



Vitaliteitsbenchmark Centrumgebieden

De economische vitaliteit
van de 100 grootste
centrumgebieden belicht

Maart 2015
Goudappel Coffeng

Publieke samenvatting

Vitaliteitsbenchmark Centrumgebieden

De economische vitaliteit van
de 100 grootste centrumgebieden belicht

Datum
Kenmerk
Eerste versie

2 maart 2015
CPX026/Hft/0239.01

Documentatiepagina

Titel rapport Vitaliteitsbenchmark Centrumgebieden

Kenmerk CPX026/Hft/0239.01

Datum publicatie 2 maart 2015

Over ons: Goudappel Coffeng is het oudste en grootste adviesbureau op het gebied van mobiliteit en ruimte van Nederland, waaronder ruimtelijke economie en locatieontwikkeling. Ruim 200 hoogopgeleide experts vanuit verschillende vakgebieden werken dagelijks aan integrale vraagstukken die bijdragen aan een betere bereikbaarheid, leefbaarheid en economische vitaliteit van Nederland.

Opstellers:

Tim van Huffelen, tvhuffelen@goudappel.nl, 06-50213577

Guido Scheerder, gscheerder@goudappel.nl, 06-42990714

	Inhoud	Pagina
1	Samenvatting	1
2	Resultaten	2
3	Resultaten per invalshoek	4
3.1	Voorzieningenaanbod	5
3.2	Demografie	6
3.3	Ruimtelijke kwaliteit	7
3.4	Bereikbaarheid	8
4	Aanbevelingen	9
4.1	Durf echt te kiezen	9
4.2	Data- en experimentdriven	9
4.3	Werk integraal	9
	Bijlage	
1	Onderzoeksverantwoording	

1

Samenvatting

Binnensteden en kernwinkelgebieden van middelgrote gemeenten hebben het allemaal moeilijk. Bezoekersaantallen en bestedingen lopen terug. Leegstand neemt soms ronduit storende vormen aan. Vergrijzing, bevolkingskrimp en webwinkelen versterken de opgave. De onderlinge verschillen tussen plaatsen zijn echter groot.

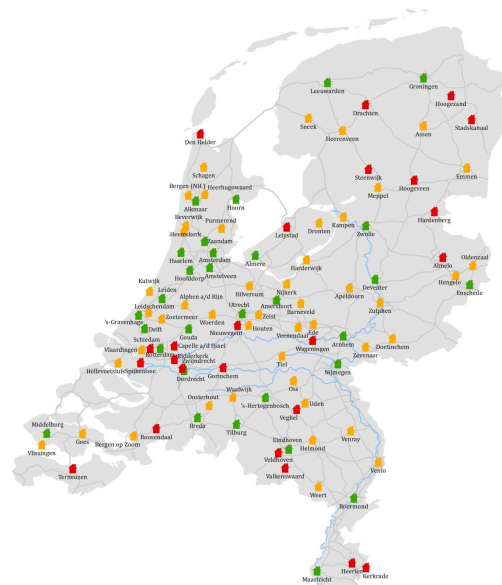
Adviesbureau Goudappel Coffeng bracht van 100 kernwinkelgebieden de sterkten en zwakten in beeld.

Elk winkelgebied kreeg via deze benchmark een 4-dimensionaal vitaliteitsprofiel:

- demografische ontwikkelingen;
- voorzieningenaanbod;
- ruimtelijke kwaliteit;
- bereikbaarheid.

De benchmark maakt op deze manier inzichtelijk op welk terrein de opgave ligt om de economische vitaliteit van het een centrumgebied te behouden of te vergroten. Zo moet Almelo werken aan een compact centrum met ruimtelijke kwaliteit en kampt Capelle aan de IJssel vooral met een 'ik onderscheid mij te weinig van de grote buurmannen'-vraagstuk.

Voorbeelden van vitale steden zijn Amsterdam, 's-Gravenhage, 's-Hertogenbosch, Leeuwarden, Maastricht, Roermond en Utrecht. Almelo, Capelle aan de IJssel, Den Helder, Drachten, Kerkrade, Stadskanaal, Terneuzen en Zwijndrecht behoren tot de meest kwetsbare steden volgens dit onderzoek.



2

Resultaten

Grote steden met bevolkingsgroei aan kop

De resultaten laten een grote grijze middenmoot zien. De top van het klassement wordt gevormd door grote steden met een aantrekkelijk voorzieningenaanbod in een compact en aantrekkelijk centrum. Dit vertaalt zich onder meer in het lage aandeel leegstaande panden (kanslocaties).

Kwetsbare centrumgebieden niet alleen in de periferie

Van de meest kwetsbare steden liggen er enkele erg buitenaf (Stadskanaal, Kerkrade, Terneuzen). Echter, ook in de dichtbevolkte en zelfs groeiende regio's zijn zwakke centra te vinden. Zij worden dan vaak weggedrukt door de grote buurmannen. Voorbeelden daarvan zijn Valkenswaard, Veghel, Nieuwegein of Zwijndrecht.

Grote grijze middenmoot

Opvallende uitkomst is de breedte van het middenveld. De verschillen zijn klein en dat betekent een kans om stevig te stijgen (of te vallen) in het klassement. Uit de onderliggende vitaliteitsprofielen blijkt dat de meeste steden vaak een grijs en partieel profiel hebben: ze scoren goed op een deel van de 'drivers', maar zijn kwetsbaar op andere. Dit zijn steden waar veel en snel winst valt te behalen met bijvoorbeeld quickwins in de ruimtelijke kwaliteit, het voorzieningenaanbod of de bereikbaarheid.

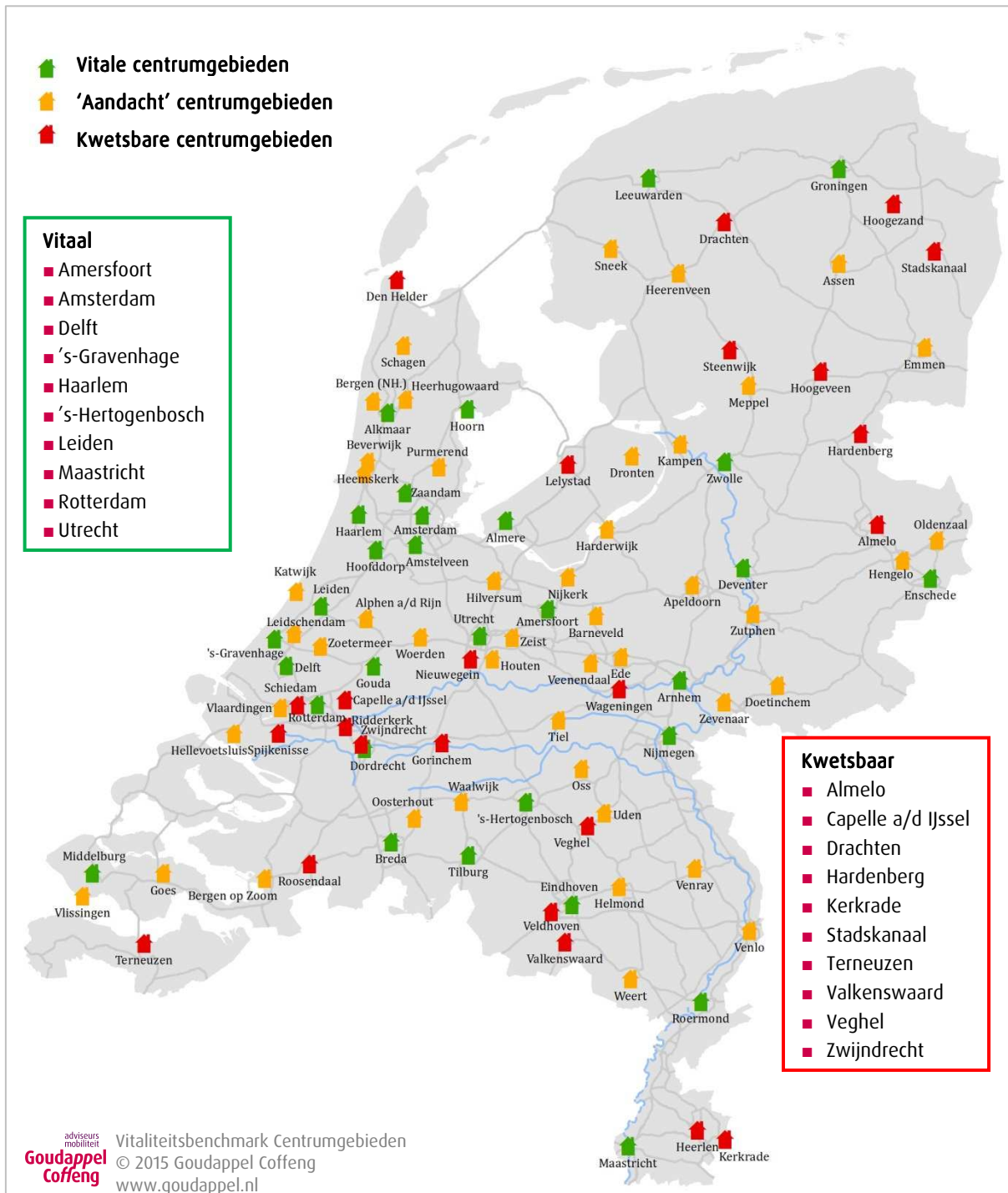
Vitaal top10*

- Amersfoort
- Amsterdam
- Delft
- 's-Gravenhage
- Haarlem
- 's-Hertogenbosch
- Leiden
- Maastricht
- Rotterdam
- Utrecht

Kwetsbaar top10*

- Almelo
- Capelle a/d IJssel
- Drachten
- Hardenberg
- Kerkrade
- Stadskanaal
- Terneuzen
- Valkenswaard
- Veghel
- Zwijndrecht

* De lijstjes in deze rapportage zijn samengesteld op alfabetische volgorde.



3

Resultaten per invalshoek

Het vitaliteitsprofiel doet een uitspraak over de 'conditie' waarin elk centrumgebied verkeert in de huidige concurrentieslag en verbijzondert dat naar de onderliggende 'drivers'. Daarmee geeft het vitaliteitsprofiel gemeente, vastgoedbezitter en/of ondernemersvereniging inzicht in de knoppen waaraan hij kan draaien. Hoe versterk ik mijn positie of zorg ik dat ik tot de top blijf behoren?

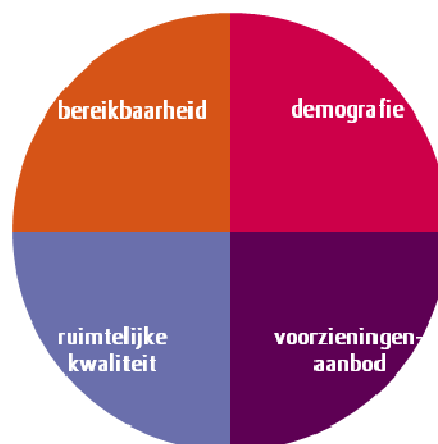
Oorzaken en kansen zijn niet overal hetzelfde

Het vitaliteitsprofiel is gebaseerd op een multidisciplinaire analyse van de centrumgebieden, waarmee het mogelijk is een stad te vergelijken met haar burens (vaak directe concurrenten) of andere interessante centrumgebieden elders in het land. Wat zijn de 'drivers' die de kracht en de zwakte onder hun economische vitaliteit zijn?

Ook kijken naar uitblinkers per categorie

Er is geen generieke knop om economische vitaliteit te verbeteren. Naast de 'overall' top of zorg-10 is het ons inziens dan ook interessant te kijken naar de uitblinkers per categorie. In dit hoofdstuk belichten we daarom de concurrentieverhoudingen vanuit elk van de vier invalshoeken van het vitaliteitsprofiel:

- demografische ontwikkelingen;
- voorzieningenaanbod;
- ruimtelijke kwaliteit;
- bereikbaarheid.



3.1 Voorzieningenaanbod

De grootste steden hebben ook de diversiteit

Een bepaalde kritische massa is noodzakelijk om ook richting de toekomst aantrekkelijk te blijven. Dit gaat echter niet alleen om het aantal winkels, maar zeker ook om de diversiteit van het aanbod. Hoe meer voorzieningen gericht op beleving (horeca en mode), hoe langere openingstijden (elke zondag open), hoe breder aanbod (minder gevoelig voor concurrentie van internet) des te groter de aantrekkingskracht. Een dominant aanbod ten opzichte van omliggende kernen zorgt voor een sterke concurrentiepositie. De grootste gemeenten hebben in de regel de binnensteden met de meeste voorzieningen en de grootste aantrekkingskracht. En deze positie raak je niet zomaar kwijt. Dan moet je het wel bont maken op de andere drivers als bereikbaarheid en ruimtelijke kwaliteit.

Vitaal

- Amsterdam
- Arnhem
- Eindhoven
- 's-Gravenhage
- Groningen
- Haarlem
- 's-Hertogenbosch
- Maastricht
- Rotterdam
- Utrecht

Kwetsbaar

- Barneveld
- Capelle a/d IJssel
- Houten
- Katwijk
- Leidschendam
- Nijkerk
- Ridderkerk
- Veldhoven
- Woerden
- Zwijndrecht

Grote buurmannen zijn bedreigend

Relatief kleine centrumgebieden met een sterk centrum in de nabijheid staan onderaan de lijst. Zwijndrecht is een treffend voorbeeld. Naast dat het winkelcentrum Walburg klein is voor de omvang van de kern ondervindt men veel concurrentie van het nabijgelegen Dordrecht en Rotterdam. Bovendien is het voorzieningenaanbod zeer beperkt onderscheidend waardoor het voor de consument onvoldoende aantrekkelijk is, vanwege de branchemix voor dit centrum te kiezen. Kortom, een focus op de lokale consument door bijvoorbeeld een goed supermarktenaanbod lijkt de beste strategie. Immers, zijn deze branches beperkt gevoelig voor de concurrentie van internet en onderscheidt men zich van de grote buur. Daarnaast kan ingezet worden op de voordelen van kleinschaligheid, zoals een goede bereikbaarheid en parkeersituatie voor auto en vooral de fiets.

Leidschendam kiest bijvoorbeeld voor een forse uitbreiding van het kernwinkelgebied. Dit is echter niet in elke regio de gepaste oplossing, het verzorgingsgebied moet hiervoor wel toereikend zijn.

Laaghangend fruit

- Wees alert op het toevoegen van aantrekkelijke formules in mode en/of horeca.
- Stimuleer nieuwe concepten die inspelen op beleving.
- Vergeet de lokale consument niet voor de dagelijkse aankopen.
- Wees open als de consument wil of kan komen ('s avonds langer, koopavond korter).

3.2 Demografie

Groeikernen zorgen voor vitaliteit

De best scorende centrumgebieden in deze dimensie zijn vooral groeikernen. Nieuwbouwwijken zorgen voor een inwonergroei en jonge gezinnen. De vergrijzende en daarmee minder uitgevende bevolking blijft in deze groeikernen achterwege. Bovendien is een hoog besteedbaar inkomen en een groot inwoneraantal binnen een korte reistijd een belangrijke voorwaarde om ook in de toekomst een florerend centrumgebied te behouden.

Krimp in de periferie

In gebieden waar de krimp reeds is ingezet, leidt dit automatisch tot minder draagvlak voor de detailhandel. Zeker in de regio's waar werkloosheid hoog is en het besteedbaar inkomen ver onder modaal ligt. De Zuid-Limburgse kernen Kerkrade en Heerlen springen hier in negatieve zin uit. Mogelijk dat er nog perspectief zit in het aantrekken van de Duitse regionale consument. Dit wordt voor bijvoorbeeld Stadskanaal en Emmen een stuk lastiger, aangezien het Duitse achterland daar nog veel minder bevolkt is. Concentratie van de aanwezige voorzieningen is dan een noodzakelijke oplossing. Al kan Emmen met een trekker als de dierentuin nog wel inzetten op een toeristische impuls waarvan het centrumgebied mee profiteert.

Lastig te beïnvloeden

Demografie is een lastige dimensie vanwege de lage beïnvloedingsgraad ervan. Dat betekent dus primair aanvaarden en als gegeven omgevingsfactor meenemen in de interventieplannen. Het wil niet zeggen dat de slecht scorende gemeenten in deze dimensie dus onvoldoende aandacht hebben voor de vitaliteit van hun centrumgebied.

Meekrimpen

Een kleiner en compacter centrumgebied ligt in krimpregio's voor de hand.

Voorzieningen beïnvloeden keuze woonplaats

Inwonersgroei en de aanwezigheid van een aantrekkelijk centrumgebied met voldoende voorzieningen (zowel winkels, als hogescholen, cultuur en kunst) kennen een continue wisselwerking. Om aantrekkelijk te blijven als woonstad is aandacht voor de beschikbare voorzieningen voor de huidige en toekomstige inwoners een vereiste.

Vitaal	Kwetsbaar
■ Almere	■ Den Helder
■ Amersfoort	■ Emmen
■ Amstelveen	■ Goes
■ Amsterdam	■ Heerenveen
■ Barneveld	■ Heerlen
■ Delft	■ Kerkrade
■ Hoofddorp	■ Sneek
■ Katwijk	■ Stadskanaal
■ Leidschendam	■ Terneuzen
■ Utrecht	■ Vlissingen

3.3 Ruimtelijke kwaliteit

Authenticiteit en beleving voorop

De ruimtelijke kwaliteit wordt bepaald door de belevingsfactor. Is het aantrekkelijk voor de consument om ergens te verblijven? Hoe is de architectuur van panden, hoe oogt de openbare ruimte? En bovendien: leegstaande panden verbeteren het winkelplezier ook niet. Daarnaast blijkt de moderne consument behoefte te hebben aan de Smart-city, altijd online. Steden die zowel historisch als modern goed scoren tref je aan in de top. Voor deze steden is het zaak vast te houden aan het authentieke karakter, maar daarnaast wel in te blijven zetten op de steeds veeleisender consument.

Wacht niet te lang met vernieuwen

Winkelgebieden uit de jaren 70 en 80 van de vorige eeuw kampen met een slecht imago. De panden en openbare ruimte ogen veelal matig. En hoe langer gewacht wordt met herontwikkeling en investeringen, hoe eerder deze steden in een vicieuze cirkel terechtkomen. Gerichte keuzes zijn noodzakelijk. En niet alleen op realisatie van nieuw, maar vooral op het weghalen van de rotte plekken. Anders dreigen de centra steeds meer te verpauperen met nog verder afnemende bezoekersaantallen. Bij deze vernieuwing hoort vanzelfsprekend ook het gebruik maken van alle mogelijkheden van de smart city.

Laaghangend fruit

Voorbeelden van andere interventies die op korte termijn op de dimensie 'Ruimtelijke Kwaliteit' hun meerwaarde bewijzen zijn:

- Het tijdelijk invullen van leegstaande panden met pop-up stores.
- Zet je centrum op de kaart door evenementen en cultuur.
- Functieverandering of transformatie bij leegstand.
- Cofinanciering voor gezamenlijke aanpak van de openbare ruimte.
- Ontwikkel logische en aantrekkelijke looproutes.
- Werk aan duidelijke gebiedsprofielen.

Vitaal

- Amersfoort
- Amstelveen
- Amsterdam
- Delft
- Haarlem
- 's-Hertogenbosch
- Leiden
- Maastricht
- Middelburg
- Utrecht

Kwetsbaar

- Almelo
- Beverwijk
- Den Helder
- Hengelo
- Kerkrade
- Lelystad
- Roosendaal
- Schiedam
- Stadskanaal
- Veghel

3.4 Bereikbaarheid

Multimodale bereikbaarheid is essentieel

Voor de grote binnensteden is een multimodale bereikbaarheid zeer belangrijk. Om in alle doelgroepen te voorzien, moet men er goed kunnen komen. Lokale bewoners moeten gemakkelijk met de fiets kunnen komen en deze ook probleemloos kunnen stallen. Ditzelfde geldt voor autobezoekers uit de buitenwijken en de regio. Om vanuit een verder gebied dagjesmensen aan te trekken is een intercity-station vlakbij de binnenstad een vereiste. Daarnaast zijn loopafstanden binnen het centrum en vanaf bronpunten (parkeergarages, bus- of treinstation, fietsenstalling) een belangrijke voorwaarde voor een compacte en daarmee aantrekkelijke binnenstad. Leeuwarden scoort als beste met een centrumfunctie voor heel Friesland.

Vitaal

- Alkmaar
- Almere
- Arnhem
- Den Haag
- Eindhoven
- Hengelo
- Leeuwarden
- Middelburg
- Rotterdam
- Utrecht

Kwetsbaar

- Drachten
- Hellevoetsluis
- Katwijk
- Kerkrade
- Oosterhout
- Sneek
- Stadskanaal
- Terneuzen
- Valkenswaard
- Veldhoven

Alleen de auto is niet genoeg

De centrumgebieden die laag scoren, kennen in alle gevallen een zeer gebrekkige OV-bereikbaarheid en ontberen een compact centrum. De loopafstanden in vergelijking met het voorzieningenaantal zijn groot. Bovendien is in deze steden het fietsgebruik uiterst beperkt. De centrumbezoekers komen vooral met de auto en daarom is een goede parkeerwaliteit essentieel. In kleine centra moet men gemakkelijk een plek kunnen vinden in de nabijheid van de winkels. Vaak is in deze centrumgebieden de aandacht voor de fietser onvoldoende. Goede fietsenstallingen, maar ook aantrekkelijke en veilige fietsroutes dragen bij aan een groei in bezoekersstromen en daarmee omzet.

Laaghangend fruit

Voorbeelden van andere interventies die op korte termijn op de dimensie 'Bereikbaarheid' hun meerwaarde bewijzen zijn:

- Maak u stad of centrum 'vindbaar' voor de bezoeker, online- en offline.
- P+R concepten.
- Maak de reistijdbeleving zo kort mogelijk.
- Routeborden bij de uitgang van de parkeergarage(s) en stations.
- Zorg voor goede fietsenstallingen vlakbij de bestemming.
- Pas het parkeerbeleid aan de doelgroepen van morgen aan.

4

Aanbevelingen

De slag om de bezoekersaantallen en -bestedingen is volop gaande. Ook steden die als vitaal (=groen) zijn aangemerkt, kunnen het zich niet veroorloven achterover te leunen. Hoe nu verder ná de benchmark?

4.1 Durf echt te kiezen

De aanval is de beste verdediging. Het is nu tijd om vooruit te verdedigen. Geen achterhoedegevechten en doekjes voor het bloeden, maar keuzes maken. Zet bijvoorbeeld in op een compacte binnenstad. Pak leegstand bij de wortel aan. Zorg voor lekker veel reuring in het centrum en voor open winkels als de mensen er zijn. Wees bereikbaar en vindbaar voor de doelgroep die je wilt aantrekken. Durf als overheid te kiezen voor economische vitaliteit als ook uw kernprobleem.

4.2 Data- en experimentdriven

Zet de feiten op een rij. Gebruik moderne 'big data'-technieken om bestaande aannames te valideren en tot eyeopeners te komen. Ga doen: kleine experimenten en initiatieven opstarten of faciliteren met voldoende aandacht voor het vaststellen van de effecten. Voor deze metingen lenen moderne monitoringstechnieken zich prima.

4.3 Werk integraal

Erken dat economische vitaliteit een integraal vraagstuk is. Haal de emotie en de lobby-cultuur uit de opgave. In het politieke spel lagere parkeertarieven beloven aan morrende winkeliers? Werk liever aan gemeenschappelijke ambities, begrip voor de wetmatigheden en een gezamenlijk interventieplan.

Bijlage 1

Onderzoeks- verantwoording

De 'Vitaliteitsbenchmark Centrumgebieden' is een eigen initiatief van Goudappel Coffeng. Het onderzoeksrapport is op hoofdlijnen publiek beschikbaar. Het vitaliteitsprofiel in zijn volledige detail is louter beschikbaar voor direct betrokkenen, zoals de betreffende gemeente of binnenstadsmanager.

Doel van het onderzoek was tweeledig:

- Intern: het verkrijgen voor een vergelijkingskader om te gebruiken in de oriëntatiefase bij opdrachtgevers.
- Extern: het bijdragen aan het bewustzijn bij opdrachtgevers van het multidisciplinaire karakter van de opgave.

16 indicatoren

In totaal zijn 16 indicatoren in beeld gebracht, geordend naar vier dimensies. De indicatoren zijn gescoord op basis van databronnen en expertschattingen. Het gebruikte analysekader staat schematisch weergegeven op de volgende pagina.

Over de onderzoekers:



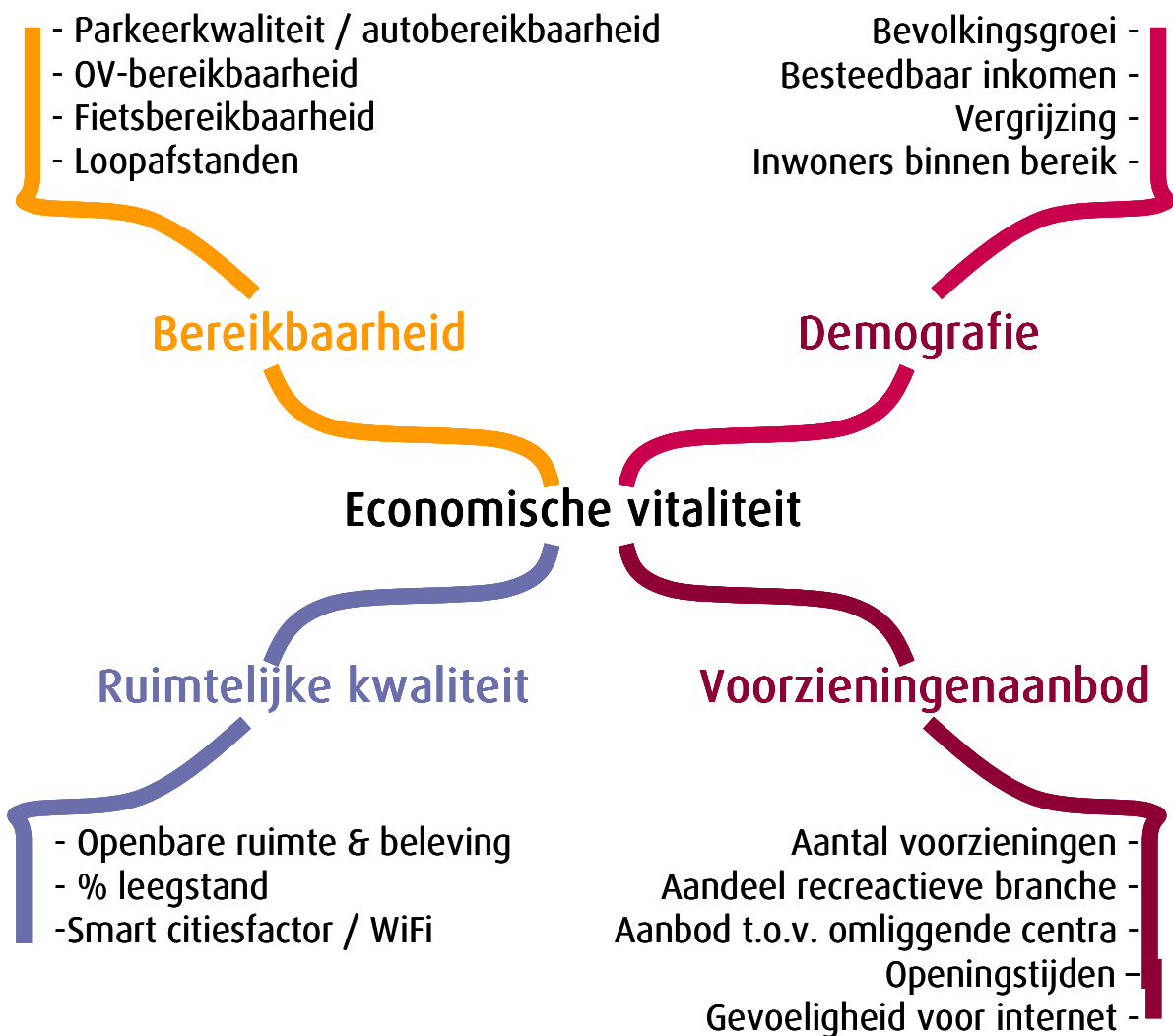
Tim van Huffelen is adviseur ruimtelijke economie & locatieontwikkeling bij Goudappel Coffeng. Tim studeerde economie aan de Universiteit van Utrecht met een minor in Geografie. Ook is hij opgeleid in 'leisure' aan de Universiteit van Tilburg. Sinds 2007 werkt Tim bij Goudappel Coffeng aan vraagstukken op het snijvlak van detailhandel, mobiliteit, economie, parkeren, vestigingsplaatsonderzoek en locatieontwikkeling.



Guido Scheerder is adviseur ruimtelijke economie bij Goudappel Coffeng. Hij is opgeleid economisch geograaf aan de Katholieke Universiteit Nijmegen en werkt inmiddels ruim 20 jaar aan vraagstukken op het gebied van economische vitaliteit. Guido is daarnaast docent aan de HBO-opleiding Small Business en Retailmanagement.

Vitaliteitsbenchmark Centrumgebieden

Gebruikte indicatoren



Gebruikte databronnen/literatuur

- Onderzoek Verplaatsingsgedrag (OViN), voormalig Mobiliteitsonderzoek Nederland (MON), data 2002-2013
- Koopstromenonderzoek Randstad, I&O Research, 2011
- Euregionaal koopstromenonderzoek Stadsregio Arnhem Nijmegen, Goudappel Coffeng, 2009
- Nationaal Wegen Bestand (NWB), november 2014
- Mobiliteitspanel Nederland, KIM, Goudappel Coffeng, Universiteit Twente, 2014
- Basisregistratie Adressen en Gebouwen (BAG), december 2014
- Parkeermonitor Goudappel Coffeng, 2000-2008
- Mobiele telefoondata Dat.mobility, 2014 (beschikbaar via View.dat.nl)
- Winkelgebied 2025, Breken met het verleden, ING Economisch Bureau, 2014
- Oproep voor structurele vernieuwing van het winkellandschap, NRW, 2014
- Vervoer naar retail, Kennisplatform Verkeer en Vervoer, 2013
- Winkels maken de Stad, Update 2015, Nederlandse Raad voor Winkelcentra, 2015
- Diverse detailhandelsvisies van provincies, gemeenten en regio's
- Gezonde lokale economie: investeren in lopen loont, CROW-KPVV, oktober 2014
- Retaillocaties in 2020; de nieuwe winkelkaart van Nederland, ABN AMRO, 2013

Websites

- CBS Statline, december 2014
- Website Nationale Bereikbaarheidskaart, Goudappel Coffeng, www.bereikbaarheidskaart.nl, december 2014
- Benchmark Verkenner, Locatus Online, december 2014
- www.koopzondagen.net, december 2014
- www.ns.nl, stations en locaties, december 2014
- www.google.maps.com, december 2014
- www.platform31.nl, januari 2015
- www.inretail.nl, januari 2015
- alle gemeentewebsites

Vestiging Deventer
Snipperlingsdijk 4
7417 BJ Deventer
T +31 (0570) 666 222
F +31 (0570) 666 888
Postbus 161
7400 AD Deventer

www.goudappel.nl
goudappel@goudappel.nl

adviseurs
mobiliteit
**Goudappel
Coffeng**