

Leegstand van en boven winkels

Case: Effecten Westerhavencomplex

Hoofdrapport – Bachelor project



oktober 2006

Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen
Rijksuniversiteit Groningen

Auteurs:

R. Lauxen, studentnr. 1553747

T. Groot, studentnr. 1059084

B.W. Strating, studentnr. 1566725

Documenttitel	Leegstand van en boven winkels <i>Case: Effecten Westerhavencomplex</i> Hoofdrapport Bachelor project
Status	concept_2
Datum	oktober 2006
Projectnaam	
Opdrachtgever	Rijksuniversiteit Groningen H. Oosterhoff & T. van der Meulen

Samenvatting

Leegstand is op diverse facetten al jaren onderwerp van zorg in steden, nationaal en internationaal. Zo ook in de detailhandel in Nederlandse binnensteden. Een relatief groot percentage leegstand kan diverse gevolgen hebben. Zo kan leegstand een negatieve invloed hebben op de leefbaarheid en omgevingskwaliteit van een stadscentrum, waardoor bewoners uit de winkelstraten wegtrekken wat kan resulteren tot een neerwaartse spiraal van de leefkwaliteit in het gebied.

Daarom heeft de gemeente Groningen, net als vele andere gemeenten, in de afgelopen jaren diverse beleidsplannen doorgevoerd om zo haar binnenstad een positieve impuls te geven. Zo zou het gebied van de Westerhaven tot en met de Vismarkt een enorme kwalitatieve impuls hebben gekregen als gevolg van de door het Westerhavencomplex ontstane looproute.

De centrale vraagstelling die hieruit naar voren komt is als volgt omschreven:

Hoe is de laatste jaren de relatie tussen leegstand van panden enerzijds, en de leefbaarheid en omgevingskwaliteit ter plaatse anderzijds beïnvloed?; En hoe heeft het Westerhavencomplex daarbij invloed gehad op het gebied Westerhaven – Vismarkt?

De doelen die uit de centrale vraagstelling naar voren komen zijn: Het bestuderen van het concept leegstand op nationale en regionale schaal en het bijbehorende beleid. Daarnaast wordt de relatie omschreven voor zover die bestaat tussen leegstand van winkelpanden en de leefbaarheid en omgevingskwaliteit in het gebied ter plaatse. Tenslotte wordt de hypothese getoetst dat het Westerhavencomplex een positieve impuls heeft gehad op het gebied Westerhaven – Vismarkt en dat door dit project een (drukkere) looproute is ontstaan vanaf de Westerhaven richting de Grote Markt.

Om alle mogelijke ontwikkelingen en vooral oorzaken hiervan binnen het gebied verhelderd te krijgen is het van belang een beeld te creëren van de economie, van het gevoerde beleid en van het Westerhavencomplex in context met de overige factoren. Met deze aanpak zal worden geprobeerd meer helderheid te krijgen in het toe te schrijven aandeel van elke betrokken factor. Harde cijfers kunnen hierbij niet worden gegeven, wel een mate van waarschijnlijkheid over wat de oorzaken zijn van de ontwikkelingen.

Uit het beleidsonderzoek bleek het volgende. De afname van de leegstand en toename van de looproute is voor een belangrijk deel veroorzaakt door de toename van de bereikbaarheid ten gevolge van uitbreiding van het aantal parkeerplaatsen. Het feit dat de omgeving van de parkeerplaatsen met de komst van het Westerhavencomplex en de

verbetering van de openbare ruimte een stuk aantrekkelijker is geworden heeft hier ongetwijfeld aan bijgedragen, maar voor zowel de parkeergarage als de rest van het complex geldt dat dit enkel een deel van de projecten zijn die in de betreffende periode in dit gebied zijn uitgevoerd. Zowel de parkeergarage als de rest van het complex worden hier ook niet beschouwd als de aanstichter van het verbeterproces, maar juist als een van de projecten. De actieve bestrijding van de leegstand door ondermeer het OAB-project en de Stads vitrine Service, het opwaarderen van de openbare ruimte van de binnenstad, het imago van de stad en de diverse maatregelen om het winkelaanbod meer divers te maken hebben waarschijnlijk ook veel bijgedragen aan de afname van de leegstand en het ontstaan van de looproute, net als de komst van het Westerhavencomplex.

Nu gebleken is dat de ontwikkelingen in het gebied het gevolg zijn geweest van veel verschillende beleidsstukken uit de afgelopen decennia, waarbij het Westerhavencomplex slechts een onderdeel van deze beleidsstukken is, bestaat er nog geen helderheid over de omvang van het effect van het Westerhavencomplex. Om hier meer duidelijkheid in te scheppen, en daarnaast de bevindingen uit het beleidsonderzoek kracht bij te zetten, is gebruik gemaakt van een enquête onder winkeliers waarbij is geprobeerd antwoord te kunnen geven op twee vragen:

1. Welke effecten heeft de realisatie van het Westerhavencomplex gehad op het functioneren van het omringende winkelapparaat?
2. Welke mogelijkheden bestaan er tot intensievere benutting van ruimte ten behoeve van meer woonruimte in de binnenstad?

1. Invloed Westerhavencomplex op functioneren winkelapparaat

De meeste winkeliers, vooral langs de A-straat, Brugstraat en het A-kerkhof Noordzijde, zijn zeer te spreken over de ontwikkelingen van de laatste jaren met betrekking tot de leefkwaliteit ter plaatse. Zo zegt men ondermeer minder leegstand van winkels binnen het gebied te zien. Gebiedsspecifiek cijfermateriaal om dit te bevestigen is er niet. Wel is gebleken dat het huidige percentage leegstaande winkels binnen het studiegebied (9,2%) mee valt in vergelijking met het percentage van 10,4% leegstaande winkels in de hele binnenstad in 2005.

De enquête bevestigt dat als belangrijke oorzaak niet zozeer alleen het Westerhavencomplex wordt gezien, maar dat de oorzaken vooral te wijten zouden zijn aan de functie van het complex als bronpunt door de aanwezige parkeergarage, het verbeterde straatbeeld en het betere marktsegment in de eerder genoemde straten. Behalve het Westerhavencomplex zijn dus ook vele beleidsstukken van toepassing geweest ter verbetering van de leefkwaliteit in het gebied. Tevens moet niet vergeten

worden dat naast de economische crisis in het land, gedurende de bouw, de voormalige parkeerplaats ter plaatse een aantal jaren onbruikbaar is geweest, waardoor potentiële klanten ergens anders hun auto parkeerden. Zo zal het effect van het Westerhavencomplex groter lijken dan het daadwerkelijk is geweest.

2. Mogelijkheden tot intensievere benutting ruimte in de binnenstad

Binnen het studiegebied staan op etages 1400 m² leeg waarvan de eigenaar/huurder zegt mee te willen werken deze om te bouwen tot woonruimte. Daarnaast staan op etages nog eens 900 m² leeg waarvan de eigenaar/huurder zegt niet te willen meewerken aan een vorm van verbouw. Echter hierbij weten eigenaren/huurders vaak niet dat, in het voor hun onbekende Nota Wonen boven Winkels, hun bezwaren grotendeels worden ondervangen. Van het totale oppervlak van 2300 m² leegstaande ruimte zal in het kader van de Nota Wonen boven Winkels dus zeker enige woonruimte gecreëerd kunnen worden.

Tenslotte kunnen naar aanleiding van het voorgaande twee hoofdconclusies worden getrokken:

- De toename van de looproute en de afname van de leegstand is weliswaar voor een belangrijk deel veroorzaakt door de toename van het aantal parkeerplaatsen door de bouw van het Westerhavencomplex, echter de verbetering van de omgevingskwaliteit en leefbaarheid veroorzaakt door uiteenlopende maatregelen in de directe omgeving van het studiegebied hebben hier, samen met de stand van de economie, zeer waarschijnlijk evenveel aan bijgedragen.
- De mate van leegstand in het studiegebied lijkt mee te vallen in vergelijking met de gehele binnenstad. Daarmee is ook het aantal kansrijke etages wat omgebouwd zou kunnen worden in het kader van Wonen boven Winkels minder groot dan verwacht. Van de leegstaande etages staat de helft van de huurders of eigenaars welwillend tegenover verbouw waardoor vooral hier kansen liggen voor het Wonen boven Winkels programma.

Twee belangrijke aanbevelingen die nog gedaan kunnen worden zijn de volgende. Ten eerste zou het interessant zijn te onderzoeken of een Citybushalte nabij de A-sstraat of A-weg passanten meer richting het Westerhavencomplex zou trekken. Als tweede punt moet gezegd worden dat het goed denkbaar is dat om uiteenlopende redenen niet alle leegstaande etages door de winkeliers gemeld zullen zijn. Het is belangrijk de winkeliers nog eens te overtuigen van de voordelen van het bewoonbaar maken van deze etages. Het vergroten van de bekendheid van de Nota Wonen boven Winkels kan hier zinnig aan bijdragen.

Inhoudsopgave

	Pagina
Samenvatting	III
Hoofdstuk 1 Inleiding	1
1.1 Aanleiding	1
1.2 Vraagstellingen	2
1.3 Doelstellingen	2
1.4 Onderzoeksopzet	3
1.5 Leeswijzer	4
Hoofdstuk 2 Algemeen kader	6
2.1 Inleiding	6
2.2 Leegstand	6
2.2.1 Definitie van leegstand	6
2.2.2 Mate van leegstand	7
2.2.3 Leegstand boven bedrijven	9
2.2.4 Directe en indirecte effecten van leegstand	10
2.2.5 Vestigingswens in de binnenstad	10
2.3 Voortzetting en beëindiging leegstand	11
2.3.1 Oprichting, verplaatsing en beëindiging van bedrijven	11
2.3.2 Vertaalslag naar detailhandel	15
2.3.3 Leegstand boven winkels	17
2.4 Leefbaarheid en omgevingskwaliteit	21
2.4.1 Leefbaarheid	21
2.4.2 Omgevingskwaliteit	23
2.4.3 Verbanden leegstand – leefbaarheid/omgevingskwaliteit	24
2.4.4 Operationalisering leefbaarheid en omgevingskwaliteit	26
2.5 Slot	27
Hoofdstuk 3 Beleid onder de loep	28
3.1 Inleiding	28
3.2 Afbakening	29
3.3 Drie sporen	29
3.4 Overige factoren	36
3.5 Beleid gebied Westerhaven – Vismarkt	36
3.6 Slot	38

Hoofdstuk 4	Invloed Westerhaven op functioneren winkelapparaat	40
4.1	Inleiding	40
4.2	Straatprofielen	42
4.3	Locatie en toekomst	46
4.4	Straatbeeld, publiek en omzet	48
4.5	Samengevat en slot	53
Hoofdstuk 5	Intensievere benutting ruimte	55
5.1	Inleiding	55
5.2	Mogelijkheden voor Wonen boven Winkels	55
Hoofdstuk 6	Conclusies en aanbevelingen	59
6.1	Inleiding	59
6.2	Conclusies	59
6.3	Aanbevelingen	61
Literatuurlijst		62
Bijlagen		65
Bijlage I:	Beleidstabel	
Bijlage II:	Enquête	
Bijlage III:	Opnamelijst voor enquêteurs	
Bijlage IV:	Enquête opzet / codificatie ArcGIS	
Bijlage V:	GIS-kaarten	

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Leegstand is al jaren een onderwerp van zorg in steden, nationaal en internationaal. Naast de veel in het nieuws komende leegstand van kantoren, komen ook in andere sectoren leegstand voor. Zo zijn er in binnensteden vooral in de detailhandel en woningmarkt leegstaande panden. Nu wordt gesuggereerd dat leegstand in winkelstraten vooral in economisch zwakkere tijden meer leegstand kan oproepen. Een ander verschijnsel is dat in de loop der jaren steeds meer bewoners uit winkelstraten zijn weggetrokken. De vrijkomende verdiepingen boven winkels zijn hierbij gedeeltelijk omgevormd tot winkel of magazijn maar blijven niet zelden ongebruikt. Het gebrek aan bewoners in combinatie met leegstand zou een negatieve invloed hebben op de leefbaarheid en omgevingskwaliteit van een stadscentrum, met name in straten waar ook het aanzicht van de straat zelf (straatmeubilair, bestrating, groen, inrichting en winkelgevels) achter blijft.

De laatste jaren zijn er in nagenoeg alle binnensteden van Nederland diverse beleidsvormen doorgevoerd om het niveau van winkelstraten te verhogen en hoog te houden, om zo hierdoor niet in bovengenoemde neerwaartse spiraal terecht te komen. Daarbij spreekt het voor zich dat niet elk beleidsplan het gewenste resultaat heeft geboekt.

Een belangrijk onderdeel van het doorgevoerde beleid van diverse steden is dus het voorkomen van leegstand om verdere leegstand en daarmee een negatieve invloed op leefbaarheid en omgevingskwaliteit van de winkelstraten te voorkomen. Ook de gemeente Groningen heeft in de afgelopen jaren diverse beleidsplannen doorgevoerd om haar binnenstad een positieve impuls te geven. Zo zou het gebied vanaf de Westerhaven tot en met de Vismarkt een enorme kwalitatieve impuls hebben gekregen door de veel geprezen ontwikkelingen op de Westerhaven. Volgens de gemeente Groningen zou de door deze ontwikkeling ontstane looproute tussen de Westerhaven en de Vismarkt de genoemde kwalitatieve impuls erg bevorderd hebben. Deze veronderstelde looproute heeft als begin het Westerhavencomplex en loopt via de A-sstraat, Brugstraat en A-kerkhof richting de Grote Markt.

1.2 Vraagstellingen

Naar aanleiding van de vorige paragraaf kan een centrale vraagstelling als volgt worden omschreven:

Hoe is de laatste jaren de relatie tussen leegstand van panden enerzijds, en de leefbaarheid en omgevingskwaliteit ter plaatse anderzijds beïnvloed?; En hoe heeft het Westerhavencomplex daarbij invloed gehad op het gebied Westerhaven – Vismarkt?

Uit bovenstaande centrale vraagstelling kan een aantal onderzoeksvragen worden opgesteld.

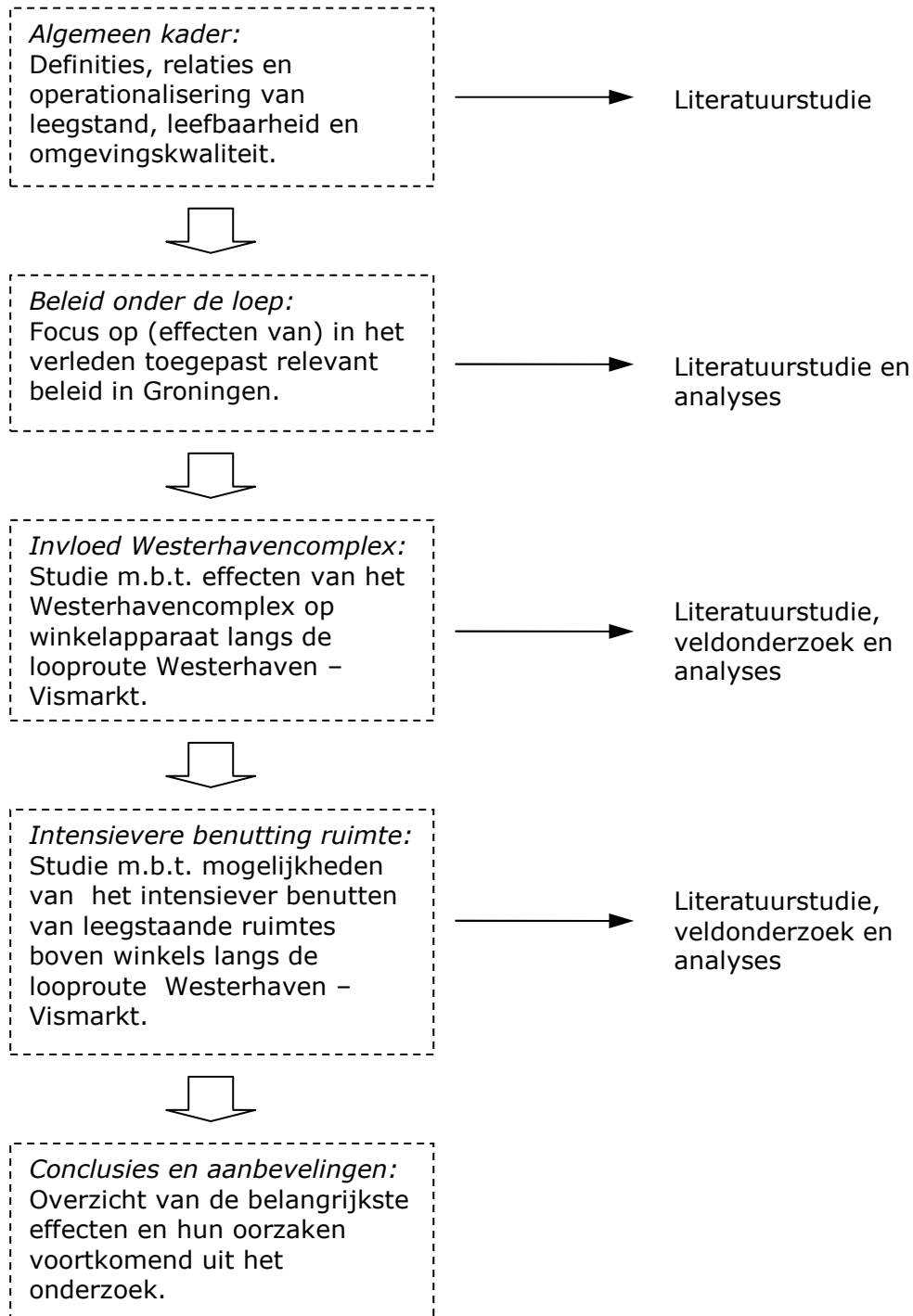
1. Welke effecten heeft beleid met betrekking tot leegstand, leefbaarheid en omgevingskwaliteit gehad op de binnenstad van Groningen, en hebben andere factoren hierin een rol gehad?
2. Hoe en in welke mate heeft het Westerhavencomplex invloed gehad op de leefbaarheid, omgevingskwaliteit en op het winkelapparaat in het gebied Westerhaven - Vismarkt?
3. Wat zijn de mogelijkheden tot intensiever ruimtegebruik in het studiegebied, op het vlak van woonruimte in bestaande panden?

1.3 Doelstellingen

De doelen van dit onderzoek die uit de voorgaande paragrafen voortkomen zijn: het bestuderen van het concept leegstand en het bijbehorende gevoerde beleid in Groningen. Daarnaast wordt de relatie omschreven voor zover deze bestaat tussen leegstand van winkelpanden en de leefbaarheid en omgevingskwaliteit in het gebied ter plaatse. Tevens worden twee hypothesen getoetst. De eerste stelt dat het Westerhavencomplex een positieve impuls heeft gehad op het gebied Westerhaven – Vismarkt en dat door dit project een (drukkere) looproute is ontstaan tussen de Westerhaven en de Vismarkt. Hierdoor zou ook de hoeveelheid winkelend publiek en de omzet van ondernemingen toegenomen moeten zijn. Tenslotte wordt het volgende gesteld. Wanneer er sprake zou zijn van een nieuwe looproute, waar eerder een bovengemiddelde leegstand aanwezig was, de aanwezigheid van deze looproute terug te zien zou moeten zijn in een bovengemiddeld aantal jonge ondernemingen.

1.4 Onderzoeksopzet

De opzet van het onderzoek kan schematisch op volgende wijze worden weergegeven.



Figuur 1.4.1: Onderzoeksopzet

1.5 Leeswijzer

Aan de hand van de voorgaande centrale vraagstelling en onderzoeksvragen is het rapport opgedeeld in 6 hoofdstukken. Hieronder wordt kort weergegeven wat de inhoud van deze hoofdstukken is.

Hoofdstuk 2: Algemeen kader

In het algemene kader zal de achtergrond worden geschetst van de problematiek van steden, en wat hierbij de invloed van leegstand van panden is op de leefbaarheid en omgevingskwaliteit ter plaatse. Hiervoor zal als eerste worden onderzocht wat wordt verstaan onder leefbaarheid en omgevingskwaliteit en hoe dit te operationaliseren valt. Tevens wordt gekeken naar de leegstand in binnensteden en welke vormen hierbij bestaan, en er wordt een onderscheidt gemaakt tussen leegstand van onderbouw en leegstand van bovenbouw. Het laatste onderdeel van hoofdstuk 2 is een analyse met betrekking tot de invloed van leegstand op de leefbaarheid en omgevingskwaliteit van een gebied.

Hoofdstuk 3: Beleid onder de loep

Hoofdstuk 3 is een literatuurstudie naar in het verleden doorgevoerd stedenbeleid en de effecten hiervan, gecreëerd om de leefbaarheid en omgevingskwaliteit in binnensteden te verbeteren. Specifiek wordt ingegaan op de situatie in Groningen, op ondermeer de Nota "Wonen boven winkels" en ander gevoerd beleid in de laatste 15 tot 20 jaar in het onderzoeksgebied Westerhaven - Vismarkt. Opgemerkt moet worden dat hierbij vooral gelet zal worden op effecten als gevolg van beleid gericht op het onderzoeksgebied.

Hoofdstuk 4: Invloed Westerhaven

De laatste twee inhoudelijk grote hoofdstukken van het rapport zullen betrekking hebben op de case van het onderzoek. Dit betreft de situatie tussen de Westerhaven en de Vismarkt in Groningen. Hier is in het afgelopen anderhalve decennium beleid doorgevoerd wat zou hebben geleid tot een verbetering van de looproute tussen Westerhaven en de Grote Markt met betrekking tot de leefbaarheid en omgevingskwaliteit.

Om een beeld te krijgen van de effecten van het toegepaste beleid zal een beeld moeten worden gecreëerd van de situatie voor en na het doorgevoerde beleid. Dit zal grotendeels gebeuren aan de hand van enquêtes en interviews met pandeigenaren en andere betrokkenen. Uitkomsten hiervan worden vervolgens geanalyseerd met behulp van een Geografisch Informatiesysteem om daarmee te komen tot een beeldvorming van de effecten van het betreffende beleid. Dit zal zich vooral toespitsen op wat voor invloed het Westerhavencomplex heeft gehad op het winkelapparaat in het onderzoeksgebied. Hierbij zal tevens onderzoek worden gedaan naar andere factoren die van invloed kunnen zijn

geweest op de effecten ter plaatse, waarbij gedacht kan worden aan verandering van het betreffende beleid of doorvoering van ander beleid.

Hoofdstuk 5: Intensievere benutting ruimte

Ook in dit hoofdstuk staat de situatie tussen de Westerhaven en de Vismarkt in Groningen centraal, maar specifiek zal worden ingegaan op de intensievere benutting van voornamelijk de ruimtes boven winkels. Ook dit is net als in het vorige hoofdstuk gedaan aan de hand van enquêtes en interviews en er zal gebruik gemaakt worden van kaartmateriaal vervaardigd met behulp van een Geografisch Informatiesysteem.

Hoofdstuk 6: Conclusies en aanbevelingen

Aan de hand van de belangrijkste hypothesen en tussenconclusies worden de hoofdconclusies gegeven. Een conclusie met betrekking tot de effecten van het Westerhavencomplex op het functioneren van het omliggende winkelapparaat, en de conclusies met betrekking tot de mogelijkheden tot intensievere benutting van de ruimte op het gebied van wonen. Hiernaast zijn er een aantal aanbevelingen met betrekking tot het onderzoeksgebied.

2. Algemeen kader

2.1 Inleiding

Om een geschikt fundament en kader te creëren voor het vervolg streeft dit hoofdstuk naar het beantwoorden van de volgende vraag: wat houdt de algemene problematiek in met betrekking tot leefbaarheid en omgevingskwaliteit en hoe staat deze in relatie met leegstaande panden in de binnenstad? Om hierop een antwoord te vinden zal ten eerste worden ingegaan op de definitie leegstand. Wat is leegstand van bedrijfspanden, en hoe valt het te operationaliseren. Vervolgens wordt een literatuurstudie gegeven met betrekking tot de voortzetting en beëindiging van bedrijven, en wat de oorzaken kunnen zijn van leegstand. Het laatste onderdeel van hoofdstuk 2 omvat de definities leefbaarheid en omgevingskwaliteit in relatie tot leegstand van winkelpanden, en hoe deze elkaar kunnen beïnvloeden. Ook operationalisering van deze termen is van belang in dit laatste deel.

2.2 Leegstand

"Leegstand winkels wordt zorgwekkend" 19/06/2004 zibb.nl

"Aantal leegstaande winkels stijgt met een kwart;"

"Toch veel nieuwbouw door vraag naar moderne winkels" 26/06/2003 nu.nl

Krantenkoppen en titels als bovenstaande zijn in de afgelopen jaren volop in de nieuwsbladen en tijdschriften voorgekomen. Maar wat is leegstand van bedrijfspanden? En wanneer wordt het als zodanig gezien? En wanneer wordt het een probleem? Getracht wordt het antwoord op die vragen in deze paragraaf te verwoordden.

2.2.1 Definitie van leegstand

Vooraf moet het volgende worden gesteld. In de literatuur wordt voornamelijk de leegstand van woonruimten behandeld. Echter, aangezien de leegstandsvormen hiervan vergelijkbaar zijn met die van bedrijfspanden, zullen voor de leegstandsvormen tevens voorbeelden met betrekking tot woonruimten worden besproken.

Onder woningaanbod verstaan we het aantal woningen dat beschikbaar is om aan de woningvraag te voldoen. Dit betekent dus niet dat het aanbod altijd aan de vraag voldoet. In een periode van een gespannen woningmarkt zal er weinig leegstand zijn en kan de vraag het aantal beschikbare woningen aanzienlijk overschrijden. Het is in dat geval echter ook mogelijk dat er relatief veel leegstand is en dat de vraag desondanks

het aanbod vele malen overschrijdt. Vraag en aanbod sluiten in dat geval in kwalitatief opzicht niet op elkaar aan wat kan leiden tot structurele leegstand.¹

Structurele leegstand is één van de vele vormen van leegstand die in de vastgoedwereld bekend zijn, en wordt vaak als ongewenst ervaren. Naast de zojuist genoemde mogelijkheid van discrepantie in de markt bestaan er andere oorzaken die kunnen leiden tot structurele leegstand:

- Gebrek aan doorstroming.
- Stadsvernieuwing.
- Projectontwikkeling. Projectontwikkelaars stellen plannen op voor de ontwikkeling van buurten zodat het voor hen lonend is. Hiervoor moet vaak de bestemming van de buurt veranderen in een lucratieve, wat inhoudt een wijziging naar kantoren, winkels en dure appartementen. Hiervoor moet de projectontwikkelaar de oorspronkelijke huurders en eigenaren uit de woningen krijgen. De leeggekomen panden kunnen in afwachting van sloop- en nieuwbouwvergunningen nog lang leegstaan.
- Speculatie. De definitie hiervan is 'kopen om later bij gunstige ontwikkelingen van de marktsituatie met winst te kunnen verkopen'. Leeg brengt een pand meer op dan bewoond. Speculatie zorgt voor directe leegstand die vele jaren kan duren voor dat de marktsituatie naar mening van de eigenaar lonend genoeg is om het pand te verkopen.

Leegstand van panden hoeft echter niet per definitie ongunstig te zijn. Er moet namelijk altijd een aantal woningen beschikbaar zijn om een soepel functioneren van de woningmarkt mogelijk te maken (bijvoorbeeld voor verhuizingen, doorstroming e.d.). Dit soort leegstand wordt frictieleegstand genoemd.² Andere vormen van leegstand zijn de aanvangsleegstand, langdurige, potentiële en onechte leegstand. Hierbij wordt onder onechte leegstand verstaan een winkel die tijdelijk is verhuurd of waarvan enkel de (verhuurde) etalage nog wordt gebruikt.

2.2.2 Mate van leegstand

De gegevens die de ontwikkeling tonen van de leegstand van bedrijfspanden in Nederland komen grotendeels voort uit bestanden van het onderzoeksbureau Locatus. Door Locatus is binnen de term leegstand onderscheid gemaakt in vier vormen van leegstand van panden:

- Frictieleegstand, ook wel mutatieleegstand, is de leegstand die tijdelijk voorkomt uit bedrijfsverhuizingen, waarbij de achtergelaten ruimte maximaal één jaar leegstaat³;

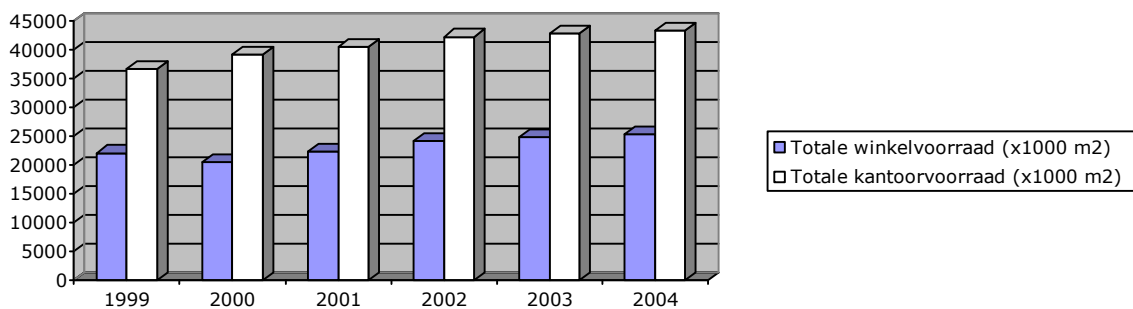
¹ Voogd, 2004, p135-136

² Voogd, 2004, p136

³ Van Gool *et al*, 1999

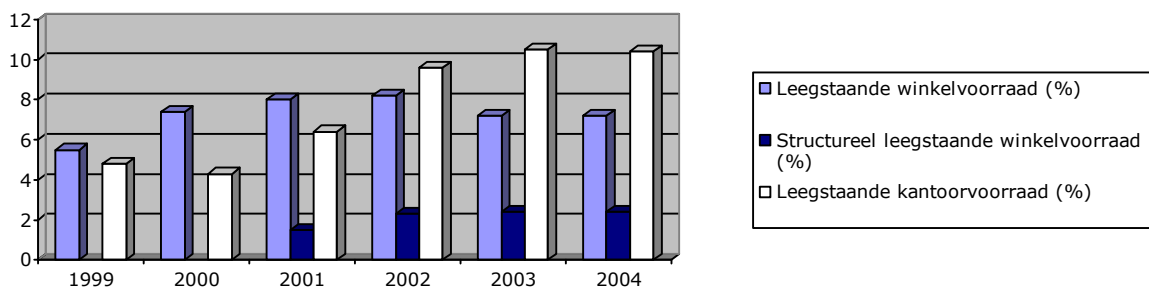
- Aanvangsleegstand, ook wel aanloopleegstand genoemd, is leegstand die ontstaat aansluitend na nieuwbouw of renovatie en waarvan de opleveringsdatum aan het eind van de meetperiode niet meer dan twee jaar geleden is geweest;
- Langdurige leegstand is de leegstand die aan het eind van de meetperiode tussen de één en twee jaar belooft;
- Wanneer de leegstand langer duurt dan de hierboven beschreven perioden, is er een andere vorm van leegstand ontstaan, namelijk structurele leegstand. Structurele leegstand is leegstand die aan het eind van de meetperiode langer dan twee jaar belooft.⁴

Figuur 2.2.1 toont de landelijke groei van bedrijfspanden in de afgelopen jaren, met een onderscheidt in winkels en kantoren. Eind 2004 zat het totale vloeroppervlak kantoren op 43,3 miljoen m². Het totale vloeroppervlak aan winkelpanden omvatte 25,4 miljoen m². Zowel de winkel- als de kantoorvoorraad zit momenteel op een groei van ruim 1 miljoen m² per jaar.



Figuur 2.2.1: Landelijke winkel-/kantoorvoorraad⁵

De leegstand van winkels en kantoren echter is in tegenstelling tot de groei minder voorspelbaar. Uit de gegevens van Locatus zijn de jaarlijkse percentages leegstand gevonden vanaf het jaar 1999. Ook is het percentage structurele leegstand van winkelpanden vanaf 2001 bekend. De percentages zijn weergegeven in figuur 2.2.2.



Figuur 2.2.2: Landelijke leegstand van winkel- en kantoorpanden⁶

⁴ Dasselaar, mei 2004, p13-14; originele bron: ROZ-IPD, 1996

⁵ Locatus BV, 2004

Wat uit figuur 2.2.2 vooral opvalt, is dat de totale leegstand van winkel- en kantoorpanden sinds 2002 en 2003 constant of zelfs een lichte daling laat zien. Daarnaast is ook de structurele leegstand van de winkelvoorraad in de jaren 2002 tot 2004 nagenoeg constant gebleven.

De complete leegstaande winkelvoorraad in het jaar 2004, namelijk 7,2%, is aan de hoge kant maar valt nog als acceptabel te beschouwen wanneer dit vergeleken wordt met de kantoren- en woningmarkt, waar een acceptabele leegstand geldt van ongeveer 5 à 6%⁷. Dit mag dan als frictieleegstand worden gezien. Van het totaal staat echter 2,4% structureel leeg, wat ongewenst is. Toch wordt bij de kantorenmarkt in vrede geleefd met een structurele leegstand van 1 à 2% van de totale voorraad. In vergelijking hiermee ligt het percentage structurele leegstand op de winkelmarkt daar met 2,4% maar net boven.

2.2.3 Leegstand boven bedrijven

De winkelstraten in de meeste binnensteden van Nederland bestaan uit monumentale puien en fraaie etalages. Elke vierkante meter wordt benut. Althans, dat is vaak de gedachte van de mensen. Wie de blik op de bovenbouw richt, ziet wat anders: lege ramen, met in het meest positieve geval vitrage ervoor. Veel bovenverdiepingen staan leeg of worden als opslag gebruikt waardoor gemakkelijk achterstallig onderhoud ontstaat⁸.

Als willekeurig voorbeeld wordt Amsterdam genomen. Om hoeveel leegstaande etages het precies gaat, is niet bekend. Een oppervlakkig gemeentelijk onderzoek in de Nieuwendijk en Kalverstraat toonde aan dat daar ongeveer 600 etages leegstaan. In de 180 panden van de Nieuwendijk bleken 100 lege etages te zijn plus ongeveer 160 etages die voor opslag in gebruik zijn. In de ongeveer 150 panden in de Kalverstraat bevinden zich 135 lege etages en zijn ongeveer 200 etages in gebruik als opslag.⁹

Amsterdam kampt, net als vele andere Nederlandse steden, met leegstand boven winkels. Of je nu naar de Spuistraat in Den Haag gaat, de Diezerstraat in Zwolle of de Vleesstraat in Venlo, overal zie je vanaf één hoog dezelfde verloedering. Ook de oorzaken van leegstand zijn overal dezelfde. Vanaf de jaren zestig gingen de zelfstandige winkeliers, die nog boven hun eigen winkels woonden, met pensioen. Ze hadden geen opvolgers en ontdekten dat het veel lucratiever was om hun panden te verhuren aan de opkomende winkelketens. Aanvankelijk namen de ketens een deel van de bovenwoningen in gebruik als magazijn of als kantine voor het personeel. Later sloopten ze de trappenhuizen weg om het winkeloppervlak met een paar vierkante meter te

⁶ Locatus BV, 2004

⁷ Dasselaar, A. van, 2004

⁸ Ministerie VROM, november 2005

⁹ VVAB, september 2000

vergroten of om een glazen pui te maken over de volle breedte van het pand. Achter in de winkel kwam dan een minimale inpandige trap naar de magazijnruimte. Als die al nodig was, want winkels worden steeds vaker per week bevoorraadt.¹⁰

2.2.4 Directe en indirecte effecten van leegstand

Leegstand van panden kan leiden tot diverse effecten met betrekking tot de leefomgeving ter plaatse. Directe negatieve effecten van leegstand in de binnenstad kunnen zijn: vandalisme, kraak, hennepkwekerijen, illegale houseparty's, weerschade, lekkage, technische schade, verpaupering en vervuiling. Uiteraard komt dit de binnenstad niet ten goede wanneer men kijkt naar aspecten als leefbaarheid en omgevingskwaliteit. Zo kan tevens een neerwaartse spiraal ontstaan waarbij als gevolg van de leegstand en bijbehorende negatieve effecten een slecht vestigingsklimaat wordt gecreëerd. Over de koppelingen tussen leegstand en zijn effecten zal verderop in het rapport terug worden gekomen.

2.2.5 Vestigingsswens in de binnenstad

De verwachting is dat de bevolking van ons land tot het jaar 2030 zal toenemen tot ca. 17 miljoen, terwijl daarna een daling wordt verwacht door het wegvallen van de naoorlogse geboortegolf. De natuurlijke groei van de bevolking neemt de komende jaren echter sterk af. Door de vergrijzing neemt de sterfte toe terwijl de geboorte geleidelijk afneemt; er ontstaat ontgroening samen met vergrijzing. Door de vergrijzing ontstaat een toenemende vraag naar seniorenwoningen. De woningvraag onder senioren verplaatst zich daarbij van grootschalig ('bejaardenhuis') naar kleinschalig (bijvoorbeeld beschut wonen) en mensen blijven zo lang mogelijk zelfstandig wonen in bijvoorbeeld een levensloopbestendige woning (geschikt wonen) of in een woning met de mogelijkheid tot zorg en diensten aan huis (verzorgd wonen).

Een ander gevolg van de hiervoor geschetste ontwikkeling is dat het aantal huishoudens zal toenemen. Er komen steeds meer kleinere huishoudens waarvan de woonvoorkeuren en financiële mogelijkheden heel verschillend zijn. Het gaat hierbij vooral om jongeren, ouderen en onvolledige gezinnen met uiteenlopende inkomensposities.¹¹

De binnensteden in Nederland bieden goede kansen voor de gewenste nieuwe woonconcepten en woonvormen. Er is in vrijwel alle binnensteden een grote vraag naar een goede kwaliteit koop- en huurappartementen. Door de blijvende aantrekkingskracht van het binnenstedelijk wonen, de stagnerende bouwproductie en de toename van de doelgroep potentiële kopers, huurders, studenten, starters, oudere jongeren en senioren zal deze woningvraag in binnensteden de komende jaren groot blijven.

¹⁰ Van den Boomen, januari 2005

¹¹ Voogd, 2004, p145

In de Grondwet is vastgelegd dat 'bevordering van voldoende woongelegenheden voorwerp van zorg der overheid' is.¹² Bij de locatie van nieuwbouwwoningen moet men zowel denken aan stedelijke uitleg, dat wil zeggen bouwen in aansluiting op de bebouwde kom, als aan inbreiding: bouwen binnen de bebouwde kom.¹³ Al een flink aantal jaren is er het concept Wonen boven winkels wat hoofdzakelijk inhoudt dat de plaatselijke overheid leegstaande etages verbouwt tot woningen. Dit overheidsbeleid zou onder meer kunnen dienen om aan de bovenstaande vraag van woningen in binnensteden te voldoen. Wonen boven winkels zou kunnen bijdragen aan het kwantitatieve woningtekort. Er zijn volgens het ministerie van VROM gemakkelijk 30 duizend woningen te realiseren in bestaande panden in binnensteden, anderhalf keer zoveel als in heel de Vinex-locatie Leidsche Rijn. Het concept Wonen boven winkels wordt later in dit rapport meer uitgebreid behandeld.

2.3 Voortzetting en beëindiging leegstand

In de vorige paragraaf is onder meer het onderscheid gemaakt tussen de leegstand van de commerciële ruimte van een pand en de overige leegstaande en/of slecht benutte ruimten erboven. Beide hebben eigen en gezamenlijke oorzaken en gevolgen, waarbij voor de commerciële ruimtes opvalt dat de processen ingewikkelder liggen dan voor de bovenliggende ruimten.

Van de leegstand van de commerciële ruimte kan in algemene zin worden gezegd, dat deze wordt veroorzaakt doordat na vertrek van het zittende bedrijf een ander de vrijgekomen ruimte niet (aansluitend) opvult. Dit kan verschillende oorzaken hebben, die meestal inhouden dat een potentiële gebruiker een andere locatie meer geschikt vindt. Welke bedrijven vertrekken en komen hangt van veel factoren af die het beste zijn te omschrijven als een compleet mechanisme van omstandigheden en besluiten.

De oorzaken van de leegstand van bovenliggende ruimten zijn vaak minder complex, maar hoeven niet minder moeilijk oplosbaar te zijn. Onwetendheid aan zowel de kant van de eigenaar als bij de overheid over wensen en (on)mogelijkheden dragen waarschijnlijk vaak bij aan leegstand en/of slechte benutting van ruimten. Eerst zal de voortzetting en beëindiging van de leegstand van bedrijfsruimten en winkels worden besproken (paragraaf 2.3.1 en 2.3.2), daarna die van leegstand boven winkels (paragraaf 2.3.3).

2.3.1 Oprichting, verplaatsing en beëindiging van bedrijven

De keuze van een middenstander om een locatie te betrekken of te verlaten is vaak gebaseerd op veel verschillende factoren. Om dit proces beter te kunnen begrijpen zal er eerst worden ingegaan op de verschillende fasen die een bedrijf doormaakt en waarin een

¹² Grondwet art. 22, lid 2.

¹³ Voogd, 2004, p127

keuze voor het betrekken of verlaten van een locatie aan de orde is. Achtereenvolgend komen de oprichting, de verplaatsing en de beëindiging van bedrijven aan bod.

Oprichting

Voor het ontstaan van bedrijven zijn twee theorieën in omloop¹⁴. Volgens de ene theorie is het aantal nieuwe bedrijven wat wordt opgericht gerelateerd aan de grootte van de populatie van bedrijven op dat moment. Volgens de andere theorie bestaat er een verband met de grootte van de populatie van de beroepsbevolking op dat moment. Beide zijn natuurlijk waar. Hierbij moet worden opgemerkt dat het proces van de locatiekeuze voor beide anders verloopt. Een schoolverlater of werkloze zal in eerste instantie een lopend bedrijf willen en zal zich dus ook meer richten op een betaalbare locatie en een zekere omzet. Andere aspecten zullen dan van weinig belang zijn. De keuze van de locatie zal dan ook meer een punt aan het eind van het oprichtingsproces zijn, dan een integraal onderdeel ervan. Bovendien komt het vaak voor dat starters hun bedrijf starten in of achter hun eigen woning. Bedrijven die een nieuwe vestiging openen, om even een vergelijkbaar voorbeeld te geven, zullen eerder een volledig onderzoek doen naar de gewenste grootte van de locatie, de uitstraling, kwaliteit ervan en de aanwezigheid van nabije voorzieningen. Tevens houden ze rekening met het benodigde aantal werknemers en vaak ook met mogelijke uitbreidingen.

Verplaatsing

Een commerciële ruimte komt niet zomaar leeg te staan. Voor het vertrek van de gebruiker kunnen diverse redenen worden aangewezen. Als eerste kan het zo zijn dat het zittende bedrijf is gestopt wegens faillissement, opheffing, pensionering van de eigenaar of andere redenen. Daarnaast kan het zittende bedrijf zijn verhuisd. In dat geval had het bedrijf één of meer redenen om de huidige locatie te verlaten. De redenen dat een ander bedrijf ervoor kiest om de vrijgekomen ruimte niet te gaan gebruiken kan dezelfde zijn als die van het verhuisde bedrijf. De locaties waar beide zaken wel heen zijn gegaan hebben blijkbaar iets wat de nu leegstaande locatie niet heeft. De motieven waarom bedrijven een locatie verlaten of juist betrekken, worden in de literatuur push- en pullfactoren genoemd. In feite maken de push- en pullfactoren deel uit van een totale groep van locatiefactoren of eigenschappen van een locatie. Hierbij kan de ene eigenschap de ondernemer ertoe bewegen te vertrekken en de andere eigenschap een ondernemer juist aantrekken.

Aan de hand van een onderzoek van EIM en een onderzoek van BCI, beide uit 1998, naar verschillende bedrijfstakken zal geprobeerd worden een inzicht te bieden in locatiefactoren voor de horeca en winkels in binnensteden. Het onderzoek naar locatiefactoren van EIM richt zich op het midden en klein bedrijf¹⁵. Het onderzoek van BCI richt zich op bedrijven van alle groottes, waarbij een ondergrens wordt aangehouden

¹⁴ Origineel: van Wissen (1999), commentaar: Pellenbarg e.a. (2005), p23

¹⁵ EIM (1998)

van vijf medewerkers. Hierbij geldt dat bijna de helft van de geselecteerde bedrijven tussen de vijf en de tien medewerkers heeft¹⁶. Beide onderzoeken hebben dus in ieder geval voor een redelijk deel betrekking op kleine bedrijven en een stedelijke omgeving, zodat wel enige lijn naar de detailhandel is te trekken. Bovendien geldt dat in winkelgebieden voor een groot deel dezelfde factoren een rol spelen als in beide onderzoeken zijn belicht.

Het onderzoek van EIM richtte zich vooral op welke locatiefactoren van belang worden geacht bij de keuze van een locatie. Uit dit onderzoek blijkt dat volgens de ondervraagden stimulatemaatregelen geen echte rol spelen. Wat door de ondervraagden wel belangrijk wordt gevonden is de aanwezigheid van klanten en leveranciers. Verder zijn van belang de grootte, bereikbaarheid, kwaliteit en imago van een locatie.

Belangrijkste push-factoren verhuisde bedrijven, in %		
Push-factor	1^e reden (%)	2^e en 3^e reden (%)
Ruimtegebrek	41.5	12.7
Bedrijfseconomisch	16.3	10.8
Bereikbaarheid/licging	10.2	24.9
Fusies/overnames	6.5	1.8
Niet-funktionele bedrijfsruimte	4.9	11.8
Milieu-eisen/beleid gemeente	4.6	5.9
Eigendomsvorm huistvesting	4.5	3.3
Hoge kosten	3.3	5.7
Representativiteit	2.3	13.8
Afstand woon-werklocatie	2.3	3.9
Te ruime huisvesting	1.8	1.3
Parkeermogelijkheden	1.7	4.1
Totaal %	100	100

Tabel 2.3.1

In opdracht van het Centraal Planbureau heeft BCI een onderzoek gedaan naar de locatievoorkeuren en ruimtegebruik van verhuisde bedrijven. Hierbij is onderzocht wat de afzonderlijke push- en pullfactoren waren voor diverse bedrijfstakken. Tabel 2.3.1 laat de pushfactoren¹⁷ zien en tabel 2.3.2 de pullfactoren¹⁸. Wat opvalt aan de gehanteerde factoren is dat ze eigenlijk vooral van fysieke aard zijn. Ruimtegebrek en groeiomgeving zijn zowel bij de push- als de pullfactoren de belangrijkste eerste reden. Dat onder de verhuizende bedrijven veel jonge, groeiende bedrijven zitten is niet verwonderlijk¹⁹. Verder worden bedrijfseconomische redenen wel als factor genoemd om een locatie te verlaten, maar niet als factor die bepalend is voor de keuze van de nieuwe locatie. Als tweede en derde reden worden vrij veel genoemd bereikbaarheid, (markt-) ligging en representativiteit.

¹⁶ BCI (1998), p22

¹⁷ BCI (1998), p40

¹⁸ BCI (1998), p41

¹⁹ Pellenbarg, e.a. (2005), p59

Belangrijkste pull-factoren verhuisde bedrijven, in %		
Pull-factor	1^e reden (%)	2^e en 3^e reden (%)
Ruimtegebrek/ groeimogelijkheid	27.5	15.3
Marktligging	13.7	11.7
Bereikbaarheid	10.6	16.2
Regio-gebonden	5.9	6.1
Fusie/overname/afsplitsing	5.7	0.8
Snel beschikbaar	5.7	3.2
Woon-werkafstand	5.2	4.9
Prijs/kwaliteitverhouding	5.1	8.4
Representiviteit	4.7	12.2
Huisvestingsfaciliteiten	3.9	6.5
Nabij andere vestigingen	3.8	3.9
Totaal %	100	100

Tabel 2.3.2

Beëindiging

Wanneer een bedrijf wordt beëindigd, dan kunnen hier verschillende redenen voor zijn zoals de pensionering van de ondernemer, faillissement of overlijden van de bedrijfsleider²⁰. Hierbij moet duidelijk zijn dat er een verschil is tussen het beëindigen van een bedrijf door middel van opheffing of faillissement ervan²¹. Waren bij een faillissement misschien de rendementen slecht of de bedrijfsvoering verliesgevend, bij een opheffing hoeft dit niet zo te zijn. Het komt vaak voor dat een eigenaar van een familiebedrijf geen opvolger kan vinden binnen zijn eigen familie en de onderneming dan liever wordt staakt dan deze aan een buitenstaander te verkopen²². Ook kan het zijn dat een stoppende ondernemer, die om wat voor reden dan ook geen goede overdracht kan regelen, losse onderdelen verkoopt en hier uiteindelijk geen verlies mee maakt²³.

Met betrekking tot de detailhandel in binnensteden: wanneer een ondernemer stopt, hoeft het niet altijd aan de locatie of bedrijfsvoering te liggen. In Pellenburg *et al* wordt hierbij een waarschuwing gegeven: de babyboomgeneratie gaat binnenkort met pensioen en aangezien hier veel ondernemers tussen zitten die familiebedrijven hebben opgericht, dreigt door overnameproblemen in de toekomst een serieuze kapitaalvernietiging²⁴. Omdat een redelijk aantal detailhandelsvestigingen welke geen deel uitmaken van ketens waarschijnlijk familiebedrijven zijn, is hiermee de potentiële leegstand van straten met veel niet-ketens hoger dan straten met wel veel ketens.

Volgens de literatuur is er een aantal verbanden tussen opheffing van een bedrijf en de grootte, leeftijd en dynamiek ervan. Hierbij is er niet zo zeer sprake van een oorzakelijk verband tussen grootte, leeftijd en dynamiek van een bedrijf en de kans op opheffing

²⁰ Van Wissen en Ekamper (1993)

²¹ Pellenburg, e.a. (2005), p131

²² Lotti en Santerelli (2002)

²³ Van Engelenburg (2003), Van Praag (2003)

²⁴ Pellenburg, e.a. (2005), p131

ervan, maar in de praktijk is wel waargenomen dat deze zaken iets over de overlevingskans zeggen. Zo lijkt de overlevingskans van een bedrijf toe te nemen met de leeftijd ervan²⁵. Verder lijkt te gelden dat de overlevingskans toeneemt met de het aantal werknemers van een bedrijf. Hiermee hangt samen dat hoe groter een bedrijf is, hoe duurder het is om het op te heffen. Derde punt is dynamiek. Dynamisch gedrag van bedrijven kan het succes vergroten, maar kan ook sneller mislukking brengen²⁶. Tevens valt op te merken dat stedelijke gebieden zich kenmerken door een hogere bedrijfsdemografische dynamiek.

Externe omstandigheden

Externe omstandigheden zijn omstandigheden die samenhangen rond de keuze tot het betrekken of verlaten van een locatie die een ondernemer niet of moeilijk in de hand heeft, maar waar deze wel vaak op kan inspelen. Een voorbeeld hiervan is de conjunctuur wat plaatsvindt. Ook voor de locatiefactoren, geldende regelgeving, lopend en toekomstig beleid en de omgevingskwaliteit geldt dat ze door een enkele middenstander zeer moeilijk zijn te veranderen. Voor de duidelijkheid: interne omstandigheden zijn omstandigheden die samenhangen rond de keuze tot het betrekken of verlaten van een locatie die een ondernemer wel in de hand heeft. Een oprichting, vergroting, inkrimping, verhuizing of opheffing zijn zaken waarover een ondernemer zelf beslist op basis van onder andere de externe omstandigheden.

2.3.2 Vertaalslag naar detailhandel

Hierboven zijn een aantal zaken behandeld zoals de motieven van een ondernemer en de vormen van vertrek en komst van en naar een leegstaand pand. De grove uitsplitsing van de benaderde bedrijven in de diverse onderzoeken naar bedrijfstakken anders dan detailhandel, maakt het dat locatiefactoren minder goed vergelijkbaar zijn en niet goed aansluiten op die factoren die specifiek in een binnenstad van belang zijn. Daarom zal hier geprobeerd worden een vertaalslag naar de detailhandel en horeca in binnensteden te maken. Om te beginnen valt op te merken dat niet alle vertrekkende ondernemers weggaan omdat een andere locatie beter is dan de huidige. Daarnaast verschilt per ondernemer het motief waarvoor zij een pand betrekken. Ook zijn er onbeheersbare factoren in het spel als economie die door middel van krimpende en stijgende bedrijfsomzetten een ondernemer kunnen dwingen te verhuizen. Al met al is het dus vaak ingewikkeld om te zeggen wat de locatie van een pand nu tot een goede of minder goede maakt en om te zeggen welke locaties langdurig leeg blijven of kunnen komen te staan. Punt is dat dit nu juist van belang is om te weten voordat voor een (langdurig) leegstaand pand een eigenaar kan worden gevonden. Een leegstaand pand zou daarom in relatie met andere leegstaande panden en de directe omgeving moeten worden

²⁵ Stinchcombe (1965), p142-192, bijbehorend commentaar: Pellenbarg, e.a. (2005), p25

²⁶ Van Wissen (2000), p263-279, bijbehorend commentaar: Pellenbarg, e.a. (2005), p26

bezien. Belangen spelen hierin een grote rol. Dit alles is het beste uit te leggen door middel van een aantal gedachte-experimenten.

1) Wanneer in een (deel van een) binnenstad weinig leegstand is, maar een grote vraag naar bedrijfsruimte voor winkels, etc. dan wordt het minder belangrijk geacht hoe de omgeving of het pand eruit ziet. Bereikbaarheid, grootte en ligging spelen wel een rol. Bij een beperkt aanbod en een grote vraag wordt een winkelstraat veel waard en zal een ondernemer zelf wel de gevel opknappen. Bovendien zal een gemeente onder druk van een winkeliersvereniging en wegens eventuele concurrentie met naburige winkelsteden het aanzicht van de straat verbeteren. Gevolg is dat de meeste leegstaande panden snel een eigenaar of gebruiker zullen krijgen en dat de kwaliteit van de omgeving bijna automatisch wordt verbeterd doordat meer partijen hier baat bij hebben. Hierbij zullen leegstaande panden in het kernwinkelgebied en langs looproutes als eerste heropend worden. In deze situatie treedt nog een verschijnsel op, namelijk dat het tekort aan geschikte panden gedeeltelijk wordt aangevuld doordat panden met een andere functie tot winkel worden omgebouwd.

2) Wanneer in een (deel van een) binnenstad redelijke leegstand is en de vraag naar bedrijfsruimte voor winkels is ook niet heel groot, dan beginnen ook andere factoren dan grootte, ligging en bereikbaarheid mee te spelen voordat een leegstaand pand weer in gebruik wordt genomen. Het wordt ineens belangrijk dat een leegstaand pand en de locatie ervan voldoende representatief zijn en de omgeving van voldoende kwaliteit. Alleen wanneer de ondernemers in een straat voldoende aan kunnen tonen dat de openbare ruimte in hun straat moet worden opgeknapt, zal een lokale overheid een straat ook daadwerkelijk opknappen. Wanneer het winkelcentrum ook moet concurreren met dat van een nabijgelegen plaats, zal een gemeente sneller geneigd zijn om winkeliers tegemoet te komen. Straten met te weinig winkels van voldoende kwaliteit zullen in eerste instantie vaak buiten dit soort regelingen vallen. Dit hoeft echter niet te betekenen dat leegstaande panden buiten het hoofdwinkelgebied ongebruikt hoeven te blijven. Juist in een gebied met enigszins een overschot liggen kansen voor starters. Voor de totale kwaliteit van het gebied is een verhoogde leegstand wel nadelig. Zolang er leegstaande panden zijn die over minder goede locatiefactoren beschikken dan andere leegstaande, kunnen deze uiteindelijk langdurig leeg blijven staan. Een verschijnsel wat hier juist optreedt, is dat sommige panden met een niet-woonfunctie worden verbouwd tot woningen, denk aan bijvoorbeeld oude fabrieken en pakhuizen.

3) Een tussenvariant is denkbaar waarin vraag en aanbod niet veel van elkaar verschillen, alleen de locatiefactoren van het aanbod niet op de vraag aansluiten. Hoewel bijvoorbeeld alleen vraag is naar panden met een horecabestemming zal een voor de rest geschikt pand door het ontbreken van een horecabestemming leeg blijven. Andere voorbeelden zijn denkbaar waarbij eigenaren en overheden niet goed op de hoogte zijn

van vraag en aanbod, waardoor panden onnodig (lang) leeg blijven staan. Hier kan een rol zijn weggelegd voor een Binnenstadmanagement.

Kortom: per pand zal bekeken moeten worden waarom deze leegstaat. Hierbij moeten ook zaken als vraag en aanbod van geschikte panden in de omgeving in ogenschouw worden genomen. Een bedrijfsmakelaar zou hier rekening mee kunnen houden door, waar mogelijk en waar nodig, de tekortschietende locatiefactoren te verbeteren. Ook een gemeente zou actief mee kunnen zoeken naar huurders voor leegstaande panden. In de periode waarin hard gezocht wordt naar een nieuwe eigenaar of huurder, kan door middel van een tijdelijke vulling van de etalage de indruk van leegstand enigszins ontnomen worden. Beide maatregelen worden door de gemeente Groningen met succes toegepast, zie ook hoofdstuk 3.

2.3.3 Leegstand boven winkels

Zoals onder 2.2 is te lezen is de leegstand en/of slechte benutting van verdiepingen boven winkels om diverse redenen ontstaan²⁷. Even belangrijk is waarom ze na het ontstaan zijn blijven voortbestaan. Helemaal als bedacht wordt dat deze leegstaande verdiepingen vooral voorkomen in een gebied - de binnenstad - waar ook veel vraag is naar kwalitatief goede appartementen en studentenkamers. Het voortduren van deze leegstand heeft diverse oorzaken en, waar veel ondernemers in eerste instantie niet aan denken, ook diverse gevolgen. In onderstaand stuk wordt naar de oorzaken en gevolgen gekeken alsook naar mogelijke oplossingen.

Oorzaak voortduren

Al in de jaren '80 stond de leegstand boven winkels op de agenda van diverse grote steden, zo ook in Amsterdam. Deze stad stelde in 1985 de nota "Wonen boven bedrijven" vast. Dit heeft als gevolg gehad dat tussen 1985 en 2005 607 woningen zijn gerealiseerd²⁸. Een aantal van 607 lijkt veel, maar aangezien het totaal geschatte aantal leegstaande verdiepingen in Amsterdam in 1985 ongeveer 2000 was, blijkt er nog een lange weg te gaan²⁹. De redenen waarom in Amsterdam in twintig jaar tijd slechts een kwart van de leegstaande en slecht benutte verdiepingen zijn omgebouwd tot woningen zijn exemplarisch voor alle grotere steden in Nederland. Om te beginnen zijn de problemen verschillend van aard. De etages die eenvoudig rendabel verhuurbaar waren, zijn vaak al door een marktpartij verbouwd³⁰. Welke overblijven zijn etages waar meer voor gedaan moet worden. De problemen beginnen vaak al met de toegang. Een nieuwe ingang moet vaak via soms creatieve routes aan achter- of zijstraten worden aangelegd. Naast het feit dat technische voorzieningen nodig zijn om de leegstaande verdiepingen

²⁷ Hier worden slecht benutte verdiepingen ook als leegstand beschouwd.

²⁸ VROM (2005), *Wonen boven winkels*, p15

²⁹ Heddema, F. (2000), *Grote leegstand boven winkels*, Binnenstad N^o. 184, Amsterdam

³⁰ Gemeente Groningen, *Nota Wonen Boven Winkels* (2003), p5

weer bereikbaar en bovenal bewoonbaar te maken, zijn er ook juridische en procedurele zaken die vaak veel tijd kosten om te regelen. Eigenaren zien hierbij op tegen de rompslomp en verwachten minimale of zelfs negatieve winstmarges³¹. Doordat verbouwde etages aan dezelfde eisen moeten voldoen als nieuwbouw, lijken deze in eerste instantie inderdaad niet altijd rendabel verhuurbaar³². Winkeliers vrezen bovendien voor overlast tijdens de verbouwing en van bewoners zoals studenten naderhand. Het liefste zien winkeliers dat hun winkel tijdens de verbouwing gewoon open blijft. Als laatste zien lang niet alle eigenaren het zitten om op te gaan treden als verhuurder.

Gevolgen

De mogelijke gevolgen van leegstand kunnen ingrijpend zijn³³, zoals groot achterstallig inpandig onderhoud. Niet verwarmde ruimten dragen bij aan het versneld verslechteren van schilderwerk. Komt dit in een straat meer voor, dan kan al snel een beeld van verpaupering ontstaan. Dit verslechterende straatbeeld kan ervoor zorgen dat er een neergaande spiraal ontstaat van elkaar opvolgende verslechtingen. Er is nog een hoek van waaruit nadelige gevolgen kunnen komen. Wanneer een etage langer dan een jaar leegstaat, mag deze gekraakt worden³⁴. Hoewel niet alle krakers criminelen zijn, is de rekening van afgetapte stroom bij vondst van een hennepkwekerij voor de eigenaar of huurder van het pand. Illegale bewoning kan hierbij net zo desastreus zijn als achterstallig onderhoud.³⁵ Al met al kan leegstand ertoe bijdragen dat er een verhoogd gevoel van onveiligheid ontstaat en tevens een achteruitgang van de kwaliteit van het straatbeeld. Beide kunnen nadelige gevolgen hebben voor de kwaliteit van de winkelstraat en voor de binnenstad als geheel.

Wonen boven Winkels

Een leegstaande etage kan op verschillende manieren worden aangepakt; door een lokale overheid, een vereniging van eigenaren of door particulieren zelf. Een dergelijke aanpak behelst eigenlijk altijd het streven om de etage om te vormen tot rendabel verhuurbare woonruimte. In ruim twintig steden hebben gemeentes een beleid opgezet ter bestrijding van leegstand boven winkels. Na het opstellen van een nota is in bijvoorbeeld Amsterdam, Maastricht en Groningen een speciaal bedrijf (een "NV Wonen boven winkels") daartoe opgericht, dat door middel van subsidies de doelen uit de Nota moet realiseren. De belangrijkste oplossing voor het aanpakken van leegstand, is ervoor zorgen dat de eigenaar van een pand inziet welke voordelen er voor hem aan een verbouwingsproject zit, of dat er tenminste geen nadelen hoeven te zijn. Anders gezegd:

³¹ VROM (2005), Wonen boven winkels, p7

³² VROM (2005), Wonen boven winkels, p5

³³ VROM (2005), Wonen Boven Winkels, p4

³⁴ Ook in het nieuwe wetsvoorstel mag een pand na een jaar gekraakt worden wanneer de eigenaar niet alles heeft gedaan om de leegstand van het pand te voorkomen.

³⁵ Niet iedere vorm van kraken is slecht; antikraak en kraken tegen prijsopdrijving zijn vormen waarin kraak positief naar voren komt.

het moet duidelijk zijn dat eigenaren er belang bij hebben of dat hun belang niet geschaad wordt.

De werkwijze bij overheden is meestal als volgt. Een door de gemeente opgezette "Wonen boven winkels" NV neemt kort gezegd alle papierwerk voor het verbouwen van een pand op zich, tot en met de verhuur en periodiek onderhoud aan toe³⁶. Het beheer kan hierbij worden uitgevoerd door een woningcorporatie. Er kan voor gekozen worden dat de NV de leegstaande etages van de eigenaar koopt, maar langdurig pachten is ook een optie. In het laatste geval ontvangt de eigenaar dus een deel van de opbrengsten. Door voor verscheidene naast elkaar gelegen panden regelingen met eigenaren te treffen kan doeltreffend een nieuwe gezamenlijke oplossing voor de ingang gemaakt worden. Door middel van subsidies kan het onrendabele deel van een verbouwing weg worden genomen en kan een reële marktconforme huur worden bereikt. Hoe hoog deze subsidie is, hangt af van hoe hoog de huur wordt. Voor panden met een monumentenstatus of een historische gevel zijn er tevens mogelijkheden voor een monumentensubsidie of een samenwerking met Stichting Stadsherstel.

Voor particulieren geldt hetzelfde als voor eigenaren van panden. Ook zij zien vaak op tegen de procedures en wettelijke eisen. Gemeenten en corporaties hebben meer ervaring met regelgeving, aankoop, verbouw en verhuur van onroerend goed. Door de door hen opgerichte "Wonen boven winkels" NV's in contact te laten komen met particulieren kunnen daar woningen worden gerealiseerd, waar een particulier zonder hulp al zou zijn afgehaakt.

Gezamenlijke voordelen

Als gezegd ligt de crux in het overtuigen van elkaars belang van het verbouwen van een leegstaande etage. Een van de manieren is het overtuigen van de voordelen die eraan zitten door te laten zien wat de te verwachten resultaten zijn. Ervaringen elders spelen hier een rol. Nu in steeds meer gemeenten projecten van de grond komen zal dit zwaarder gaan meewegen wanneer ook daar de resultaten positief zijn. Over deze resultaten later meer. Hoe groot behaalde resultaten zullen zijn hangt van een aantal zaken af zoals de welwillendheid van de eigenaar om mee te werken. Vaak moet er onderhandeld worden met verscheidene eigenaren om een project van de grond te krijgen en dit kan behoorlijke vertragingen opleveren. Ondanks dat lijkt het erop dat steeds meer gemeentes het belang van dit beleid zien en steeds meer bereid zijn om hierin te participeren en mee te financieren. Wanneer het probleem voor een bepaalde straat structureel wordt aangepakt, dan kan dit behoorlijke verbeteringen opleveren. Door naast de leegstand ook de gevels en zaken als bestrating, straatmeubilair en voorzieningen aan te pakken, kan de winkelomgeving aanzienlijk worden verbeterd³⁷. Naast het verbeteren van de kwaliteit van de binnenstad en uitbreiding van het (bijzonder) winkelareaal draagt dit beleid bij aan het behoud van historisch erfgoed en

³⁶ Gemeente Groningen, Nota Wonen Boven Winkels (2003)

³⁷ VROM, Wonen boven Winkels (2005), p7

vergroting en verbreding van het woningaanbod³⁸. Het is hiermee een duurzame investering in de binnenstad die een grote bijdrage kan leveren aan de totale kwaliteit van de binnenstad zonder dat hiervoor extra ruimte voor nodig is.

Resultaten

Concrete resultaten worden met het Wonen boven Winkels beleid in Nederland zeker geboekt, zij het dat voor veel projecten een lange adem vereist is. Zoals eerder gezegd heeft Amsterdam sinds 1985 van de 2000 leegstaande etages iets meer dan 600 verbouwd tot woning³⁹. Andere projecten lopen of zijn in voorbereiding. In Maastricht was de schatting dat meer dan 1000 woningen gerealiseerd zouden kunnen worden. Eind van dit jaar hoopt Maastricht op 350 woningen te zitten, daarnaast zijn er plannen om in 2009 nog 250 gerealiseerd te hebben⁴⁰. Utrecht heeft in de periode van 1999 tot 2004 uit 300 leegstaande etages tot nu toe ongeveer 230 woningen gerealiseerd. Utrecht heeft daarnaast nog een aantal projecten in voorbereiding waarmee men denkt tot 2010 nog 100 woningen te kunnen realiseren⁴¹. Groningen heeft in een inventarisatie in 2003 bepaald dat er ongeveer 200 woningen gerealiseerd zouden kunnen worden in de binnenstad⁴². Dit jaar zijn de eerste panden opgeleverd met ondermeer 13 studentenwoningen, 8 kamers, ateliers en kantoorruimte voor de culturele manifestaties Noorderlicht en Noorderzon. Andere projecten zijn in voorbereiding.

Hoewel het "Wonen boven Winkels" beleid haar oorspronkelijke start maakt in de jaren zestig in Amsterdam, is ze nog lang niet op haar einde. Landelijk gezien is er nog veel winst te behalen. Van de landelijk verwachte 30.000 woningen⁴³ die potentieel gerealiseerd kunnen worden zijn er tot nu toe slechts 1500 tot 2000 gerealiseerd⁴⁴. Hier ligt dan ook een taak voor gemeenten om structureel in te grijpen door het realiseren van woningen gemakkelijker te maken⁴⁵ en te bevorderen.

Voor iedere betrokkene zijn er voldoende redenen te vinden om actief mee te werken bij deze manier van leegstandsbestrijding wat verklaart dat steeds meer steden inhaken. Het past hier om af te sluiten met het volgende bericht, wat op 26 januari 2006 de wereld inging⁴⁶:

Op donderdag 26 januari gaf Minister Dekker van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieu het officiële startsein voor de oprichting van Wonen boven

³⁸ VROM, Wonen boven Winkels (2005), p4

³⁹ Heddema, F. (2000), *Grote leegstand boven winkels*, Binnenstad N^o. 184, Amsterdam

⁴⁰ VROM (2005), Wonen boven winkels, pag. 7

⁴¹ Publicatie gemeente Utrecht, <http://www.utrecht.nl/smartsite.dws?id=121502>

⁴² Gemeente Groningen (2003), Nota wonen boven winkels, pag. 18

⁴³ Persbericht Wonen boven winkels Nederland, januari 2006

⁴⁴ VROM (2005), wonen boven winkels, pag. 11

⁴⁵ Door bij de verkoop van een pand al om de tafel te gaan zitten met de nieuw eigenaar en zo al proberen de winkelruimte los te koppelen van de bovenliggende verdiepingen.

⁴⁶ <http://www.woonpunt.nl/index.jsp?content=2084> (22-5-2006)

Winkels Nederland. Het van oorsprong Maastrichtse initiatief, waarvan Woonpunt deel uitmaakt, krijgt daarmee landelijke navolging.

2.4 Leefbaarheid en omgevingskwaliteit

Pand gekraakt van Kroonenberg Groep

CENTRUM - Een groep krakers heeft deze week bezit genomen van het pand Damrak 16, eigendom van de Kroonenberg Groep. Volgens de krakers staan de bovenverdiepingen van het pand al meer dan vijf jaar leeg. 'Kroonenberg is door de enorme *leegstand boven winkels* medeverantwoordelijk voor de *onleefbaarheid* van het centrum.' aldus de krakers.

Het Parool, 11 maart 2006

Bij het bestuderen van het begrip leegstand leest men al snel ook termen als leefbaarheid en omgevingskwaliteit. Deze termen worden doorgaans vaak als container gebruikt en herbergen uiteenlopende begrippen van zoiets simpels als goed contact met de burens, en gezondheid tot criminaliteit, veiligheid, stedelijke kwaliteit en soms zelfs duurzaamheid. Ook worden sommige van deze termen vaak genoemd als synoniem van leefbaarheid en/of omgevingskwaliteit. In de eerste paragraaf wordt uitgezocht wat onder deze termen wordt verstaan.

Achtereenvolgend worden in de volgende paragrafen de begrippen leefbaarheid en omgevingskwaliteit uit de doeken gedaan en worden de meest gebruikte definities behandeld. Er wordt een poging gedaan een verband tussen leegstand en leefbaarheid/omgevingskwaliteit te omschrijven en er wordt gekeken in hoeverre zij elkaar beïnvloeden en hoe bijvoorbeeld de RO/gebouwde omgeving/inrichting van een gebied hierbij invloed kan hebben op het geheel. Tenslotte wordt er gekeken hoe deze begrippen het beste te operationaliseren zijn.

2.4.1 Leefbaarheid

Leefbaarheid is een breed begrip, afhankelijk van de context waarin het gebruikt wordt kan het dus ook op verschillende manieren opgevat en uitgelegd worden. Omdat er nu eenmaal veel invalshoeken zijn om tegen het begrip leefbaarheid aan te kijken, en om het begrip 'grijpbaarder' te maken, zal hier vooral gekeken worden naar leefbaarheid in de context van de gebouwde omgeving.

'Geschiktheid om erin of ermee te leven.'⁴⁷

'Leefbaarheid is de waardering van een individu voor zijn of haar woonomgeving.'⁴⁸

⁴⁷ Van Dale Hedendaags Nederlands Woordenboek

'De waardering van de woonomgeving door de bewoners.'⁴⁹

'De beleving van de dagelijkse leefomgeving.'⁵⁰

Zonder hier een opsomming te maken lijken de meeste definities een sterke overeenkomst te hebben. Namelijk de relatie tussen mensen en omgeving. Hiermee is tevens in dit stadium al te beargumenteren dat leefbaarheid en omgevingskwaliteit onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn.

Vaak is de kritiek dan dat andere definities te eng zijn en niet alle aspecten van leefbaarheid in zich hebben. Het SCP legt bij leefbaarheid de nadruk dan ook op het samenspel tussen de fysieke kwaliteit, de sociale kenmerken en de veiligheid van de woonomgeving.⁵¹ Er zijn zelfs meningen dat het begrip leefbaarheid te subjectief en te complex is om in een definitie vast te leggen en dat zoiets neerkomt op het beschrijven van een mening.⁵² Sommigen, zoals Verweij et al. (1995), zien de situatie rond het begrip leefbaarheid als die van een begrip in ontwikkeling. Uiteindelijk zal er meer helderheid en eenduidigheid komen als het begrip uitgekristalliseerd raakt.⁵³

In het GIDO rapport (Gemeenschappelijk Initiatief realisatie Duurzame Ontwikkeling) uit 2002 wordt een helder overzicht gegeven over (duurzame) leefbaarheid en de gebouwde omgeving. Hierin wordt een driedeling gemaakt tussen de kennelijke leefbaarheid, de veronderstelde leefbaarheid en leefbaarheid als verzamelbegrip.⁵⁴

Als we teruggaan naar de context van de ruimtelijke ordening, waar de nadruk ligt op de gebouwde omgeving, kunnen we niet erg veel met algemene definities. Vaak wordt in de ruimtelijke ordening gezocht naar een objectieve definitie van leefbaarheid, en kom je hiermee al snel op het gebruik van leefbaarheid als verzamelbegrip waarbij voornamelijk gekeken wordt naar de ruimtelijke component. Ook hier zijn verschillende opvattingen over, maar in het algemeen omvat het de hoofdthema's: gezondheidszorg, het onderwijs, de veiligheid, de multiculturele samenleving en de vervoersproblematiek.⁵⁵

Dit lijkt een vrij volledige opsomming van de thema's die onder leefbaarheid vallen. Hierbij valt echter wel op dat er een duidelijke sociale component ontbreekt. Omdat deze vaak erg subjectief en vaak niet ruimtelijk is, is deze erg lastig te operationaliseren en wordt voor het gemak vaak weggelaten.

In dit rapport wordt geprobeerd, naast de opsomming van GIDO hier boven, de sociale component wel mee te nemen in de beschouwing van leefbaarheid. Hierover meer in een volgende subparagraaf waar de operationalisering besproken wordt.

⁴⁸ GIDO 2002, p21

⁴⁹ RIVM 2003, p29, origineel uit Marsman en Leidelmeijer (2001)

⁵⁰ RIVM 2003, p21, origineel uit RIVM (2001)

⁵¹ SCP 2002, p25

⁵² RIVM 2003, p28, origineel uit Rybczynski (1986); geciteerd door Moore (2000)

⁵³ RIVM 2003, p27 (Verweij et al. (1995))

⁵⁴ GIDO 2002, p17 ev

⁵⁵ GIDO 2002, p16

2.4.2 Omgevingskwaliteit

'Leefkwaliteit is het verbindende begrip tussen het streven naar duurzaamheid nu en in de toekomst en de zorg voor een schone en veilige leefomgeving. Het wordt bepaald door milieu, ruimte en economie'.⁵⁶

'Kwaliteit van de leefomgeving kan worden opgevat als een wezenlijk onderdeel van het bredere concept 'kwaliteit van leven' met als basiskwaliteiten gezond en veilig en met een hoogwaardige leefomgeving als ambitie'.⁵⁷

Ook omgevingskwaliteit is een ongrijpbaar begrip en er is een verbondenheid met leefbaarheid omdat omgevingskwaliteit uiteengezet kan worden in fysieke, ruimtelijke en sociale aspecten. Beide begrippen hebben dus een grote overlap. Er kan zelfs gezegd worden dat leefbaarheid de optelsom is van veel genoemde klachten over en kwaliteiten van de woonomgeving.⁵⁸ Hierover meer in een volgende paragraaf waar de samenhang van deze begrippen met de leegstand behandeld wordt.

Opbouw van het begrip omgevingskwaliteit kan in vorm van objectief, intersubjectief, subjectief.⁵⁹ Maar met een ruimtelijke blik lijkt het gemakkelijker te blijven bij het objectieve gedeelte. Ook subjectief, bijvoorbeeld het veiligheidsgevoel, dat een sterke invloed heeft op beide begrippen, hoeft niet altijd het aantal waargenomen delicten te weerspiegelen in een bepaald gebied. Ook hier lijkt een intersubjectieve benadering de beste middenweg te zijn om zo niet een component onderbelicht te laten.

Aan omgevingskwaliteit zitten positieve en negatieve elementen. Het VROM rapport "de kwaliteit van Nederlandse woning en woonomgeving rond de millenniumwisseling" geeft aan wat over het algemeen als positief en negatief gezien wordt.

Positief voor de beleving is de aanwezigheid van cultuurhistorische elementen, zoals een oude kerktoren, molen of ander historisch gebouw. Ook een bijzondere inrichting van de openbare ruimte valt daaronder, bijvoorbeeld vanwege de inrichting met bijzonder straatmateriaal (natuursteen of gebakken klinkers) of bijzonder vormgegeven straatmeubilair. Negatief voor de beleving van de ruimtelijke kwaliteit is vervuiling van straten en openbaar groen, graffiti en vernielingen en de aanwezigheid van leegstaande panden, braakliggende terreinen of terreinen voor grootschalige opslag in de directe omgeving.⁶⁰

⁵⁶ RIVM 2003, p30, origineel VNG (1999)

⁵⁷ RIVM 2003, p30, origineel RIVM (2002; workshop leefbaarheid)

⁵⁸ GIDO 2002, p19

⁵⁹ Alterra, p18

⁶⁰ VROM 2003, p47

Hier wordt de operationalisering gemaakt van het begrip omgevingskwaliteit, die zal behandeld worden in een volgende paragraaf waarin uiteengezet wordt welke fysieke, ruimtelijke en sociale aspecten onder omgevingskwaliteit vallen.

2.4.3 Verbanden leegstand – leefbaarheid - omgevingskwaliteit

Nu er een meer duidelijke omschrijving is gegeven van de begrippen leefbaarheid en omgevingskwaliteit is het tijd om te kijken wat voor invloed zij hebben op elkaar en op de leegstand. En zelfs nog dieper; is die leegstand nou het gevolg of de oorzaak?

Het ministerie van VROM zegt hierover het volgende:

'Leefbaarheid is in feite een verzamelbegrip waarin allerlei verschillende aspecten van de leefomgeving, waaronder de gebouwde omgeving en de sociale omgeving, een plaats krijgen. Leefbaarheid weerspiegelt een totaaloordeel over de leefomgeving'.⁶¹

Het SCP legt enerzijds de oorzaken bij de bevolkingsamenstelling en daarmee bij de sociale cohesie in een buurt⁶², en anderzijds bij gelegenheidsfactoren en daarmee de gebouwde omgeving als het gaat om de oorzaken van verloedering en criminaliteit van een buurt.⁶³ Die gelegenheidsfactoren uiten zich in het monofunctionele karakter van veel moderne buurten en de lage bebouwingsdichtheid.⁶⁴ Bij Newman (1973) zijn vooral de schaal van bebouwing en de woonvorm belangrijke factoren⁶⁵

In grote lijnen zegt het SCP rapport dat leefbaarheid nauw samenhangt met veiligheid, sociale structuur en de fysieke omgeving.⁶⁶ Verder zegt het rapport dat er naar verwachting een verband is tussen een aantal factoren welke de fysieke omgeving en de veiligheid en daarmee ook de leefbaarheid bepalen. Hiertoe heeft het SCP een indeling gemaakt naar typologie waarbij ze aangenomen hebben dat:

'een relatief hoge dichtheid, (middel)hoogbouw, weinig koopwoningen, veel fysieke verloedering en weinig voorzieningen een relatie hebben met cohesie en veiligheid'.⁶⁷

Ook andere literatuur schetst het beeld dat de begrippen leefbaarheid en omgevingskwaliteit in elkaar overlopen en afhankelijk zijn van uiteenlopende sociale en fysieke factoren. Maar bestaat er ook een verband met de leegstand?

⁶¹ VROM 2004, p14

⁶² SCP 2002, p19

⁶³ SCP 2002, p22

⁶⁴ SCP 2002, p22 origineel uit Jacobs 1961

⁶⁵ SCP 2002, p22, origineel uit Newman 1873

⁶⁶ SCP 2002, p18 ev

⁶⁷ SCP 2002, p237

Als we teruggaan naar de locatiefactoren voor ondernemers in paragraaf 2.3.1, zien we in tabel 2.3.1 dat het fysieke milieu een belangrijke rol speelt in vrijwel alle sectoren. Behalve de grootte van de locatie zijn bereikbaarheid, kwaliteit en imago van de locatie en een representatieve omgeving belangrijke factoren hierin.

Het Locatus rapport spreekt over de invloed van stedenbouwkunde op de leegstand. Hieruit wordt geconcludeerd dat de stedenbouwkundige kwaliteit zeker een prettiger en langer verblijf in een winkelgebied tot gevolg kan hebben, maar dat dit zeker niet de bepalende factoren zijn. Het aanbod van winkels en de functionaliteit van een bepaald gebied spelen hierin een grotere rol.⁶⁸ Methorst (1996) stelt dat de belevingswaarde van een gebied een grote rol speelt. Ongunstige ervaringen bepalen namelijk het doen en laten van de mens. Basiswaarden hierbij zijn aantrekkelijkheid (bijv. een divers winkelaanbod), sociale veiligheid en verkeersveiligheid.⁶⁹ Beargumenteerd zou dus kunnen worden dat als een winkelstraat aan deze basiswaarden voldoet, het een succesvol winkelgebied is.

Leefbaarheid en omgevingskwaliteit lijken dus zeker een rol te spelen bij leegstand, maar geconcludeerd kan worden dat dit geen hoofdrol maar meer een voorwaardenscheppende rol is. Duidelijk zal zijn dat leegstand een negatieve invloed heeft op de leefbaarheid en omgevingskwaliteit; leegstand maakt een winkelgebied niet aantrekkelijker. Maar of de leegstand een gevolg is van een verminderde leefbaarheid en/of omgevingskwaliteit wordt uit de literatuur niet duidelijk.

Uit deze en voorgaande paragrafen is duidelijk geworden dat leefbaarheid en omgevingskwaliteit zo met elkaar verbonden zijn dat er bij operationalisering van begrippen afzonderlijk veel overlap zal ontstaan. Daarom is er in de volgende paragraaf voor gekozen deze dan ook samen te nemen wanneer de operationalisering wordt besproken.

⁶⁸ Locatus 2004, p80

⁶⁹ Locatus 2004, p80, origineel uit Methorst (1996)

2.4.4 Operationalisering leefbaarheid en omgevingskwaliteit

Over hoe leefbaarheid en omgevingskwaliteit te operationaliseren bestaan verschillende zienswijzen. Zoals in de vorige paragraaf al is gesteld, is het door de overeenkomstige ruimtelijke component van beide begrippen lastig, zo niet onmogelijk, beide begrippen apart te operationaliseren.

Zoals genoemd wordt vaak gebruik gemaakt van leefbaarheid en omgevingskwaliteit als verzamelbegrippen bestaande uit verschillende componenten. Een overzicht van de meest gebruikte (ruimtelijke) componenten van de beide begrippen worden hieronder opgesomd.

Voor de buurt of wijk worden de volgende omgevingsaspecten gebruikt in onderstaand overzicht⁷⁰:

1. Parkeervoorzieningen;
2. groen (van snippergroen tot park) en water in de wijk;
3. woningdichtheid en bevolkingsdichtheid;
4. levendigheid, aantrekkelijkheid;
5. criminaliteit, vandalisme;
6. sociale veiligheid, verkeersveiligheid;
7. vuil op straat, verkeerslawaai, bodemverontreiniging;
8. aantal verhuisbewegingen per jaar;
9. percentage eigen woningbezit;
10. gemiddeld besteedbaar inkomen en inkomensontwikkeling;
11. bevolkingssamenstelling (heterogeniteit, aandeel 'niet-actieven');
12. aanwezigheid, kwaliteit en nabijheid van voorzieningen (winkels, scholen, medische voorzieningen, OV haltes, kinderopvang, horeca, buurthuis, bibliotheek, enz.).

Deze opsomming is veelomvattend maar voor onderzoek wel erg breed. Er zullen dus vragen gesteld moeten worden die verschillende aspecten combineren. Vaak wordt bij onderzoek naar leefbaarheid en omgevingskwaliteit gewerkt met het geven van rapportcijfers. Hierbij moet opgemerkt worden dat het geven van cijfers door respondenten misschien niet helemaal representatief is omdat mensen minder snel geneigd zijn hoge of lage cijfers te geven. Een ordinale schaal is hierbij dus beter. De onderzoeker zou achteraf wel een cijfer kunnen hangen aan de totaaluitkomsten om zo vergelijkingen met verschillende jaren inzichtelijker te maken.

⁷⁰ Uit GIDO 2002, p20, origineel Van de Wardt 1998, Van der Valk en Mutserd 1998, RIVM 1998, Van Eijk 1998

In het onderzoek onder winkeliers van het onderzoeksgebied (hoofdstuk 4 en 5) zullen de volgende leefbaarheids- en omgevingskwaliteitcomponenten worden gebruikt:

- Veiligheid (tijdens en buiten openingstijden, inbraak en overvallen en tevens ook verkeersveiligheid);
- Aantrekkelijkheid gebied (m.b.t. winkelaanbod en nabijheid van voorzieningen, (verkeers)overlast, groenvoorzieningen en inrichting van het gebied);
- Straatbeeld (vandalisme, zwerfvuil, pandenonderhoud, straatonderhoud, straatverlichting);
- Sociale band met de buurt (sociale controle onder de winkeliers, contacten met buurtbewoners).

2.5 Slot

In dit hoofdstuk is het onderwerp leegstand besproken en hoe deze zich verhoudt tot de (gebouwde) omgeving door middel van leefbaarheid en omgevingskwaliteit. Dit hoofdstuk begon ook met de vraag: Wat houdt de algemene problematiek in met betrekking tot leefbaarheid en omgevingskwaliteit en hoe staat deze in relatie met leegstaande panden in de binnenstad?

Er is een overzicht gegeven van de verschillende oorzaken van leegstand, bedrijfsbeëindiging en verhuismotieven. Hierna volgde een stuk over de leegstand van etages boven winkels en hoe het "Wonen boven Winkels" beleid hier een bijdrage aan kan leveren. Door deze leegstaande etages bewoonbaar te maken (en winkeliers en/of eigenaren aspecten uit handen te nemen) zou dit een goede verbetering betekenen voor de leefbaarheid in binnensteden, omdat er door meer bewoning meer sociale controle komt, ook na sluitingstijd.

De complexe begrippen leefbaarheid en omgevingskwaliteit zijn vervolgens uit de doeken gedaan en geprobeerd is een verband aan te geven tussen deze begrippen en leegstand. Uiteindelijk kon geconcludeerd worden dat die begrippen in elkaar overlopen en zeker een rol spelen bij leegstand, al is dat zeker geen hoofdrol. Als laatste is er geprobeerd leefbaarheid en omgevingskwaliteit te operationaliseren, echter ook dit bleek complex. Tenslotte wordt er een aantal handvatten gegeven om te gebruiken in hoofdstuk 4 en 5. In het aankomende hoofdstuk wordt een beleidsstudie uitgevoerd met betrekking tot het gevoerde beleid in de binnenstad van Groningen.

3. Beleid onder de loep

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden een aantal veronderstellingen getoetst over de invloed van de bouw van het Westerhavencomplex op de leegstand in het gebied Westerhaven – Vismarkt. Op het eerste gezicht lijkt er minder leegstand te zijn dan een aantal jaren geleden en lijken er meer mensen tussen de Grote Markt en de Westerhaven te lopen. Volgens de gemeente is het aanleggen van het Westerhavencomplex de oorzaak voor deze looproute. De route heeft er op zijn beurt voor gezorgd dat de panden erlangs interessanter zijn geworden voor ondernemers, waarop de leegstand langs de route zou zijn afgenomen. Echter, er zijn veel meer factoren in het spel die van invloed kunnen zijn op de leegstand van het gebied. Zo is in die betreffende periode veel beleid uitgevoerd dat gedeeltelijk verantwoordelijk zou kunnen zijn voor het afnemen van de leegstand en het toenemen van de passantenstroom. Verder zijn er belangrijk externe factoren waar men nauwelijks grip op heeft en die van grote invloed zijn: de economie en het deel van de ontwikkeling wat niet in beleid gevat is of kan worden. Er gebeurt genoeg zonder dat hier eerst beleid voor is ontwikkeld. Bovendien geldt dat niet alle beleid werkt zoals het bedoeld is, het kan ook helemaal niet werken of juist averechts. Het is dus niet op voorhand te zeggen welke verhouding van factoren verantwoordelijk is voor de genoemde ontwikkelingen.

Nu kan niet gekeken worden naar het deel van de ontwikkeling wat niet in beleid is gevat of gevat kan worden. Wel kan er gekeken worden naar de ontwikkeling van de economie, naar het gevoerde beleid en naar het Westerhavencomplex in context van de overige factoren. Met deze aanpak zal geprobeerd worden duidelijkheid te krijgen over het aandeel in de ontwikkelingen wat aan iedere factor kan worden toegeschreven. Harde cijfers kunnen hierbij niet worden gegeven, wel een gevoel over wat de oorzaken zijn van de ontwikkelingen. Na dit beleidsonderzoek volgt in de volgende twee hoofdstukken de toetsing in het veld. Hierin zijn dezelfde veronderstellingen onderzocht als in dit hoofdstuk. Wanneer deze veronderstellingen uit hoofdstuk 3 kloppen, zullen ze moeten overeenkomen met de uitkomsten van de volgende hoofdstukken.

Na het afbakenen en bespreken van het beleid zal aan de orde komen hoe dit beleid heeft uitgewerkt voor het gebied Westerhaven - Vismarkt. Speciale aandacht gaat hierbij uit naar het beleid rond wonen boven winkels.

3.2 Afbakening

Als eerste zal er alleen worden gekeken naar het gevoerde geleid in de binnenstad van Groningen, aangezien het gebied wat onderzocht wordt (Westerhaven - Vismarkt) hier ligt. Omdat het Westerhavencomplex is gebouwd tussen 1998 en 2002 en in de jaren voor 1998 is ontwikkeld, zal er worden gekeken naar de nota's en visies die ongeveer vanaf 1990 zijn uitgebracht. Om er zeker van te zijn dat zoveel mogelijk voor het gebied Westerhaven - Vismarkt belangrijke plannen worden behandeld, is het belangrijk om een zo compleet mogelijk overzicht te hebben van de ruimtelijke plannen met betrekking tot de binnenstad die in de periode 1990-2006 door de gemeente Groningen zijn opgezet. Aangezien de plannen uit begin jaren '90 hun aanleiding vonden op een aantal eerdere plannen, staan deze ook in het overzicht. Naast de plannen en nota's zijn ook de voor dit gebied van belang zijnde gebeurtenissen weergegeven⁷¹.

3.3 Drie sporen

Alle plannen en gebeurtenissen in het overzicht zijn onder te verdelen in drie sporen. Het eerste spoor gaat onder de naam Plan van Aanpak wat is begonnen met het vaststellen van het Structuurschema voor de binnenstad in 1987. Het tweede spoor begint officieel in 1996 met het aannemen van de Notitie Centrummanagement. Het derde en laatste spoor start met de tweede convenantperiode van het Grote Steden Beleid in 1999.

1) Plan van Aanpak

In 1990 verscheen het Plan van Aanpak voor de Binnenstad, het was een stadsdeelplan van het structuurplan uit 1987. Naast het negatieve verkeersimago door het beroemde verkeerscirculatieplan uit 1976 was de afgenomen positie van het kernwinkelapparaat - met name ten opzichte van Assen en Drachten - een belangrijke aanleiding⁷². Derde aanleiding was de constatering dat er een gebrek was aan samenhang tussen de binnenstedelijke openbare ruimte. Om dit laatste te verbeteren is in 1991 het Masterplan Ruimte voor Ruimte vastgesteld. Voor de verkeersproblemen was er echter geen directe oplossing. De gemeente wilde een verbeterd bussysteem en de parkeerplaatsen verminderen. Vooral het "Parkeer en Pendel"⁷³ zou hierbij helpen. De middenstand wilde echter méér parkeerplaatsen. Het conflict kon niet goed worden opgelost binnen het gesloten Plan van Aanpak, waarmee het een aanleiding was voor de start van het halfopen planproces Binnenstad Beter.

⁷¹ Overzicht van alle betrokken beleidsstukken is terug te vinden in bijlage I

⁷² Gemeente Groningen (1990)

⁷³ Parkeer en Pendel: bezoekers parkeren buiten de stad om vervolgens met een pendelbus naar het centrum te worden gebracht, tegenwoordig beter bekend als de Citybus.

In 1993 is het plan Binnenstad Beter vastgesteld. De doelstellingen hadden betrekking op de detailhandel, inrichting van de openbare ruimte en de verkeersproblematiek. Voor dit plan zijn in de binnenstad een aantal zogenaamde entreegebieden aangemerkt: omgeving Boterdiep, omgeving Westerhaven, omgeving Damsterdiep - Zuiderdiep en omgeving Folkensingestraat – NS Hoofdstation ofwel de Museumroute. Het idee hierbij is dat de meeste mensen via deze gebieden de binnenstad betreden. De gebieden zijn zo gekozen omdat ze het einde zijn van regionale aanrijroutes en tegelijkertijd het beginpunt van de looproutes naar het centrum⁷⁴. Hierbij was de Museumroute door de aanleg van de Museumbrug geheel nieuw. De andere looproutes verbonden in principe al een parkeerterrein met het centrum, alleen werden ze door allerlei maatregelen versterkt.

Detailhandel

De Herestraat kampte met hoge huren en tegenvallende bezoekersaantallen. Sommige andere straten begonnen te verpauperen⁷⁵. Daarnaast was het winkelgebied te compact waardoor steeds meer bezoekers het gebied als te druk ervaren. Om dit aan te pakken zou het winkelwandelgebied worden vergroot, ondermeer met de looproutes vanaf de entreegebieden. Tweede punt was het vergroten van het vvo⁷⁶ in de binnenstad, waarbij de nadruk kwam te liggen op kwalitatief hoogwaardige winkels⁷⁷. Dit laatste was tevens bedoeld als maatregel tegen de gevolgen van de toenemende filialisering. Het vergroten van het vvo moest ondermeer worden bereikt met het ontwikkelen van twee detailhandelloccaties - de Grote Markt en de Westerhaven – om zo het winkelaanbod te verbreden. Vanwege de strategische ligging van de Westerhaven (tussen regionale aanrijroute en begin aanlooproute) was dit een goede locatie voor de vestiging van een grootschalig winkelproject. Verder zou de Grote Markt samen met het Waagstraatproject de ontbrekende schakel in de Winkelacht⁷⁸ moeten vormen. De gemeente Groningen wilde met deze projecten tevens bereiken dat de grootschalige detailhandel in kleine goederen in de stad zou blijven, in plaats van dat, zoals elders gebeurde, deze winkels naar industrieterreinen verhuisden⁷⁹.

Inrichting openbare ruimte

Wat betreft de aanpak van de openbare ruimte werd het beleid uit het plan Ruimte voor Ruimte voortgezet. Het verbeteren van het verblijfsklimaat voor bezoekers en bewoners

⁷⁴ Gemeente Groningen (1993), p8

⁷⁵ Van Vliet (1998)

⁷⁶ V.V.O: Verkoop Vloer Oppervlak

⁷⁷ Gemeente Groningen (1995)

⁷⁸ Winkelwandelroute door Herestraat, Carolieweg, Oosterstraat enerzijds en de Vismarkt Noordzijde, Stoeldraaijerstraat, Zwaanestraat anderszijds met de Guldenstraat, Waagstraat en Grote Markt als grensgebied tussen beide loopcircels. De Winkelacht is overigens nooit van de grond gekomen.

⁷⁹ Gemeente Groningen (1994) Groningen, Groot in detailhandel

en het vestigingsmilieu voor de detailhandel en horeca moest ondermeer bereikt worden door middel van verdere herbestrating van de binnenstad met de beroemde gele stenen en vernieuwing van het straatmeubilair⁸⁰. Behalve het kernwinkelgebied werden ook de aanlooproutes vanaf de Westerhaven, het Damsterdiep en het Centraal Station aangepakt.

Verkeersproblematiek

De patstelling met betrekking tot de bereikbaarheid van de binnenstad en de parkeerproblematiek werd in samenwerking met de middenstand opgelost. De belangrijkste uitkomsten hiervan waren de uitbreiding van het P+R systeem, de vermindering van de parkeerplaatsen op straat en de nieuwbouw van vijf parkeergarages in en rond het centrum. De realisatie hiervan was gebaseerd op het idee dat de mensen onder andere in deze parkeergarages konden parkeren om dan te voet verder het winkelwandelgebied in te gaan.

2) Centrummanagement

Het Groningse Centrummanagement is in 1996 van start gegaan. Het idee om een permanente communicatieve relatie op te zetten tussen de gemeente en de belangenvereniging van de ondernemers, de Groningen City Club, kwam uit de periode ervoor. Tijdens het uitwerken van de diverse binnenstadnota's stuitte de gemeente steeds op protest van de ondernemers, vooral wat betreft de patstelling rond de verkeersproblematiek. Pas nadat er serieus overleg was gepleegd, kwam hiervoor een oplossing. Het idee achter een Centrummanagement was vooral dat de gemeente en ondernemers met elkaar bleven praten in plaats van elkaar enkel dwars te liggen. Sinds invoering hiervan is het aantal bezwaarschriften van ondernemers sterk gedaald en de looptijd van projecten op dat punt dus teruggebracht.

In 2002 is de samenwerking hernieuwd en de naam veranderd in Binnenstadsmanagement, waarmee het aandachtsgebied toenam tot de gehele binnenstad. Het doel van de Binnenstadsmanagement is om in een gezamenlijke projectorganisatie van de Gemeente en de Groningen City Club (GCC) te werken aan projecten die bijdragen aan de economische positie van de binnenstad. Volgens een persbericht uit de Groninger Internet Courant gaat het om [...]activiteiten of maatregelen in de sfeer van marketing en promotie, evenementen, bewegwijzering, uitstraling van de openbare ruimte en winkelpanden, vervoersconcepten, parkeren, [...] ⁸¹. Het draait er allemaal om dat de binnenstad aantrekkelijker wordt voor bezoekers, dat de verblijfstijd van deze groep toeneemt en dat ze ook worden gestimuleerd meer te gaan besteden.

⁸⁰ Gemeente Groningen (1993), p14

⁸¹ Groninger Internet Courant, 28 februari 2002

In de nieuwe vorm heeft het Binnenstadmanagement een actievere rol gekregen. Naast een grotere rol in de ontwikkeling van de Grote Markt zijn er een aantal projecten opgezet. Zo is tussen begin 2003 en eind 2005 het project Versterking Aanbod Binnenstad uitgevoerd⁸². Het plan was om samen met een aantal makelaars en vastgoedeigenaren meer startende ondernemers en buitenlandse 'pilot stores' te trekken. Uiteindelijk moest het bijdragen aan de vermindering van leegstand, het verbeteren van het eenzijdige aanbod en natuurlijk aan het trekken van meer consumenten. In de eerste twee jaar van het project zijn twintig leegstaande winkelpanden aan een nieuwe ondernemer geholpen, ondermeer aan het A-kerkhof, de Brugstraat en de A-straat. Wegens het succes is besloten om dit project voort te zetten als vast onderdeel van het Binnenstadsmanagement.

Een tweede project is de Stadsvitrine Service uit april 2005⁸³. Hierbij worden leegstaande winkels netjes opgeruimd en ontdaan van storende posters. In de etalage worden verlichte displays over Groningse evenementen en objecten gezet. Hiermee komt het pand meer in de belangstelling te staan en wordt de indruk van het leegstaan wat weggenomen. Beide zijn goed voor het snel verhuren ervan en voor de omgevingskwaliteit in de buurt. Een andere manier om de indruk van leegstand weg te nemen is het inzetten van een antikraakwacht. Groningen werkt sinds 2002 samen met diverse bureaus om panden tijdelijk te bewonen en zo vandalisme, onopgemerkt achterstallig onderhoud en een indruk van leegstaan te voorkomen⁸⁴. Momenteel wonen 1000 mensen tijdelijk in een pand in de stad. Hiermee wordt tevens bijgedragen aan het huisvestingsvraagstuk.

Andere projecten van het Binnenstadsmanagement zijn het laten aanlichten van historische panden in de binnenstad en de openstelling en het herstellen van vele middeleeuwse stadsgangen. Verder wordt er ingezet op meer groen en meer bankjes in de binnenstad. Het nieuwste project is het Bureau Marketing Groningen⁸⁵. Een van de doelstellingen van de Binnenstadsmanagement is marketing en promotie van de binnenstad. Dit zojuist opgerichte bureau moet de binnenstad gaan verkopen aan toeristen, potentiële ondernemers en topsportevenementen onder de aandacht brengen.

3) Grote Stedenbeleid

In 1999 werd in het kader van de tweede fase van het Grote stedenbeleid aan de 25 grootste steden van Nederland, waaronder Groningen, gevraagd om hun toekomstvisie op te sturen. Het thema van de stadsvisie "Groningen: het stedelijk alternatief" was dat hier een groei van de economie en werkgelegenheid kon worden gecombineerd met een lagere economische prijs en met minder onveiligheid en tweedeling in vergelijking tot de

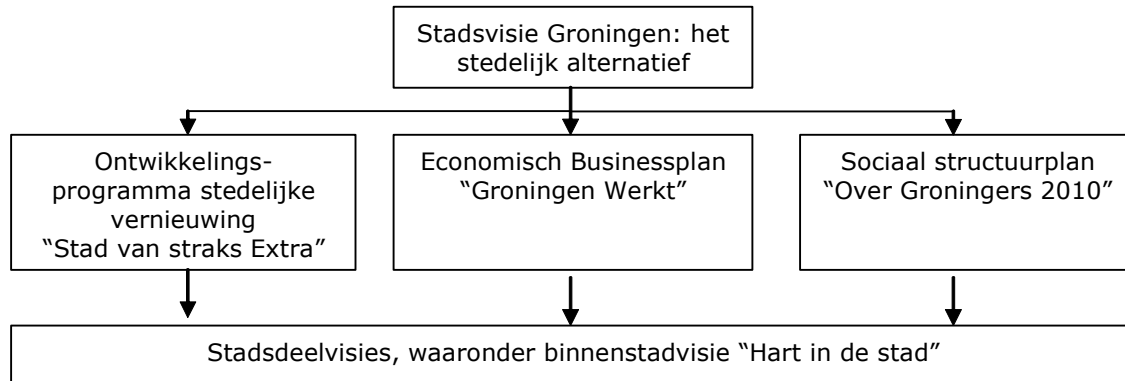
⁸² Platform Binnestadmanagement, 7 oktober 2002

⁸³ Groninger Internet Courant, 8 april 2005

⁸⁴ Boven Ziengs in de brugstraat zit een antikraakwacht, evenals in nummer 7 in dezelfde straat.

⁸⁵ Binnenstadmanagement.nl, 21-5-06

Randstad. De uitwerking van de plannen zijn vastgelegd in drie deelplannen: het ontwikkelingsprogramma stedelijke vernieuwing "de Stad van Straks Extra"⁸⁶, het economisch businessplan "Groningen werkt" en het sociaal structuurplan "Over Groningers 2010".



Figuur 3.3.1: Schematische uitwerking stadsvisie Groningen

De onderwerpen uit de drie deelvisies werden uitgewerkt in zogenaamde stadsdeelvisies, waarvan de binnenstadvisie "Hart in de Stad" er een is. De ruimtelijke facetten uit deze plannen die betrekking hebben op de binnenstad zullen hierna kort worden besproken.

Economisch businessplan

Volgens het Economisch businessplan was aan de laatste Detailhandelsmonitor van dat moment te zien dat het succes van de plannen als Binnenstad Beter en Centrummanagement uit de jaren '90 enigszins afkalfde⁸⁷. Dit effect was gedeeltelijk te wijten aan het feit dat veel zaken op het gebied van detailhandel de laatste jaren waren veranderd. Zo werd winkelen steeds meer een doel voor een dagje uit op zich en was de mobiliteit harder gegroeid dan verwacht. Het aanbod aan parkeerplaatsen bleef hierbij achter bij de vraag, ook omdat van de vijf beloofde parkeergarages nog maar drie zijn gebouwd⁸⁸. Een andere ontwikkeling was dat de winkelvoorzieningen in de binnenstad steeds meer onder druk stonden omdat er steeds meer plaatsen waren met winkelvoorzieningen, zoals themaboulevards, stations en internet. Om in te kunnen spelen op al deze en andere ontwikkelingen was in het Economisch Businessplan het programma Detailhandel opgenomen met projecten als het uitbreiden van de P+R voorzieningen, het versterken van gevarieerd winkelaanbod door ondersteunen van startende speciaalzaken en de uitvoering van Binnenstad Beter fase II. Het Economisch Businessplan bevatte ook een Toerisme Programma. Projecten die hieruit voortkwamen

⁸⁶ Opgemerkt moet worden dat de gemeente wat betreft de stedelijke vernieuwing heeft voortgeborduurd op het structuurplan uit 1996: Stad van straks.

⁸⁷ Groningen (1999) Economisch Businessplan p45-47

⁸⁸ Anno augustus 2006 verkeren de parkeergarages bij het Boterdiep en Damsterdiep nog steeds in de planningfase.

waren ondermeer toerismepromotie, diverse evenementen en de komst van het Stripmuseum.

Stad van straks Extra

Binnenstadvisie "De Stad van straks Extra" is voor een groot deel een voortzetting van het beleid uit de stadsvisie "Stad van straks". De laatste stadsvisie heet "Groningen: Sterke stad, actieve stadgers" en is uit 2003. Deze visie is feitelijk een herziening van de "Stad van straks Extra". Het belangrijkste uit de visie "Groningen: Sterke stad, actieve stadgers" is dat in verband met de recessie werd besloten dat de middelen strategischer moesten worden ingezet op een aantal kerngebieden, waaronder de binnenstad. Projecten in de binnenstad, zoals Binnenstad Beter zijn tijdens de recessie dus door blijven gaan.

De Stad van straks Extra is verder uitgewerkt in stadsdeelnota's, waarbij deze voor stadsdeel Binnenstad de binnenstadvisie "Hart in de Stad" is⁸⁹. In de deelvisie Stad van straks Extra waren de volgende punten aangekondigd⁹⁰: de renovatie, sloop en nieuwbouw van honderden woningen in de binnenstad in de periode 1998-2010, waarvan in 2002 al 350 gereed waren⁹¹; start beleid Wonen boven Winkels; voortzetting aanpak openbare ruimte, onder andere door middel van de start van Binnenstad Beter fase II⁹² en een verbetering van de bereikbaarheid en parkeervoorzieningen. Wat betreft het Wonen Boven Winkels beleid koos de gemeente voor dezelfde aanpak als de gemeente Maastricht. De keuze voor het starten van een Wonen Boven Winkels programma is niet vreemd. In andere steden heeft het programma laten zien dat met betrekking tot de verbetering van de kwaliteit van binnensteden, behoud van historisch erfgoed, bijdrage aan de volkshuisvestingopgave door uitbreiding van het aantal woningen voor starters, studenten en kwalitatief goede woningen in het centrum, in het Wonen boven Winkels programma gedeeltelijk dezelfde doelstellingen worden nagestreefd als in het Grote Stedenbeleid. Dat ook in Groningen nog veel winst is te behalen omtrent Wonen boven Winkels wordt snel duidelijk wanneer men bijvoorbeeld alleen al in de Herestraat naar de etages boven de winkels kijkt. Sinds in 2004 NV Wonen Boven Winkels actief werd, zijn aan het A-kerkhof 13 studentenwoningen, 8 kamers, ateliers en kantoorruimte voor de culturele manifestaties Noorderzon en Noorderlicht gebouwd. In de Gelkingestraat wordt

⁸⁹ Daar de beschikbare versie van deze binnenstadvisie niet de definitieve is, maar een discussie ondersteunend voorstel die enkele maanden later ter goedkeuring naar de gemeenteraad zou gaan, zal het beleid uit deze visie worden behandeld aan de hand van de beleidspunten van "Stad van straks Extra" en het concept "Hart in de stad".

⁹⁰ Groningen (1999) Stad van straks Extra, p33, 35, 36, 37, 38, 39, 52

⁹¹ Een deel hiervan komt op het CiBoGa terrein, tevens wordt er momenteel aan de Lutkenieuwstraat (terrein voormalig Tehuis, nabij A-kerkhof) appartementen en ondergrondse Parkeer garage gebouwd. Dit staat niet in de visie, maar valt zeer waarschijnlijk wel bij het gevoerde beleid.

⁹² Tussen 2000 en 2004 is 6,2 miljoen euro uitgetrokken voor het voortzetten van het Binnenstad Beter programma, Stad van Straks Extra, p61.

momenteel een pand ingrijpend gerenoveerd⁹³. Hier komen twee winkels, zeven appartementen en vier studentenwoningen. In totaal werd bij de start verwacht in de komende tien jaar 200 wooneenheden te kunnen bouwen⁹⁴.

Binnenstadvisie Hart in de Stad

Binnenstadvisie Hart in de stad is een vervolg op binnenstadvisie Binnenstad Beter en gedeeltelijk gebaseerd op stadsvisie "Groningen, het stedelijk alternatief"⁹⁵. Van de entreegebieden uit Binnenstad Beter zijn slechts twee (bijna) voltooid: het stationsgebied en de Westerhaven. De gemeente heeft geconstateerd dat verdere uitbreiding van het winkelareaal ten behoeve van de binnenstad niet nodig is; de entreegebieden Boteringediep en Damsterdiep zullen dan alleen als grootschalige parkeervoorziening worden uitgevoerd⁹⁶.

Een belangrijke, eerder genoemde ontwikkeling is de opkomst van recreatief winkelen. Door onder andere meer aandacht te schenken aan de voorwaarden voor langer en aangenaam bezoek aan de openbare ruimte moeten bezoekers en bewoners aanleiding krijgen om meer van de stad te gaan zien. Meer mensen op straat over de hele dag gezien vergroot het gevoel van veiligheid en daarmee de leefbaarheid en voor zover het bezoekers betreffen ook de potentiële omzet van ondernemers. Andere maatregelen die hetzelfde effect ondersteunen zijn de verbetering van de kwaliteit van horeca, winkelen, (recreatieve) voorzieningen, cultuuraanbod en de verblijfskwaliteit van de openbare ruimte; de ontwikkeling van daghoreca op bepaalde plaatsen toestaan⁹⁷; de ondersteuning van die in de binnenstad onderscheidende winkels, wanneer deze bijvoorbeeld door de marktwerking in de knel komen te zitten; het multifunctioneel houden van de binnenstad door beperking van het wegtrekken van kantoren en baliefuncties. Kantoren en dergelijke zorgen voor meer levendigheid op straat en dragen bij aan het instant houden van voorzieningen.

De laatste hier te noemen maatregelen gaan over de bereikbaarheid van de binnenstad. Hoofdpunt blijft het van de straat halen van de auto, het beperken van overlast ten gevolge van hinderlijk gestalde fietsen en het prioriteit geven aan fietsers en voetgangers boven de auto. Zo dient bij nieuwbouw zoveel mogelijk in de eigen parkeerplaatsen te worden voorzien door bijvoorbeeld een ondergrondse en/of inpandige garage⁹⁸.

⁹³ <http://nieuwbouw.groningen.nl/info/uitgelicht/wonenbovenwinkels.pag>

⁹⁴ <http://www.groningen.nl/functies/pagfunctie.cfm?parameter=1391>

⁹⁵ Groningen (2002) Hart in de Stad, p15

⁹⁶ Groningen (2002) Hart in de Stad, p29

⁹⁷ Dit verklaart de flinke toename van het aantal broodjeszaken, restaurants en eetcafés in de Astraat.

⁹⁸ Dit is precies zo het geval bij het bouwproject aan de Lutkenieuwstraat (terrein voormalig Tehuis nabij de A-Kerk) en bij de woningen in het Westerhavencomplex.

3.4 Overige factoren

Naast het gevoerde beleid zijn er nog een drietal factoren, welke van invloed zijn geweest op het gebied Westerhaven - Vismarkt: de conjunctuur, de overlast tijdens de bouw van het Westerhavencomplex en het deel van de ontwikkeling wat niet in beleid te vatten is. In de jaren negentig draaide de economie erg goed. Het is dan ook die periode waarin projecten als de entreegebieden zijn gepland en voor een belangrijk deel uitgevoerd. Tijdens de bouw van het Westerhavencomplex zakte de economie in elkaar om niet lang na de opening weer aan te trekken. Het is logisch dat in een zwakke economie ondernemers voorzichtiger zijn met het oprichten van nieuwe vestigingen en of bedrijven, omdat de inkomsten wat teruglopen. In zo'n periode zullen leegkomende panden ook wat langer leeg blijven staan dan wanneer de economie goed draait. Daarnaast lagen er voor de bouw van het Westerhavencomplex op het Westerhaventerrein ongeveer 370 parkeerplaatsen. Tijdens de bouw waren deze plaatsen tijdelijk niet beschikbaar. Pas na voltooiing van de parkeergarage in 2001 zaten er weliswaar 800 parkeerplaatsen, alleen waren deze wel betaald parkeren. De tijdelijke verminderde bereikbaarheid van de detailhandel en horeca in de omgeving van de Westerhaven viel samen met de zwakke economie. De verbetering van de bereikbaarheid door oplevering van de garage viel samen in een periode vlak voordat de economie weer zou aantrekken. Het feit dat er nu minder leegstand lijkt te zijn en verschillende nieuwe winkels en horecagelegenheden geopend zijn in ondermeer de Brugstraat en de A-straat, kan dus mede verklaard worden door te kijken naar de stand van de economie en de bereikbaarheid.

3.5 Beleid gebied Westerhaven – Vismarkt

De producten van het gevoerde beleid bestaan uit een serie maatregelen en een serie projecten. Het Westerhavencomplex is feitelijk een van deze producten van het gevoerde beleid; het is namelijk een van de Entreegebieden die begin jaren negentig waren gepland. Alle maatregelen en producten zijn met betrekking tot het doelgebied "Westerhaven – Vismarkt" onder te verdelen in een groep directe factoren en een groep indirecte factoren. De directe factoren zijn deze die rechtstreeks effect hebben (gehad) op het doelgebied. Verschillende hiervan zijn zelfs op straat zichtbaar, zoals de Stadsvitrine Service en de toename van het aantal daghorecagelegenheden. De indirecte factoren hebben niet specifiek het doelgebied als onderwerp, maar treffen de hele stad. Voorbeelden hiervan zijn de promotiecampagne "Er gaat niets boven Groningen!" en de diverse maatregelen zoals uitbreiding van het autoluwe gebied die allen tot doel hebben om de (binnen-)stad als geheel aantrekkelijker en bekender te maken voor zowel bezoekers als bewoners. Deze indirecte factoren zijn medebepalend voor de basiskwaliteit van de stad die onmisbaar is voor het slagen van de directe factoren.

Immers, hoe goed een bepaald gebied in de binnenstad ook is, wanneer de binnenstad als geheel weinig voorstelt, is het niet raar wanneer de leegstand in dat bepaalde gebied niet terugloopt. Hieronder volgen de directe en indirecte factoren, ze zijn allen al in paragraaf 4.2.2 en 4.2.3 besproken⁹⁹.

Directe factoren

- Westerhavencomplex, gebouwd tussen 1998 en 2002. Hiermee worden twee zaken bedoeld, het nieuwe winkelplein met de grootschalige winkels en de parkeergarage met 800 parkeerplaatsen;
- Stadsvitrine Service, deze is meermalen gespot in de Brugstraat;
- Verbetering bereikbaarheid door uitbreiding van de Citybus, een van de routes van de Citybus loopt weliswaar door de A-straat, Brugstraat, Westerkade, A-kerkhof, echter, vanaf de Westerhaven gezien is de dichtstbijzijnde Citybushalte aan de noord- en westzijde van het A-kerkhof¹⁰⁰;
- Uitbreiding daghoreca op bepaalde plaatsen, met name in de A-straat;
- Aantrekkende economie vanaf 2003;
- Versterking recreatief winkelen door ondermeer startende speciaalzaken te helpen en een prettige winkelomgeving, gedeeltelijk dankzij Schoon, Heel, Veilig beleid;
- Organisatie Aanbodversterking Binnenstad (OAB) heeft voor nieuwe bijzondere winkels gezorgd in de A-straat, de Brugstraat en rond het A-kerkhof.

Indirecte factoren

- Vele maatregelen om de openbare ruimte en daarmee de leefbaarheid en omgevingskwaliteit in de binnenstad voor zowel bewoners als bezoekers aantrekkelijker en veiliger te maken, zoals uitbreiding van het autoluwe en gele steentjesgebied, het Schoon, Heel en Veilig beleid, het aanlichten van historische panden, het openstellen en opknappen van de middeleeuwse gangen, het beperken van overlast door auto's en fietsen, het organiseren van evenementen en meer groen. Veel van deze zaken vallen onder het dagelijkse beheer van het Groningse Binnenstadsmanagement. Deze organisatie houdt zich permanent bezig met hoe de stad aantrekkelijker gemaakt kan worden voor bezoekers en bewoners alsook met de promotie en marketing van de stad;
- Stimuleringsmaatregelen detailhandel zoals het OAB project en ondersteuning bijzondere winkels wanneer deze door marktwerking worden bedreigd;
- Vergroten en vasthouden multifunctionaliteit zoals het stimuleren van het in de stad houden van kantoren en baliefuncties;

⁹⁹ Opgemerkt moet worden dat deze lijsten niet volledig zijn. Vele uitgevoerde projecten en maatregelen worden niet genoemd in de diverse nota's maar zijn onder meer teruggevonden op jaarrekeningen van de gemeente. De projecten die zijn opgezet door de Binnenstadmanagement zijn zelfs enkel teruggevonden doordat ze omschreven worden in persberichten.

¹⁰⁰ Parkeerfolder Groningen (2006)

-
- Meer bewoners in de binnenstad door (ver-)bouw van woningen, verdichting van binnenplaatsen en het Wonen boven Winkels project;
 - Het wegnemen van de indruk en nadelige gevolgen van leegstand door het plaatsen van een Antikraakwacht (Bureau CareX en Ad Hoc).

Voor zowel de directe als de indirecte factoren die uit beleid voorkomen is vaak niet vastgesteld wat hun exacte uitwerking is geweest. Vaak is dit ook niet goed mogelijk doordat meer factoren dezelfde invloedsgebieden hebben, waardoor niet (nauwkeurig) is te bepalen welk deel door welke factor is veroorzaakt. Als eerder gezegd, beleid kan anders uitwerken dan gepland: het kan beter werken, helemaal niet, tegengesteld en alle stappen daartussen. Door de bank genomen kan wel worden gesteld dat wanneer er veel beleid is met dezelfde invloedssferen er zeker effect zal optreden. Dit is precies wat hier het geval is.

3.6 Slot

Dat er een looproute is langs de Vismarkt tot aan de Westerhaven is eenvoudig te constateren door op een normale winkeldag op bijvoorbeeld de Vismarkt te kijken uit welke richtingen de mensenmassa's komen en gaan. Dat de looproute zou zijn ontstaan door het aanleggen van het Westerhavencomplex is minder eenvoudig te stellen. Wanneer op het nieuwe plein tussen het complex en de Westerkade gekeken wordt, valt het op dat deze vrij leeg is en dat de omliggende winkels bepaald niet druk bezocht worden. Het plein heeft meer de indruk het einde van een looproute te zijn dan dat het er echt deel van uitmaakt. Wel druppelen er mensen de ingang van de parkeergarage in en uit. Hierdoor lijkt het beter te stellen dat van dit complex met betrekking tot de looproute de parkeergarage de trekker is. Wanneer dit inderdaad het geval is, dan moet er voor de bouw van het complex ook al sprake zijn geweest van een looproute, immers toen behelsde het Westerhaventerrein ongeveer 370 parkeerplaatsen. Tijdens de bouw van het complex liep dit eerst terug naar ongeveer 150 en daarna naar 0. Met de oplevering van de parkeergarage in 2001 waren er weer parkeerplaatsen: 800, ruim tweemaal zoveel als eerst. In 2001 werd bij de start van het OAB project ondermeer de Westerkade en de Brugstraat het doelgebied wegens de grote leegstand ter plaatse. Die grote leegstand viel midden in de bouwperiode van het Westerhavencomplex en daarmee midden in de periode waarin de bereikbaarheid in dit gebied minimaal was. Dit laatste zal de hoogte van de leegstand en het afnemen van de al dan niet aanwezige looproute zeker hebben beïnvloed, waarmee na voltooiing van het complex het effect van de afname van de leegstand en de toename van de looproute moet zijn versterkt. Zouden voor en na de bouw beiden zijn gemeten dan zou zeer waarschijnlijk een minder grote verbetering zijn waargenomen dan het nu lijkt te zijn. Daarnaast geldt dat alle maatregelen die in de stad zelf zijn genomen ervoor hebben gezorgd dat het gebied A-straat, Brugstraat, A-kerkhof zelf ook dusdanig is verbeterd dat het echt een onderdeel

van het Groningse winkelgebied is, en niet alleen een gebied wat zijn bestaansrecht ontleent door de ligging aan het Westerhavencomplex.

Samengevat: de afname van de leegstand en toename van de looproute is voor een belangrijk deel veroorzaakt door de toename van de bereikbaarheid wat weer veroorzaakt werd door de toename van het aantal parkeerplaatsen. Het feit dat de omgeving van de parkeerplaatsen met de komst van het Westerhavencomplex en de verbetering van de openbare ruimte een stuk aantrekkelijker is geworden, heeft hier ongetwijfeld aan bijgedragen, maar voor zowel de parkeergarage als de rest van het complex geldt dat dit enkel een deel van de projecten zijn die in de betreffende periode in dit gebied zijn uitgevoerd. Zowel de parkeergarage als de rest van het complex worden hier ook niet beschouwt als de enige aanstichters van het verbeterproces, enkel als een van de projecten. De actieve bestrijding van de leegstand door ondermeer het OAB project en de Stadsvitrine Service, het opwaarderen van de openbare ruimte van de binnenstad, het imago van de stad en de diverse maatregelen om het winkelaanbod meer divers te maken hebben waarschijnlijk samen evenveel bijgedragen aan de afname van de leegstand en het ontstaan van de looproute als de komst van het Westerhavencomplex.

4. Invloed Westerhaven op functioneren winkelapparaat

4.1 Inleiding

Het doel van dit vierde hoofdstuk is antwoord te geven op de volgende subvraag: welke invloeden heeft het Westerhavencomplex gehad op het functioneren van het winkelapparaat, gelegen in het gebied tussen Westerhaven en de Vismarkt? Op het eerste gezicht lijkt er minder leegstand te zijn dan een aantal jaren geleden en lijken er meer mensen tussen de Vismarkt en de Westerhaven te lopen. Hierop beweert de gemeente dat het aanleggen van het Westerhavencomplex de oorzaak is geweest voor het ontstaan van deze looproute, die ervoor gezorgd heeft dat de panden langs de route interessanter zijn geworden voor ondernemers.

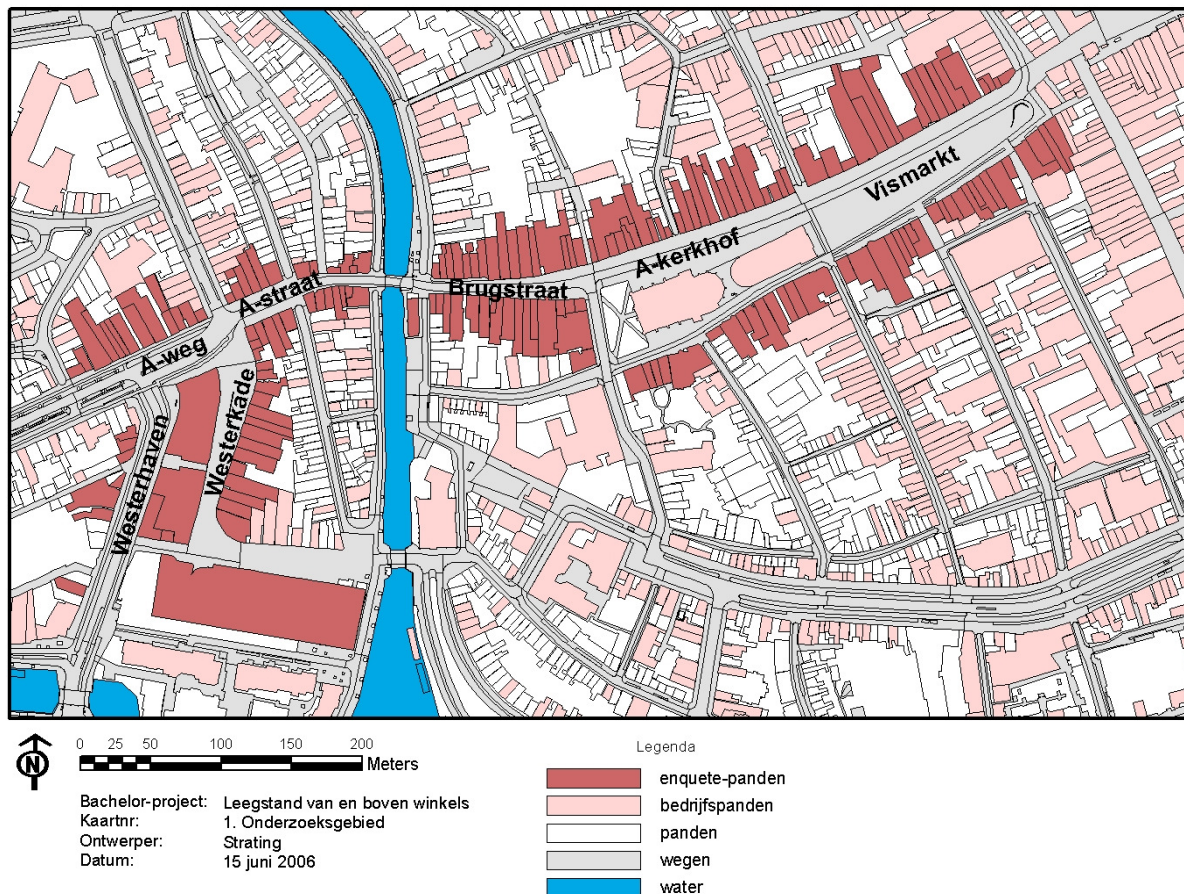
In hoofdstuk 3 is gebleken dat de veranderingen in het gebied het gevolg zijn geweest van veel verschillende beleidsstukken uit de afgelopen decennia. De uitvoering van het Westerhavencomplex is slechts een onderdeel van deze beleidsstukken en er bestaat daarom nog geen helderheid over de omvang van het effect van het Westerhavencomplex. Om hier meer duidelijkheid in te scheppen is daarom gebruik gemaakt van een veldonderzoek.

Vooraf moet gezegd worden dat gebruik is gemaakt van enquêtering van ondernemers en niet van winkelend publiek, aangezien ondernemers ter plaatse meer zicht hebben gehad in de ontwikkelingen van de afgelopen jaren. Wel moet hieraan worden toegevoegd dat de ondernemers ter plaatse wel een dieptepunt hebben gekend tijdens de bouw van het complex waardoor hun mening beïnvloed zou kunnen zijn. Het studiegebied is terug te vinden in figuur 4.1.

Daarnaast is in twee opzichten sprake van een tweedelig onderzoek: Ten eerste is een deel van de enquêtevragen door de enquêteurs zelf ingevuld en is een deel door ondernemers beantwoord, zie voor de vragenlijsten bijlage II en III. Het deel wat door de enquêteurs moet worden bepaald zijn zaken die van buitenaf geconstateerd kunnen worden zoals het aantal verdiepingen, staat van onderhoud van het pand, eventueel leegstaande of slecht benutte verdiepingen¹⁰¹ en de aanwezigheid van een opgang vanaf de straat. De gemaakte waarnemingen van de enquêteurs zelf dienen ter aanvulling op de antwoorden van de ondernemers. Het is namelijk bijvoorbeeld niet ondenkbaar dat een ondernemer functies van bovenliggende verdiepingen niet bekend wil of mag maken, of het niet weet omdat hij alleen de begane grond huurt.

¹⁰¹ Onder een slecht benutte verdieping wordt hier verstaan: een verdieping die duidelijk niet gebruikt wordt als winkel, kantoor of wonen maar als bijvoorbeeld onfunctionele opslag. Winkels worden tegenwoordig bijna dagelijks bevoorrad en hierdoor wordt van de opslagruimte niet meer vaak optimaal gebruik gemaakt.

Ten tweede is de enquête in twee delen op te splitsen: een deel met betrekking tot de invloed van het Westerhavenproject op het winkelapparaat (hoofdstuk 4), en een tweede deel met betrekking tot mogelijkheden tot intensievere benutting van ruimte (hoofdstuk 5), waaronder onder meer kan worden verstaan het toepassen van het Wonen boven Winkels beleid.



Figuur 4.1: Studiegebied veldonderzoek¹⁰²

Voor een verklaring over de opzet van de afgenomen enquête en de wijze waarop de enquête is gecodificeerd wordt verwezen naar bijlage IV. In de volgende paragraaf zal ten eerste uitkomsten gegeven worden van de algemene vragen gesteld in de enquête. Hieruit kunnen enkele straatprofielen worden vervaardigd. Vervolgens wordt ingegaan op de veranderingen met betrekking tot de locatie en de toekomstperspectieven van de ondernemers. In paragraaf 4.4 zullen de veranderingen qua straatbeeld, publiek en omzet aan bod komen. De belangrijkste uitkomsten uit dit hoofdstuk zullen vervolgens in paragraaf 4.5 nog eens worden samengevat.

Het kaartmateriaal voortkomend uit de enquête¹⁰³ is vervaardigd met behulp van ArcGIS om zo enige ruimtelijke analyse binnen het onderzoeksgebied uit te kunnen voeren.

¹⁰² Zie ook bijlage V.1

¹⁰³ Zie ook bijlage V

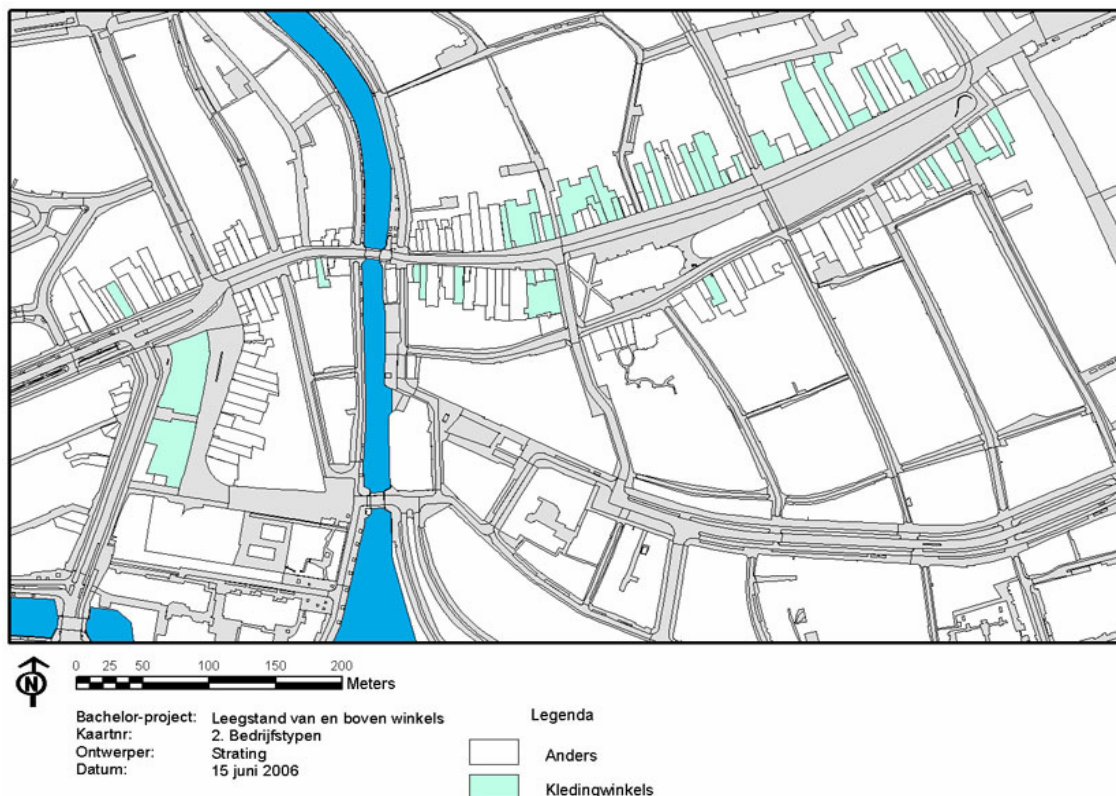
4.2 Straatprofielen

Binnen het studiegebied zijn drie grote bedrijfscategorieën aanwezig, zie ook tabel 4.1: kledingwinkels, dienstverlenende bedrijven en de winkels geschaard onder de categorie overige. Onder overige winkels worden onder meer verstaan drogisterijen en apotheken, zaken in bruin- en witgoed, sportzaken, juweliers, warenhuizen, enzovoort.

Uit de onderstaande kaarten, figuur 4.2 t/m 4.5, is de verdeling in het winkelsegment terug te vinden. Te concluderen valt dat vooral veel kledingzaken zich bevinden aan de noordzijde van het A-kerkhof en aan het oostelijke deel van de Brugstraat. Tevens zitten veel kledingzaken aan de noordzijde van de Vismarkt en zit er nog een enkele in het Westerhavencomplex. Qua horeca zit er verhoudingsgewijs veel aan de zuidkant van de Vismarkt en daarnaast bevinden zich ook enkele eetzaken aan de A-straat. De laatste categorie die enigszins te groeperen valt is de dienstverlening. Hieronder kunnen diverse zaken worden verstaan, zoals makelaars, uitzendbureaus, kapperszaken e.d. Deze zijn naar mate men verder van het centrum komt steeds meer te vinden, maar zijn vooral aanwezig aan de zuidzijde van het A-kerkhof en aan de Westerkade. De overige bedrijfstypen zijn redelijkerwijs gelijk verdeeld over het onderzoeksgebied.

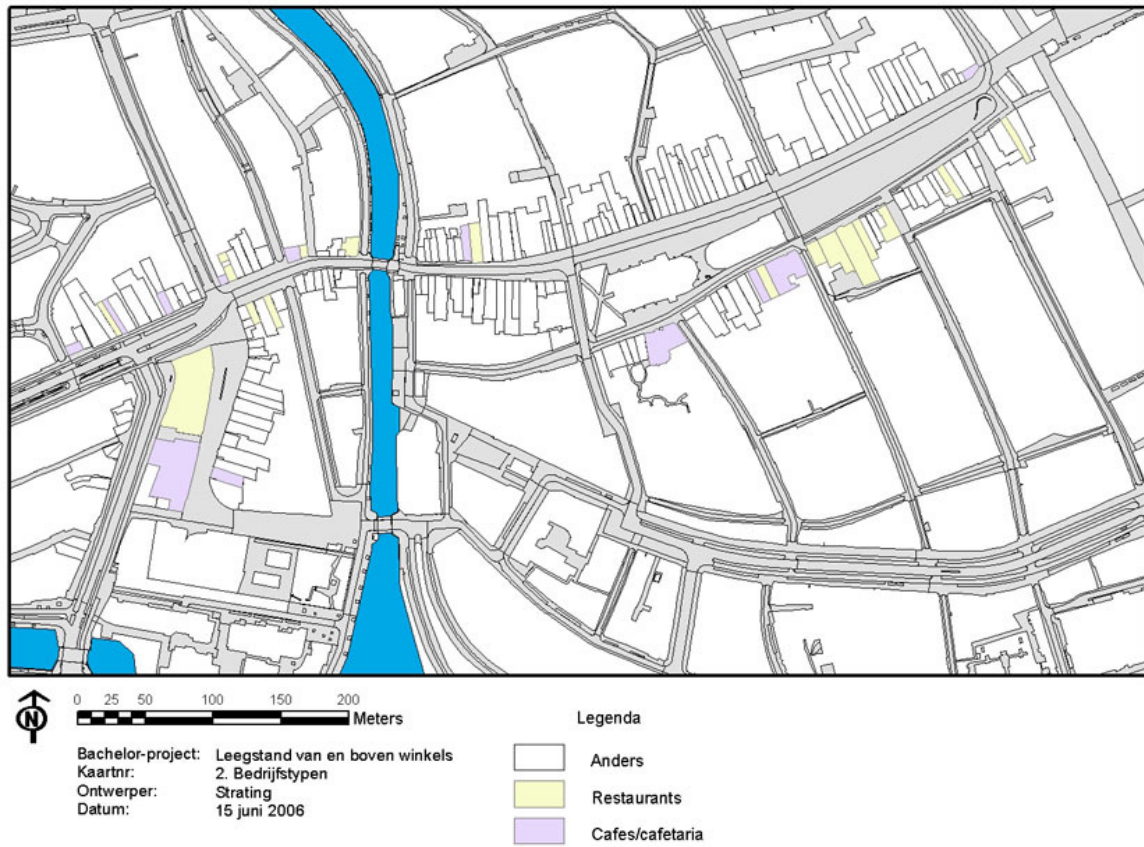
Uitkomsten	
bedrijfscategorie	%
Kledingwinkels	20
Interieurwinkels	4
Restaurants	9
Cafés/cafetaria's	5
Dienstverlening	29
Musea	3
Etenswaren	8
Overige winkels	22
totaal:	100

Tabel 4.1

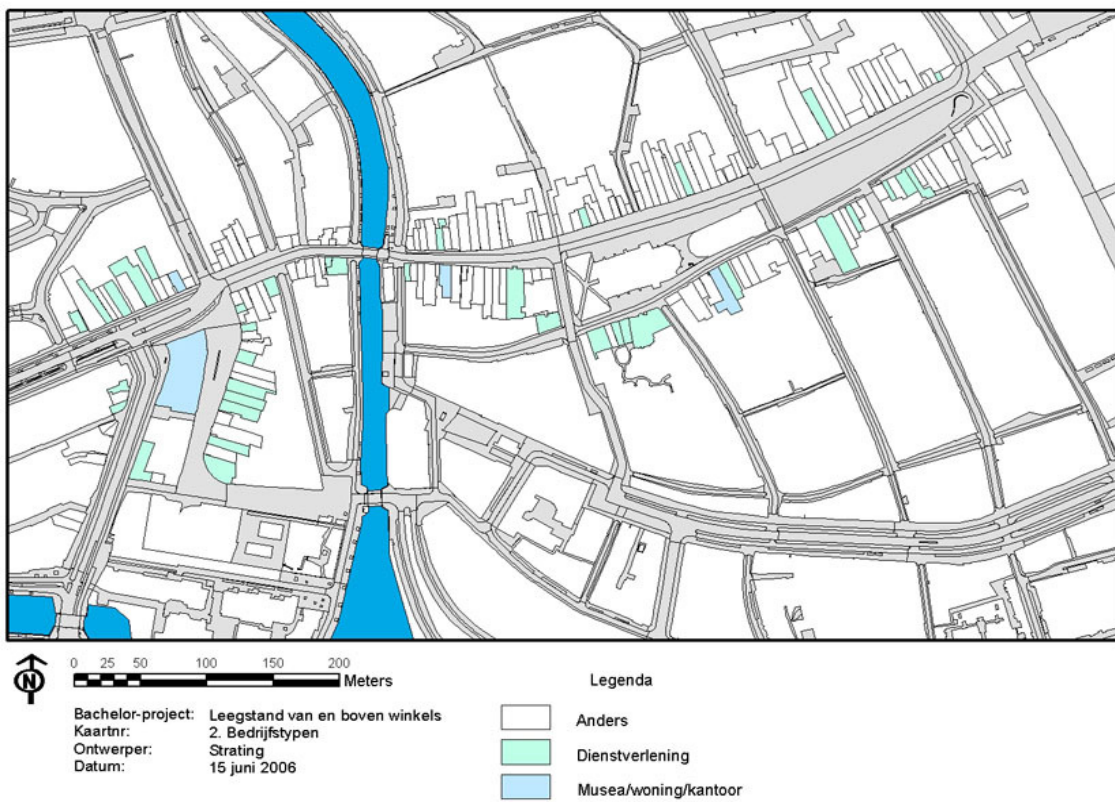


Figuur 4.2: Bedrijfstypen.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Zie ook bijlage V.2



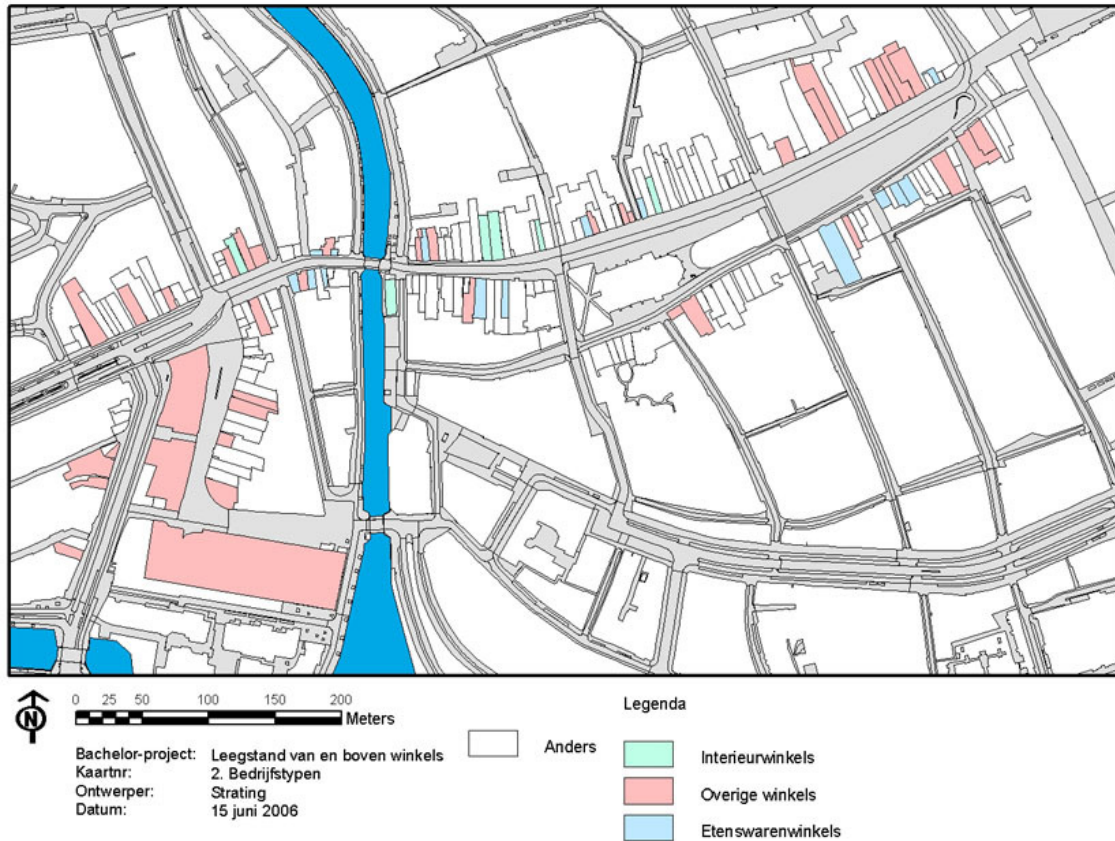
Figuur 4.3: Bedrijfstypen.¹⁰⁵



Figuur 4.4: Bedrijfstypen.¹⁰⁶

¹⁰⁵ Zie ook bijlage V.2

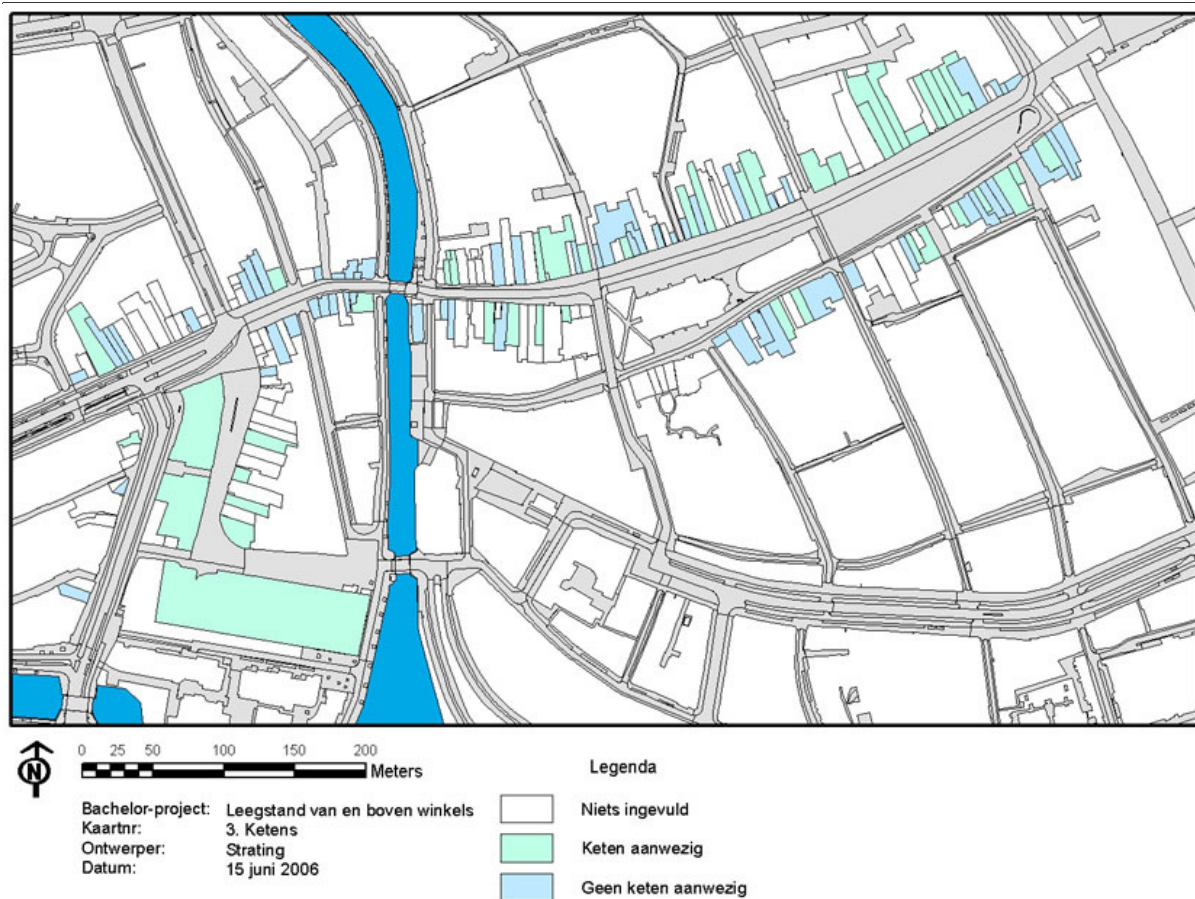
¹⁰⁶ Zie ook bijlage V.2



Figuur 4.5: Bedrijfstypen.¹⁰⁷

Wanneer men kijkt naar de ruimtelijke spreiding van ketens in figuur 4.6 valt op dat vooral de noordzijde van de Vismarkt en het Westerhavencomplex ketens bevatten. In het overige gebied is de verdeling redelijk gelijk. Hiermee kan gezegd worden dat ketens over het algemeen meer financiële draagkracht hebben om de grotere en duurdere panden in te nemen. Onder de ondervraagden valt 46% onder een keten of heeft in ieder geval verscheidene vestigingen.

¹⁰⁷ Zie ook bijlage V.2



Figuur 4.6: Ketens.¹⁰⁸

Met de combinatie van kennis betreffende de ruimtelijke spreiding van bepaalde bedrijfscategorieën en ketens, en het aanzicht van de diverse straten met hun bedrijvigheid kunnen enkele straatprofielen worden geschetst.

Het Westerhavencomplex is de westelijke toegangspoort voor publiek richting het centrum. De winkels binnen het Westerhavencomplex vallen grotendeels binnen de prijsgerichte grootschalige detailhandel. Deze winkels omvatten over het algemeen een prijsvriendelijk aanbod en een moderne uitstraling. Ten oosten van het Westerhavencomplex ligt de Westerkade, die op het moment naast prijsvriendelijke detailhandel voornamelijk dienstverlenende zaken omvat. Ten westen van het Westerhavencomplex ligt de straat Westerhaven, waar naast nog een enkele kleine winkel de laatste jaren echter duidelijk huisvesting overheerst.

De A-weg valt grotendeels buiten het winkelgebied en omvat naast enkele winkels uit diverse segmenten ook veel woon- en kantoorruimte. De A-straat omvat diverse verschillende kleine eetzaken en daarnaast nog enkele winkels, vooral in algemene huis-tuin- en keukenartikelen en een enkele speciaalzaak.

Wanneer men de brug over gaat richting het centrum komt men in de Brugstraat. De Brugstraat vormt samen met de A-straat een belangrijke verbindingszone tussen het Westerhavencomplex en het kernwinkelgebied. Hier bevindt zich een winkelmilieu met

¹⁰⁸ Zie ook bijlage V.3

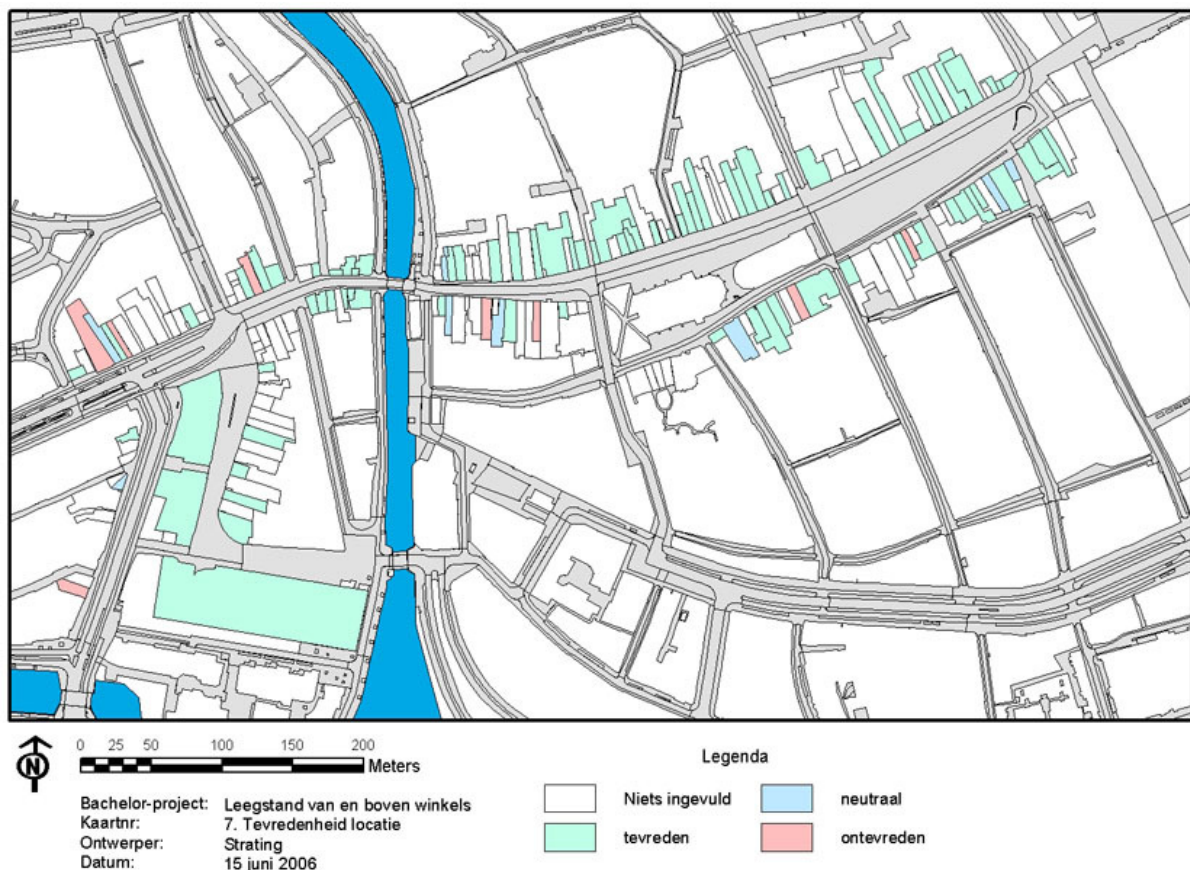
aanbod in kleding, schoenen, keukenaccessoires, speelgoed, een Albert Heijn en enkele horecazaken.

De Brugstraat gaat over in de noordzijde van het A-kerkhof die zich laat kenmerken door dominantie in hoge marktsegmenten, vooral kwaliteitsmode. Daarnaast bestaat er een hoge verblijfswaarde en zitten er weinig filiaalbedrijven. De A-kerkhof Zuidzijde is veel meer de luwe kant en bestaat naast een enkele kledingzaak voornamelijk uit dienstverlenende zaken.

Tenslotte is er de Vismarkt waar de noordzijde bestaat uit een divers aanbod van vooral filiaalbedrijven, waarvan voornamelijk kleding. De zuidzijde omvat minder winkels met vergelijkbare goederen maar meer restaurants, cafés en een enkele speciaalzaak. Verder bevinden zich hier ook enkele dienstverlenende zaken.

4.3 Locatie en toekomst

Qua tevredenheid van de locatie van het pand, het omringende straatbeeld en naburige panden is de meerderheid van de winkeliers positief. Duidelijk negatieve concentraties zijn in figuur 4.7 dan ook niet echt op te merken.



Figuur 4.7: Teverdenheid locatie.¹⁰⁹

¹⁰⁹ Zie ook bijlage V.7

Wel komen enkele winkeliers aan de Westerhaven, de luwe (westelijke) zijde van het Westerhavencomplex, nog met enkele opmerkingen waaruit blijkt dat zij niet meer zo tevreden zijn met hun locatie. Dit komt ondermeer, zo laat men blijken, uit het feit dat klanten sinds de realisatie van het Westerhavencomplex niet meer snel voor de deur kunnen parkeren, maar zich genoodzaakt zien een 'duur' parkeerticket te kopen in de nabijgelegen parkeerhaven.

Winkeliers aan de Brugstraat en vooral ook aan de noordzijde van het A-kerkhof zijn zeer tevreden over de ontwikkelingen de laatste jaren. Genoemd worden het straatbeeld, zoals de aanwezige groenvoorzieningen en het straatmeubilair. Tevens noemen zij dat de laatste jaren het aantal hoogwaardige kledingzaken, mede door het verbeterde straatbeeld, stijgt, waardoor het publiek uit het centrum verder langs de Vismarkt richting de Brugstraat trekt.

Dat de winkeliers binnen het studiegebied over het algemeen tevreden zijn over de omgeving, of in ieder geval niet ontevreden zijn hierover, is terug te vinden in verscheidene aspecten.

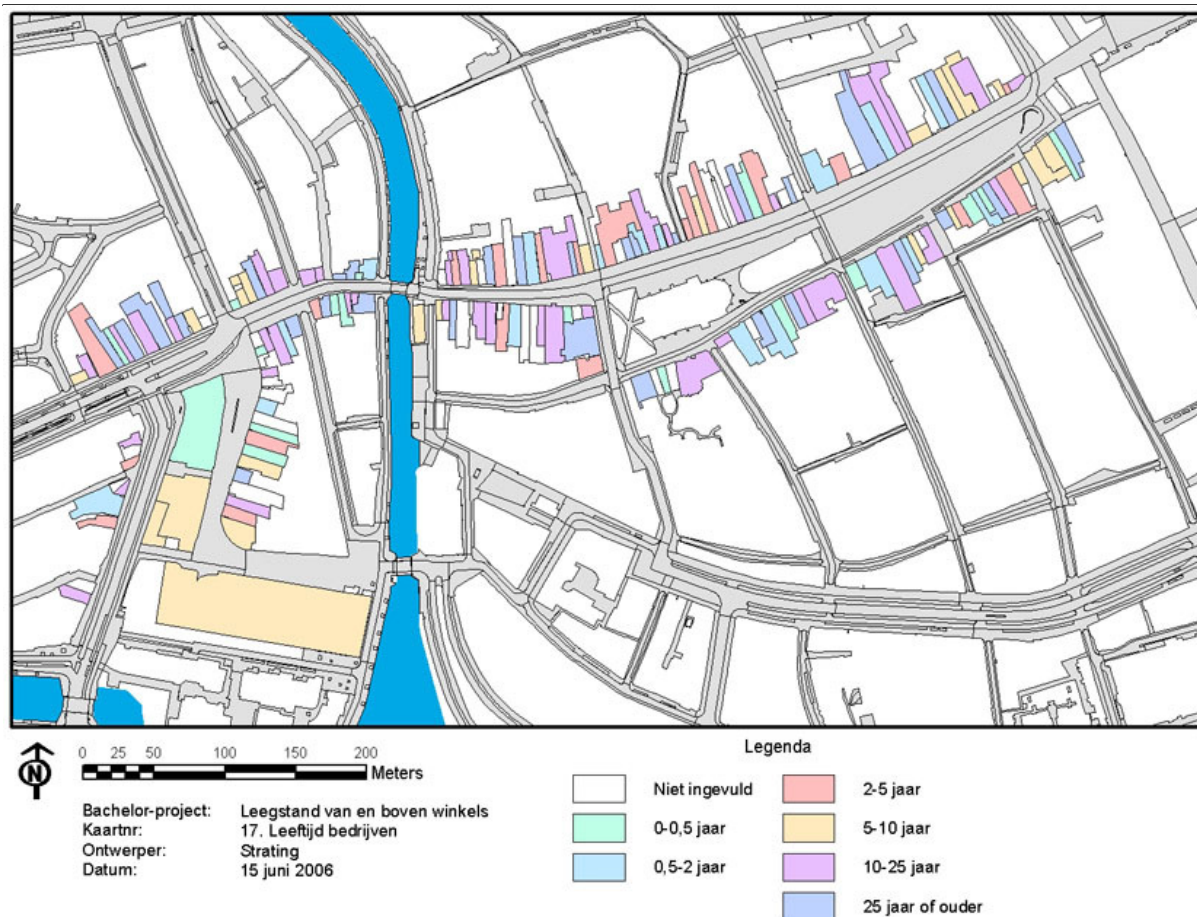
Uit onderzoek van Pellenburg et al¹¹⁰ is naar voren gekomen dat binnen Nederland de leeftijdsgroepen van bedrijven als volgt zijn verdeeld: 74% ouder dan 2 jaar; 50% ouder dan 5 jaar en 40% ouder dan 10 jaar. In het studiegebied is deze indeling als volgt, zie ook tabel 4.2 en figuur 4.8: +2 jaar 80%; +5 jaar 61% en +10 jaar 44%. Dit betekent dat binnen het studiegebied de bedrijven gemiddeld ouder zijn en daarmee dus blijkbaar hier een betere situatie ervaren.

Uitkomsten	
leeftijdscategorie	%
0-0,5 jaar	9
0,5-2 jaar	11
2-5 jaar	19
5-10 jaar	19
10-25 jaar	24
25 jaar of ouder	20
totaal:	100

Tabel 4.2

Daarnaast blijkt het studiegebied, en dan vooral de Vismarkt en het A-kerkhof, geliefd voor ondernemers die een relatief groot pand zoeken, een goede bereikbaarheid en/of een kwalitatief hoogwaardig winkelsegment. 22 Ondernemers bleken eerder elders hun zaak te hebben gehad, waarvan 20 elders in de stad Groningen. Van deze 20 ondernemers zijn er 5 naar het studiegebied getrokken om het kwalitatief hoge winkelsegment en 9 om redenen als verkoopvloeroppervlak en/of bereikbaarheid. Gemiddeld zijn de verhuizende ondernemingen 10 jaar oud.

¹¹⁰ Pellenburg et al, 2005; Ruimtelijke aspecten in de bedrijvendynamiek in Nederland; p. 51, 52



Figuur 4.8: Leeftijd bedrijven in studiegebied.¹¹¹

Als gevolg van de ontwikkelingen binnen het studiegebied van de laatste jaren heeft het grootste deel van de winkeliers een goed beeld van de toekomst. Slechts acht ondernemers geven aan te willen verhuizen. De gegeven motivaties hierachter zijn parkeerproblemen, een te klein pand, of men zoekt een ander winkelmilieu. Het aantal motivaties zijn te weinig om een bepaalde lijn in te kunnen zien maar komen in ieder geval gangbaar over voor het centrum van een stad, en zijn in dat licht niet verontrustend.

Dat men redelijk tot positief te spreken is over de locatie en de toekomst is ook af te leiden uit het feit dat 34% van de winkeliers in de afgelopen 5 jaar nog een grote investering in hun pand hebben gedaan, en dat 19% in de nabije toekomst dit nog van plan is.

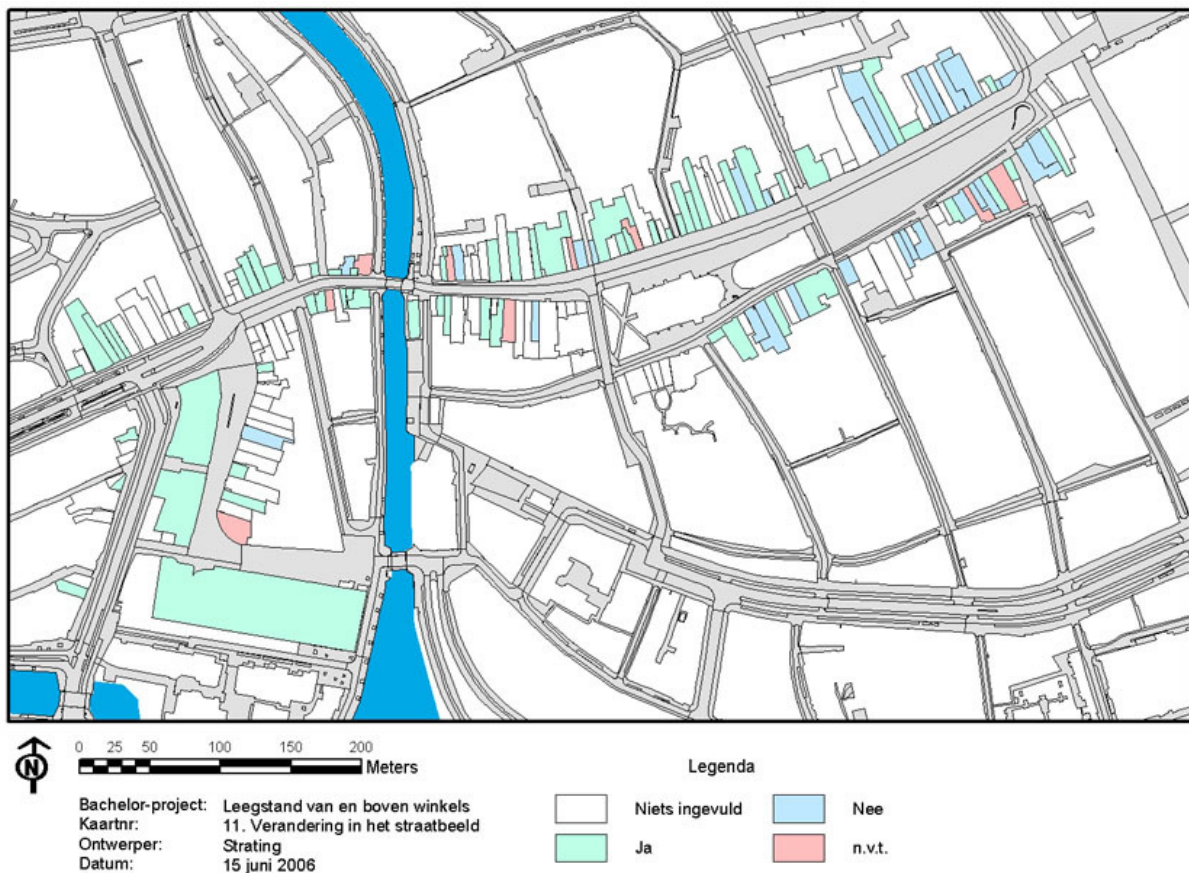
4.4 Straatbeeld, publiek en omzet

Een looproute zou een winkel betere overlevingskansen moeten geven dan wanneer deze niet aan een looproute is gevestigd. Dat de bedrijven binnen het studiegebied gemiddeld ouder zijn dan het landelijk gemiddelde bevestigt dit al enigszins. Daarnaast blijkt dat

¹¹¹ Zie ook bijlage V.17

van alle winkeliers die zich binnen het studiegebied hebben gevestigd na realisatie van het Westerhavencomplex 24% zegt dat realisatie van het complex sterk tot zeer sterk heeft meegewogen in hun beslissing zich hier te vestigen. Bijna alle panden hiervan zitten echter gevestigd aan de A-straat, Brugstraat en het A-kerkhof Nz. In de oosthoek van de Vismarkt zit geen enkel pand dat zich daadwerkelijk daar is gaan vestigen om de verwachte looproute die zou zijn ontstaan. Dit geeft, samen met de opmerkingen ter plaatse, aan dat vanaf hier richting de Herestraat en de Grote Markt het Westerhavencomplex en de effecten hiervan nagenoeg niet meer worden beleefd.

Het grootste deel van de winkeliers, 60%, bevestigt tevens dat er de laatste jaren verandering in het straatbeeld is ontstaan, zie figuur 4.9, en wijt dit gedeeltelijk aan het Westerhavencomplex. Een direct negatief effect van het Westerhavencomplex wordt ervaren door de enkele zaken aan de Westerhaven. Deze kijken tegen de 'achterzijde' van het complex en ervaren hierdoor en door de nieuwe infrastructuur er omheen ter plaatse minder winkelend publiek en meer gemotoriseerd verkeer.



Figuur 4.9: Verandering in het straatbeeld.¹¹²

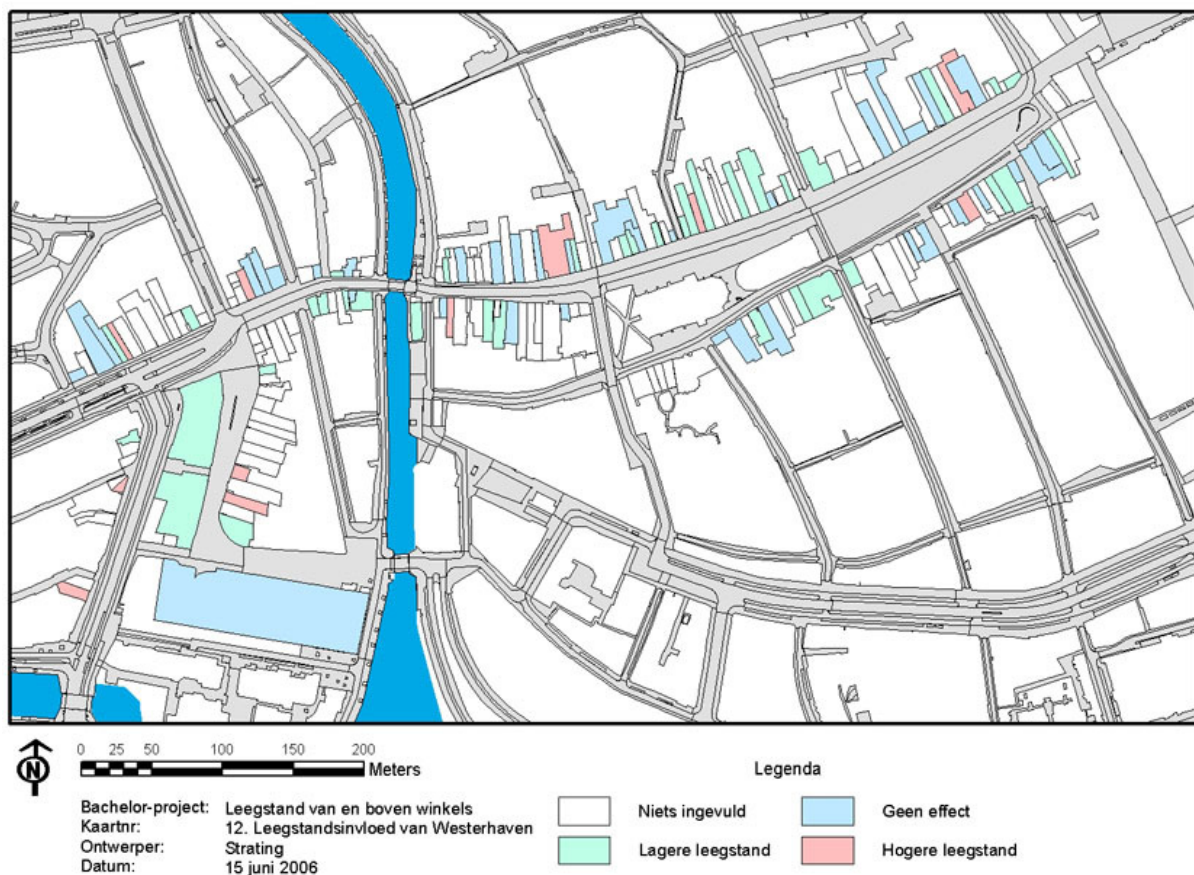
De bedrijven aan de A-straat en vooral Brugstraat en het A-kerkhof, die zeer tevreden zijn over de veranderingen in het straatbeeld ter plaatse, verwijten dit gedeeltelijk aan het Westerhavencomplex maar ook gedeeltelijk aan de economie die de laatste jaren

¹¹² Zie ook bijlage V.11

weer aantrekt en aan het gemeentelijke beleid op andere vlakken. Ook hier blijkt dat panden die meer aan de oostzijde van de Vismarkt liggen geen effecten hebben ondervonden als gevolg van de realisatie van het Westerhavencomplex.

Onderdeel van het straatbeeld is de mate van leegstand van panden. Onder de winkeliers zegt 42% dat het Westerhavencomplex de leegstand binnen het studiegebied heeft doen verminderen en 15% zegt dat het tegendeel het geval is. Uit figuur 4.10 is enigszins te herleiden dat men van de Westerkade tot aan het A-kerkhof redelijk positief is over de leegstandsinvloed van het Westerhavencomplex. De Vismarkt ervaart grotendeels geen verandering en aan de Westerhaven wordt meer leegstand ervaren sinds de realisatie van het complex. Dit komt overeen met het commentaar van winkeliers op andere vlakken. Ook uit gesprekken met de bedrijfsmakelaars DTZ Zadelhoff en Lagro bleek dat zij de mate en duur van leegstand in het gebied de laatste jaren omlaag zagen gaan.

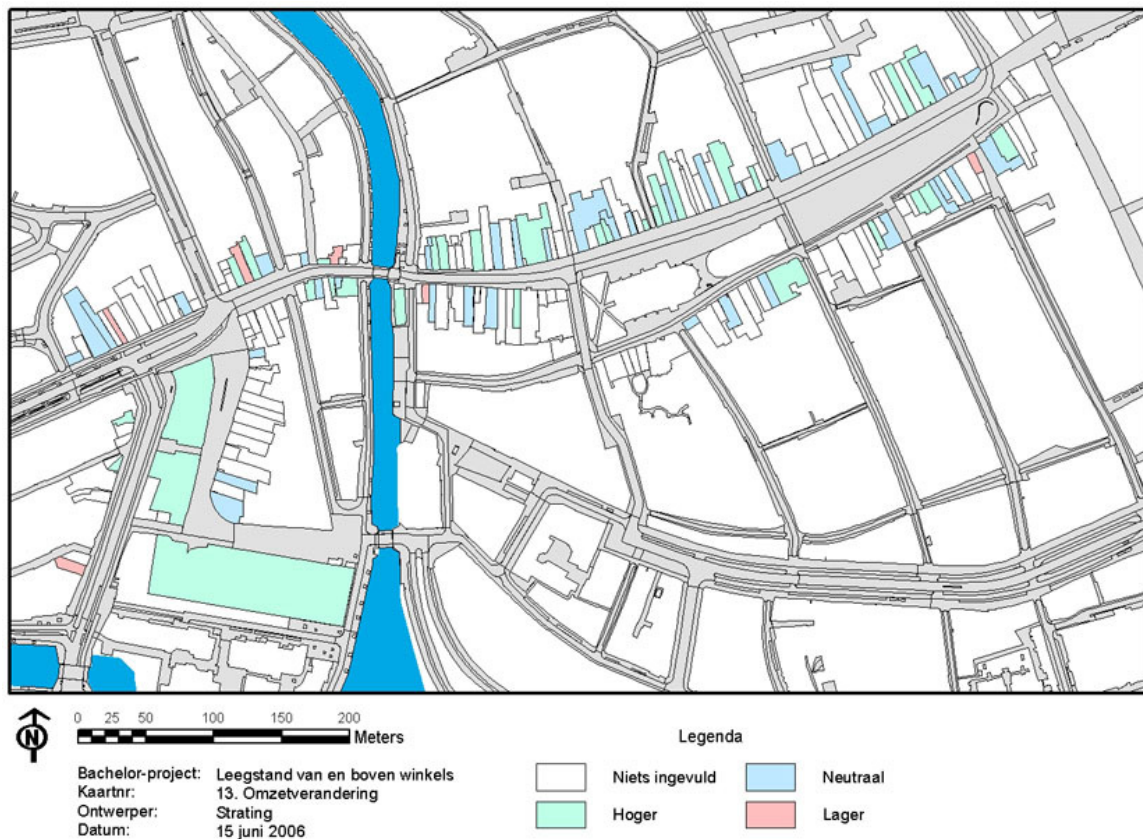
De afname van leegstand binnen het onderzoeksgebied is in cijfers niet aan te tonen, maar wel is uit de leegstandsmonitoren 2004 en 2005 van de gemeente Groningen gebleken dat het percentage leegstaande winkelunits in de gehele binnenstad in 2004 en 2005 respectievelijk 8,5% en 10,4% waren. Hiermee is het percentage leegstaande winkelunits in het studiegebied met 9,2% zeer acceptabel.



Figuur 4.10: Leegstandsinvloed van Westerhaven.¹¹³

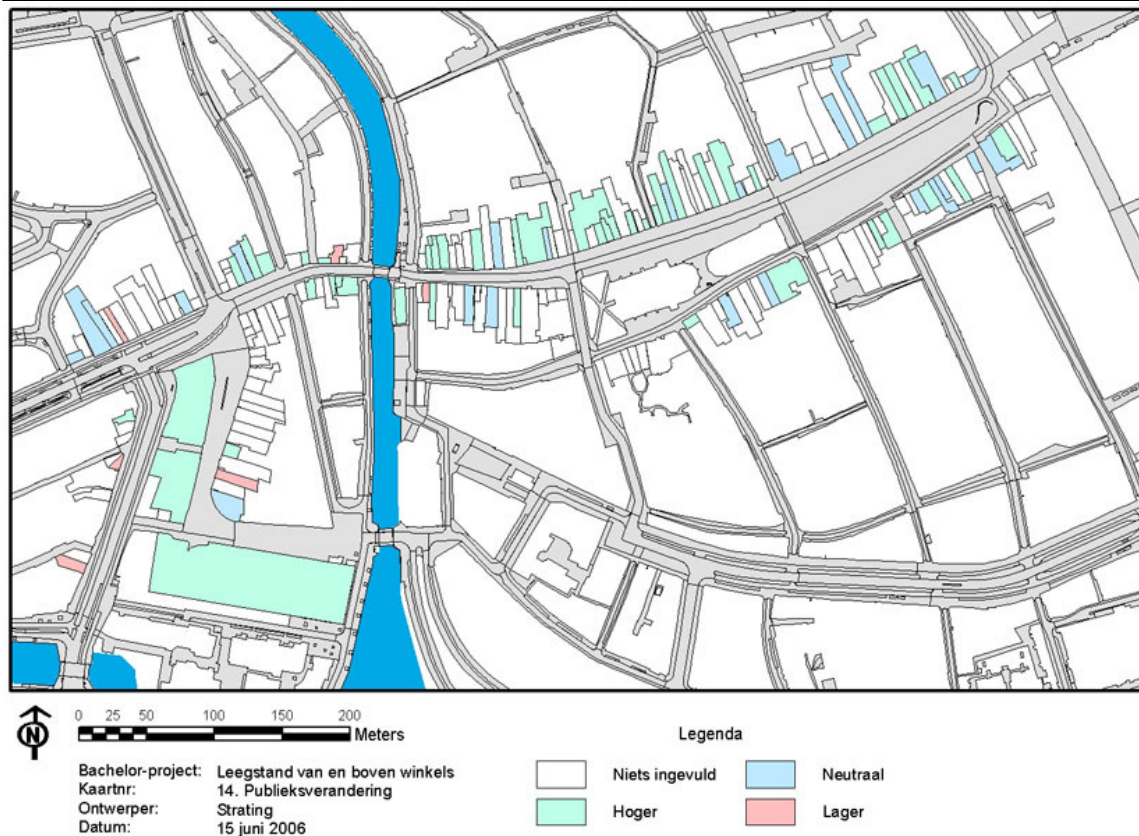
¹¹³ Zie ook bijlage V.12

Uit de uitkomsten met betrekking tot omzet- en publieksveranderingen komen nogmaals dezelfde conclusies naar voren. Van de zaken zegt 44% een gestegen omzet te zien, 49% zegt dat de omzet nagenoeg gelijk is gebleven, en 7% ziet een daling. Niet kan worden bevestigd dat de ene straat hierin beter scoort dan de andere, zie figuur 4.11. Qua hoeveelheid passerend publiek zegt 62% van de zaken een stijging te zien, voornamelijk in de A-straat, Brugstraat en het A-kerkhof Nz. De zaken aan de Westershaven zien daarentegen duidelijk minder publiek langs komen, wat al verwacht kon worden naar aanleiding van uitkomsten op vorige facetten, zie figuur 4.12.



Figuur 4.11: Omzetverandering.¹¹⁴

¹¹⁴ Zie ook bijlage V.13

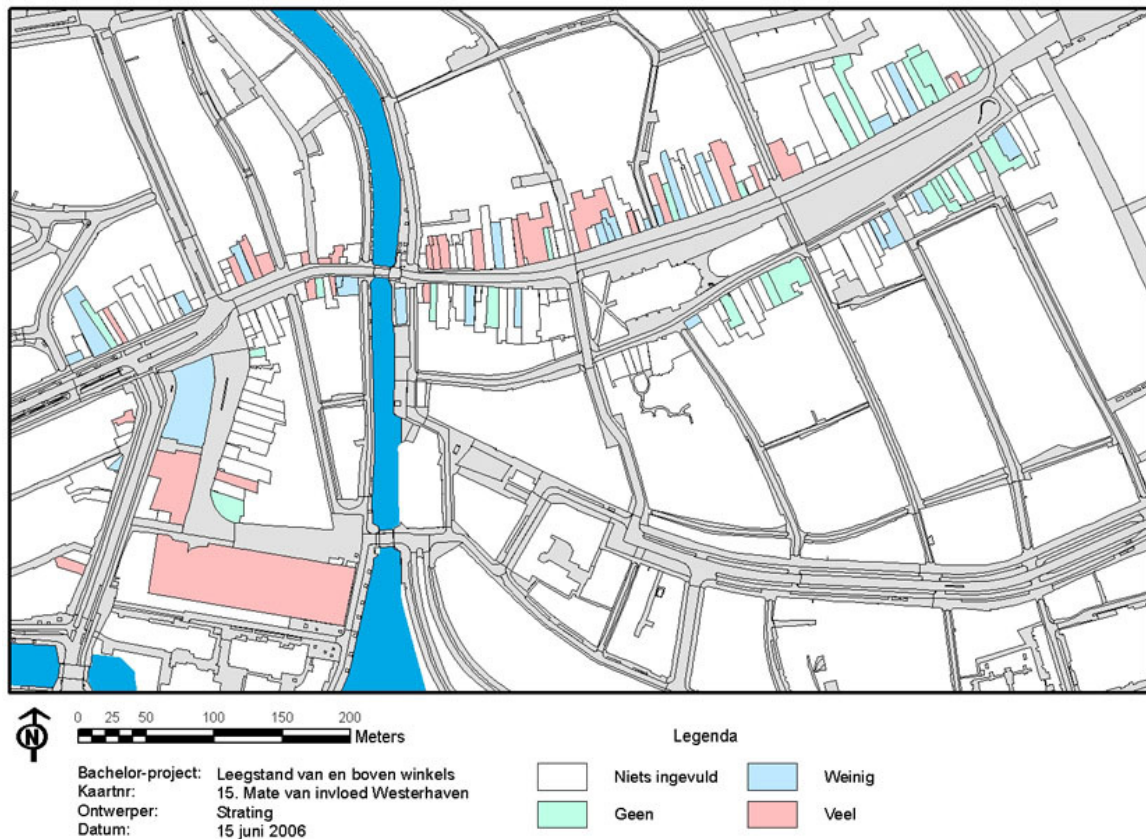


Figuur 4.12: Publieksverandering.¹¹⁵

De oorzaak van de eventueel aanwezige omzet- en publieksveranderingen wordt door de winkeliers maar gedeeltelijk gelegd bij het Westerhavencomplex. Slechts 31% denkt dat dit grotendeels wel het geval is, 35% zegt dat het project maar een beperkte invloed heeft gehad op de veranderingen en 34% denkt dat dit nauwelijks tot niet van invloed is geweest. Uit figuur 4.13 valt te concluderen dat men rondom het Westerhavencomplex, langs de A-straat, Brugstraat en het A-kerkhof Nz matig tot veel effecten het gevolg vindt van het Westerhavencomplex. Vooral aan de zuidzijde van het A-kerkhof en rondom de Vismarkt denkt men nauwelijks effecten te hebben ondervonden die oorzaak kunnen zijn van het Westerhavencomplex.

De belangrijkste oorzaak is echter volgens de winkeliers niet het Westerhavencomplex als geheel maar vooral de parkeergarage in het complex, en de aanwezigheid van de Media Markt. Andere redenen die als oorzaak worden genoemd voor de veranderingen zijn de economische dip die de laatste jaren in het land heeft geheerst, plaatselijk minder publiek gedurende de verbouwing en het tijdelijk niet kunnen gebruiken van de parkeerhaven, het verbeterde winkelsegment aan het A-kerkhof en de Brugstraat (wat een secundair effect kan zijn van het Westerhavencomplex) en de kleinere ingrepen in het straatbeeld in het gebied waaronder onder meer kunnen worden verstaan de groenvoorzieningen en het straatmeubilair.

¹¹⁵ Zie ook bijlage V.14



Figuur 4.13: Mate van invloed Westerhavencomplex.¹¹⁶

4.5 Samengevat en slot

Uit dit eerste deel van het veldonderzoek met betrekking tot de effecten die het Westerhavencomplex met zich mee heeft gebracht op het functioneren van het omliggende winkelapparaat worden al enkele positieve maar ook negatieve ontwikkelingen zichtbaar. Wanneer niet verder wordt gekeken ligt het al snel voor de hand dat het Westerhavencomplex geprezen zal worden om zijn successen. De ontwikkelingen zijn allemaal in de laatste vijf tot zeven jaar op gang gekomen, juist nadat het complex is gerealiseerd. Echter na hoofdstuk 3 en de ontwikkelingen en reacties van winkeliers die hier zichtbaar zijn geworden kan wel worden gesteld dat de successen van het Westerhavencomplex, zoals de ontwikkeling van een looproute richting de binnenstad, wel wat genuanceerder mogen worden gesteld. Na de beleidsstudie in hoofdstuk 3 is ook in dit hoofdstuk naar voren gekomen dat er volgens de winkeliers veel meer factoren van invloed zijn geweest op de ontwikkelingen ter plaatse.

De meeste winkeliers, vooral langs de A-straat, Brugstraat en het A-kerkhof Nz, zijn zeer te spreken over de ontwikkelingen van de laatste jaren. Uit de enquête komt een

¹¹⁶ Zie ook bijlage V.15

bevestiging naar voren dat als belangrijke oorzaak niet zozeer alleen het Westerhavencomplex wordt gezien, maar dat de oorzaken vooral te wijten zijn aan de functie van het complex als bronpunt door de parkeergarage, het verbeterde straatbeeld en het betere marktsegment in de eerder genoemde straten. Behalve het Westerhavencomplex waarvan de parkeergarage en de Media Markt veruit de belangrijkste onderdelen zijn, zijn ook vele beleidsstukken van toepassing geweest ter verbetering van het straatbeeld en het marktsegment van de winkels in het gebied.

Tevens moet niet vergeten worden dat, naast de economische crisis in het land, gedurende de bouw een dieptepunt zal zijn ontstaan in het gebied, aangezien de voormalige parkeerplaats ter plaatse een aantal jaren onbruikbaar is geweest, waardoor klanten ergens anders hun auto parkeerden. Zo zal het effect van het Westerhavencomplex groter lijken dan het daadwerkelijk is geweest.

Tenslotte moet gezegd worden dat er ook nadelige effecten zijn ervaren door de komst van het Westerhavencomplex. Vooral winkeliers aan de Westerhaven, die eerst een grote stroom publiek langs de gevel kregen, ervaren nu dat zij aan de 'luwe' westelijke zijde van het Westerhavencomplex zijn gelegen waardoor publiek en omzet hier drastisch daalden. Zoals door de getroffen winkeliers al werd gezegd is de publieksstroom grotendeels verschoven van de Westerhaven naar de Westerkade.

5. Intensievere benutting ruimte

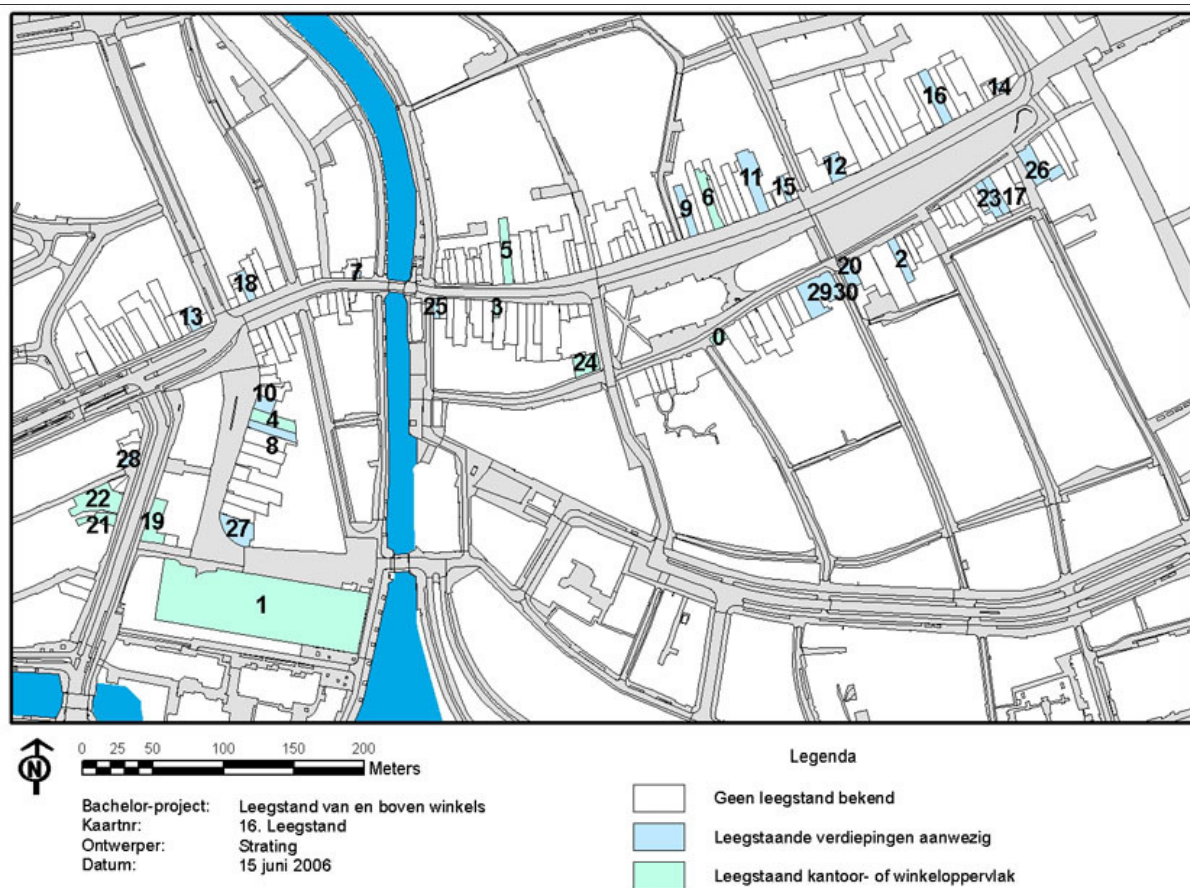
5.1 Inleiding

Vaak wordt gedacht dat de dure ruimte in de binnenstad nuttig gebruikt wordt door winkels en pandeigenaren, maar als men af en toe de blik omhoog richt ontstaat toch een ander beeld. Veel lege ramen, met in het positieve geval nog wat vitrage ervoor, geven het beeld van leegstaande etages die lang niet in elk geval (geheel) voor opslag gebruikt worden. In dit hoofdstuk zal het gedeelte van het veldonderzoek behandeld worden dat ingaat op slecht benutte ruimtes, voornamelijk boven winkels, van de Westervhaven tot en met de Vismarkt. Er wordt gekeken hoe, in het kader van Wonen boven winkels (zie hoofdstuk 3) ruimte boven winkels intensiever benut zouden kunnen worden door het bewoonbaar maken van deze ruimtes in plaats van deze bijvoorbeeld slechts gedeeltelijk te gebruiken als opslag. Hiervoor zijn een aantal vragen verwerkt in de enquête onder de winkeliers, die hier duidelijkheid over kunnen bieden in zowel het bestaan van leegstand en de bereidheid van de winkelier hieraan mee te werken.

5.2 Mogelijkheden voor Wonen boven Winkels

Binnen het onderzoeksgebied is de verdeling eigenaars en huurders van de winkelruimten dan wel panden respectievelijk 22% en 78%. Hieraan kan het feit worden gekoppeld dat huurders minder van het overige deel van het pand zullen weten en ook geen antwoord kunnen geven op de vraag of zij zouden willen meewerken aan het geschikt maken van bewoning van leegstaande ruimtes. Hoewel het niet specifiek onderzocht is in de enquête, lijkt het er op dat het overgrote deel van de winkeliers alleen de begane grond en eventueel de eerste verdieping huurt. De leegstaande etages worden juist vaak wel gehuurd door de winkelier.

Op de vraag naar het ruimtegebruik in het pand, kwam een zeer gevarieerd beeld. Uit de onderstaande kaart is op te maken dat er leegstand in het hele onderzoeksgebied voorkomt en dat er niet bepaalde ruimtelijke concentraties te herkennen zijn.



Figuur 5.2.1: Leegstand etages in studiegebied.¹¹⁷

Uit de enquête blijkt dat er in totaal 31 panden binnen het studiegebied vallen die enige vorm van leegstand omvatten. Hiervan staan 18 panden al te huur als kantoor-, winkel- of woonruimte bij makelaars. Van de overige 13 panden hebben 5 winkeliers aangegeven mee te willen werken aan het bewoonbaar maken van leegstaande ruimten. Deze bevinden zich voornamelijk aan het A-kerkhof. Hiervan kunnen 3 winkeliers beamen dat de ruimten ook geschikt zijn voor bewoning, de overige 2 kunnen dit niet. In totaal gaat dit om meer dan 1400 m². Hiermee is natuurlijk nog niet gezegd dat deze ruimtes ook beschikbaar zijn, aangezien de eigenaar hieraan moet willen meewerken en überhaupt bekend moet zijn met de mogelijkheid hier hulp bij te krijgen, maar duidelijk zal zijn dat er potentieel is om woonruimte te creëren met behulp van de Nota Wonen boven Winkels.

Er zijn 8 panden die leegstand bevatten die niet bekend is bij makelaars, en waarbij de winkeliers tevens aangaven niet mee te willen werken of geen antwoord hierop hebben gegeven. Ook deze panden vragen om extra onderzoek of ze niet geschikt kunnen zijn voor het Wonen boven Winkels beleid. Een schatting van de leegstand in deze panden komt op bijna 900 m².

¹¹⁷ Zie ook bijlage IV.16

Als laatste moet aan dit onderdeel toegevoegd worden dat veel winkeliers ruimtes met opslag als functioneel zien, terwijl in werkelijkheid deze etages vaak zinloos gevuld zijn gezien de hedendaagse aanvoermethoden¹¹⁸. Er kan in werkelijkheid dan ook meer "leegstand" aanwezig zijn dan in dit onderzoek is meegenomen.

Erg belangrijk voor het bewoonbaar maken van bovenetages is natuurlijk de bereikbaarheid. In het verleden heeft menig winkelier de originele trap verwijderd ten bate van meer winkelruimte. De trap werd simpelweg te duur.

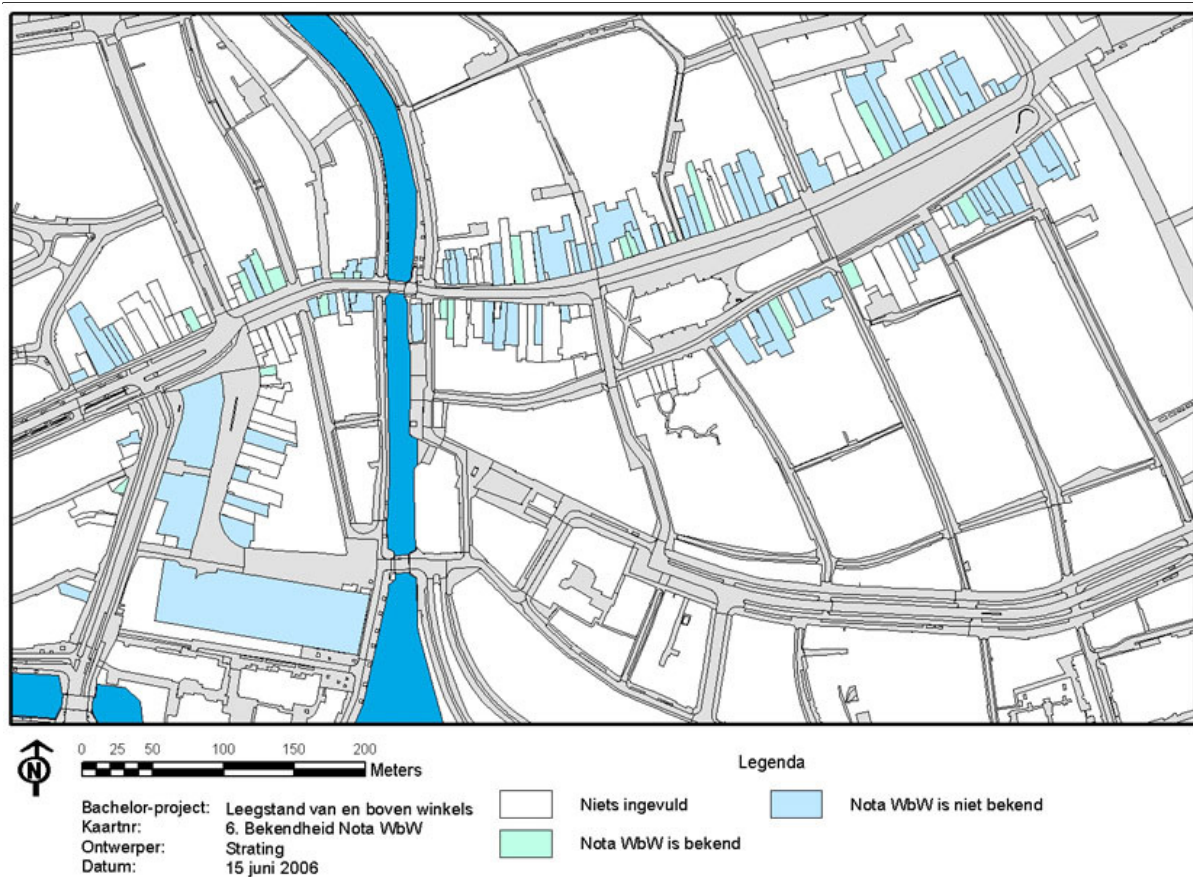
De verdeling qua bereikbaarheid van bovenliggende verdiepingen voor het gehele studiegebied is hier te vinden in tabel 5.2.1. Van de 5 geschikte panden met leegstand is er slechts 1 die over een inpandige trap beschikt. De andere zaken hebben een aparte ingang voor het bereiken van de bovenliggende verdiepingen, wat uiteraard ideaal is bij het realiseren van woonruimte.

Uitkomsten	
mogelijkheid tot bereiken verdiepingen	%
Inpandige trap	30
Ingang vanaf straat	60
Via een ander pand	9
Niet	1
totaal:	100

Tabel 5.2.1

Het helpt erg als winkeliers en vooral eigenaren bekend zijn met de mogelijkheden van Wonen boven Winkels, vooral als zij in het bezit zijn van leegstaande ruimten. Uit de vraag naar de bekendheid van de gemeentelijke Nota Wonen boven Winkels bleek de ruime meerderheid (78%) die hierop hebben geantwoord, toe te geven dat zij hiervan nog nooit gehoord hadden. Niet kan worden gezegd dat dit percentage in een deel van het studiegebied groter is dan in het overige deel. Van de eigenaars en huurders met leegstand zegt 27% bekend te zijn met de Nota, wat in figuur 5.2.2 wordt weergegeven.

¹¹⁸ Tegenwoordig worden winkels haast dagelijks bevoorrad en is opslag nauwelijks aan de orde.



Figuur 5.2.2: Bekendheid Nota Wonen boven Winkels. ¹¹⁹

Over het hele gebied gezien blijkt de bereidheid om mee te willen werken aan het geschikt maken van leegstaande etages voor bewoning over het algemeen niet positief te zijn. 9,2% Geeft aan wel te willen meewerken, 23,5% zegt in geen geval te willen meewerken en 67,3% zegt niet te willen meewerken aangezien zij geen leegstand beheren. Wanneer deze laatste categorie achterwege wordt gelaten ontstaat een verdeling waarbij 28,1% wel en 71,9% niet zou willen meewerken. Op de vraag waarom niet meegewerkt wil worden volgen antwoorden als dat het toch niet rendabel zou zijn, dat men niet zit te wachten op verbouwingen of niet in de rol van verhuurder wil staan. Dit soort bezwaren zouden nu juist door het "Wonen boven Winkels" beleid ondervangen kunnen worden.

In potentie is er in het onderzoeksgebied ongeveer 2300 m² aan leegstaande etages, maar zoals al eerder gemeld wil dit niet zeggen dat al deze vierkante meters ook bewoonbaar gemaakt kunnen worden gemaakt met behulp van het Wonen boven Winkels beleid. Een betere informatievoorziening vanuit de gemeente over de Nota Wonen boven Winkels lijkt hierin de eerste logische stap.

¹¹⁹ Zie ook bijlage IV.6

6 Conclusies en aanbevelingen

6.1 Inleiding

Naar aanleiding van dit rapport zijn verschillende conclusies te trekken en diverse aanbevelingen te geven. Aan de hand van de belangrijkste hypothesen in dit rapport zal via tussenconclusies tot de hoofdconclusies worden gekomen. Hierna volgen de conclusies met betrekking tot de effecten van het Westerhavencomplex op het functioneren van het omliggende winkelapparaat en de conclusies met betrekking tot de mogelijkheden tot intensievere benutting van de ruimte op het gebied van wonen. De aanbevelingen komen aan de orde in paragraaf 6.3.

6.2 Conclusies

Conclusies met betrekking tot de effecten van het Westerhavencomplex op het functioneren van het omliggende winkelapparaat.

Hypothese 1) *De bouw van het Westerhavencomplex heeft ervoor gezorgd dat er een looproute is ontstaan tussen de Westerhaven en de Grote Markt, waardoor de leegstand is afgenomen en het publiek en de omzet van de ondernemingen is toegenomen.*

1. Op basis van hetgeen winkeliers aangeven is de mate van leegstand ten opzichte van vijf jaar geleden afgenomen¹²⁰. Van de ondervraagde winkeliers heeft 42% aangegeven dat het Westerhavencomplex een positieve invloed heeft gehad op de leegstand. 43% heeft aangegeven dat er geen effect is. Tevens blijkt dat op basis van cijfermateriaal van de gemeente Groningen dat het percentage van 9,2% leegstaande winkelpanden in het studiegebied nauwelijks afwijkt van het percentage in de gehele binnenstad, wat in 2005 10,4% was.
2. Ongeveer de ene helft van de winkeliers zag geen stijging van omzet en publiek, en de andere helft wel. Hierbij ervaren vooral winkeliers langs de A-straat, Brugstraat en het A-kerkhof een verbetering en ervaren zaken aan de Westerhaven minder publiek. Op basis van geproduceerd kaartmateriaal kan gezegd worden dat ondernemers, naarmate ze dichterbij het Westerhavencomplex zitten, de omzet en publiekstoename van de afgelopen vijf jaar meer wijten aan de bouw van het Westerhavencomplex.
3. Ondernemers in het onderzoeksgebied hebben aangegeven dat er vooral meer publiek loopt door de bouw van de parkeergarage in het Westerhavencomplex en niet door de bouw van het Westerhavencomplex als geheel. In dit geval moet er

¹²⁰ De afname in leegstand is niet op basis van leegstandscijfers aangetoond. Wel wordt het bevestigd door DTZ Zadelhoff en Lagro dat zowel de hoeveelheid als de duur van leegstand zijn afgenomen.

op basis van de destijds 370 aanwezige parkeerplaatsen ook voor de bouw van het Westerhavencomplex sprake zijn geweest van een looproute.

4. Van de bedrijven die zich na de bouw nabij het Westerhavencomplex hebben gevestigd, heeft 24% aangegeven dat het Westerhavencomplex sterk tot zeer sterk heeft meegespeeld in de locatiekeuze. Bijna alle panden van deze 24% zitten dus gevestigd aan de looproute. Hieruit blijkt dat de bouw van het Westerhavencomplex direct van invloed is geweest op de vestiging van bedrijven.

Hypothese 2) *Wanneer er sprake zou zijn van een nieuwe looproute, die er vijf jaar geleden nog niet was, tussen de Westerhaven en de Grote Markt, met straten waar destijds sprake was van bovengemiddelde leegstand, dan moet dit terug te zien zijn in een bovengemiddeld aantal ondernemingen in het onderzoeksgebied wat jonger is dan vijf jaar.*

5. Uit een ruwe vergelijking van de leeftijdsopbouw van de populatie ondernemingen in het onderzoeksgebied met dat van twee onderzoeken¹²¹, is gebleken dat er geen sprake is van een abnormale afwijking.
6. Uit de verdeling van de leeftijd van bedrijven over het studiegebied vallen geen duidelijk groepen van dezelfde leeftijd te herkennen, ook niet rondom het nieuwe Westerhavencomplex. De uitkomsten van de enquête geven hier dus geen bevestiging op de hypothese.

Hoofdconclusie 1

De toename van de looproute en de afname van de leegstand is weliswaar voor een belangrijk deel veroorzaakt door de toename van het aantal parkeerplaatsen door de bouw van het Westerhavencomplex, echter, de verbetering van de omgevingskwaliteit en leefbaarheid veroorzaakt door uiteenlopende maatregelen in de binnenstad en de directe omgeving van het onderzoeksgebied hebben hier zeer waarschijnlijk evenveel aan bijgedragen. Ook de stand van de economie heeft hierin een aanwezige rol gespeeld.

Conclusies met betrekking tot de mogelijkheden van intensievere benutting van ruimte op het vlak van wonen boven winkels

7. Gebleken is dat van de ondervraagde winkeliers slechts 27% op de hoogte was van het bestaan van de Nota Wonen boven Winkels¹²².
8. Uit de enquête blijkt dat er in totaal 31 panden binnen het studiegebied vallen die enige vorm van leegstand bevatten. Hiervan staan 18 panden al te huur als kantoor-, winkel- of woonruimte bij makelaars. Van de overige 13 panden hebben

¹²¹ Pellenbarg et al. (2005); pag. 51, 52

¹²² Duidelijk moet zijn dat het hier voor het overgrote deel huurders en geen eigenaren betreft, de bekendheid onder eigenaren is onbekend, daar nauwelijks winkeliers ook eigenaar zijn.

5 winkeliers aangegeven mee te willen werken aan het bewoonbaar maken van leegstaande ruimten. Van de overige 8 panden met leegstaande etages wil de eigenaar/huurder niet mee werken óf heeft dit niet aangegeven.

9. Uit aangemaakt kaartmateriaal blijkt dat de leegstaande panden en panden met leegstaande etages verspreid zijn over het hele studiegebied. Er is dus geen sprake (meer) van een concentratie nabij de Westerkade.

Hoofdconclusie 2

De mate van leegstand in het studiegebied lijkt mee te vallen in vergelijking met de gehele binnenstad. Daarmee is ook het aantal kansrijke etages wat omgebouwd zou kunnen worden in het kader van Wonen boven Winkels minder groot dan verwacht. Van de leegstaande etages staat de helft van de huurders of eigenaars welwillend tegenover verbouw. De mening van een huurder zegt echter niets over de mening van de eigenaar van hetzelfde pand.

6.3 Aanbevelingen

Uit de detailhandelmonitor 2005 blijkt dat vanaf de Vismarkt gezien naar de Westershaven er steeds minder passanten in de straten lopen. Opvallend is dat de Citybus door de Westershaven, A-weg, A-sstraat, Brugstraat, A-kerkhof en Vismarkt rijdt, maar alleen haltes heeft rondom het A-kerkhof en de Vismarkt. Het is interessant te onderzoeken of, door de Citybus ook te laten stoppen bij de halte van stadslijn 15 in de A-sstraat en/of bij de halte in de A-weg (tegenover het Stripmuseum), de bereikbaarheid en winkelend publiek in de Westerkade en A-sstraat zal toenemen.

In dit onderzoek is uitgegaan van de goedheid van de winkelier om leegstaande etages te melden. Het is echter goed denkbaar dat deze om uiteenlopende redenen leegstaande etages heeft verzwegen. In de eigen waarnemingen van de enquêteurs is gebleken dat het aantal leegstaande etages zeer waarschijnlijk hoger ligt dan het werkelijk opgegeven aantal. Het is dan ook zinvol de winkelier nog eens duidelijk te wijzen op de vele voordelen van het bewoonbaar maken van leegstaande etages. Ook het vergroten van de bekendheid van de Nota Wonen boven Winkels kan hier zinnig aan bijdragen.

Literatuurlijst

Boeken en artikelen

- B&A Groep (1998), *Ruimte voor economische dynamiek: Vestigingsplaats factoren, belang, waardering en knelpunten*, Den Haag.
- Boomen, T. van den (2005), *Wonen boven de uitverkoop*, Intermediar 4-2006, Haarlem
- Buck Consultants International BV (1998), *Ruimte voor economische dynamiek: Locatievoorkeur en ruimtegebruik van verhuisde bedrijven*, Den Haag, p. 22, 40, 41.
- Dasselaar, A. (2004), *Winkels in de etalage – een analyse van langdurige leegstand in de Nederlandse hoofdwinkelgebieden*, Locatus BV Woerden
- Dorst, M. van (2002), *Duurzaam Leefbaar*, Naarden: GIDO Stichting.
- ECORYS Nederland BV (2004), *Jaarboek Grote Steden Beleid 2000-2004*, Rotterdam.
- EIM (1998), *Bedrijfsomgeving: in het middelpunt van de belangstelling*, Zoetermeer.
- Enkelenburg, R. van (2003), *Eerste hulp bij bedrijfsoverdracht*, *Economisch Statistische Berichten* 88 (4401).
- Gemeente Groningen (1990), *Plan van Aanpak voor de binnenstad*, Groningen: Dienst RO/EZ.
- Gemeente Groningen (1999), *Stad van straks Extra*, Groningen, p33, 35, 36, 37, 38, 39, 52, 61.
- Gemeente Groningen (1993), *Binnenstad Beter; een nieuw perspectief voor de binnenstad van Groningen*, Groningen: Dienst RO/EZ
- Gemeente Groningen (1994), *Groningen: Groot in detailhandel*, Groningen: Dienst RO/EZ.
- Gemeente Groningen (1995), *Kwaliteitswinkels in de binnenstad*, Groningen: Dienst RO/EZ.
- Groningen (1999), *Economisch Businessplan*, Groningen, p45-47
- Groningen (2002), *Groningen-binnenstadsvisie oktober 2002: Hart in de Stad*, Groningen, p15, 29
- Gemeente Groningen (2003), *Nota Wonen boven winkels*, Groningen: Dienst RO/EZ. p. 5, 13.
- Gemeente Groningen (2006), *Parkeren in groningen*, Groningen.
- Gool, P. van, R.M. Weisz en P.G.M. van Wetten; (1999), *Onroerend goed als belegging*, Culemborg: Stenfert Kroese.
- Jacobs, M.H. (2000), *Kwaliteit leefomgeving, kennisontwikkeling*, Wageningen: Alterra; Research Instituut voor de Groene Ruimte.
- Kempen van, R, G. Bolt (2002), *Is falend grotestedenbeleid oorzaak LPF-winst? Geografie*, 2002(8), KNAG, Utrecht.

-
- Kemper, N.J. & P.H. Pellenbarg (1997), De Randstad een hogedruk-pan. *Economisch-Statistische Berichten*, p. 508-512.
 - Knol, F, C. Maas-de Waal, T. Roes, J. de Hart (red) (2002), *Zekere banden; Sociale cohesie, leefbaarheid en veiligheid*, Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.
 - Leidelmeijer, K.I. van Kamp (2003), *Kwaliteit van de Leefomgeving en Leefbaarheid, naar een begrippenkader en conceptuele inkadering*, Woerden: RIVM.
 - Lotti, F & E. Santerelli (2002), The survival of family firms: the importance of control and family ties, *Working paper n^o. 461*, University of Bologna, department of Economics.
 - Pellenbarg, P., e.a. (2005), *Ruimtelijke aspecten van de bedrijvendynamiek in Nederland*, Assen: Koninklijke van Gorcum, p. 23, 25, 26, 51, 52, 59, 107, 131.
 - PLAN terra (2003), *De kwaliteit van de Nederlandse woning en woonomgeving rond de millenniumwisseling; Basisrapportage Kwalitatieve Woningregistratie 2000*, Den Haag.
 - Praag, C.M. van (2003), De motivatie van de ondernemer, *Economisch Statistische Berichten* 88 (4401).
 - RIGO Research en Advies BV (2004), *Leefbaarheid van wijken*, Den Haag.
 - Stad, B (2004), *Nut en noodzaak van het Grotestedenbeleid*, Afstudeerscriptie Bestuurskunde Erasmus Universiteit, Rotterdam.
 - Stinchcombe, A.K. (1965), Demografy of Organisations. *American Journal of Sociology* (74), n^o. 3, p. 142-192.
 - Vereniging van Kamers van Koophandel (2003), *Mutatiebalansen 2002*, Woerden: Vereniging van Kamers van Koophandel.
 - Verheugt, J.W.P. (2005), *Inleiding in het Nederlandse recht*, Den Haag: Boom Juridische uitgevers.
 - Voogd, H. (2004), *Facetten van de planologie*, Alphen aan den Rijn: Kluwer Uitgeverij.
 - VROM (2005), *Wonen boven Winkels*, IPSV publicatienummer 5129, Den Haag, p. 4, 5, 7, 10, 13, 15.
 - Vliet, R. van (1998), *Autovrije kern maakt Groninger binnenstad beter*, in: *Verkeerskunde*, mei 1998, p. 30-33.
 - Wissen, L. van & P. Ekamper (1993), *DONDER: Demografie van ondernemingen, een inventarisatie van de mogelijkheden voor een ruimtelijk model van bedrijvigheid*. Working paper nr. 7, Universiteit van Utrecht, Den Haag: NIDI / Rijksplanologische dienst.
 - Wissen, L.J.G. van, Huisman, C. DECORES (1999), *Een geïntegreerd demoeconomisch regionaal scenariomodel voor Noord-West Europa*. Rapport ten behoeve van de Rijksplanologische Dienst. Den Haag: NIDI.
 - Wissen, L.J.G. van en P. Ekamper (2000), p263-279. *Regionale arbeidsmarkten, migratie en woon-werkverkeer*, Rapport ten behoeve van de Rijksplanologische Dienst. Den Haag: NIDI.

-
- Zandvoort Ordening & Advies bv (1990), *Stedebouwkundige kwaliteit en leegstand; Fase 2: stedebouwkundige voorstellen*, Hoorn.

Websites

- Groninger Internet Courant, (2002), *Gemeente Groningen en ondernemers sluiten uniek contract over binnenstads-management*, <http://www.gic.nl/VerlengdBerichtArchief.asp?ali=9882&katern=18&datum=28-02-2002> (bezocht op 28 februari 2006).
- Platform Binnenstadmanagement, (2002), *Groningen tekent convenant met winkeliers en makelaars*, <http://www.binnenstadsmanagement.org/Groningen/nieuws.asp?id=1135> (bezocht op 28 februari 2006).
- Groninger Internet Courant, (2005), *Groningse winkeleigenaren kunnen leegstaande panden laten verfraaien dankzij unieke Stadsvitrine Service*, <http://www.gic.nl/VerlengdBerichtArchief.asp?ali=23884&katern=17&datum=4/26/2005> (Bezocht op 28 februari 2006).
- Binnenstadmanagement.nl, , *Relatie Binnenstadmanagement met Marketing Groningen*, http://www.binnenstadsmanagement.nl/Groningen/organisatie_relatiemetmarketin ggroningen.asp (bezocht op 21-5-06).
- Gemeente Amsterdam: stadsdeel Centrum (2003), *Wonen boven bedrijven*, www.centrum.amsterdam.nl (bezocht op 22-5-2006).
- Gemeente Maastricht (2005), *Investeringsbedrag Wonen boven Winkels Maastricht*, <http://www.maastricht.nl/maastricht/show/id=183836> (bezocht op 10-5-2006)
- Gemeente Utrecht, 20-06-2006, *Vervolg op aanpak wonen boven winkels*, <http://www.utrecht.nl/smartsite.dws?id=121502> (bezocht op 20-6-2006)
- Kenniscentrum Grote Steden (2004), *Wonen boven bedrijven Amsterdam*, http://www.hetkenniscentrum.nl/dossiers/Ruimtelijkeinrichting/Sociaalfysiek/Multifunctioneleaccommodatie/1071_1002.html (bezocht op 19-6-2006).
- Stichting ROZ-IPD (1996), *Definitielijst Vastgoedindex*, <http://www.rozindex.nl/Downloads/Nederlands/Documentatie/Definitielijst%20ROZ%20Vastgoedindex.pdf> (bezocht op 13-05-2006).
- Frans Heddema (2000), *Grote leegstand boven winkels*, Binnenstad 184, <http://www.amsterdamsebinnenstad.nl/binnenstad/184/wonenwinkels.html> (bezocht op 13-05-2006).
- Wonen boven Winkels Nederland (2006) *Minister Dekker geeft startschot Wonen boven Winkels Nederland*, http://www.woonpunt.nl/files/grp_near-admins/persberichten/Persbericht%20wbwn%20240106.doc (bezocht op 23-05-2006).

Bijlage I.

Beleidstabel

Bijlage II.

Enquête

Bijlage III.

Opnamelijst voor enquêteurs

Bijlage IV.

Enquete opzet / codificatie ArcGIS

Bijlage V.

GIS-kaarten

V.1	Onderzoeksgebied
V.2	Bedrijfstype: Kledingwinkels
	Bedrijfstype: Horeca
	Bedrijfstype: Musea / dienstverlening
	Bedrijfstype: Interieur / etenswaren / overige
V.3	Ketens
V.4	Eigenaar / huurder
V.5	Bereikbaarheid verdiepingen
V.6	Bekendheid Nota WbW
V.7	Tevredenheid locatie
V.8	Verhuisplannen
V.9	Investeringsplannen
V.10	Vestigingsinvloed Westerhaven
V.11	Verandering in het straatbeeld
V.12	Leegstandsinvloed Westerhaven
V.13	Omzetverandering
V.14	Publiekverandering
V.15	Invloed Westerhaven
V.16	Leegstand
V.17	Leeftijd bedrijven