dit geldt alleen in de vooralsnog hypothetische situatie dat de stadsdeelcentra in kwestie ook daadwerkelijk elke zondag open zullen gaan.

## 4. Conclusies

In dit verkennende onderzoek stond een tweetal vragen centraal:

1. Van welke branches, type winkels en winkelcentra in Amsterdam mag indicatief verwacht worden dat zij ook daadwerkelijk elke zondag open zullen gaan?
2. Wat zijn in indicatieve zin de effecten van de opening op zondag van deze branches, winkels en centra voor de gemeenten in de stadsregio?

Het antwoord op deze vragen laat zich op grond van het onderzoek als volgt beknopt samenvatten.

**Ad 1)** We mogen verwachten dat in Amsterdam de volgende centra, (type) winkels en branches elke zondag open zullen gaan, vrijwel direct als die mogelijkheid per begin volgend jaar ook zou worden geboden:

- Alle supermarkten, met uitzondering van de hard-discountformules Aldi en Lidl;
- Nagenoeg alle solitair gevestigde bouwmarkten;
- Een deel van de tuincentra;
- Het grootste deel van de PDV-clusters (Westpoort, Klaprozenweg, Spaklerweg, Osdorp en Schinkel);
- Een beperkt aantal van de vestigingen van het filiaal- en grootwinkelbedrijf en een aantal van de local heroes, deels in de oude winkelstraten (bijvoorbeeld Kinkerstraat, Ferdinand Bolstraat), deels in planmatige centra als winkelcentrum Haveneiland (IJburg).

Op grond van een inventarisatie onder de winkeliersverenigingen van de vier Amsterdamse stadsdeelcentra (Boven 't IJ, Osdorpplein, Amsterdamse Poort en Gelderlandplein) mag niet worden verondersteld dat de stadsdeelcentra (behoudens de hier gevestigde supermarkten) elke zondag open zullen gaan. De verwachting voor deze centra varieert van één zondag per maand (Osdorpplein, Gelderlandplein) tot twee zondagen per maand (Boven 't IJ).

**Ad 2)** We kunnen op grond van ervaringen elders, evaluatie-onderzoek en bureau-expertise per type winkel, branche en centrum de volgende regionale effecten verwachten.

- **Supermarkten:** de regionale effecten neigen naar nihil. Substitutie met andere bedrijfstakken (vooral horeca) en substitutie met andere aankoopkanalen binnen de detailhandel (warenmarkten, speciaalzaken), veelal in de wijk zelf, zijn veruit dominant boven verdringing in de regio;
- **Bouwmarkten en tuincentra:** de regionale effecten neigen naar nihil. In deze branches zal de bestedingsimpuls en de substitutie met andere aankoopkanalen binnen de detailhandel domineren. Omdat vestigingsgrootte hier meer bepalend is in het succes van de zondagopenstelling dan bij de supermarkten zal de zondagopenstelling de schaalvergroting (die in deze branche autonoom al dominant is) verder in de hand werken.
- **PDV-clusters:** de verwachting is dat de regionale effecten van de zondagopenstelling van deze centra zeer beperkt zullen zijn. De centra hebben een groot geografisch bereik, worden deels recreatief bezocht, waardoor eventuele effecten zich over een zeer groot gebied en over een groot aantal aankoopconcentraties zullen verspreiden, en op het niveau van de individuele winkelconcentratie nauwelijks waarneembaar zijn;
- **Themacentra:** de regionale effecten zullen nihil tot zeer beperkt zijn. Deze centra zijn reeds elke zondag open, hebben een zeer groot geografisch bereik en zijn in de regio in functie onvergelijkbaar.
- **Stadsdeelcentra:** gelet op de geringe bereidheid tot volledige zondagopenstelling nauwelijks effect ten opzichte van de huidige situatie. Bij (vooralsnog hypothetische) situatie van volledige openstelling beperkt effect, vooral voor enkele regionale hoofdcentra.

## Bijlage – Overzicht van gesprekspartners

Casper van Gijn – Hoofdbedrijfschap Detailhandel  
CJ Dippel - Economische Zaken, gemeente Amsterdam  
Martin van den Oever - Dienst Ruimtelijke Ordening, gemeente Amsterdam  
Marcel Clement en Peter Nieuwendijk – Ahold Vastgoed  
Rob Muetstege – Hema  
Cor-Jan Schreuder – Hoogvliet Beheer  
Jan Korevaar – Hoogvliet Supermarkten  
Joost Buitenhuis – Praxis  
Gerben van Heren – Hornbach  
Aysin Yavas – gemeente Zaanstad  
Peter Wakkee – gemeente Haarlemmermeer  
Patty Laan – gemeente Purmerend  
Saskia Zorge – gemeente Amstelveen  
Conchita van der Sande – gemeente Diemen  
Rick Zijderveld en Martijn van Dam – Dienst Stedelijke Ontwikkeling, gemeente Den Haag  
Frits Figge – voorzitter winkeliersvereniging Boven 't IJ  
Inge Niks – winkelcentrummanagement Amsterdamse Poort  
Cees van der Veldt – voorzitter winkeliersvereniging Osdorpplein  
Marjan Langbroek – winkeliersvereniging Gelderlandplein