

Lokale economische groei

Het binden van de creatieve klasse door gebiedsontwikkeling



Master City Developer (MCD[®])

Augustus 2006

Door: ir. Emirto Rienhart, ProCap Projectmanagement

Begeleiding: dr. Willem van Winden, Erasmus Universiteit Rotterdam

Op de omslag is het beroemde olieverfschilderij 'Gezicht op Delft' afgebeeld dat Johannes Vermeer omstreeks 1660 schilderde. Rechts op het schilderij is de Rotterdamse poort te zien, die bestaat uit het hoofdgebouw en de voorpoort met twee torentjes. Direct voor de Rotterdamse poort ligt een dubbele ophaalbrug die leidt naar de een serie kleine scheepswerven langs de Schie.

In het midden van het schilderij is Schiedamse poort afgebeeld. Links er naast is de in 1611 gebouwde schuur te zien die materiaal bevat voor de krijgsmacht: palissaden, planken, balken, water- en korenmolens op karren, stormrammen en manden voor het vervoer van aarde. De materialen konden worden aangevoerd door de Schie, die zorgde voor een verbinding met de Rotterdamse haven. Dit is één van de voorraadgebouwen die van Delft een militaire stad maakten. In andere gebouwen werden harnassen en stormhoeden bewaard en riemen van elandshuid.

Links achter de Schiedamse poort zien we het dak van het Armamentarium, de opslagruimte voor wapens, dat nu dienst doet als legermuseum.

In de loop der eeuwen is er veel veranderd. De militaire en scheepsbouwindustrie in Delft hebben plaatsgemaakt voor een vooral aan techniek, design en onderzoek gerelateerde economie.

Inhoudsopgave

| | |
|---|-----------|
| SAMENVATTING | 5 |
| VOORWOORD | 6 |
| INLEIDING..... | 7 |
| HOOFDSTUK 1. DOELSTELLING, PROBLEEMSTELLING EN DEELVRAGEN | 8 |
| HOOFDSTUK 2. ONDERZOEKSOPZET | 9 |
| THEORIE | 9 |
| ANALYSEKADER..... | 9 |
| CASESTUDIES..... | 9 |
| HOOFDSTUK 3. DE THEORIE | 10 |
| BEGRIPSBEPALING..... | 10 |
| <i>Creatieve klasse volgens Florida.....</i> | <i>10</i> |
| <i>Toepassing theorie Florida in de Nederlandse context.....</i> | <i>11</i> |
| <i>Keuze ten aanzien van de verschillende definities</i> | <i>13</i> |
| <i>Het verschil tussen de creatieve klasse en hoogopgeleiden</i> | <i>13</i> |
| ECONOMISCHE EFFECTEN VAN CREATIEVE BEDRIJVGHEID | 14 |
| DE INVLOED VAN DE CREATIEVE KLASSE OP ECONOMISCHE GROEI | 15 |
| VESTIGINGSFACTOREN VAN DE CREATIEVE KLASSE..... | 16 |
| RONDOM HET PROGRAMMEREN VAN GEBIEDSONTWIKKELING..... | 19 |
| <i>Integraal beleid.....</i> | <i>19</i> |
| <i>Organiserend vermogen.....</i> | <i>20</i> |
| <i>City- en lokatiemarketing.....</i> | <i>20</i> |
| HOOFDSTUK 4. HET ANALYSEKADER | 22 |
| DE VESTIGINGSFACTOREN IN HET ANALYSEKADER | 22 |
| <i>Vestigingsfactoren die dynamisch zijn meegenomen in het analysekader</i> | <i>22</i> |
| <i>Vestigingsfactoren die statisch zijn meegenomen in het analysekader</i> | <i>23</i> |
| HET WERKEN MET HET ANALYSEKADER..... | 25 |
| HOOFDSTUK 5. DE CASE-GEMEENTEN..... | 29 |
| MAASTRICHT | 30 |
| EINDHOVEN..... | 35 |
| TILBURG | 45 |
| DELFT..... | 55 |
| SPIJKENISSE | 64 |
| DE CASE-GEMEENTEN VERGELEKEN | 69 |

| | |
|---|-----------|
| HOOFDSTUK 6. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN | 72 |
| CONCLUSIES | 72 |
| <i>Definitie creatieve klasse.....</i> | <i>72</i> |
| <i>Ruimtelijke vestigingsfactoren van de creatieve klasse.....</i> | <i>73</i> |
| HET ANALYSEKADER | 73 |
| <i>Het analysekader en het programmeren van gebiedsontwikkeling.....</i> | <i>74</i> |
| <i>Het analysekader en het ontwikkelen van integraal beleid</i> | <i>75</i> |
| <i>Het analysekader en organiserend vermogen.....</i> | <i>75</i> |
| <i>Het analysekader en city- en lokatiemarketing</i> | <i>76</i> |
| <i>Het aantrekken van de creatieve klasse door gebiedsontwikkeling.....</i> | <i>76</i> |
| AANBEVELINGEN..... | 76 |
| <i>Aanbevelingen voor verbetering van het analysekader</i> | <i>76</i> |
| <i>Aanbevelingen voor vervolgonderzoek.....</i> | <i>77</i> |
| | |
| GERAADPLEEGDE LITERATUUR | 78 |
| | |
| BIJLAGE 1. DE ANALYSEKADERS VAN DE CASE-GEMEENTEN..... | 80 |
| | |
| BIJLAGE 2. VRAGENLIJST INTERVIEWS..... | 85 |
| | |
| BIJLAGE 3. LIJST GEINTERVIEWDEN | 86 |
| | |
| BIJLAGE 4. BEREKENINGSMETHODIEK REISTIJDEN | 87 |

Samenvatting

De creatieve klasse (grofweg: ingenieurs, fotografen, ICT-ers, kunstenaars, grafisch ontwerpers, schrijvers, toneelspelers, architecten, film- en reclamemakers, journalisten en degenen die hier in de management- of distributiesfeer nauw bij betrokken zijn) levert een positieve bijdrage aan lokale economische groei. Gemeenten streven er daarom in toenemende mate naar deze groep vast te houden of aan te trekken. De creatieve klasse heeft bepaalde vestigingswensen. Op ruimtelijk gebied zijn de belangrijkste vestigingsfactoren voor de creatieve klasse de aanwezigheid van cultuur (met name podiumkunsten), de kwaliteit van de woningvoorraad (vooral vooroorlogse koopwoningen), een historische omgeving, de nabijheid van natuur en recreatie en de bereikbaarheid van banen. Met de keuze voor een bepaald programma bij een gebiedsontwikkeling, kan een ruimtelijk klimaat worden bevorderd dat aantrekkelijk is voor de creatieve klasse.

De doelstelling van deze studie is het ontwikkelen van een analysekader dat behulpzaam is bij het programmeren van gebiedsontwikkelingen. Integraal beleid, organiserend vermogen en city- en lokatiemarketing worden de studie betrokkenen vanwege de relatie die zij met het onderwerp van deze studie hebben.

Op basis van de vestigingsfactoren van de creatieve klasse is in deze studie een analysekader ontwikkeld. De vestigingsfactoren worden in dit analysekader gekwantificeerd door ze te indexeren op het gemiddelde van de 50 grootste gemeenten in Nederland. Wanneer de mate waarin de vestigingsfactoren aanwezig zijn in een gemeente, in dit analysekader worden geplaatst, wordt dit in een radardiagram (CreRadar) inzichtelijk gemaakt. Hieruit is in één oogopslag de mate van aanwezigheid en de verhouding tussen de verschillende ruimtelijke vestigingsfactoren af te lezen. Dit kan als een eerste sterkte-zwakke analyse van het ruimtelijke vestigingsklimaat voor de creatieve klasse worden gezien. Het analysekader kan echter meer dan inzicht bieden in het *huidige* ruimtelijke vestigingsklimaat van een gemeente. Door programma's voor een *toekomstige situatie* in het analysekader te voeren, wordt in hetzelfde CreRadar inzicht gegeven in de verandering in de mate van aanwezigheid en de verhouding tussen de verschillende vestigingsfactoren. De resultaten van de uitkomsten kunnen als hulpmiddel worden gebruikt bij het maken van keuzen ten aanzien van de programmering van gebiedsontwikkelingen. Daarbij kunnen de uitkomsten worden benut voor een visie op basis waarvan programma's en projecten kunnen worden gedefinieerd.

Er zijn casestudies uitgevoerd naar vijf gemeenten in Nederland: Maastricht, Eindhoven, Tilburg, Delft en Spijkenisse. Voor elke gemeente zijn het beleid en de daaraan gelieerde doelstellingen vergeleken met de theorie over vestigingsfactoren voor de creatieve klasse. Bij het vergelijken van het huidige en toekomstige ruimtelijke vestigingsklimaat is ook gebruik gemaakt van het analysekader. Het ruimtelijke vestigingsklimaat in de huidige situatie in de case-gemeenten is vergeleken met de situatie over 5 jaar op basis van de door deze gemeenten omschreven bouwprogramma's. Op basis van de in het beleid geformuleerde ambities en de door middel van het analysekader inzichtelijk gemaakte toekomstige ruimtelijke vestigingsklimaat, zijn per gemeente aandachtspunten geformuleerd met betrekking tot de programmering van gebiedsontwikkeling. Op basis van de theorie, de beleidsdocumenten, de diepte-interviews en het toepassen van het analysekader bij de verschillende case-gemeenten zijn de toepassingsmogelijkheden en de beperkingen van het analysekader en daaraan gekoppelde CreRadar beschreven.

Hierbij is ook aandacht besteed aan de rol die het analysekader kan spelen bij het formuleren van integraal beleid, aan organiserend vermogen, en city- en lokatiemarketing.

Voorwoord

Voor u ligt het resultaat van mijn afstudeeronderzoek in het kader van de postdoctorale opleiding tot Master City Developer (MCD[®]). Het onderwerp is geïnspireerd op en ingegeven door mijn werkzaamheden als senior consultant bij verschillende gemeenten in Nederland. Als betrokkene bij de programmering van diverse gebiedsontwikkelingen zag ik van dichtbij de worsteling over de programmering en de discussies die daarover niet alleen in ambtelijk en politiek opzicht, maar ook met externe partijen als ondernemers, projectontwikkelaars en woningcorporaties plaatsvonden. Dit kwam vaak doordat vanuit andere doelstellingen over de programmering van gebiedsontwikkelingen werd gesproken. Economische groei op basis van het aantrekken of behouden van bepaalde doelgroepen door de programmering van gebiedsontwikkeling zou een gemeenschappelijk uitgangspunt kunnen zijn. Een analysekader dat inzicht geeft in het vestigingsklimaat voor deze doelgroepen als gevolg van de programmering van gebiedsontwikkeling zou daarbij behulpzaam kunnen zijn. Dit is daarom gekozen als onderwerp van de scriptie.

Er zijn vele mensen aan wie ik voor de tot standkoming van deze studie dank verschuldigd ben. Mijn vriendin Johanna heeft mij regelmatig moeten missen. Ook als ik er was. Mijn werkgever ProCap Projectmanagement heeft de opleiding bekostigd en heeft daarmee de ruimte gegeven deze studie uit te voeren.

Dank voor het meelezen en adviezen over de opzet gaan uit naar het 'wetenschappelijk comité' uit de Groen van Prinsterstraat: drs. Sandra Phlippen en dr. Robert Dür. Mijn broer Carmon dank ik voor het bijdragen aan het programmeren van het analysekader.

Mijn begeleider dr. Willem van Winden heeft altijd de tijd gevonden om de eerste ideeën en de voorlopige versies te lezen. Door zijn constructieve opmerkingen en meedenken heeft hij mede voor gezorgd dat ik steeds scherpere hoofdlijnen vond en bleef vasthouden.

Rest mij u veel plezier toe te wensen bij het lezen van deze studie.

Emirto Rienhart,
Rotterdam, augustus 2006

Inleiding

In deze tijd van toenemende mondialisering moeten gemeenten en regio's ook in Nederland steeds meer met elkaar concurreren om economische groei te realiseren. Onderzoek van onder andere de Amerikaanse sociaal geograaf van Richard Florida heeft aangetoond dat de creatieve klasse (grofweg: fotografen, ICT-ers, kunstenaars, grafisch ontwerpers, schrijvers, toneelspelers, architecten, mensen die werkzaam zijn in de recreatie en evenementensector, journalisten etc.) een positieve invloed heeft op lokale economische groei. Onderzoek in Nederland heeft aangetoond dat dit niet alleen geldt voor de Verenigde Staten maar ook voor Nederland. Door middel van gebiedsontwikkeling kan worden ingespeeld op de wensen, oftewel de vestigingsfactoren, van de creatieve klasse. Door de keuze van een bepaalde programmering kan gebiedsontwikkeling een bijdrage leveren aan een voor de creatieve aantrekkelijk vestigingsklimaat van een gemeente. De programmering van gebiedsontwikkeling is de WAT-vraag.

Niet alleen de fysiek-ruimtelijke vestigingsfactoren spelen een rol als het gaat om het aantrekken van bepaalde groepen. Lokaal beleid bestaat uit verschillende beleidssectoren en -facetten. Sectoren zijn bijvoorbeeld wonen, werken, onderwijs, winkelen. Facetten zijn bijvoorbeeld een economisch, ecologisch, sociaal of een cultureel facet. Om alle sectoren en facetten op een integrale manier, dat wil zeggen in samenhang, vorm te geven is *organiserend vermogen* noodzakelijk. Organiserend vermogen kan worden gedefinieerd als 'het vermogen om met alle betrokkenen, beleid, en ideeën te ontwikkelen en implementeren om condities te scheppen voor duurzame ontwikkeling'. Ook het imago van een gemeente heeft invloed op de aantrekkingskracht op bepaalde groepen. Organiserend vermogen kan ook worden aangewend om het imago van een stad of gebied door middel van city- en lokatiemarketing verbeteren. Ook kan het worden ingezet om de vraag inzichtelijk te krijgen ten einde goede product-marktcombinaties te kunnen ontwikkelen.

Organiserend vermogen en city- en lokatiemarketing gaan meer over HOE-vraag.

Deze studie richt zich primair op de WAT-vraag: ruimtelijke vestigingsfactoren van de creatieve klasse en de wijze waarop lokale overheden hiermee rekening kunnen houden bij de programmering van gebiedsontwikkeling. Een analysekader dat uitgaande van economische groei, inzicht geeft in het ruimtelijke vestigingsklimaat van de creatieve klasse in een huidige en toekomstige situatie als gevolg van de keuze voor bepaalde bouwprogramma's bij gebiedsontwikkelingen, kan hen die betrokken zijn bij de programmering van gebiedsontwikkelingen behulpzaam zijn. Deze studie stelt een zich ten doel een dergelijk analysekader voor te stellen.

Hoofdstuk 1. Doelstelling, probleemstelling en deelvragen

In dit eerste hoofdstuk worden de probleem- en doelstelling en de deelvragen voor de studie weergegeven. Hiermee worden de kaders van de studie bepaald.

Doelstelling

De studie beoogt een analysekader te ontwikkelen dat, rekening houdend met vestigingsfactoren voor de creatieve klasse, beleidsmakers en gebiedontwikkelaars helpt door middel van gebiedsontwikkeling de ruimtelijke voorwaarden te creëren voor het aantrekken van de creatieve klasse ten einde lokale economische groei te bevorderen.

Probleemstelling

Op welke wijze kan de programmering van gebiedsontwikkeling bijdragen aan het aantrekken van de creatieve klasse ten einde economische groei te bewerkstelligen?

Om een antwoord te kunnen vinden op de probleemstelling moeten een aantal deelvragen worden betantwoord. Deze zijn hieronder weergegeven.

Deelvragen

- Wat zegt de theorie over de ruimtelijke vestigingsfactoren van de creatieve klasse?
- Welk analysekader dat helpt bij de programmering van gebiedsontwikkeling ten aanzien van het behouden of aantrekken van de creatieve klasse kan op basis van de theorie worden geformuleerd?
- Op welke manier proberen lokale overheden de vestiging van de creatieve klasse door middel van gebiedsontwikkeling te stimuleren en hoe effectief is deze manier op basis van de theorie en het analysekader?

Hoofdstuk 2. Onderzoeksopzet

In dit hoofdstuk komt de gekozen aanpak om antwoord te krijgen op de probleemstelling en deelvragen aan de orde en wordt de structuur toegelicht.

Theorie

Om inzicht te krijgen in de ruimtelijke vestigingsfactoren van de creatieve klasse is, in antwoord op de eerste deelvraag, een inventarisatie gemaakt van een aantal reeds verschenen studies op dit gebied. Daarbij wordt de creatieve klasse gedefinieerd en zijn de ruimtelijke vestigingsfactoren van de creatieve klasse voor de Nederlandse situatie in beeld gebracht. Tevens wordt gekeken naar de betekenis van de creatieve klasse ten aanzien van economische groei. Met de inventarisatie worden de ruimtelijke vestigingsfactoren geïdentificeerd, die bijdragen aan de vestiging van de creatieve klasse. Hierbij wordt ook de rol van organiserend vermogen, de betekenis van integraal beleid en city- en lokatiemarketing betrokken. De inventarisatie van de theorie vindt u in hoofdstuk 3.

Analysekader

In hoofdstuk 4 wordt het analysekader beschreven dat op basis van de theorie uit hoofdstuk 3 in één oogopslag inzicht geeft in het evenwicht in voor de creatieve klasse belangrijke ruimtelijke vestigingsfactoren in een gemeente. In dit analysekader worden de ruimtelijke vestigingsvoorwaarden die door middel van gebiedsontwikkeling te sturen zijn, als variabele meegenomen. De niet of minder goed te beïnvloeden ruimtelijke vestigingsfactoren worden als statisch gegeven meegenomen. Tezamen geven de beïnvloedbare en niet-beïnvloedbare (statische) vestigingsfactoren inzicht in de sterkten en zwakten van het ruimtelijke vestigingsklimaat van een gemeente.

Casestudies en diepte-interviews

In hoofdstuk 5 worden vervolgens een vijftal geselecteerde gemeenten geanalyseerd. Door middel van deskresearch zijn van deze case-gemeenten de door de gemeente beschreven beleidsdoelstellingen in kaart gebracht. In deze case-studies worden de beleidsdoelstellingen en het in hoofdstuk 4 op basis van de ruimtelijke vestigingsfactoren beschreven analysekader, gekeken in welke mate gebiedsontwikkelingen bijdragen aan het behouden en het aantrekken van de creatieve klasse door het realiseren van de ruimtelijke vestigingsfactoren. De huidige situatie van de case-gemeenten wordt daarbij dus vergeleken met een toekomstige situatie na realisatie van de geplande gebiedsontwikkelingen. Om nader inzicht te krijgen in het beleid en de uitvoering daarvan in gebiedsontwikkeling zijn diepte-interviews met stakeholders gehouden. De vragenlijst die is gehanteerd bij de gebiedsontwikkelingen is als bijlage bijgevoegd, evenals de lijst van geïnterviewden. Bij de casestudies is niet alleen gekeken naar de individuele gemeenten. De vijf case-gemeenten zijn ook onderling vergeleken. Doel hiervan is het inzicht in de bruikbaarheid van het analysekader te vergroten.

Conclusies en aanbevelingen

In hoofdstuk 6 tenslotte worden conclusies en aanbevelingen gedaan naar aanleiding van de theorie en op basis daarvan uitgevoerde casestudies. Tevens worden aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek.

Hoofdstuk 3. De Theorie

In dit hoofdstuk worden de theoretische uitgangspunten van de studie behandeld. Allereerst wordt ingegaan op het begrip 'creatieve klasse'. Daarna wordt aandacht besteed aan de betekenis van de creatieve bedrijvigheid en de creatieve klasse voor economische groei. Vervolgens wordt in dit hoofdstuk kort aandacht besteed aan de betekenis van 'integraal beleid' en 'organiserend vermogen' met betrekking tot de totstandkoming van de programmering van gebiedsontwikkeling. Ten slotte wordt kort ingegaan op city- en lokatiemarketing als middel om bepaalde groepen aan te trekken maar ook als middel te komen tot product-marktcombinaties.

Begripsbepaling creatieve klasse

Wat is nu eigenlijk de creatieve klasse? De creatieve klasse wordt op verschillende manieren gedefinieerd. De omvang van de creatieve klasse is daarmee sterk afhankelijk van de gekozen definitie. Hieronder worden een aantal definities op een rij gezet.

Creatieve klasse volgens Florida

Florida hanteert een zeer ruime definitie voor de creatieve klasse. In onderstaande tabel is een overzicht gegeven van de totale creatieve klasse zoals Florida die benoemd.

| | |
|---------------------------|--|
| 1. Super creative core | <ul style="list-style-type: none">- Computer and mathematical occupations- Architectural and engineering occupations- Life, physical and social occupations- Education, design, entertainment, sports and media occupations (occupations in art, design and for a part in entertainment are the so-called bohemians) |
| 2. Bohemians | <ul style="list-style-type: none">- Decorators & Commercial designers- Sculptors- Photographers- Authors & other writers- Painters & other figurative artists- Conductors- Composers- Musicians- Singers- Actors- Choreographers- Dancers- Directors |
| 3. Creative professionals | <ul style="list-style-type: none">- Management occupations- Business and financial operations occupations- Legal occupations- Healthcare practitioners and technical occupations- High-end sales and sales management |

Bron: Florida, Richard 2002. *The Rise of the Creative Class*. Basic Books, New York

Florida onderscheidt in "The Flight of the Creative Class", op basis van de International Labour Organisation een brede en een smalle definitie. Onder de brede definitie vallen "scientists, engineers, artists, cultural creatives, managers, professionals and technicians". De smalle definitie is zonder "technicians". Dit is nog steeds een nogal grote groep die zo breed is dat er nauwelijks beleid en gebiedsprogrammering op te maken valt, omdat een zeer diverse groep tot de creatieve klasse behoort.

Toepassing theorie Florida in de Nederlandse context

Voor de Nederlandse situatie is er door verschillende onderzoekers gezocht naar een bruikbare definitie van de creatieve klasse. Marlet en Poort onderscheiden een enge definitie waarin de creatieve klasse zich beperkt tot de bedrijven die nauw betrokken zijn bij het creatieve proces¹.

92313: Beoefening van scheppende kunst, 74811: Fotografie

92311: Beoefening van podiumkunst; 92313: Beoefening van scheppende kunst; 92343: Overig amusement n.e.g.

92332 Recreatiecentra; 92521: Kunstgaleries en -expositieruimten; 92522 Musea; 92323: Dienstverlening voor kunstbeoefening en organisatie van culturele evenementen; 92343: Overig amusement n.e.g.; 74872: Organiseren van beurzen, tentoonstellingen, braderieën e.d.

92111: Productie van (video)films (geen televisiefilms); 92112: Ondersteunende activiteiten voor de productie van (video)films

92202: Productie van radio- en televisieprogramma's

92313: Beoefening van scheppende kunst

9240: Pers- en nieuwsbureaus; journalisten

74875: Interieur-, modeontwerpers e.d.

74875: Interieur-, modeontwerpers e.d.

3622: Vervaardiging van sieraden e.d. (geen imitatiesieraden)

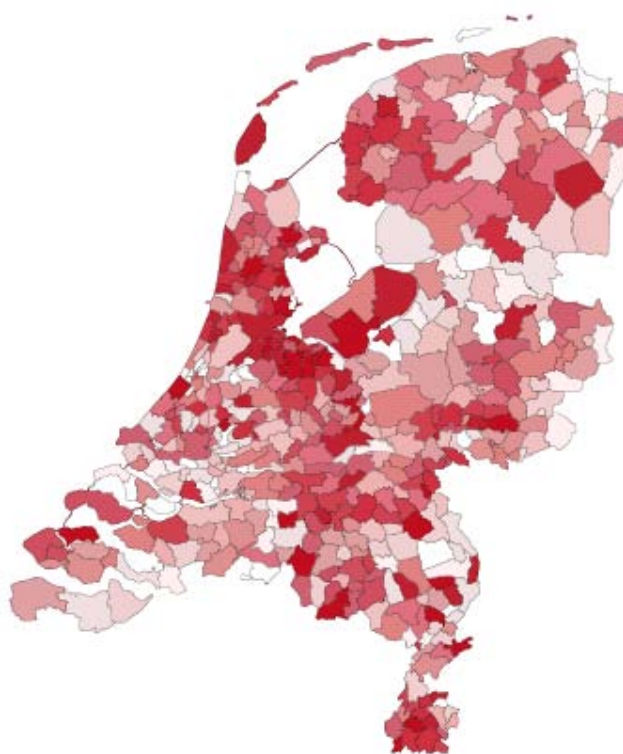
3650: Vervaardiging van spellen en speelgoed

74201: Architecten- en technische ontwerp- en adviesbureaus voor burgerlijke en utiliteitsbouw

74202: Technisch ontwerp en advies voor stedenbouw-, verkeers-, tuin- en landschapskunde, ruimtelijke ordening en planologie

74401: Reclame-, reclameontwerp- en -adviesbureaus (incl grafisch ontwerp)

In Nederland is de creatieve bedrijvigheid volgens de hierboven omschreven enge definitie in vergelijking met andere Europese landen goed vertegenwoordigd. De creatieve klasse in Nederland is niet in elke regio in gelijk mate aanwezig. Dit geldt ook voor creatieve bedrijvigheid. Onderstaande figuur laat zien dat deze in Nederland met name de Randstad aanwezig is. Hierbij is creatieve bedrijvigheid in de noordvleugel iets sterker vertegenwoordigd dan in de zuidvleugel. Ook de A2 zone en het gebied rond Arnhem en Nijmegen scoren hoog. In het noorden is creatieve bedrijvigheid met name in Groningen goed vertegenwoordigd.



Figuur: Regionale verdeling volgens de enge definitie van creatieve bedrijvigheid als percentage van de totale werkgelegenheid (Bron Lisa, bewerking Atlas voor gemeenten)

¹ Marlet, G., Poort, J., (2005): Cultuur en creativiteit naar waarde geschat, onderzoek in opdracht van het ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschappen en het ministerie van economische Zaken, Amsterdam

Een duidelijk overzicht van creatieve bedrijvigheid zoals die Nederland gedefinieerd zou kunnen worden, is te vinden in een gezamenlijke publicatie van de ministeries van Onderwijs Cultuur en Wetenschappen en Economische zaken² 'Ons Creatieve Vermogen' de brief Cultuur en Economie. Een overzicht van de bedrijvigheid die volgens deze brief tot de brede en smalle definitie van de creatieve klasse behoren is hieronder weergegeven.

| Creatie | Materiele productie | Distributie en detailhandel |
|--|---|---|
| Kunsten <ul style="list-style-type: none"> • Beeldende kunst en fotografie • Podiumkunsten: muziek, dans, theater • Recreatiecentra, organisatie van culturele evenementen | <ul style="list-style-type: none"> • Beeldende kunst en fotografie • Productie van podiumkunsten: <ul style="list-style-type: none"> • muziek, dans, theater • Reproductie en uitgeverij van CD's en DVD's • Recreatiecentra, evenementenhallen | <ul style="list-style-type: none"> • Musea en expositieruimtes, • tentoonstellingen, kunstveiling, • kunsttieleen, galeries • Schouwburgen en concertgebouwen, • evenementenhallen • CD- en DVD-winkels • Recreatiecentra, culturele evenementen, • evenementenhallen |
| Media en entertainment <ul style="list-style-type: none"> • Film: Scenario, Scriptwriting en andere pre-productie. • Idem bij radio- en televisie • Schrijven: romans, poëzie, nonfictie • Journalistiek | <ul style="list-style-type: none"> • Filmproductie, incl. ondersteunende activiteiten • Productie van radio- en televisieprogramma's • Uitgeverij en boekdrukkerij • Uitgeverij en drukkerij dagbladen | <ul style="list-style-type: none"> • Filmdistributie, bioscopen, filmtheaters, videotheken • Omroeporganisaties • Openbare bibliotheken, boekhandels |
| Creatieve zakelijke dienstverlening <ul style="list-style-type: none"> • Industriële vormgeving, modeontwerp, • grafisch ontwerp • Creatieve ICT: games, nieuwe media • Architectuur, stedenbouwkundig ontwerp, landschapsarchitectuur • Reclame | <ul style="list-style-type: none"> • Vervaardiging van meubels, kleding, brilmonturen, auto's, enzovoorts, enzovoorts... • Creatieve ICT: games, nieuwe media • Algemene burgerlijke en utiliteitsbouw, projectontwikkeling • drukkerijen | <ul style="list-style-type: none"> • Handel in kleding, brillen, meubels, auto's, enzovoorts, enzovoorts... • Handel in computers en software • Projectontwikkeling, handel in onroerend goed • Overige reclamediensten |

Toelichting

| |
|--|
| Bepaalde definitie: creatie |
| Ruime definitie: creatie, materiële productie, distributie en detailhandel |
| Niet behorend tot de creatieve bedrijfstakken |

² Ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschappen en het ministerie van economische Zaken (2005): Ons Creatieve vermogen, brief Cultuur en Economie.

Keuze ten aanzien van de verschillende definities

De definitie van de creatieve klasse zoals Florida die heeft benoemd is zo breed dat deze moeilijk bruikbaar is ruimtelijke beleid en gebiedsprogrammering op te baseren. De definitie zoals de ministeries van Economische Zaken en Onderwijs Cultuur en Wetenschappen die hanteren is hiertoe wel voldoende afgebakend maar richt zich primair op creatieve bedrijvigheid en minder op de creatieve klasse. Bovendien stuit deze op praktische bezwaren. Naar aanleiding van deze indeling is namelijk geen empirisch materiaal voor handen als het gaat om vestigingsfactoren. In de studie door het SEO en de Atlas voor Nederlandse gemeenten wordt deze koppeling wel gemaakt. De in deze studie gebruikte definitie in voor de creatieve klasse in Nederland is hieronder weergegeven:

De bedenkers van creatieve ideeën;

- Innovatieve ICT-ers;
- Wetenschappers en onderzoekers;
- Ingenieurs;
- Architecten en stedenbouwkundigen;
- Journalisten;
- Tv-makers;
- Musici;
- Vormgevers;
- Schrijvers;
- Kunstenaars.

De uitvoerders van creatieve ideeën

Niet alleen bedenkers van de creatieve ideeën worden in deze omschrijving tot de creatieve klasse gerekend. Uitvoerders van de creatieve creatie in kennis-intensieve economische sectoren maken in de in deze studie gebruikte omschrijving ook deel uit van de creatieve klasse. Tot deze groep behoren specialisten, managers, assistenten, en verkopers van creatieve ideeën in:

- De wetenschap;
- De geneeskunde;
- De high-tech en ICT sector;
- De financiële, organisatorische bedrijfskundige en juridische dienstverlening;
- Design en kunst (reclame, grafische vormgeving etc.)

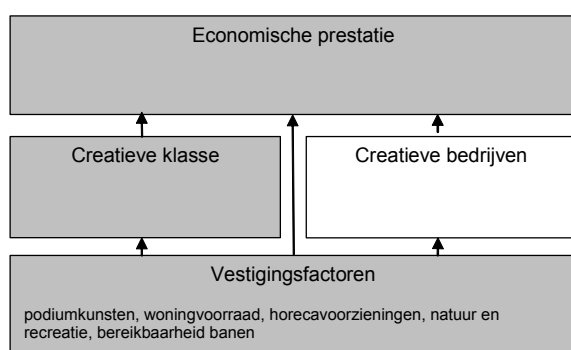
Het verschil tussen de creatieve klasse en hoogopgeleiden

Tot de creatieve klasse en hoogopgeleiden behoren voor een groot deel tot dezelfde beroepsgroepen. Er is echter een aantal belangrijke verschillen. Hoogopgeleiden hebben minimaal een HBO of WO opleiding. Zoals uit de bovenstaande omschrijving van de creatieve klasse blijkt, zullen de meeste beroepsgroepen tot de hoogopgeleiden worden gerekend maar niet allemaal. Denk daarbij aan de productie van radio- en TV-programma's, grafisch ontwerp, (autodidactische) kunstenaars etc. Een ander verschil tussen de creatieve klasse en hoogopgeleiden is dat het bij de creatieve klasse gaat om het werk wat men doet en niet om het opleidingsniveau. Een werkloze academicus behoort hiermee niet tot de creatieve klasse terwijl een kunstschilder die zijn inkomen krijgt uit zijn productie maar geen enkele opleiding heeft genoten, wel tot de creatieve klasse wordt gerekend.

Economische effecten van creatieve bedrijvigheid

Ook creatieve bedrijvigheid heeft invloed op economische groei. Dit is echter voornamelijk het geval in Amsterdam. Toch wordt in een studie van de ministeries van Economische zaken en Onderwijs Cultuur en Wetenschappen geconcludeerd dat het niet zozeer de creatieve bedrijvigheid is die zorgt voor economische groei, maar de creatieve klasse zelf³. Vaak wordt aangenomen dat clustering van creatieve bedrijvigheid zou zorgen voor een meerwaarde voor economische groei. Dit zou komen doordat zij elkaar versterken maar ook door hun spin-off naar nadere bedrijfstakken. Uit de studie blijkt dat dit slechts geldt voor Amsterdam. Indien de hoofdstad buiten beschouwing wordt gelaten, biedt de clustering van creatieve bedrijvigheid geen verklaring meer economische groei. In dit opzicht wordt dus de theorie van Florida ondersteund dat de *creatieve klasse* eerder bijdraagt aan lokale economische groei dan de (clustering van) creatieve bedrijvigheid.

Omdat er een duidelijker verband is tussen de aanwezigheid van de creatieve klasse en economische groei dan tussen creatieve bedrijvigheid en economische groei, en omdat de theorie van Florida uitwijst dat na vestiging van de creatieve klasse, creatieve bedrijvigheid volgt, richt deze studie zich op de vestigingsfactoren van de creatieve klasse. In onderstaande figuur is dit weergegeven.



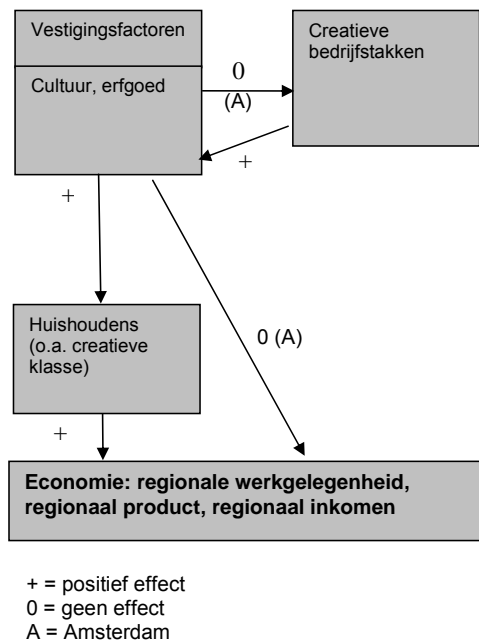
Figuur: Afbakening studie

³ Ministeries van Economische zaken en Onderwijs Cultuur en Wetenschappen (2005): Ons Creatieve Vermogen, Brief cultuur en Economie

De invloed van de creatieve klasse op economische groei

De ontwikkeling van kennisclusters wordt vaak gezien als middel om economische groei te stimuleren⁴. Volgens Florida is niet creatieve bedrijvigheid maar de creatieve klasse de aanjager van de lokale economie. Niet alleen door hun uitgaven maar ook door hun productie. Volgens Florida komt na de creatieve klasse de bedrijvigheid vanzelf. Creatieve bedrijvigheid komt af op het creatieve klimaat waar zich de creatieve klasse bevindt. Volgens Putnam zijn hechte sociale verbanden van belang voor een regio. Niet alleen op het sociale maar ook op het economische vlak⁵. Regio's met sterke sociale verbanden zijn volgens Florida juist niet de gebieden die aantrekkelijk zijn voor de creatieve klasse. De dichtgetimmerde sociale verbanden zouden een verstikkende werking hebben op de productie van de creatieve klasse. De theorie van Florida over de creatieve klasse is gebaseerd op empirisch onderzoek in de Amerikaanse context. De theorie is echter ook voor de Nederlandse situatie onderzocht. Vooral door de universiteit van Utrecht en SEO Economisch Onderzoek zijn verschillende onderzoeken uitgevoerd naar de validiteit en de toepasbaarheid ervan in de Nederlandse situatie.

De Universiteit Utrecht heeft in 2005⁶ onderzoek gedaan naar omvang en de invloed van de creatieve klasse op nationale en regionale economische groei voor een aantal Europese landen. Uit de studie blijkt dat de creatieve klasse bijdraagt aan de ontwikkeling van nieuwe bedrijvigheid maar er is geen verband gevonden met de groei van hoog technologische werkgelegenheid. Een interessante uitkomst van het onderzoek is dat het economische effect van de creatieve klasse niet voort blijkt te komen uit het feit dat deze groep vooral hoog opgeleiden bevat. Uit het onderzoek bleek dat de economische bedrage van de creatieve klasse niet alleen te maken had met het scholingsniveau en dat de creatieve klasse een belangrijke factor is voor economische prestaties.



Figuur: Pijlschema met relaties creatieve klasse en hun activiteiten op economische groei⁷.

⁴ Van den Berg, L., Braun, E., Van Winden, W. (2001): Growth Clusters in European Cities; an integral approach, in: Urban Studies, Vol. 38, no. 1, pp. 185 e.v.

⁵ Putnam, R.D. (2000): Bowling alone: the collapse and revival of American community

⁶ Boschma, R.A., et al (2005): Creatieve klasse en regionaal economische groei

⁷ SEO (2005): Cultuur en Creativiteit naar waarde geschat

Het pijlenschema laat zien dat er, met uitzondering van Amsterdam, geen directe relatie is tussen economische groei en de omvang van de creatieve sector. Er is wel een directe relatie tussen de productie van de creatieve sector en het aantrekkelijk maken van de stad voor bevolkingsgroepen die het meest bijdragen aan lokale economische groei: de creatieve klasse.

Vestigingsfactoren creatieve klasse

De creatieve klasse heeft voorkeuren als het gaat om de plaats waar zij zich vestigt. Hier zijn door verschillende onderzoekers diverse studies uitgevoerd. Richard Florida⁸ noemt tolerantie, talent en technologie. Tolerantie betekent dan dat er een open klimaat is waar kennisuitwisseling en kennisontwikkeling gemakkelijker plaatsvindt. Daar komt ook zijn controversiële gay-index vandaan. Florida beweert namelijk dat stedelijke gebieden waar veel homoseksuelen wonen toleranter zijn en dat dit een verband heeft met de aantrekkelijkheid van een stad voor de creatieve klasse. Ook de hoeveelheid openbare en culturele voorzieningen, het aanbod van horeca en een historische omgeving zou een gebied aantrekkelijker maken voor de creatieve klasse. Onderzoek in Nederland heeft geen verband aangetoond tussen de omvang van de creatieve klasse en tolerantie⁹. Ook de sociale samenhang of de kwaliteit van openbare voorzieningen heeft geen relatie met de aantrekkingskracht voor de creatieve klasse. Dit geldt in Nederland maar ook in andere Europese landen. Hoogopgeleiden, een belangrijk deel van de creatieve klasse, lijken te willen wonen in een gebied met een gevarieerd kunstaanbod¹⁰. Het gaat hierbij vooral om podiumkunsten. Andere culturele activiteiten als galerieën en culturele evenementen blijken nauwelijks van invloed op de vestiging van de creatieve klasse. Een theater is een belangrijke vestigingsfactor maar is wel gebonden aan voldoende kritische massa. Alleen voor grotere steden is hiervoor draagvlak¹¹.

Het aantal kunstenaars in een gebied zorgt niet voor extra aantrekkingskracht op de creatieve klasse. Hun productie echter wel. Hierbij gaat het dan voornamelijk om de podiumkunsten. De kwaliteit van de woningvoorraad heeft invloed op het vestigingsklimaat van de creatieve klasse. Met name vooroorlogse koopwoningen zijn gewild bij deze doelgroep. De studie wijst verder uit dat de groei van de creatieve klasse ook positief wordt beïnvloed door het horeca-aanbod. De creatieve klasse kenmerkt zich door een calvinistisch arbeidsethos en een hedonistische levensstijl¹². Horecavoorzieningen als restaurants bieden de mogelijkheid om invulling te geven aan deze levensstijl.

De aanwezigheid van historisch erfgoed biedt een positieve verklaring voor de groei en het aandeel hoogopgeleiden. Het aandeel vooroorlogse woningen in een stad heeft een positieve relatie met zowel het aandeel als de groei van de creatieve klasse. Dit geldt niet voor het aantal Rijksmonumenten. Het aandeel Rijksmonumenten biedt wel een positieve verklaring voor de groei maar niet voor het aandeel hoogopgeleiden.

De bereikbaarheid van banen en het effect van files daarop, de nabijheid van natuur en recreatie en het huizenprijsniveau hebben meetbare invloed op de aantrekkingskracht van de creatieve klasse. Een goede bereikbaarheid van de gemeente is van belang voor de lokale economie omdat bedrijven dan beter door werknemers bereikt kunnen worden. Hierbij zijn grotere agglomeraties in het voordeel.

⁸ Richard Florida (2002): *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, New York

⁹ Poort, J., Marler, G.; (2005): *Cultuur en creativiteit naar waarde geschat*, Amsterdam/Utrecht 2005

¹⁰ Arora, A., Florida, R. (2000): *Human Capital, Quality of Place and Location*

¹¹ Glaeser, E.L., Kolko, J., Salz, A. (2001): *Consumer City* in *Journal of Economic Geography*

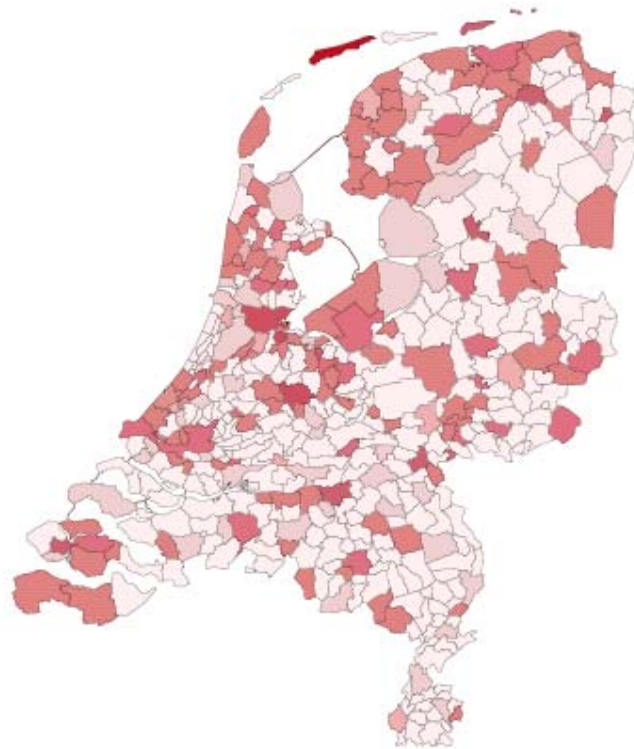
¹² Boschma, R.A. et al (2005): *Creatieve klasse en regionaal-economische groei*, Utrecht

Wanneer de capaciteit van de infrastructuur niet voldoende meegroeit, kunnen agglomeratievoordelen omslaan in nadelen¹³. De bereikbaarheid van banen vanuit de gemeente levert echter een positiever verband voor de aantrekking van de creatieve klasse.

Kortom, diverse onderzoeken tonen aan dat er een relatie bestaat tussen de omvang van de creatieve klasse en:

- de aanwezigheid culturele voorzieningen (in het bijzonder de podiumkunsten);
- de kwaliteit van de woningvoorraad (vooorlogse koopwoningen);
- het horeca-aanbod (restaurants);
- een historische leefomgeving;
- de bereikbaarheid van banen en het effect van files daarop;
- de nabijheid van natuur.

Volgens het SEO is het investeren in traditionele aspecten als de kwaliteit van de (koop)woningvoorraad en culturele voorzieningen in het algemeen en voorzieningen voor podiumkunsten in het bijzonder (theaters) het meest effectief om het vestigingsklimaat van de creatieve klasse te verbeteren.

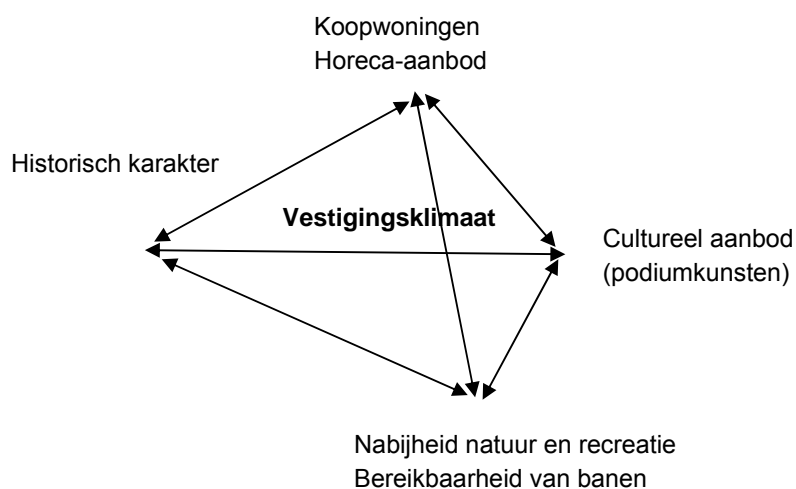


Figuur: Aantal theatervoorstellingen per 1000 inwoners. Uit Cultuur en creativiteit naar waarde geschat, Onderzoek in opdracht van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en wetenschappen en het ministerie van economische zaken.

¹³ Brakman, S., Garretsen, H., Van Marrewijk, C. (2001): An introduction to geographical economics, Cambridge University Press

Er zijn studies gedaan waaruit naar voren kwam dat de vestigingswensen van verschillende subgroepen die behoren tot de creatieve klasse kunnen verschillen. De meer technisch georiënteerde subgroep, zoals ingenieurs en ICT-ers, hebben eerder een voorkeur voor nabijheid van natuur en recreatie en de subgroep die zich meer bezighoudt met kunst en cultuur, kiest eerder voor culturele voorzieningen in de nabijheid¹⁴.

Omdat elke gemeente uniek is en het evenwicht door veel factoren wordt bepaald kan alleen worden gesteld dat er per regio of gemeente voor het hebben van aantrekkelijk vestigingsklimaat sprake moet zijn van een zekere verhouding of evenwicht tussen de verschillende vestigingsfactoren. In onderstaande figuur is dit grafisch weergegeven.



Figuur: samenhang en evenwicht in vestigingsfactoren

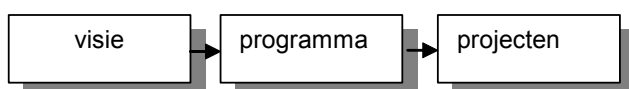
¹⁴ Van den Berg, L., Braun, E., Van Winden, W.,: Growth Clusters in European Cities; an integral approach, in: Urban Studies, Vol. 38, no. 1, pp. 185 e.v.

Rondom het programmeren van gebiedsontwikkeling

Het programmeren van gebiedsontwikkeling vindt vanzelfsprekend in een context plaats. Het gaat om meer dan ruimtelijk-fysieke aspecten. Het programmeren van gebiedsontwikkeling kan niet zonder het buiten beschouwing laten van andere beleidssectoren en facetten. Ook gaat programmeren niet vanzelf omdat verschillende betrokken partijen tot overeenstemming moeten komen. Daarnaast speelt het imago van een stad of gebied en de vraag van de markt een rol. Hierna wordt kort op deze onderwerpen ingegaan.

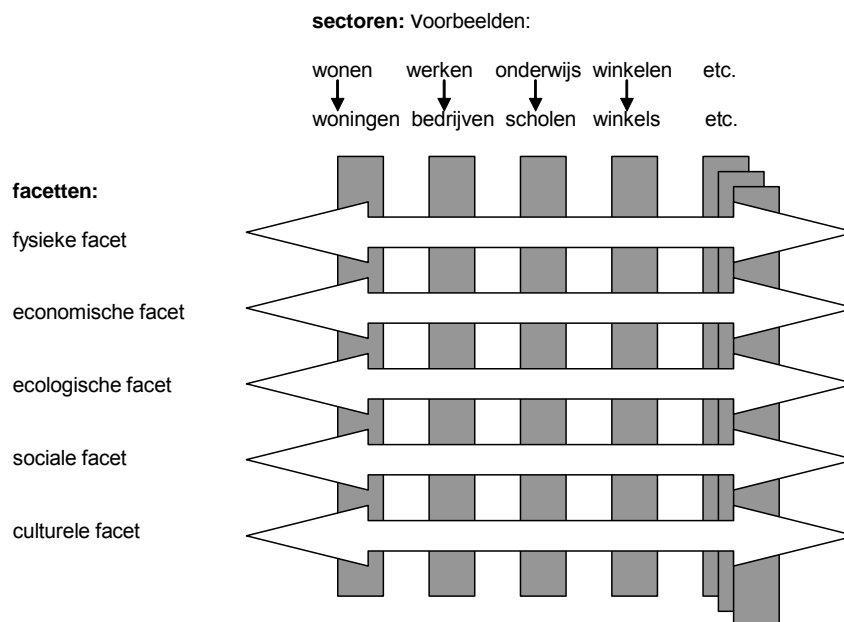
Integraal beleid

Gebiedsontwikkeling kan bijdragen aan lokale economische groei door het creëren van ruimtelijke vestigingsvoorwaarden, ten einde de creatieve klasse te behouden of aan te trekken. Gebiedsontwikkelingen beginnen idealiter met een visie op de stad. De visie is de WAT-vraag. De programmering komt idealiter voort uit een samenhangende visie. In onderstaand schema is dit weergegeven.



Figuur: van visie naar programma naar projecten

De programmering van gebiedsontwikkelingen wordt idealiter ingebed in breder beleid waar ook andere dan ruimtelijke aspecten bij worden betrokken. Dit komt omdat behalve met ruimtelijke factoren die met de programmering van gebiedsontwikkeling kunnen worden beïnvloed, ook rekening moet worden gehouden met andere beleidssectoren en facetten. Dit betekent voor bijvoorbeeld dat er naast een aantal ruimtelijke vestigingsvoorwaarden bijvoorbeeld ook veiligheid en sociaal evenwicht¹⁵ een rol spelen bij het aantrekkelijk maken van de stad.



Figuur: Sectoraal en facetbeleid¹⁶

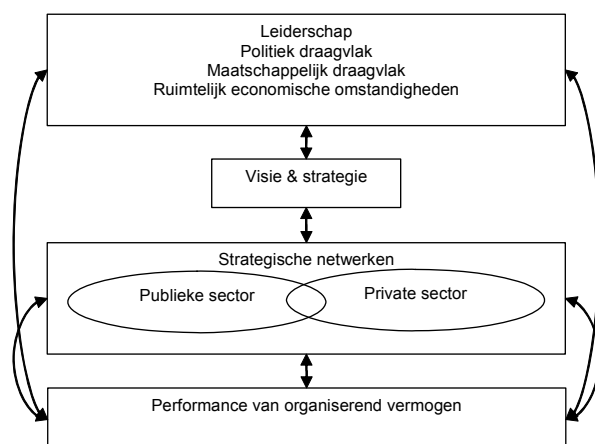
¹⁵ Van den Berg, L., Pol, P., Van Winden, W. (2004): European cities in the knowledge economy

¹⁶ Van 't Verlaat, J. (2004): Gebiedsontwikkeling op hoofdlijnen, MCD reader

Zonder een goed sociaal beleid verliest de stad in de kenniseconomie sociaal evenwicht¹⁷ een belangrijke basis wat kan leiden tot maatschappelijke onrust.

Organiserend vermogen

De programmering van gebiedsontwikkeling komt niet vanzelf tot stand. Organiserend vermogen moet worden aangewend om gebiedsontwikkelingen te programmeren. Dit komt onder meer omdat er steeds meer verschillende partijen bij betrokken zijn, met vaak tegenstrijdige belangen. Zo dient binnen een gemeente politiek en ambtelijk draagvlak te zijn, hogere overheden moeten mee willen werken aan bijvoorbeeld de wijziging van bestemmingsplannen of het verstrekken van financiële middelen. Daarnaast zijn er nog partijen met grondposities, ontwikkelaars en beleggers of bewoners waar het verkrijgen van draagvlak soms van doorslaggevend belang is voor de vaststelling van een programma voor een gebiedsontwikkeling. Om in een dergelijke context tot een gedragen programmering te komen, is organiserend vermogen noodzakelijk. Organiserend vermogen kan worden gedefinieerd als 'het vermogen om met alle betrokkenen, beleid en ideeën te ontwikkelen en implementeren om condities te scheppen voor duurzame ontwikkeling'. Organiserend vermogen gaat dus over de HOE-vraag. De prestatie van organiserend vermogen, is afhankelijk van verschillende factoren. In onderstaand schema is dit weergegeven.



Figuur: Organiserend vermogen

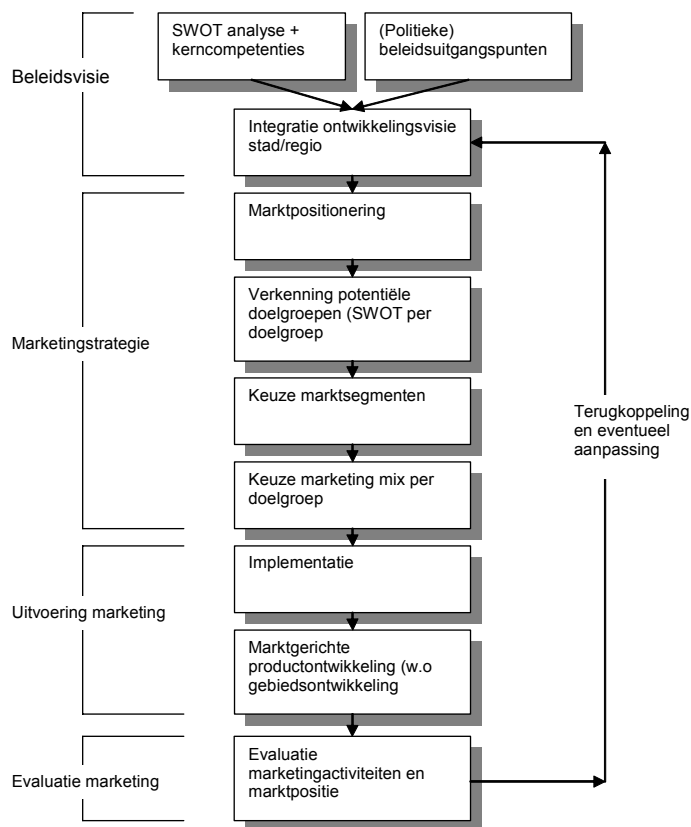
City- en lokatiemarketing

Omdat de concurrentie tussen gemeenten toeneemt, doen zij er steeds meer aan om bepaalde groepen aan te trekken door het positief in de markt zetten van hun stad in het algemeen en die van bepaalde gebiedsontwikkelingen in het bijzonder. Dit blijkt wel uit de wervende brochures en speciaal voor bepaalde gebiedsontwikkelingen opgetuigde websites. Citymarketing is gericht op het stimuleren van een positief imago van een stad. Lokatiemarketing is gericht op het stimuleren van een positief imago van bijvoorbeeld een gebiedsontwikkeling. Vaak wordt hier ingezet op verschillende doelgroepen waaraan dan een aanpak op maat wordt gekoppeld.

In onderstaande figuur is weergegeven op welke wijze het proces van citymarketing idealiter zou kunnen lopen. Een visie op de stad als geheel gaat idealiter vooraf aan citymarketing. Citymarketing gaat weer

¹⁷ Van den Berg, L., Van Winden, W., Pol, P. (2004): European cities in the knowledge economy

vooraf aan lokatiemarketing. Hiermee kan een gemeente er voor zorgen dat er producten worden ontwikkeld die aansluiten op een vraag vanuit de markt.



Figuur: Processchema marketing (Van 't Verlaat, 2000)

Het processchema laat zien dat citymarketing op basis van een analyse van de sterkten en zwakten van een gebied en samen met een bestuurlijke ambitie leidt tot een integrale visie. Op basis daarvan kunnen producten, gebiedsontwikkelingen worden geprogrammeerd en in de markt gezet. Hiermee wordt de programmering van de gebiedsontwikkeling gebed in een bestuurlijke ambitie en gebaseerd op de sterkten en zwakten van een gemeente of regio en aansluitend op behoeften in de markt.

Hoewel de doelstellingen van city- of lokatiemarketing vaak wel duidelijk zijn, geldt dat niet voor de output. City- of lokatiemarketing wordt dus niet altijd succesvol ingezet om haar doelstellingen te bereiken¹⁸. De effectiviteit van city- en lokatiemarketing valt buiten het kader van deze studie.

¹⁸ Van 't Verlaat, J. (2000): Citymarketing: ontwikkelingen en nieuwe uitdagingen in: Handboek Stedelijk Beheer, Elsevier, Den Haag

Hoofdstuk 4. Het analysekader

In hoofdstuk 3 is ingegaan op de belangrijkste vestigingsfactoren van de creatieve klasse. Dit zijn: de aanwezigheid van cultuur (in het bijzonder podiumkunsten), de kwaliteit van de woningvoorraad (vooral vooroorlogse koopwoningen), een historische omgeving, de nabijheid van natuur en recreatie en de bereikbaarheid van banen.

Het programmeren van gebiedsontwikkelingen kan een moeizaam proces zijn omdat daarbij diverse personen en organisaties betrokken zijn en omdat het niet eenvoudig is de consequenties en samenhang van de keuze voor bepaalde programma's te zien. Een analysekader dat, rekening houdend met vestigingsfactoren voor de creatieve klasse, beleidsmakers en gebiedontwikkelaars inzicht geeft in de samenhang van verschillende vestigingsfactoren van de creatieve klasse - in de huidige situatie maar ook in een toekomstige situatie - is behulpzaam bij de programmering van gebiedsontwikkelingen. Het analysekader geeft niet alleen inzicht in de mate en samenhang waarin de vestigingsfactoren in de huidige situatie aanwezig zijn. Het biedt ook inzicht in de mate en samenhang de vestigingsfactoren in de toekomst, als gevolg de keuze voor bepaalde programma's bij gebiedsontwikkelingen, aanwezig zullen zijn.

De vestigingsfactoren in het analysekader

Sommige vestigingsfactoren zijn dynamisch meegenomen in het analysekader en andere statisch. Dit heeft te maken met de beïnvloedbaarheid van een bepaalde vestigingsfactor door middel van gebiedsontwikkeling door de gemeente in kwestie. Hierbij moet worden opgemerkt dat afhankelijk van het nationale, provinciale en stadsregionale beleid, hogere overheden ook invloed kunnen hebben op de programmering van gebiedsontwikkeling. In het kader van deze studie wordt de autonome vrijheid van een gemeente als uitgangspunt genomen. Hoewel statische vestigingsfactoren als bijvoorbeeld de nabijheid van natuur niet of nauwelijks door een gemeente te beïnvloeden is, zijn dit soort vestigingsfactoren wel meegenomen in het analysekader. Door de mate waarin deze vestigingsfactoren aanwezig zijn, wordt immers wel een eerste inzicht gegeven in potenties of haalbaarheid voor het realiseren van een aantrekkelijk vestigingsklimaat middels het realiseren van vestigingsfactoren die wel te beïnvloeden zijn. De achterliggende gedachte hierbij is dat een gemeente die laag scoort op door de gemeente te beïnvloeden niet of nauwelijks te beïnvloeden vestigingsfactoren als 'nabijheid natuur' of 'bereikbaarheid banen' en laag scoort op directer door middel van de programmering van gebiedsontwikkeling te beïnvloeden vestigingsfactoren als 'theatervoorzieningen' en 'aantal restaurants' het waarschijnlijk minder haalbaar en zinvol is veel dure woningen een gebiedsontwikkeling te programmeren. Hieronder wordt nader ingegaan op de wijze waarop de vestigingsfactoren zijn opgenomen in het analysekader.

Vestigingsfactoren die dynamisch zijn meegenomen in het analysekader

Percentage koopwoningen

Het percentage koopwoningen is het aantal koopwoningen als percentage van de totale voorraad op basis van de Atlas voor gemeenten 2005/ministerie van VROM.

Wat betreft de toekomstige situatie is gekeken naar de woningbouwprogramma's van de verschillende gemeenten. De meeste gemeenten hebben voor de komende 5 jaar nauwkeurig in kaart gebracht hoeveel woningen in de koop- en huursector worden bijgebouwd en gesloopt. Daarbij is, meestal op basis van afspraken met woningcorporaties, ook inzichtelijk gemaakt hoeveel huurwoningen in een bepaalde periode verkocht zullen worden. In het analysekader worden de geplande aantallen te realiseren en slopen koop- en huurwoningen dynamisch meegenomen. Tevens is het aantal geplande te verkopen huurwoningen dynamisch meegenomen.

Het aantal restaurants

Het aantal restaurants per 10.000 inwoners in de huidige situatie baseert zich op gegevens van de Atlas voor gemeenten 2005/Bedrijfsschap Horeca en Catering. Wat betreft het aantal restaurants per 10.000 inwoners is voor de toekomstige situatie gekeken naar de programma's van de gebiedsontwikkelingen. Het aantal in gebiedsontwikkelingen geprogrammeerde restaurants wordt dynamisch meegenomen in het analysekader. Dit aantal wordt in het analysekader toegevoegd aan de bestaande situatie. Aangenomen mag worden dat op deze wijze geen exacte aantallen voor de toekomstige situatie kan worden gegeven. De reden is dat niet bekend is hoeveel restaurants in de gemeente buiten de gebiedsontwikkelingen om zullen worden toegevoegd of verdwijnen. In tegenstelling tot bijvoorbeeld woningbouwprogrammering zijn er namelijk geen gemeenten binnen de G50 bekend die het aantal restaurants op middellange termijn kunnen en/of willen plannen.

Aanbod podiumkunsten

Echter de voor de creatieve klasse belangrijke vestigingsfactor 'de aanwezigheid van podiumkunsten' is in de Atlas Nederlandse gemeenten 2005 niet meegenomen. Tijdens de uitvoering van deze studie kwam de Atlas Nederlandse gemeenten 2006 uit. Hier was wel een indicator voor het culturele klimaat opgenomen. Deze kijkt naar de hoeveelheid optredens en niet naar fysieke aspecten die door middel van gebiedsontwikkeling te beïnvloeden zijn. Daarom is in het instrument een fysieke culturele vestigingsfactor opgenomen in het analysekader: het aantal vaste theaterstoelen per 1.000 inwoners in een gemeente gebaseerd op gegevens van het Theater Instituut Nederland.

Vestigingsfactoren die statisch zijn meegenomen in het analysekader

Bereikbaarheid van banen vanuit de gemeente

In de Atlas voor gemeenten 2005 is de bereikbaarheid van banen vanuit de gemeente onderverdeeld in de gemiddelde reistijd per auto in en buiten de spits en per openbaar vervoer (0 tot 100 waarbij 100 het best bereikbaar is). De bereikbaarheid banen vanuit de gemeente is in het analysekader meegenomen als het gemiddelde van drie in de Atlas opgenomen bereikbaarheden. Het gaat hierbij om alle vanuit de gemeente bereikbare banen. Dus zowel binnen als buiten de woongemeente. Hoewel door middel van de realisatie van onder andere bedrijven(terreinen), science-parks, kantoren en winkelcentra in een gemeente de bereikbaarheid van banen voor de inwoners van die gemeente toeneemt, is deze vestigingsfactor is als vast statisch gegeven meegenomen in het analysekader. Afhankelijk van de gemeente in kwestie wordt de bereikbaarheid van banen vanuit de gemeente in meer of mindere mate bepaald door werkgelegenheid in andere gemeenten. Dit heeft ook te maken met het gegeven dat de creatieve klasse zijn woonplaatskeuze niet zozeer laat hangen van de beschikbaarheid van banen binnen de gemeente, maar van de bereikbaarheid van banen in het algemeen. De aantrekkelijkheid van de woning en de directe woonomgeving spelen een veel grotere rol als vestigingsfactor¹⁹. Bovendien volgt werken het wonen, zo hebben verschillende studies²⁰ aangetoond. Dit betekent dat door de vestiging van de creatieve klasse, bedrijvigheid zou moeten volgen. Wat betreft de bereikbaarheid van banen vanuit de gemeente wordt in het analysekader daarom de bestaande situatie meegenomen zoals gemeten in de Atlas voor gemeenten 2005. Hierbij is per case-gemeente het gemiddelde genomen van de reistijd per auto in de file, de reistijd per auto buiten de file en de reistijd per openbaar vervoer. De toepassing van de uitgangssituatie ten aanzien van de bereikbaarheid van banen vanuit de gemeente zou, ten opzichte van de andere ruimtelijke vestigingsfactoren en de gemiddelde bereikbaarheid van andere gemeenten, een eerste inzicht moeten geven in de kansrijkheid van het versterken van het vestigingsklimaat door het realiseren van beïnvloedbare vestigingsfactoren door gebiedsontwikkeling.

¹⁹ Glaeser, E.L., Kahn, M.E. (2001): Decentralized Employment and the Transformation of the American City, NBER Working Papers nummer 8117.

²⁰ Boarnet, M. (1994): The Monocentric Model and Employment Location. Journal of Urban Economics, 36, 79-97.
Kim, S., (2002): The reconstruction of the American urban landscape in the twentieth century, Working paper series 8857 Cambridge MA

Aangenomen wordt dat in de meeste gevallen geldt dat hoe groter de gemeente is, hoe minder de vestigingsfactor 'bereikbaarheid van banen' afhankelijk is van werkgelegenheid in andere gemeenten. Wat een grote rol blijkt te spelen is de bereikbaarheid en hoeveelheid van (grote) gemeenten nabij de gemeente in kwestie. Dit blijkt ook uit de Atlas voor gemeenten 2005. Steden in de Randstad scoren het hoogst op de vestigingsfactor 'bereikbaarheid van banen vanuit de gemeente'.

Historische leefomgeving

Wat betreft de vestigingsfactor 'historische leefomgeving' is het aantal woningen van voor 1945 als percentage van de totale woningvoorraad (bron: Atlas voor gemeenten 2005/ ministerie VROM) statisch meegenomen in het analysekader.

Nabijheid natuur en recreatie

Omdat de nabijheid van natuur niet te sturen is door middel van de programmering van gebiedsontwikkeling door een gemeente in kwestie, wordt deze vestigingsfactor statisch meegenomen in het analysekader.

Er wordt is een onderscheid gemaakt in natuur (bossen, duinen, heide) en recreatie. Dit komt omdat de ontwikkeling van recreatiegebieden door middel van het programmeren van gebiedsontwikkeling door een gemeente te beïnvloeden is wanneer deze op haar grondgebied zijn gelegen. Daarom is ervoor gekozen de vestigingsfactoren 'nabijheid natuur' en 'nabijheid recreatie' statisch mee te nemen in het analysekader (bron: Atlas voor gemeenten 2005).

Het werken met het analysekader

Hieronder wordt het analysekader weergegeven en wordt toegelicht hoe ermee gewerkt kan worden. In het analysekader wordt de uitgangssituatie van de mate van aanwezigheid van vestigingsfactoren van een bepaalde gemeente met een toekomstige situatie (in dit geval van deze studie 5 jaar) als gevolg van gebiedsontwikkelingen vergeleken. Om de verschillende waarden te kunnen vergelijken zijn zij *geïndexeerd* door middel van percentages. Hierbij is het gemiddelde van de 50 grootste gemeenten op 100% gesteld.

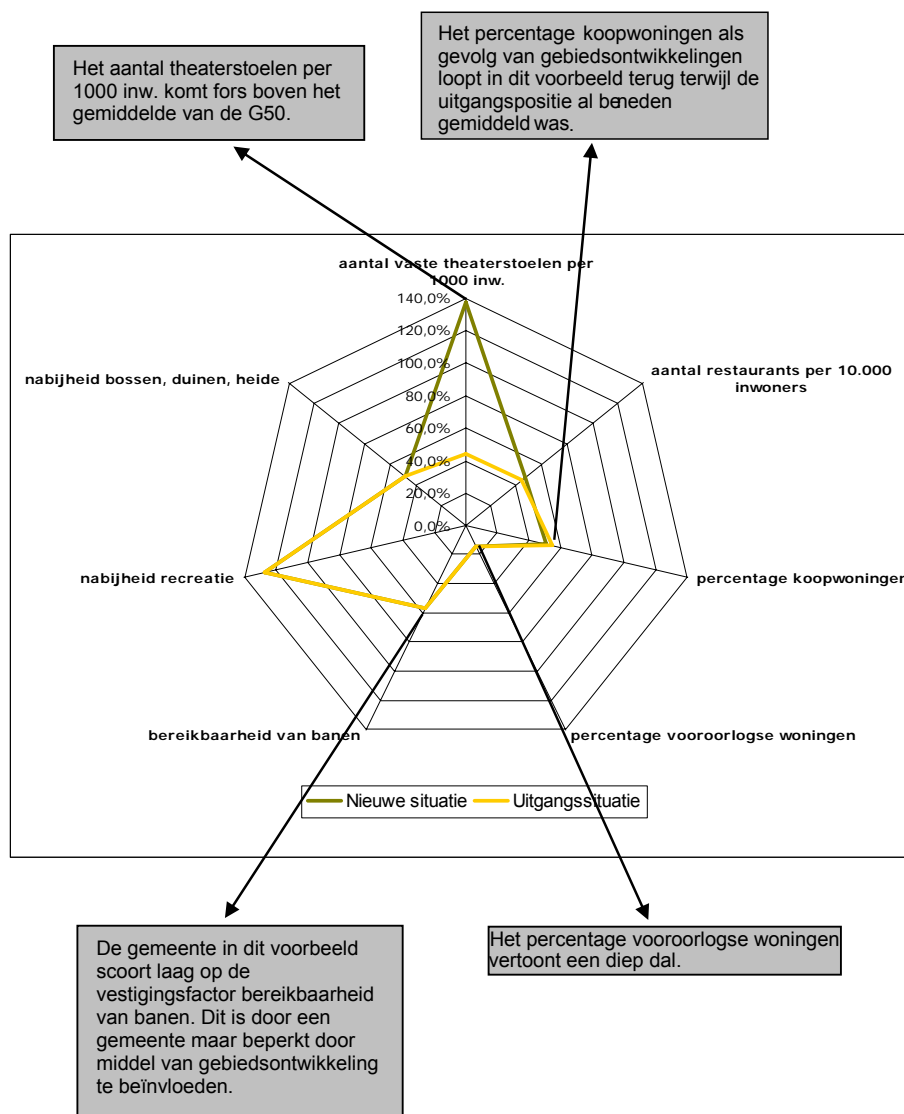
Het analysekader is een rekenmodel waarin de uitgangssituatie kan worden ingevuld om inzicht te krijgen in het ruimtelijke vestigingsklimaat voor de creatieve klasse in een gemeente. Wanneer ook programma's voor een toekomstige situatie worden ingevuld, wordt het verschil in de mate van aanwezigheid van de verschillende vestigingsfactoren in één oogopslag zichtbaar. Het model is zo gebouwd dat het zelf een aantal zaken doorrekent.

Wanneer bijvoorbeeld het aantal inwoners in een toekomstige situatie en het aantal te slopen of realiseren in die periode wordt ingevuld, rekent het model zelf het aantal theaterstoelen per hoeveelheid 1000 inwoners uit. In deze studie is voor bevolkingsprognose gebruik gemaakt van gegevens van het CBS, Rijswijk, 2005.

Op basis van aantallen woningen, te realiseren of te slopen huur- en koopwoningen en ook de verkoop van huurwoningen binnen een bepaalde periode, geeft het model uitkomsten met betrekking tot het percentage koopwoningen in een toekomstige situatie. Dan zijn er natuurlijk ook nog vestigingsfactoren (als de nabijheid van bossen duinen en heide, de bereikbaarheid van banen vanuit de gemeente, het percentage vooroorlogse woningen) die minder goed of geheel niet door middel gebiedsontwikkeling door een gemeente te beïnvloeden zijn. Deze zijn statisch meegenomen in het instrument omdat hiermee inzicht ontstaat in de ruimtelijke sterkten en zwakten van een gemeente. De gedachte hierbij is dat wanneer een gemeente op deze punten laag scoort het creëren van een aantrekkelijk ruimtelijk vestigingsklimaat voor de creatieve klasse door bijvoorbeeld het realiseren van theatervoorzieningen in een centrumontwikkeling minder kansrijk of zinvol is.

| | | | |
|--|---|------------------|---|
| GEMEENTE: X | | | |
| KENGETALLEN | | | |
| | | UITGANGSSITUATIE | NIEUWE SITUATIE |
| jaar | | 2005 | 2010 |
| aantal inwoners | | 77820 | 77760 |
| aantal woningen | | 31585 | 36711 |
| VESTIGINGSFACTOREN | | | |
| | | UITGANGSSITUATIE | |
| Beïnvloedbaar dmv GBO | aantal vaste theaterstoelen per 1000 inwoners | 5,2 | |
| | aantal restaurants per 10.000 inwoners | 19,0 | |
| | percentage koopwoningen | 23,0% | |
| Niet of nauwelijks beïnvloedbaar dmv GBO | percentage vooroorlogse woningen | 4,0% | |
| | bereikbaarheid van banen | 22,0 | |
| | nabijheid recreatie | 53,0 | |
| | nabijheid bossen, duinen, heide | 19,0 | |
| VERWACHTINGEN: Periode 5 Jaar | | | |
| verkoop huurwoningen | | 1800 | |
| | | NIEUWBOUW | SLOOP |
| aantal koopwoningen | | 206 | |
| aantal huurwoningen | | 5045 | 125 |
| theater (aantal zitplaatsen) | | 850 | 200 |
| aantal restaurants | | 8 | 0 |
| RESULTATEN GEMEENTE X | | | |
| | NIEUWE SITUATIE | GEMIDDELDE G50 | INDEX <small>gemiddelde (G50=100)</small> |
| aantal vaste theaterstoelen per 1000 inw. | 16,1 | 11,8 | 136,6% |
| aantal restaurants per 10.000 inwoners | 20,0 | 43,0 | 46,6% |
| percentage koopwoningen | 21,4% | 42,0% | 50,9% |
| percentage vooroorlogse woningen | 4,0% | 28,0% | 14,3% |
| bereikbaarheid van banen | 22,0 | 39,0 | 56,4% |
| nabijheid recreatie | 53,0 | 42,0 | 126,2% |
| nabijheid bossen, duinen, heide | 19,0 | 40,0 | 47,5% |

Een direct aan het rekenmodel gekoppeld radardiagram (dat de werktitel CreRadar krijgt) geeft inzicht in welke vestigingsfactoren in welke mate aanwezig zijn. Pieken en dalen in het diagram geven aan dat bepaalde vestigingsfactoren sterk of zwak vertegenwoordigd zijn. Tevens ontstaat er dan in één oogopslag in het evenwicht tussen de verschillende vestigingsfactoren.



Figuur: CreRadar van gemeente X

Door de 'uitgangssituatie' en de 'nieuwe situatie' tegelijk in het CreRadar weer te geven wordt visueel inzichtelijk in welke mate het vestigingsklimaat voor de creatieve klasse met betrekking haar ruimtelijke vestigingspreferenties wordt beïnvloed. Bovenstaand voorbeeld laat een gemeente zien laag scoort op de vestigingsfactor 'percentage koopwoningen'. Deze factor wordt na de realisatie van de gebiedsontwikkelingen alleen maar minder vertegenwoordigd. De gemeente X heeft een theater geprogrammeerd want het aantal theaterstoelen per hoeveelheid inwoners is sterk toegenomen.

In het voorbeeld is zichtbaar dat de gemeente op de vestigingsfactor 'bereikbaarheid van banen' vanuit de gemeente fors onder het gemiddelde scoort. Waar het gaat om het percentage vooroorlogse woningen scoort de gemeente in het onderstaande voorbeeld zeer veel lager dan het gemiddelde van de G50. Hoewel deze vestigingsfactoren met gebiedsontwikkeling door een gemeente niet direct zijn te beïnvloeden, geeft het wel een inzicht in de potenties van een gemeente voor het aantrekken van de creatieve klasse. Het percentage vooroorlogse woningen is erg laag in de gemeente van dit voorbeeld. De score op 'nabijheid recreatie' kan enigszins een vertekend beeld geven. Dit komt doordat door middel van gebiedsontwikkeling wel recreatiegebieden kunnen worden ontwikkeld. Deze zijn echter op basis van de in de Atlas gebruikte meetmethode in het kader van deze studie moeilijk te kwantificeren. Op basis van een ingevuld analysekader kan een gemeente voor de vestigingsfactor 'nabijheid van recreatie' wel inzicht krijgen in de mate van 'nuttigheid' van het realiseren van recreatiegebieden.

Op basis van de theorie kan voor deze gemeente op basis van dit beeld geconcludeerd worden dat wanneer men het vestigingsklimaat voor de creatieve klasse wil versterken en er sprake is van het programmeren van nieuwe gebiedsontwikkelingen, het realiseren van werkgelegenheid (in veel gevallen ook door omliggende gemeenten) het realiseren van meer koopwoningen en restaurants een belangrijk aandachtspunt zou moeten zijn.

Hoofdstuk 5. De case-gemeenten

In hoofdstuk 3 zijn de ruimtelijke vestigingsfactoren van de creatieve klasse en bijdrage die deze klasse levert aan economische groei, in kaart gebracht. Op basis daarvan is een analysekader ontwikkeld dat in hoofdstuk 4 beschreven wordt. Door het invullen van het analysekader wordt in een webdiagram (CreRadar) in één oogopslag inzicht gegeven in het huidige ruimtelijke vestigingsklimaat voor de creatieve klasse *en* in de gevolgen van (mogelijk) te realiseren bouwprogramma's op het ruimtelijke vestigingsklimaat voor de creatieve klasse voor een toekomstige situatie.

In dit hoofdstuk zijn 5 gemeenten als casestudy bekeken op hun ruimtelijk-economisch-cultureel beleid en gebiedsontwikkelingen. Met behulp van de theorie en het daarop gebaseerde analysekader zijn deze 5 gemeenten bekeken op invloed hiervan op de ruimtelijke vestigingsfactoren van de creatieve klasse. De selectie heeft plaatsgevonden op basis van in de gemeente aan de orde zijnde gebiedsontwikkelingen die het vestigingsklimaat van de creatieve klasse beïnvloeden, beleidsambities met betrekking tot het aantrekken of behouden van de creatieve klasse, het al dan niet zijn van een netwerkstad (gelegen tussen een aantal grote steden en daar het beleid op richtend). De case-gemeenten zijn:

- Maastricht
- Eindhoven
- Tilburg
- Delft
- Spijkenisse

Al deze gemeenten hebben in meer of mindere mate de beleidsdoelstelling de creatieve klasse aan te trekken of de groei van de creatieve sector te stimuleren. Spijkenisse is meegenomen in de studie omdat met de realisatie van het programma van het Centrumplan precies de ruimtelijke vestigingsfactoren van de creatieve klasse worden gerealiseerd. De gemeente Maastricht heeft het aantrekken of behouden van de creatieve klasse als belangrijke doelstelling in haar beleid opgenomen. De gemeente Eindhoven is als grootste stad in de regio gekozen vanwege haar Technische Universiteit, De High Tech campus van Philips en haar designcultuur en haar doelstellingen met betrekking tot de creatieve klasse en bedrijvigheid. De gemeente Tilburg faciliteert actief de vorming van creatieve clusters en is bezig onder meer in en om centrum met grote gebiedsontwikkelingsprojecten. De gemeente Tilburg heeft als doelstelling creatieve bedrijvigheid aan te trekken. De gemeente Delft is gekozen omdat deze stad deel ligt tussen de tweede en derde grootse steden van Nederland (Rotterdam en Den Haag), haar ambities met betrekking tot de programmering van de gebiedsontwikkeling Technopolis (waar high-techbedrijvigheid de spil van moet gaan vormen) en haar Technische Universiteit.

Hieronder wordt ingegaan op het beleid van de verschillende gemeenten ten aanzien van de creatieve klasse, gebiedsontwikkelingen, en de confrontatie van beleid, gebiedsontwikkelingen met de theorie en het analysekader.

Maastricht

Belangrijke beleidsdocumenten met betrekking tot ruimtelijk economische aspecten in het Structuur en Mobiliteitsbeeld. Daarnaast is opvallend dat Maastricht zeer bewust omgaat met citymarketing en imago om de creatieve klasse aan te trekken. In 2005 heeft een extern adviesbureau in opdracht van de gemeente Maastricht een haalbaarheidstudie laten uitvoeren naar de uitvoering van citymanagement. De aanleiding voor deze studie met de titel "De Europese belofte, merk en reputatie reputatiemanagement Maastricht" was "de gedeelde ambitie van het gemeentebestuur met andere partijen in de stad om de positie van Maastricht in Nederland en in Europa te versterken. Zowel economisch, sociaal als cultureel. Het verbeteren van de reputatie vergroot de aantrekkingskracht van Maastricht op bewoners, bedrijven en bezoekers: Maastricht als magneet."

Algemeen ruimtelijk economisch beleid Maastricht

Structuur en Mobiliteitsbeeld

In haar Structuur en Mobiliteitsbeeld (SenM) wordt de ruimtelijke ontwikkelingsvisie van Maastricht beschreven. Dit document is een nadere uitwerking van de Stadsvisie Maastricht Mosaiek 2030 welke fungeert als beleidskoepel voor de pijlers economie, sociaal en fysiek. Het SenM is daarmee ingebed in een integrale visie en is in het kader van deze studie het belangrijkste document. Omdat de ruimtelijke structuur en de mobiliteit sterk met elkaar verweven zijn, is ervoor gekozen om de visie op de mobiliteit en de ruimtelijke structuur van Maastricht in één document te verwoorden, zo zegt de inleiding van het SenM.

In het SenM wordt de relatie met creatieve sector veelvuldig genoemd als basis voor economische ontwikkeling. In de Stadsvisie worden twee kernproblemen voor de ontwikkeling van Maastricht onderscheiden. Dit zijn een eenzijdige bevolkingssamenstelling en hardnekkige werkloosheid. Deze hardnekkige werkloosheid zou voortkomen uit een 'smalle en te weinig ondernemende en innovatieve economische basis enerzijds en een groeiende 'mismatch' tussen de veelal laag opgeleide beroepsbevolking en de steeds hoogwaardigere arbeidsmarkt anderzijds'. Daarom wordt in de Stadsvisie de ambitie uitgesproken om Maastricht verder te ontwikkelen als een 'vitale en creatieve stad'. De volgende beleidsdoelen worden hieraan gekoppeld: een vitale en innovatieve bevolking, een brede, duurzame economische structuur en een bereikbare en leefbare stad.

Het SenM volgt ook de theorie dat het (creatieve) werkgelegenheid in belangrijke mate de (creatieve) werknemers volgt. Om de gewenste innovatieve, vitale bevolking aan te trekken is het daarom volgens het SenM van belang te sturen op de kwaliteit van het 'leefmilieu'. De stad dient hierbij 'de juiste voorzieningen, stedelijke kwaliteiten, woningen en woonmilieus te bezitten'. Waar het gaat om het aantrekken van nieuwe creatieve, hoger opgeleide bevolkingsgroepen ligt voor Maastricht volgens het SenM de opgave 'met name in het creëren van voldoende 'stedelijkheid': de juiste woon- en werkmilieus en een stadscultuur van verscheidenheid, tolerantie en openheid'. Wat Maastricht volgens het SenM ontbeert om de creatieve klasse aan te trekken is onder meer een vooroorlogse centrumrand en een breed aanbod van culturele voorzieningen. Op basis van het SenM kan de conclusie worden getrokken dat het aantrekken van de creatieve klasse één van de belangrijkste beleidsdoelstellingen van de gemeente Maastricht is. Het lijkt er sterk op dat de analyses die ten grondslag liggen aan het SenM en de op basis daarvan geformuleerde beleidsdoelen en maatregelen linea recta van de theorie van Richard Florida komen.

Gebiedsontwikkelingen in de gemeente Maastricht

In de gemeente Maastricht zijn verschillende gebiedsontwikkelingen aan de orde. Belangrijke gebiedsontwikkelingen in het kader van deze studie zijn hieronder toegelicht.

Belvédère

De herinrichting van het gebied Belvédère aan de noord-westrand van Maastricht vormt volgens de gemeente Maastricht een belangrijke schakel in de ontwikkeling van de stad in de komende tientallen jaren. Belvédère is een uitgestrekt gebied van ongeveer 280 hectare aan de noordwest kant van Maastricht.. Belvédère ligt tegen het hart van de stad ligt maar is geïsoleerd door de onoverzichtelijke infrastructuur op de grens van stad en buitengebied. Belvédère kenmerkt zich door hoogteverschillen, door veel water en door veel groen. Deze eigenschappen zijn leidend elementen bij de herinrichting van het gebied.



Figuur: luchtfoto Belvédèregebied

De herontwikkeling van een zo groot en complex gebied als Belvédère dat een looptijd van ca. 25 jaar heeft, vraagt om een integrale benadering met een helder doch flexibel stedenbouwkundig streefbeeld om in te kunnen spelen op maatschappelijke en economische veranderingen. Het Masterplan Stedenbouw geeft daarom geen definitief eindbeeld van Belvédère, maar biedt wel een richting voor de toekomst. Vanuit dit kader volgt tijdens de verdere ontwikkeling van het plan de precieze invulling van de deelgebieden met verschillende functies. Hoewel de nodige flexibiliteit is ingebouwd in het Masterplan, worden er wel uitspraken gedaan over de geambieerde programma's. Er wordt uitgegaan van de bouw van ruim 4000 woningen in combinatie met 75.000 m² kantoren. Van de woningen zal ongeveer 70% bestaan uit appartementen en 30% uit grondgebonden woningen. De ontwikkeling van de kantorenmarkt is moeilijker voorspelbaar dan die van de woningen. Er worden geen uitspraken gedaan over aantallen koop- of huurwoningen. Uit studies blijkt dat 75.000 m² kantoren voor Belvédère een realistisch minimum vormen. Het zwaartepunt van de kantorenbouw zal plaatsvinden in de Binnensingel, waar de kantoren worden opgenomen in een binnenstedelijke sfeer met verschillende functies. Cultuur zal vooral te vinden zijn in de omgeving van 't Bassin. Winkels zullen op verschillende plekken in Belvédère een plaats krijgen. De zogeheten grootschalige detailhandelsvoorzieningen (GDV) worden bij voorkeur zo dicht mogelijk bij het kernwinkelgebied gesitueerd om een natuurlijke overloop van binnenstad naar Belvédère te bewerkstelligen. Voor grote, zogeheten perifere detailhandelsvoorzieningen (PDV) is ruimte gereserveerd op goed bereikbare plekken in de omgeving van de verlegde Noorderbrug en de

Boscherlaan. Wijk- en buurtvoorzieningen zullen volgens de gemeente Maastricht gaandeweg de realisatie van Belvédère ontstaan.

Dousberg

De gemeente Maastricht heeft al langere tijd plannen voor de ontwikkeling van de Dousberg tot een nieuw recreatiegebied. Belegger BPF Bouwinvest participeert hierin. Het programma is gedurende het planvormingstraject fors gewijzigd omdat het met de 'groene' uitgangspunten van de gemeente niet haalbaar waren. Er moest meer gebouwd worden om de financiële haalbaarheid te vergroten. Naast de bestaande sportvoorzieningen in het gebied omvat het toeristisch-recreatief project nu de realisering van 250 vakantieappartementen, een hotel met 100 kamers en vergaderfaciliteiten, een 27 holes-golfbaan en een health- en racketcentrum, en 160 wooneenheden voor permanente bewoning. Verder wordt het bestaande zwembad gerenoveerd en de skibaan ingepast.

De belangrijkste wijziging in het programma, waarmee aan BPF is tegemoet gekomen, is dat nabij het zwembad op de hoek bij de Via Regia 60 wooneenheden extra worden toegevoegd als onderdeel van de bovengenoemde 160 permanente wooneenheden. Deze 'verdichting' is volgens een eerste bestemmingsplantoets op basis van de eerste stedenbouwkundige schetsen inpasbaar. Het totaalbeeld van de bebouwing, geconcentreerd op de noordflank van de berg en geaccentueerd met een aantal slanke torens van verschillende hoogte, blijft met deze aanpassingen grotendeels gelijk.

Mosae Forum

De realisatie van Mosae Forum is een ingrijpende en opvallende herstructureringsoperatie in het hart van de Maastrichtse binnenstad. Het nieuwe stadsdeel zorgt voor een flinke uitbreiding van het kernwinkelgebied, een restyling van de Maasoeveren en voor een nieuwe, eigentijdse werkomgeving voor het Maastrichtse ambtelijk apparaat.



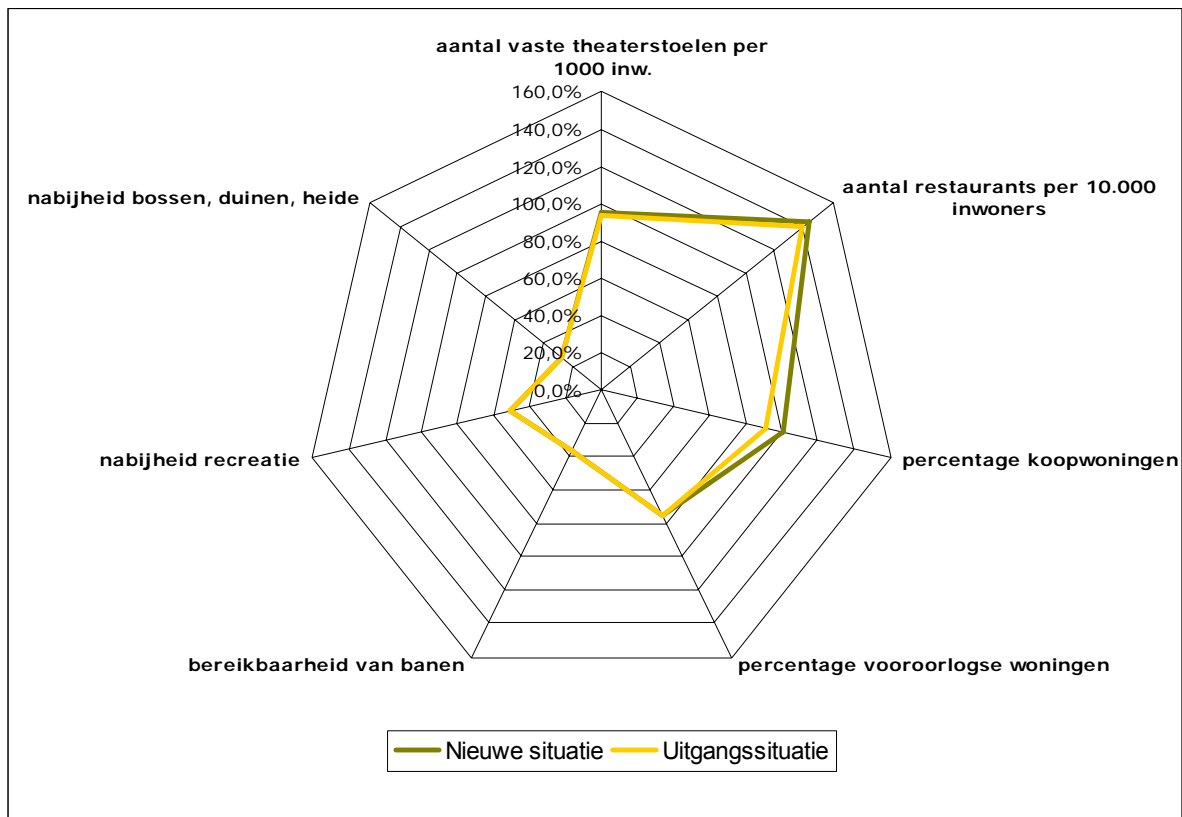
Figuur: Foto van de Maquette van een deelgebied van Mosae Forum

Daarnaast is er ruimte voor diverse horecagelegenheden en een parkeergarage met 1150 parkeerplaatsen. Met circa 25 luxeappartementen en stadswoningen en een nabij een knooppunt van openbaar vervoer, moet Mosae Forum eind 2006 een dynamisch en veelzijdig stadsdeel worden dat architectonisch maar ook economisch het oude en het nieuwe Maastricht verbindt.

Confrontatie beleid en gebiedsontwikkelingen Maastricht door middel van theorie en analysekader

Als wordt gekeken naar de in het SenM geformuleerde ambities met betrekking tot het aantrekken van de creatieve klasse en de programma's van de verschillende gebiedsontwikkelingen, kan op het eerste gezicht worden geconcludeerd dat deze goed op elkaar aansluiten. Belangrijke thema's als versterking van het historische karakter, de realisatie van koopwoningen en een verdere versterking van het horeca-aanbod worden door middel van de gebiedsontwikkelingen gerealiseerd. Het belangrijkste theater in Maastricht is het 'Theater aan het Vrijthof'. Hier worden verschillende soorten podiumkunsten ten tonele gebracht: van opera tot cabaret en van dans tot toneel. Een kleiner experimenteel theater is het huis van Bourgondië. In begrotingen komt niet naar voren dat er extra grote sterke impulsen aan de verbetering van het culturele klimaat worden gegeven door meer subsidies, de ontwikkeling van meer theaters of vernieuwing van de bestaande theatervoorzieningen. Er worden in de gemeente Maastricht, met name in Belvédère, veel nieuwe woningen gebouwd. In Dousberg probeert de gemeente de recreatieve kwaliteit op peil te houden door het gebied niet teveel vol te bouwen.

Als de huidige situatie en gebiedsontwikkelings- en bouwprogramma's voor de komende 5 jaar in het analysekader worden ingevoerd, ontstaat het volgende beeld:



Figuur: CreRadar gemeente Maastricht

Uit de CreRadar blijkt dat Maastricht minder goed of zelfs laag scoort op de vestigingsfactoren die door middel van gebiedsontwikkeling niet of nauwelijks te beïnvloeden zijn. Maastricht scoort bovengemiddeld goed op het aantal restaurants per hoeveelheid inwoners. Als gevolg de programma's van de gebiedsontwikkelingen in de komende 5 jaar worden gerealiseerd zal dit aantal nog iets toenemen. Maastricht scoort in de huidige situatie beneden gemiddeld op het percentage koopwoningen. Als gevolg van de programma's van de gebiedsontwikkelingen in de komende 5 jaar neemt het aantal koopwoningen toe tot net boven het gemiddelde van de G50.

Aandachtspunten gemeente Maastricht bij de programmering van gebiedsontwikkeling

Voor de programmering van nieuwe gebiedsontwikkelingsprojecten zijn er – wil men de vestiging van de creatieve klasse (verder) stimuleren – volgens de theorie de volgende aandachtspunten aan te duiden:

- Probeer het aantal culturele voorzieningen en dan met name het aantal theaterstoelen of voorstellingen te verhogen en stel daartoe middelen beschikbaar. Vanwege een lage score op bossen duinen en heide en op recreatie zal Maastricht eerder aantrekkelijk zijn voor de culturele dan de technische subgroep van de creatieve klasse;
- Zorg dat de recreatieve kwaliteit van de gebiedsontwikkeling Dousberg zoveel mogelijk overeind blijft en niet er niet te veel concessies worden gedaan aan opbrengsten door middel van vastgoedontwikkeling. Temeer omdat Maastricht als gevolg van zijn geografische ligging bossen, duinen en heide niet in haar nabijheid heeft.

Eindhoven

Belangrijke beleidsdocumenten met betrekking tot ruimtelijk economische aspecten zijn in de gemeente Eindhoven het coalitieakkoord 2006-2010, de Centrumvisie en de Woonvisie.

Algemeen ruimtelijk economisch beleid Eindhoven

Coalitieakkoord

In het coalitieakkoord 2006-2010 beschrijft worden ambities met betrekking tot creatieve bedrijvigheid beschreven. Eindhoven noemt dit de 'Brainportstrategie'. Hierbij wordt de creatieve industrie als drager en aanjager voor een bruisende binnenstad gezien. De Brainportstrategie beperkt zich niet alleen tot de fundamentelementen van technologie en kennisindustrie. Erkend wordt dat er meer beleidssectoren dienen te worden betrokken om technologie en de kennisindustrie te stimuleren. In het coalitieakkoord staat dit als volgt omschreven:

“Dat (technologie en de kennisindustrie red.) zijn weliswaar de fundamentelementen van de economie van onze regio, maar ze zijn in zichzelf onvoldoende. Want als stelregel kan gelden dat de kenniswerkers van vandaag naar Eindhoven komen voor die fundamentelementen, maar dat ze zullen vertrekken vanwege een onverhoopt gebrek aan *quality of life* – aan voorzieningen (educatief, cultureel, recreatief en huisvesting) en aan de mate waarin de stad problemen in de sfeer van sociale samenhang, leefbaarheid en veiligheid weet aan te pakken”.

Voortvloeiend uit de Brainportstrategie worden in het coalitieakkoord verbanden gelegd met cultuur. Het stimuleren van broedplaatsen van cultuur en de aanpak van knelpunten worden daarbij vooral genoemd.

Waar het gaat om wonen garandeert het college voor alle wijken en buurten een basiskwaliteit waarin de Eindhovenenaar zich werkelijk thuis en veilig voelt en een hem of haar passende en betaalbare woning vindt. Tegelijk wil Eindhoven dat randgemeenten ook een deel van de betaalbare huur- en koopwoningen realiseren. Daarnaast zet de gemeente Eindhoven in op verkoop van een deel van de huurwoningen binnen de gemeente.

Het stadscentrum en Strijp S moeten representatief worden voor de economische, sociale en culturele kracht van Eindhoven.

Er worden extra middelen vrijgemaakt voor beheer en onderhoud van gemeentelijke monumenten.

Centrumvisie

De centrumvisie stamt uit 2002 maar is nog steeds vigerend. De nota dient mede om anderen te enthousiasmeren, mee te laten denken en uiteindelijk mee te laten werken. In de inleiding wordt Eindhoven omschreven als de trekker van een technologiecomplex dat zich uitstrekt tot Den Bosch, Venlo, Hasselt en Tilburg. Als hoeksteen van Brabantstad en de grootse gemeente in Zuid Nederland wil Eindhoven zich nadrukkelijker internationaal profileren. Het centrum van Eindhoven moet volgens de Woonvisie de aantrekkelijke kern met worden van Brabantstad. Dat is volgens de Centrumvisie belangrijk omdat “de kwaliteit van het centrumgebied van een stad in sterke mate van invloed is op haar imago en een steeds bepalender succesfactor wordt voor de economische ontwikkeling op langere termijn.”

In de visie op het centrumgebied staat de mens, die het centrum bezoekt, er woont of er werkt centraal. Een integrale kwaliteitsverbetering zal er voor moeten zorgen dat in het centrum een omgeving en sfeer wordt geboden die zowel overdag als in de avonden

aantrekkelijk is. “Enerzijds doordat er altijd iets te beleven is in een aangenaam ogende, schone en veilige omgeving. Anderzijds doordat er ook gelegenheid wordt geboden aan rust, beschouwing en verdieping als tegenwicht tegen de steeds vluchtigere en snellere wereld om ons heen.”

Er zijn in het kader van de centrumvisie meetbare achterliggende doelen geformuleerd. Dit zijn: het verhogen van de waardering (door wie wordt niet genoemd. Waarschijnlijk bedoelt men alle bezoekers en bewoners), het verlengen van de verblijfsduur, het vergroten van het aantal bezoekers. Het beleid wordt daarom gericht op: vergroting van de diversiteit, beter gebruik van bestaande faciliteiten, verbinding van bestaande en nieuwe faciliteiten door aantrekkelijke, bij voorkeur groene, wandelroutes, uitbreiding van het groenaanbod, accentuering van pleinen, vergroting van het aanbod van non-commerciële rustplekken en ten slotte verbetering van de verbinding van het noorden en het zuiden over het spoor.

De vraag naar wonen in centrum-stedelijke woonmilieus neemt volgens de Centrumvisie toe door een grotere vraag van werkende één- en tweepersoonshuishoudens en van goed opgeleide ouderen met een hoog inkomen. In de centrumvisie wordt voor het centrum uitgegaan van een taakstellend aanbod van ca. 250 woningen/appartementen in gestapelde vorm per jaar. Een hogere afzet wordt dan ook voor de komende jaren reëel geacht. Specificatie naar de diverse in de markt te onderscheiden niches staat daarbij voorop. Seniorenzorgarrangementen, studentenhuisvesting, specifieke voorzieningen voor tijdelijke huisvesting, woningen met ateliers, grondgebonden stadshuizen, lofts, luxe naast goedkopere etagewoningen en het wat in vergetelheid geraakte wonen boven winkels, moeten zorgen voor een gevarieerd binnenstedelijk woonklimaat, wat op volgens de Centrumvisie op zichzelf weer stimulerend zou moeten werken op nieuwe initiatieven.

Waar het gaat om horeca is volgens de centrumvisie een sterk punt van het Eindhovense centrumgebied de heldere horecastructuur. De horeca heeft een viertal zich van elkaar onderscheidende concentraties en telt in totaal meer dan 240 vestigingen. De grootste concentratie, uniek voor Nederland, is het Stratumseind dat vooral jongeren trekt. De andere concentraties zijn te vinden op de Markt, Stationsplein/Dommelstraat en in het gebied De Bergen. Net als bij de detailhandel is het aandeel restaurants en cafés in het hogere marktsegment relatief gering, hoewel juist sinds kort verbeteringen merkbaar zijn. Aan de horeca worden uitbreidingsmogelijkheden geboden omdat de komende jaren wordt uitgegaan van een forse toename van de bestedingen. Het gebiedsgericht voorwaarden scheppen voor een uitgebreidere exploitatie (ook van terrassen) leidt tot een grotere aantrekkingskracht van het centrum en naar verwachting tot een meer gedifferentieerd aanbod aan horecavoorzieningen. Daardoor kunnen ook andere doelgroepen (de creatieve klasse? red.) dan de jeugd beter aan hun trekken komen.

Ook cultuur komt in de Centrumvisie aan bod. Om de aantrekkingskracht van het centrum te vergroten zullen ook aan culturele functies en leisure functies ruime ontwikkelingsmogelijkheden worden geboden. Hiervan zal volgens de Centrumvisie ook op de levendigheid in de avonduren een positieve werking uitgaan. Het aanbod van bioscopen en entertainmentvoorzieningen als speelhallen, sportscholen, lasergames en snookercentra is de laatste jaren al behoorlijk verruimd en zorgt vooral in de avonduren voor meer levendigheid. Gedachte daarbij is dat de binnenstad meer dan nu het geval is, ook na 18.00 uur 's avonds leeft en waarop ook door het in de avonduren openstellen van musea wordt ingespeeld. Een binnenstad waar 's avonds nog veel mensen op de been zijn, die uitgaan, eten en drinken, dansen, theater, museum, bioscoop of concertzaal bezoeken. Een binnenstad vol (overdekte) terrassen en uitnodigende pleinen. Uitnodigend voor bezoekers én bewoners maar ook voor straatartiesten als goochelaars, jongleurs en straattheater. Over de uitbreiding of versterking van professionele podiumkunsten, Cultuur met een grote C, zoals een theater of schouwburg wordt in de Centrumvisie niet gerept.

Woonvisie

De Eindhovense Woonvisie heeft als titel: 'Kiezen voor stedelijke woonkwaliteit'. De Woonvisie beschrijft woonmilieus groenstedelijk tot centrumstedelijk. Er zou met name vraag zijn naar deze twee uitersten. Bij (her)ontwikkeling van locaties in het centrumgebied en omgeving (bijvoorbeeld Strijp S, het Stadionkwartier en het Stationsdistrict) ligt de nadruk op centrumstedelijk wonen. Dit geldt ook voor de kleine inbreidingslocaties in het centrum. Op deze manier wil de gemeente het centrumgebied en de omgeving daarvan gaan verdichten. Dit woonmilieu is volgens de Woonvisie uitstekend geschikt voor de grote huisvestingsbehoefte van studenten en short-stayers. Voor de woningbouwlocaties verder van het centrum (bijvoorbeeld Meerhoven, Tongelrese Akkers) wordt de nadruk meer gelegd op groenstedelijk wonen. Ook voor een aantal vroeg naoorlogse wijken zal op den duur gekozen worden voor verandering in een meer groenstedelijk woonmilieu. Deze wijken zullen enigszins verdunnen. Dit betekent niet dat al dit soort wijken systematisch verdund worden, maar dat bij toch al wenselijke herontwikkeling minder woningen terugkomen dan er nu staan. Belangrijk daarbij is volgens de Woonvisie wel dat gekeken wordt naar de herkenbaarheid van stadsdelen. In vernieuwingsprocessen mogen de stadsdelen niet hun eigen identiteit verliezen. Verder moeten de stadsdelen 'levensloopbestendig' zijn: in ieder stadsdeel moet het mogelijk zijn om een woning te vinden die past in een levensfase. In dit kader zal vooral de bouw van seniorenwoningen een impuls moeten krijgen.

Gebiedsontwikkelingen in de gemeente Eindhoven

In de gemeente Eindhoven zijn verschillende gebiedsontwikkelingen aan de orde. Belangrijke gebiedsontwikkelingen in het kader van deze studie zijn hieronder beschreven.

Strijp S

"Strijp S: de creatieve stad.

Over enige tijd flaneren de Eindhovenaren over de Torenallee. Wandelend onder het bont gekleurde bladerdak, zien ze de chique architectuur van de nieuwe appartementen en bekijken de grandeur van de historische gebouwen. Ze herinneren zich de verhalen en foto's van een roemrijk verleden. Aan het eind wordt de verrassende contour van het oude NatLab, beschenen door de herfstzon.

Ze zijn op weg naar het Ketelhuisplein voor een lichte lunch. Maar eerst nog even langs de Alice-hal. Ze hopen de jonge enthousiaste mensen te ontmoeten die daar werken en zijn nieuwsgierig naar de schilderijen, foto's, meubels, beelden; misschien is er wel iets bij voor thuis. De vrienden uit Den Bosch hebben de auto geparkeerd in de grote garage, vlak bij. Het wordt een geanimeerd gesprek in het grand café, waar het gezellig druk is en ze genieten van de Brabantse gastvrijheid. Ze verheugen zich op de muziek- uitvoeringen in het Corbusier paviljoen, later die middag. Na het concert is het donker. Dan wandelen ze met de vrienden nog een keer over de allee. Over het tapijt met lichtjes, opkijkend naar de verlichte toppen van de gebouwen. Bij het afscheid keren ze om en zien door de opening van de Koning de kroon van de lichttoren. Dan met de Phileas terug naar huis."

Zo luidt de inrotekst van het definitieve ontwerp²¹. Aanleiding voor deze gebiedsontwikkeling is het vertrek van Philips Electronics Nederland B.V van het terrein Strijp S. Hiermee komt in een periode van tien jaar een terrein van circa 27 hectare beschikbaar. Strijp S is strategisch gelegen tussen het stadscentrum en het groene uitloopgebied De Wielewaal. De locatie is goed bereikbaar, met zowel openbaar vervoer (NS en Phileas) als fiets en auto. De ligging en de bereikbaarheid vormen volgens de stellers van het definitieve ontwerp uitstekende condities voor de beoogde ontwikkeling. De te handhaven cultuur-historische gebouwen leveren een belangrijke bijdrage aan de toekomstige identiteit van het gebied.

²¹ West 8, urban design & landscape architecture, 2004

Binnen de heldere opbouw van het terrein treffen de opstellers van het definitieve ontwerp van het gebied enkele bijzonder objecten aan. De bijzonderheid betreft zowel constructief-architectonische als cultureel-industriële aspecten. De gebouwen herinneren aan de innovatie op het gebied van elektronica, voor zowel consumenten als het bedrijfsleven. Het gebied zal volgens het definitieve ontwerp worden getransformeerd tot een stedelijk subcentrum met een gemengd programma van wonen, werken, cultuur en voorzieningen, een combinatie van bestaande en nieuwe gebouwen, een diversiteit in architectuur en kenmerkende, zorgvuldig vormgegeven openbare ruimten.

Strijp S moet Eindhoven als centrum voor technologie en cultuur nadrukkelijk op de kaart zetten. Daarvoor zijn volgens de stellers van het definitieve ontwerp niet alleen woorden plannen en geld nodig maar ook trots. Om de ambities waar te maken en om de gewenste bedrijven en toekomstige bewoners in het gebied aan te trekken wordt er veel aandacht besteed aan lokatiemarketing waar niet alleen de locatie onderwerp van is maar waarbij ook de faciliteiten van de stad Eindhoven worden betrokken.



Figuur: Programmering Strijp S. Uit het definitieve ontwerp van West 8, 2004

In Strijp S zijn met het definitieve ontwerp naast (koop)woningen in verschillende prijsklassen, ook kleinschalige creatieve bedrijvigheid en commerciële voorzieningen waaronder horeca en kantoren geprogrammeerd.

Om Strijp S als stadsdeel voor de toekomst te ontwikkelen, zijn mogelijkheden om in te spelen maatschappelijke trends van groot belang. Het DO is daarom op onderdelen flexibel. Zo is onderscheid gemaakt tussen harde en zachte rooilijnen en zijn de hoogten met enige marge bepaald. Bovendien kan ook het programma, de verdeling van functies, binnen zekere kaders worden aangepast.

De vraag naar (leisure-)diensten zal zich volgens de stellers verder ontwikkelen en de individualisering zal toenemen. Steden worden volgens hen een verzameling van knooppunten (de netwerkstad) waarbij een van de belangrijkste inspiratiebronnen wordt gevormd door de groei van de creatieve economie en de creatieve klasse (!). De creatieve industrie vindt zijn oorsprong, zo schrijven de stellers, in individuele creativiteit, vaardigheden en talenten. Als een van de meeste veelbelovende sectoren genereert de sector volgens de stellers nieuwe vormen van welvaart, welzijn en werkgelegenheid. Het oude ketelhuis is herontwikkeld tot Grand Café en draagt mede zorg voor identiteit en een historisch karakter.



Figuur: Impressie van het Ketelhuisplein uit het definitieve ontwerp van West 8. Het als horecavoorziening hergebruikte ketelhuis neemt een prominente plaats in.

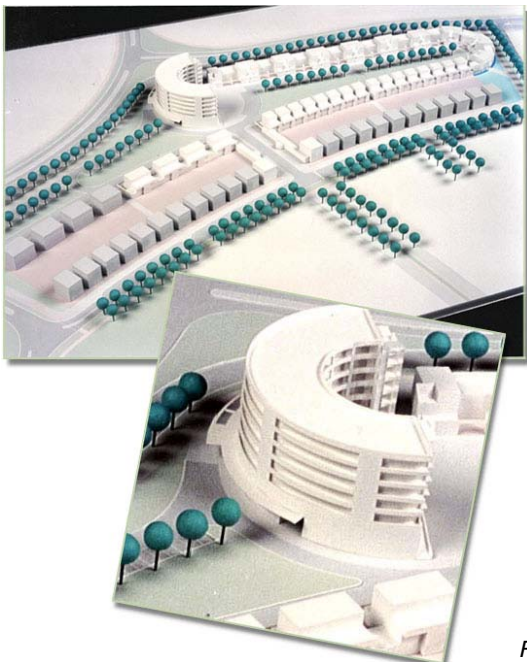
Meerhoven

Meerhoven is een grote stadsuitbreiding van 500 ha van de gemeente Eindhoven die deels ligt op het grondgebied van de gemeente Veldhoven.



Figuur: De ligging van Meerhoven tussen Eindhoven en Veldhoven (bewerking van de afbeelding van de website)

Er worden tussen 1998 en 2016 in de verschillende deelplannen Zandrijk, Meerrijk, Meerland, Waterrijk en Groenplaats-Bosrijk in totaal ongeveer 5.800 woningen op het grondgebied van de gemeente Eindhoven en 600 woningen op het grondgebied van de gemeente Veldhoven gerealiseerd. Het gaat hierbij om zowel de huur- als koopsector. Daarnaast worden er verschillende voorzieningen (onderwijs, winkelen, etc.), 200 ha kantoren en een park van 50 ha (!) gerealiseerd. De woningen worden gerealiseerd in een gemiddelde dichtheid van ca. 26 woningen per hectare. Deze relatief lage dichtheid betekent dat er veel openbare ruimte is. Meerhoven bestaat uit verschillende deelgebieden waarvan met name in het plandeel Meerland woningen in een lage dichtheid in een landschapsparkachtige omgeving (een landschapspark van 65 ha) zullen worden gerealiseerd.



Figuur: Een plandeel van Meerhoven

High Tech Campus

De 100 hectare grote High Tech Campus, op grondgebied van Philips is het centrum van research en development. Het gebied is gelegen nabij de vliegbasis Eindhoven en in de driehoek Aachen, Leuven Eindhoven. Met de High Tech Campus wil Philips zijn vooraanstaande internationale rol als innovator verder versterken. In het gebied kunnen de volgende typen bedrijven zich vestigen: ICT, Communication technology, Micro Electronics, Mechatronics, Embedded Systems, Nanotechnology, Automotive Industry, Medical Technology. De totale investering bedraagt ca. 600 miljoen euro. Het programma bedraagt meer dan 8000 m² clean rooms, 50.000m² laboratoriumruimten, 100.000m² kantoorruimte en ca 80.000m² toegevoegde ontwikkelingsruimte.



Figuur: De ligging van de Campus in internationale (High Tech) context (van de website van de High Tech Campus)

Op de campus zijn ook niet-Philipsondernemingen gehuisvest. Het idee hierbij is dat hierdoor uitwisseling van kennis ontstaat. Door regels met betrekking tot bijvoorbeeld de grootte van kantines van individuele bedrijven wil men bevorderen dat er in 'De Strip', een architectonisch hoogstaand vormgeven langwerpig gebouw in het centrum van het gebied, kennisuitwisseling ontstaat tussen de verschillende ondernemingen. Tevens zijn in deze strip winkel-(ook bijv. een kapper), restaurant- en congresfaciliteiten aanwezig.

Centrumprojecten

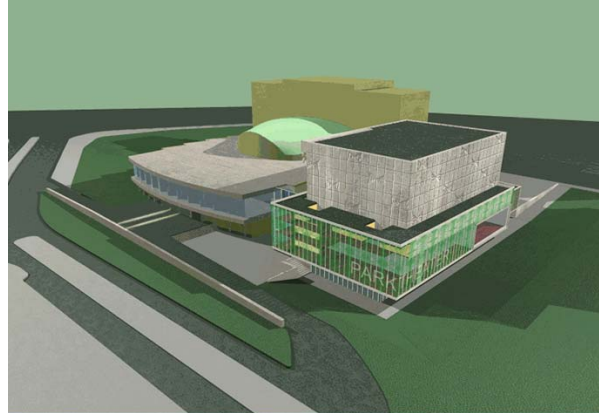
In het centrum van de gemeente Eindhoven zijn verschillende bouwprojecten aan de orde. Hoewel het niet gaat om grote gebieden die worden herontwikkeld, is er sprake van kleinere invullingen die het centrum als geheel veranderen binnen de kaders die de centrumvisie aangeeft. Het gaat om bijvoorbeeld de projecten Medina en Caverna waar wonen, woon-werkwoningen, commerciële ruimten en een ondergrondse parkeerkelder aan de orde zijn. Een ander voorbeeld is een groot kantoor van 9500m² BVO voor het Centrum Werk en Inkomen. Een ander voorbeeld is de pas opgeleverde 90 meter hoge woontoren met dure huurwoningen.



Figuur: De woontoren

Theater

Naast de verschillende gebiedsontwikkelingen in Eindhoven dient in het kader van deze studie de vernieuwing van Stadsschouwburg genoemd te worden. Deze wordt voor circa 30 miljoen euro ingrijpend vernieuwd en uitgebreid. Op dit moment, juni 2006, wordt de laatste hand gelegd aan de ingrijpende vernieuwingsplannen waar niet alleen het horeca-deel van de schouwburg aan de orde is maar waar ook de grote zaal wordt gerenoveerd en een kleine zaal wordt gerealiseerd met 500 stoelen. Begin 2007 is de feestelijke opening waarbij de stadsschouwburg zal worden omgedoopt tot 'Parktheater'.



Figuur: Dia uit de presentatie van architecten/en/en (Krijger, Van Ammelrooy, Timmers) uit 2002

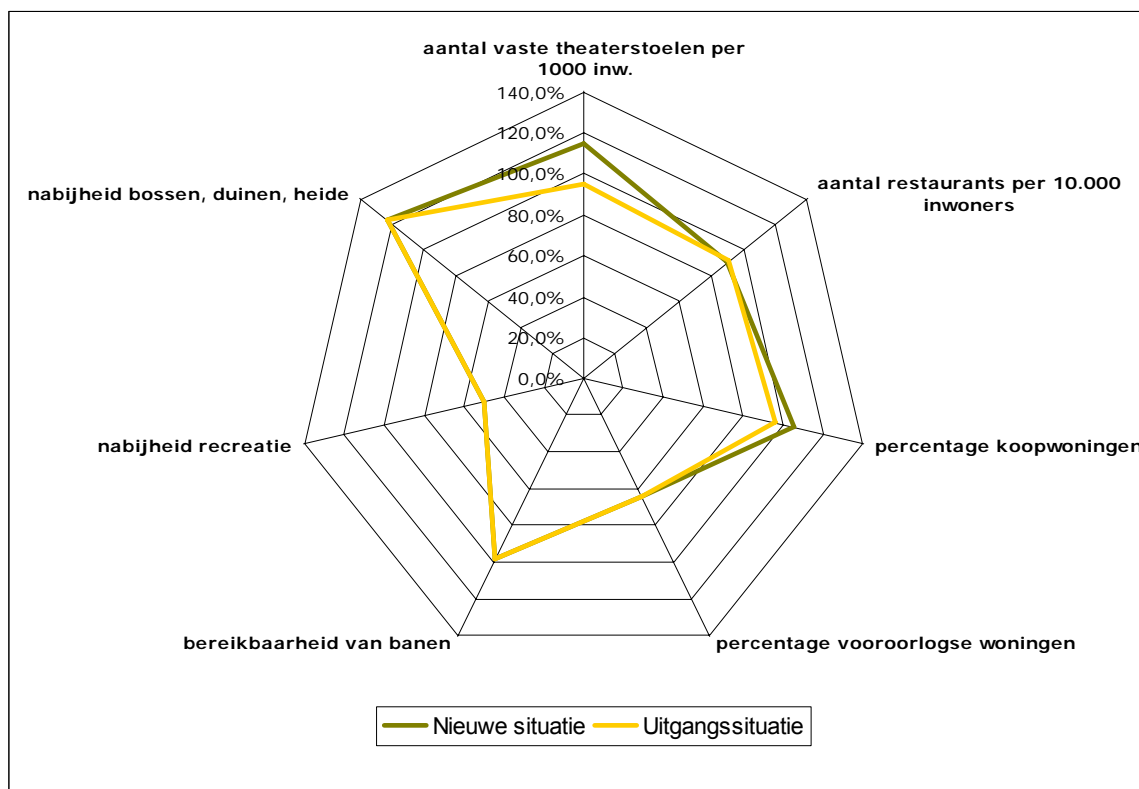
Confrontatie beleid en gebiedsontwikkelingen Eindhoven door middel van theorie en analysekader

De gemeente Eindhoven wil als grootste stad van Zuid Nederland en met haar kennisintensieve bedrijvigheid niet alleen haar regionale of nationale maar ook haar internationale positie versterken. Het binden van de creatieve klasse en het aantrekken van creatieve bedrijvigheid is daarmee een belangrijke beleidsdoelstelling geworden.

Als gekeken wordt naar de hierboven beschreven beleids- en gebiedsontwikkelingen waarin het stimuleren van de creatieve en kennisintensieve bedrijvigheid, het aantrekkelijker maken van het centrum voor bezoekers en centrumbewoners en het creëren van een aantrekkelijk woonmilieu voor *alle* Eindhovenaren een belangrijke rol spelen, kunnen op basis van de theorie een aantal voorlopige conclusies worden getrokken ten aanzien van het creëren van een aantrekkelijk vestigingsklimaat voor de creatieve klasse.

Met ontwikkelingen op de High Tech Campus waar veel verschillende R&D bedrijven zich vestigen, de uitbreiding met 500 stoelen van de Schouwburg tot het Parktheater, het verbeteren van de groenstructuur (de in deze studie niet nader omschreven Gennepark), het aantrekkelijker maken van het centrum (waar niet alleen de verblijfskwaliteit wordt verhoogd maar ook aandacht is voor meer en betere horeca) maken het vestigingsklimaat van de gemeente Eindhoven voor de creatieve klasse aantrekkelijker. Daarnaast draagt ook Strijp S met zijn kantoor- en restauratieve voorzieningen en zijn woningbouwprogrammering bij aan het ruimtelijke vestigingsklimaat voor de creatieve klasse. Terwijl Eindhoven voor alle Eindhovenaren passende woningen wil, wordt met omliggende gemeenten gesproken over het opvangen van een belangrijk deel van de regionale goedkope huurwoningbehoefte op hun grondgebied. Binnen Eindhoven, dat ten opzichte van de buurgemeenten veel sociale huurwoningen heeft, zouden dan meer duurdere koopwoningen kunnen worden gerealiseerd. Wanneer deze afspraken overeind blijven zal Eindhoven een aantrekkelijker woonklimaat voor de creatieve klasse krijgen.

Als de huidige situatie en gebiedsontwikkelings- en bouwprogramma's voor de komende 5 jaar in het analysekader worden ingevoerd ontstaat het volgende beeld.



Figuur: CreRadar Eindhoven

Uit het diagram is goed zichtbaar dat Eindhoven op geen enkele vestigingsfactor duidelijk bovengemiddeld scoort. Het hoogst wordt gescoord op de door gebiedsontwikkeling niet of nauwelijks te beïnvloeden vestigingsfactor 'nabijheid van bossen, duinen en heide'. Wat ook zichtbaar is, is dat met de nieuwe zaal van de schouwburg, het aantal theaterstoelen per hoeveelheid inwoners duidelijk hoger wordt dan het gemiddelde van de G50. Het percentage koopwoningen wordt iets hoger dan het gemiddelde van de G50. Het aantal restaurants per hoeveelheid inwoners ligt in de huidige situatie beneden het gemiddelde van de G50 en iets verder af. Omdat voor de creatieve klasse belangrijke vestigingsfactoren als theatervoorzieningen en het percentage koopwoningen duidelijk toenemen, kan, met de verbeteringsplannen voor het stadscentrum in gedachte, gesteld worden dat op basis van de theorie het vestigingsklimaat voor de creatieve klasse van de gemeente Eindhoven de komende 5 jaar verbeterd.

Aandachtspunten gemeente Eindhoven bij de programmering van gebiedsontwikkeling

Voor de programmering van nieuwe gebiedsontwikkelingsprojecten zijn er – wil men de vestiging van de creatieve klasse (verder) stimuleren – volgens de theorie de volgende aandachtspunten aan te duiden:

- Probeer in overleg met de provincie en omliggende gemeenten te bekijken of en waar recreatieve functies gerealiseerd zouden kunnen worden (te meer omdat uit studies blijkt dat bij technisch creatievelingen de vestigingswensen eerder naar groen en recreatie dan naar cultuur neigen);
- Houd vast aan de doelstelling met betrekking tot de te realiseren voorraad koopwoningen. Houd de afspraken met buurgemeenten met betrekking tot het realiseren van sociale huurwoningen op hun grondgebied overeind;
- Ga door met het zoveel mogelijk betrekken van industrieel erfgoed in nieuwe gebiedsontwikkeling en geef deze een functie het programma van de gebiedsontwikkeling verstrekt (bijvoorbeeld een horecavoorziening zoals bij het oude ketelhuis in Strijp S is gebeurd, atelierruimte, tentoonstellingsruimte);
- Probeer bij de geplande verbeteringen van het centrumgebied een aantrekkelijk klimaat, bijvoorbeeld in een deelgebied, voor restaurants te realiseren.

Tilburg

De wethouder in een interview met de lokale media:

Werkgelegenheidsbelang in creatieve sector

Creatieve bedrijvigheid is de motor voor economische groei

Creatieve bedrijven kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan de versterking van de Tilburgse economische structuur en het gemeentelijk innovatieklimaat. Dat is de conclusie van de door het College vastgestelde pleitnota CreaTief in Tilburg. De gemeente Tilburg wil meer en gestructureerd aandacht besteden aan de creatieve industrie. Daarbij zal de gemeente Tilburg de rol nemen van aanjager, stimulator en ondersteuner in het realiseren van initiatieven en ideeën vanuit de bedrijven.

Wethouder Janssen: "Tilburg heeft al een stevig creatief fundament. Denk daarbij aan het Veemarktkwartier, dat steeds meer uitgroeit tot het culturele centrum van Tilburg. Creatieve bedrijvigheid inzetten als motor voor economische groei zien wij als een opgelegde kans."

Tot de creatieve bedrijvigheid wordt in Tilburg o.a gerekend: architectuur, beeldende kunst, schrijven en uitgeven, film en video, software ontwikkeling, muziek, TV en radio, podiumkunsten, reclame en vormgeving. 1100 bedrijven in deze sector vertegenwoordigen 9 % van werkgelegenheid in Tilburg.

Algemeen ruimtelijk economisch beleid Tilburg

Verschillende beleidsdocumenten beschrijven ruimtelijk-economisch-culturele aspecten die verband houden met de vestigingsfactoren van de creatieve klasse. In de gemeente Tilburg zijn dit naast het coalitieprogramma, het algemeen beleidsplan 2005-2009.

Het coalitieprogramma

Het coalitieprogramma van de gemeente Tilburg heet Algemeen Beleidsplan 2006-2010, heeft als thema 'Actief, Buurtgericht, Creatief' en is opgebouwd langs de pijlers Modern bestuur, Maatschappij, Economie en Arbeidsmarktbeleid, Fysiek en Algemeen financieel beleid. De pijler 'Maatschappij' heeft aandacht voor cultuur. Hier wordt onder andere de ambitie voor het verder versterken en vernieuwen van de cultuursector genoemd. Laagdrempelige voorzieningen voor alle Tilburgers staat hierbij centraal. Daarnaast wil men een hogere bezetting van de concertzaal, het stimuleren van beginnende (amateur) kunstenaars en een cultuurpodium bij het nieuwe NS station in de nieuwbouwwijk Reeshof. De pijler 'Economie en Arbeidsmarktbeleid' begint met de volgende introductie:

"We willen versterking van kansrijke sectoren en een gedifferentieerde economische opbouw. De economische positionering van onze stad vraagt meer aandacht en focus. Dat wordt de opgave de komende periode, waarbij we hopen op een gunstiger economisch klimaat. De creatieve bedrijvigheid wordt een belangrijke spelbepaler van de Tilburgse identiteit"

Gesteld mag daarom worden dat creatieve bedrijvigheid een belangrijke plaats heeft in het economische beleid. Huisvesting van startende creatieve ondernemers, versterking van het luchtvaartcluster (Maintenance Valley) dat is gelieerd aan de luchtmachtbasis Gilze en Rijen, het versterken van medische kennis waarbij de twee bestaande ziekenhuislocaties de spil worden in de ontwikkeling van topzorg gebiedsontwikkelingen staat hierbij centraal. Doel hierbij is investeringen in deze sector te stimuleren en extra bedrijvigheid aan te trekken.

Voor de te herontwikkelen Spoorzone wordt in het beleidsplan de zakelijke dienstverlening (juristen, fiscalisten, economen) als motor genoemd. Deze zijn in Tilburg met haar Universiteit goed vertegenwoordigd (red.). Daarnaast is de ambitie geformuleerd om dit voor de Spoorzone te benutten voor incubatorprogramma's.

Opmerkelijk is dat in het hoofdstuk 'Pijler Economie en arbeidsmarktbeleid' recreatie en toerisme een duidelijke plaats hebben. Dit is als volgt omschreven:

"Wij zien Tilburg als het hart van een afwisselende toeristische regio. Natuurparken, bos- en heidelandschap en attractieparken completeren Tilburg als centrumgemeente met aantrekkelijke musea, galerieën, horeca, evenementen en markten. Maar verbeteringen in het centrum en de Reeshof zijn altijd welkom. Het toeristisch programma wordt met kracht doorgezet. Kern van de aanpak is de herkenbaarheid van de regio Tilburg als toeristisch verblijfsgebied te versterken en daarmee investeringen in de regio te bevorderen."

De peiler 'Fysiek' beschrijft een woningbouwopgave van 7000 nieuwe woningen waarvan 1400 in de sociale huursector en 600 woningen voor starters. Met deze woningen wil de gemeente Tilburg onder andere afgestudeerde studenten (deel van de creatieve klasse red.) behouden.

Het beleidskader 2005-2009

Het beleidskader 2005-2009 geeft een overzicht van de hoofdlijnen van het Tilburgse beleid voor de komende jaren. Voor alle beleidsvelden is aangegeven wat Tilburg wil bereiken (doel) en wat Tilburg daarvoor doet (aanpak en meest in het oog lopende prestaties). Het beleidskader heeft een perspectief van 5 jaar en is daarmee het meerjaren ontwikkelingsprogramma van de gemeente. Het beleidskader is opgebouwd uit 10 thema's. Het eerste thema is 'Cultuur'. Hierbij worden de volgende doelen en aanpak in het beleidsplan geformuleerd:

Culturele doelen in het beleidskader:

- Vergroten van het gebruik van Tilburgse cultuurvoorzieningen;
- Vergroten van cultuurparticipatie;
- Vergroten van de participatie van kinderen aan cultuur-educatieve projecten.

Aanpak om de culturele doelen van het beleidskader te bereiken

Om alle burgers ontplooiings- en ontmoetingsmogelijkheden te bieden, wil Tilburg zorgen voor een kwalitatief goed en gedifferentieerd aanbod van cultuurvoorzieningen. De stad heeft een aantal belangrijke infrastructurele projecten op de rol staan: de 2^e fase van het Kunstcluster waardoor alle kunstopleidingen een plek krijgen in de binnenstad, de nieuwbouw van de Tilburgse Dans- en Muziekschool (inmiddels onder de naam Factorium) en het project Museum in Bedrijf van het Nederlands Textielmuseum. In de periode 2005-2009 komt ook de culturele invulling van de Spoorzone in beeld. Gedacht wordt aan onder meer een nieuw museumconcept. Ondanks toename en verdere kwaliteitsverbetering van het aanbod, blijft cultuurparticipatie in zijn algemeenheid een belangrijk aandachtspunt. Meer in het bijzonder blijft in de komende periode cultuureducatie een belangrijk middel om de cultuurparticipatie door de jeugd te bevorderen en een toekomstig publiek voor cultuur te vormen. Om het jong talent van de vijf kunstvakopleidingen voor de stad te behouden is het nodig culturele broedplaatsen in de vorm van werkplaatsen en repetitieruimten te realiseren. Deze broedplaatsen moeten jonge kunstenaars de mogelijkheid bieden zich verder te ontwikkelen. Vanuit de broedplaatsen moet een stimulans uitgaan om actief mee te doen of om te gaan kijken, waarmee de cultuurparticipatie vergroot. Tevens wordt hierdoor het productieklimaat versterkt met een innovatief aanbod. In dit verband wordt de mogelijkheid onderzocht om in het Veemarktkwartier een centrum voor beeldcultuur en kunst (CO4) evenals een bedrijfsverzamelgebouw voor muziek (New Metropole) te vestigen. Ook in de eerder genoemde Spoorzone kunnen dergelijke culturele broedplaatsen komen. Om in de komende jaren de vernieuwing in het Tilburgse culturele aanbod te ondersteunen zal een Bestemmingsreserve Culturele Vernieuwing ingesteld worden. Deze BCV zal een belangrijke aanjaagfunctie vervullen bij vernieuwing en verandering van organisatie en aanbod in het culturele veld, waarbij gezocht zal worden naar verbindingen in de stad tussen cultuur en economie, cultuur en onderwijs, jeugd, de kunstvakopleidingen en de genoemde broedplaatsen voor jonge kunstenaars.

Deze bestemmingsreserve wordt voornamelijk gevoed door middelen die voorheen naar de Tilburgse Kunststichting vloeiden.

Het cultuuraanbod in Tilburg is van een zodanige kwaliteit en op onderdelen dusdanig onderscheidend (o.a. 013, De Pont, Nederlands Textielmuseum) dat hiervan in de nationale stadspromotie nadrukkelijk gebruik gemaakt zal worden. De cultuurvoorzieningen leveren bovendien een bijdrage aan de fysieke kwaliteit van de stad.

Doelen in het beleidsplan

Meest in het oog springende prestatie 2005-2009 in het beleidsplan is de realisering van culturele broedplaatsen. Doelen in het beleidskader ten aanzien van economie zijn: toename werkgelegenheid, toename van de economische kracht en de verbetering van het ondernemingsklimaat.

Vanuit economie wordt aansluiting gezocht bij stedelijke speerpunten als de Spoorzone.

Aanpak om economische doelstellingen in het beleidsplan te bereiken

Tilburg wil een innovatieve, duurzame en gedifferentieerde economische structuur. Meer differentiatie vermindert de kwetsbaarheid bij conjunctuurschommelingen. De inzet richt zich op verbetering van de (fysieke) bedrijfsomgeving, de bevordering van samenwerking en innovatie binnen en tussen sectoren en het aantrekken van nieuwe bedrijvigheid.

Promotie en acquisitie (citymarketing.)

Tilburg zet in op gerichte promotie en acquisitie. Doelgroepen worden bepaald door middel van analyse van ontbrekende en op basis van vestigingsklimaat kansrijke schakels in sectoren als gezondheidszorg, logistiek en zakelijke dienstverlening.

Bedrijventerreinen, parkmanagement en economische bereikbaarheid

Tilburg ontwikkelt de komende jaren 100 ha nieuwe bedrijventerreinen. De revitalisering van de drie "TOP-terreinen" Kraaiven, Loven en Kanaalzone krijgt een vervolg. De aandacht gaat voornamelijk uit naar herontwikkeling van verouderd bedrijfsmatig vastgoed en intensief ruimtegebruik. Ook de herontwikkeling van binnenstedelijke bedrijventerreinen blijft onverminderd een opgave.

Om de bereikbaarheid van de bedrijventerreinen Vossenbergh en Kraaiven te waarborgen moet de Noordwesttangent worden aangelegd, in combinatie met het verder ontwikkelen van multi-modaal goederenvervoer over water (Wilhelminakanaal) en eventueel het spoor. Verbreding van het Wilhelminakanaal blijft dringend noodzakelijk.

Kantoren en voorzieningen

De ontwikkeling van nieuwe kantoorlocaties voor de (zakelijke) dienstensector wordt voortgezet.. Zo wil Tilburg gezichtsbepalende projecten als Spoorzone en Kempenbaan verder ontwikkelen. Om eenige zekerheid te hebben wil Tilburg zich met name op minder conjunctuurgevoelige partijen als verzekeraars, financiële en overheidsinstellingen richten. Daarnaast wordt het nieuwe horecabeleid uitgevoerd.

Toerisme en recreatie

Samen met haar partners wil Tilburg middels een actieprogramma verschillende evenementen, attractieparken en accommodaties op elkaar afstemmen, een regionale agenda opstellen en nieuwe arrangementen ontwikkelen. In welke mate dit de recreatiemogelijkheden voor Tilburgers versterkt is nog niet duidelijk.

Concrete acties

Bij het uitvoeren van de plannen kan wordt door de gemeente Tilburg gedacht aan het beschikbaar maken van fysieke plekken, het versterken van de banden tussen opleidingsinstellingen en de cultuurindustrie of het promoten van de bedrijfssector. Ook wil Tilburg nog meer op de kaart komen te staan als creatieve stad en wil zij voorwaarden scheppen om bedrijven met elkaars creatieve oplossingen

in contact te brengen. Tilburg zet dus City- en lokatiemarketing in om haar doelstellingen te bereiken. Dit zal ook de insteek zijn van een manifestatie die later dit jaar in Tilburg wordt georganiseerd. Daarin staan creatieve oplossingen voor bedrijfsmatige problemen centraal.

Hoewel bovenstaand beleid kaders aangeeft beginnen in de gemeente Tilburg gebiedsontwikkelingen in vaak met gezond verstand en intuïtie van bepaalde personen. Het organiserend vermogen dat ervoor nodig is te ideeën uit te werken ligt soms bij de gemeente en soms bij ondernemers. Organiserend vermogen heeft een belangrijke rol gespeeld bij met name de tot standkoming van het Veemarktkwartier. In dit geval was het een ondernemer die met het idee ontwikkelde en aan de gemeente voorlegde. Omdat het past binnen ideeën die Tilburg had, was draagvlak te organiseren.

Gebiedsontwikkelingen in de gemeente Tilburg

In Tilburg zijn verschillende gebiedsontwikkelingen aan de orde. De belangrijkste gebiedsontwikkelingsopgaven in het kader van studie worden hieronder nader toegelicht.

Pieter Vreedeplein

Het Pieter Vreedeplein ligt in het hart van de Tilburgse binnenstad. Wie de binnenstad bezoekt, komt straks als vanzelf op het Pieter Vreedeplein. Want het wordt een aantrekkelijk onderdeel van logische winkelroutes. Met directe aansluiting op de hoofdwinkelstraat, de Heuvelstraat. En dicht bij de horeca van de Korte Heuvel en het Piusplein.

Het gebied wordt van een parkeervoorziening op maaiveld met weinig aantrekkelijke bebouwing eromheen, getransformeerd tot een nieuw stadsplein met een groen en intiem karakter waar doorlopend van alles te beleven is. Wonen, uitgebreid winkelen en uitgaan in het café van het Family Entertainment Center gaat tot de mogelijkheden behoren. Een bioscoop en een terras zorgen voor extra levendigheid op het plein. Het wordt een plein met een hoge verblijfskwaliteit dankzij de inrichting van het plein en het aanbod van winkels en voorzieningen in de omliggende gebouwen. Door de combinatie van woningen, winkels en mogelijkheden voor ontspanning en uitgaan, krijgt het plein op ieder moment van de dag en de avond een andere uitstraling en biedt voor elk wat wils.

Veemarktkwartier

Creatief ondernemerschap, innovatie en bedrijvigheid staan centraal in het Veemarktkwartier. Kunst en cultuur zijn hierbij het middelpunt. Naast de creatieve bedrijvigheid is het een wijk waar wonen, entertainment en uitgaan samenwerken en samengaan.

In het Veemarktkwartier bevinden zich onder andere Popcentrum 013, Cast, Carré, Pleinkantoor de Werkvorm, Villamedia, V39, Villa Musica, Zaal 16; bedrijven en organisaties die samen met anderen vernieuwende producten ontwikkelen op het gebied van nieuwe media, muziek, kunsten, informatie en communicatie. Het Veemarktkwartier wordt aan de ene kant omgeven door de moderne kantoortoren van Interpolis, Villamedia en de ateliers van Carré, aan de andere kant de Heuvel, de winkelstraten en de cafés. Van oudsher is het Veemarktkwartier ook een woonwijk. Een sfeervolle buurt met fraaie vooroorlogse panden.

Het uitgangspunt voor het Veemarktkwartier luidt: kunst en cultuur als motor voor economische ontwikkeling. Of het nou gaat om popmuziek, design, nieuwe media, architectuur, dans of (animatie)film; op dit vlak gebeurt veel in Tilburg. Voor een deel is dat te danken aan het gevarieerd kunstonderwijs dat de stad rijk is, zoals Het Brabants Conservatorium, de Rock Academie, de Hogeschool Journalistiek, de Dansacademie Brabant en de Academie voor Beeldende Vorming. Jonge mensen uit deze hoek starten allerlei projecten en bedrijven. Voor deze 'culturele' bedrijvigheid is het Veemarktkwartier het podium. De wijk is letterlijk en figuurlijk een ontmoetingsplaats; een platform waar mensen en ideeën elkaar tegenkomen. Niet alleen fysiek maar ook virtueel. Uit ontmoetingen ontstaan weer nieuwe plannen en projecten. Precies wat wordt bedoeld met 'kunst en cultuur als motor van de economie'. Het is een vorm van moderne industrie waar Tilburg zich mee wil onderscheiden. Kunst en cultuur wordt gezien als een

sector die niet zonder subsidie kan, maar Tilburg bewijst het tegenovergestelde. De vindbaarheid van de 'ondernemers' in de sector biedt volgens de gemeente juist kansen voor moderne economische initiatieven en samenwerkingsverbanden. Zo komen er bijvoorbeeld meer galeries, ateliers, cybershops en winkels (variërend van muziekinstrumenten tot videogames).

Met de realisatie van Plan Veemarkt moet het cultureel/economisch profiel van het Veemarktkwartier volwassen worden. De voorbereidingen zijn gestart om het tweede gedeelte van de Veemarktstraat te ontwikkelen. Initiatiefnemers hiervoor zijn vooral in het gebied gevestigde creatieve ondernemers.

Spoorzone

Het project Spoorzone gaat over de ontwikkeling en gedeeltelijke herontwikkeling van een hoogwaardig centrumstedelijk gebied midden in de stad en grenzend aan spoor en station.

In totaal gaat het om een programma met ca. 2.200 woningen, 160.000 m² kantoren en 70.000 m² voorzieningen (onderwijs, cultuur, congresaccommodatie, enz.).

Aan de Spoorzone moet hiermee een geheel nieuw zakencentrum ontstaan. Deels pal naast de binnenstad en vlak bij het station.



Figuur: Een klein deel van de Spoorzone met daarin het 'herkenbare station' met Kroepoekdak

Met name dienstverlenende bedrijven zouden zich hier moeten vestigen. Het gaat wel om meer dan kantoorruimte alleen. Aan een levendige boulevard ontstaat een mix van wonen, winkels, horeca, kantoor- en congresruimten en onderwijs. Het gebied is optimaal bereikbaar, met alle voorzieningen in de binnenstad om de hoek. Een directe verbinding met het Pieter Vreedeplein zorgt voor een aansluiting met een modern winkelaanbod en vrijetijdsfuncties. Om dit alles te bereiken heeft Rijksbouwmeester Jo Coenen, in opdracht van de gemeente, een ontwikkelingsvisie opgesteld. Deze visie moet worden beschouwd als een richting, een mogelijkheid. Het is een vertaling van een aantal wensen en doelstellingen die Tilburg ten aanzien van het gebied heeft. De gemeente ziet de visie als een goede leidraad voor de verdere planontwikkeling binnen dit gebied.

Als het NS-werkplaatsterrein vrijkomt ontstaat er een groot gebied om in ontwikkeling te nemen. In dit gebied bevindt zich industrieel erfgoed in de vorm van onder andere de grote NS werkplaatsloodsen. Met het gebied is veel mogelijk. De invulling ervan is nog niet concreet, maar gedacht wordt aan kantoren, in combinatie met woningbouw en congrescentrum. Ook de bouw van een multifunctioneel wijkcentrum behoort daar tot de mogelijkheden. Komen de terreinen vrij dan ontstaat er een vanzelfsprekende route tussen de Heuvel en het NS-plein.

Samengevat houden de ambities voor de Spoorzone het volgende in:

- een hoogwaardig knooppunt voor openbaar vervoer;
- stedelijke voorzieningen;
- kantoren en bedrijven voor zakelijke dienstverlening, hotel en congres-vergaderfaciliteiten;
- een centrum-stedelijk woonmilieu;
- groenvoorzieningen;
- goed ruime parkeervoorzieningen;
- wijkvoorzieningen voor de aangrenzende wijken;

- ondersteunende detailhandel en dienstverlening;
- goede hoogwaardige verbindingen tussen de wijken;
- een stadsboulevard van het station tot aan de winkelgebieden rond het Pieter Vredeplein,
- een goed sternet van fietsroutes.

Piushaven

In een regiedocument zijn de stedenbouwkundige kaders vastgelegd voor de toekomstige ontwikkelingen in het Piushavengebied. Het betreft een groot gebied met verschillende wijken en buurten met verschillende programma's en karakters. Om behapbare deelgebieden te krijgen ten behoeve van de transformatie is het gebied ingedeeld in zes deelplannen die allen hun eigen fasering kennen. Hoewel de deelplannen nog verder moeten worden uitgewerkt, kan per deelplan al wel worden aangegeven welke kaders het regiedocument voor het betreffende gebied stelt. Los van de ontwikkeling van de grotere deelplannen worden kleinere bouwplannen in het plangebied voorbereid.



Het deelplan Piushaven Noordwest

Dit deelplan is te beschouwen als stedenbouwkundig 'prototype' voor de noordoever;

Op de noordoever komt kleinschalige bebouwing en een combinatie van functies voor wonen, werken en commerciële voorzieningen.

Stadswoningen worden per pand ontwikkeld langs de haven, door het afzomen van de Lanciersstraat en de Hoogvenestraat;

Achter de stadswoningen, in de binnengebieden, bevinden zich stadsblokken;

De hoogte van alle bebouwing kan variëren van 3 tot 6 lagen en sluit goed aan op de hoogte van de bestaande bebouwing;

In het verlengde van de nieuwe brug komt een pocket park. Dit is een park of plein wat nog onderdeel is van een ontwikkelingsgebied. Het kan groen bevatten en eventueel recreatieve functies, maar ook verhard zijn met (boom)beplanting.

Aan de rand van het pocket park komt een hoogteaccent. Het pocket park is bedoeld als groene ruimte.



Deelplan Lourdesplein/Jeruzalem

De opzet van de wijken in deze gebieden wordt gekenmerkt door los van elkaar gelegen kleinschalige woonbebouwing en grootschalige bedrijfsbebouwing. De nieuwe invulling wordt gebaseerd op deze kenmerken.

Het Lourdesplein en Jeruzalem Noordwest worden beschouwd als een geheel: zij markeren de kruising van de Ringbaan Oost met het toekomstige waterpark Piushaven.

In het referentieontwerp is rekening gehouden met de bebouwing op de zuidoever en langs de Ringbaan, de gewenste parkachtige inrichting van de oever en de karakteristieke Hoeveneseweg en de naoorlogse woningbouw van Jeruzalem.

De bestaande historische bebouwing rondom de draaibrug blijft in stand. De voormalige ijzergieterij, waar nu de Jumbo is gevestigd, wordt in een pocketpark geplaatst.

Havenkwartier



Op de herontwikkelbare bedrijfskavels in het Havenkwartier worden stadswoningen aan het water gebouwd.

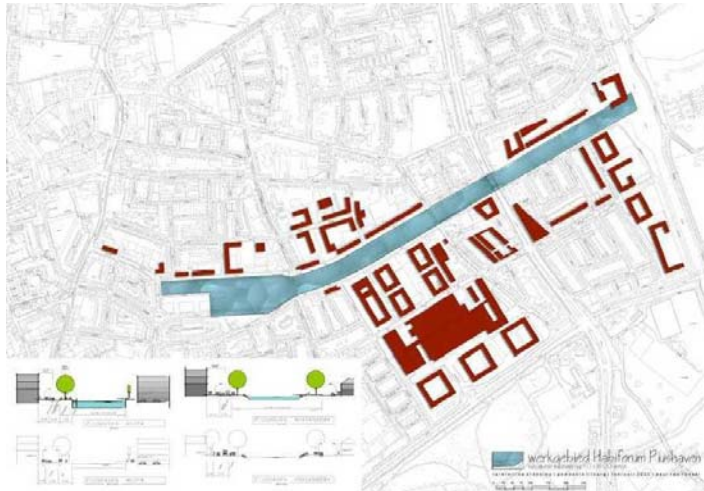
Om de gewenste menging van stadswoningen en stadsblokken te krijgen wordt in het referentieontwerp een stadsblok voorgesteld aan de Schoenerstraat naast basisschool Panta Rhei, direct aan de haven.

In het referentieontwerp wordt de omgeving van basisschool Panta Rhei omgevormd in een kleine schoolcampus. Deze dient als buitenruimte voor de schoolkinderen en is semi-openbaar. Dit idee is alleen maar realiseerbaar in samenwerking met de naastliggende functies.

Voor het gebouw aan Piushaven 17, op de hoek van de Schoenerstraat, is een ontwerp gemaakt voor de renovatie van het bestaande gebouw om er een horecaontwikkeling mogelijk te maken en nieuwbouw

van gestapelde appartementen. Een art. 19 WRO procedure ter verkrijging van een bouwvergunning is begin 2005 opgestart.

Er wordt gewerkt aan een (besloten) prijsvraag voor bebouwing van het braakliggend terrein aan de Koopvaardijstraat.



Deelplan Piushavenoevers

De oevers van de Piushaven worden ondergebracht in een proeftuin. In deze proeftuin moet worden geleerd van de praktijk: hoe kan er zo creatief en effectief mogelijk worden omgegaan met ruimte? Habiforum bekijkt hoe alle wensen met betrekking tot bijvoorbeeld de kade, de haven, schepen, het uitzicht, recreatie, duurzaamheid, openbare ruimte en bestaande elementen die behouden moeten blijven, passen in een ruimtelijk ontwerp voor de oevers. Vervolgens wordt er een ontwerpvoorstel aan de regiegroep gepresenteerd. Inmiddels is er een programma van eisen voor de oevers opgesteld, dat is gepresenteerd tijdens een inloopavond op 14 februari 2006. Na bespreking in de regiegroep is het programma op 22 maart door het planteam officieel overhandigd aan wethouder Els Aarts.

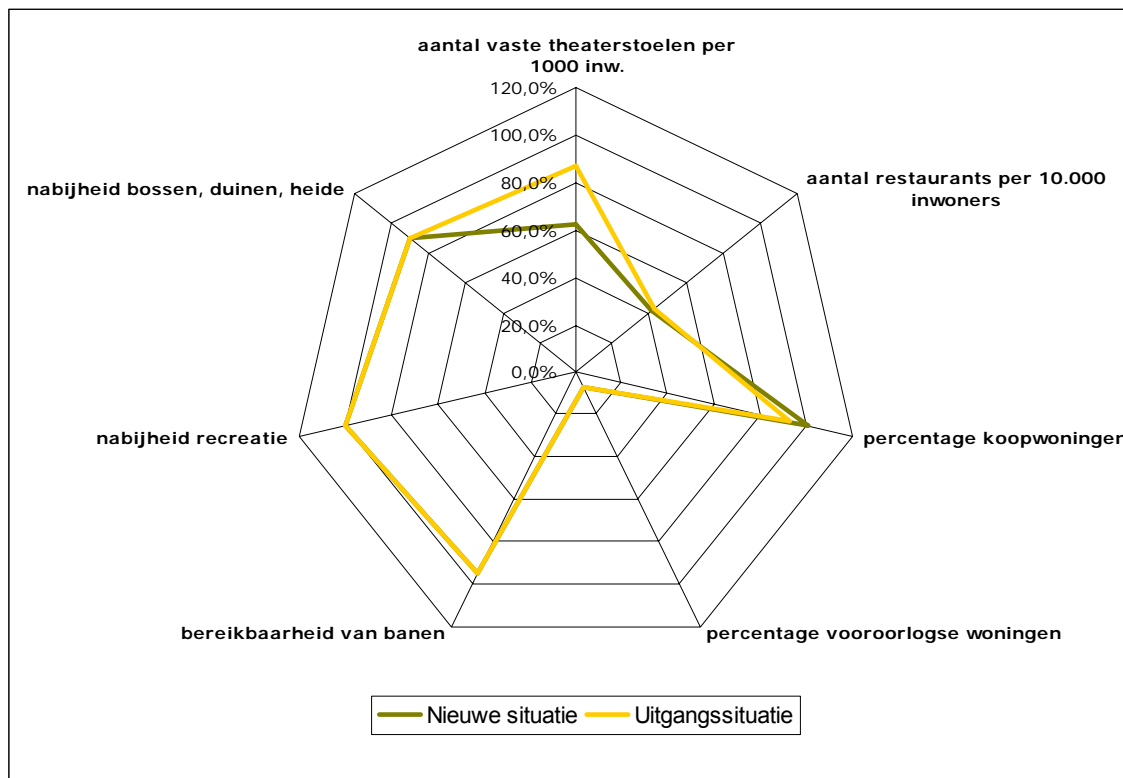
Confrontatie beleid en gebiedsontwikkelingen Tilburg door middel van theorie en analysekader

Het begrip 'creatieve klasse' is volgens de directeur gebiedsontwikkeling de heer ir. A. Van Grinsven in Tilburg geïmporteerd door de nieuwe burgemeester Vreeman, maar maakt nog geen deel uit van beleid. Het begrip is wel indirect opgenomen. Waar het gaat om het behouden of aantrekken van de creatieve klasse worden het Veemarktkwartier en de te herontwikkelen en nog te programmeren Spoorzone genoemd. Hier wordt behalve aan dure koopwoningen ook aan starterswoningen gedacht met als doel afgestudeerden voor Tilburg te behouden. De definitieve programmering van de Spoorzone ligt nog niet vast. Deze is volgens de heer Van Grinsven mede afhankelijk van het succes van het Veemarktkwartier. Tilburg heeft het aantrekken van werkgelegenheid in het algemeen en creatieve bedrijvigheid in het bijzonder als belangrijke beleidsdoelstellingen geformuleerd. Het Tilburgse beleid richt zich dus eerder op het realiseren en faciliteren van de groei van creatieve bedrijvigheid dan op het creëren van de vestigingsvoorwaarden van de creatieve klasse. Het woonbeleid en daarmee de programmering van gebiedsontwikkelingen waar woningbouw aan de orde is, is bijvoorbeeld eerder vraaggericht op basis van de zittende bevolking dan op het creëren van woningen die beantwoorden aan de vraag van de creatieve klasse. Hoewel moet worden gezegd dat hier wel aandacht voor is.

Tilburg kiest voor het aantrekken van creatieve bedrijvigheid zonder daarbij de vestigingsfactoren van de creatieve werknemers, de creatieve klasse, daar intensief bij te betrekken. Volgens de theorie (zoals in het hoofdstuk 3 van deze studie omschreven) volgt creatieve werkgelegenheid de creatieve werknemer. Als de creatieve klasse zich vestigt, zou creatieve bedrijvigheid vanzelf volgen. Volgens de theorie kiest

Tilburg dus niet de meest optimale strategie om de beleidsdoelstelling van het laten groeien van creatieve bedrijvigheid te stimuleren.

Als de huidige situatie in de gemeente Tilburg en gebiedsontwikkelings- en bouwprogramma's voor de komende 5 jaar in het analysekader worden ingevoerd ontstaat het volgende beeld:



Figuur: CreRadar Tilburg

Het diagram laat zien dat de gemeente Tilburg van alle vestigingsfactoren het hoogste scoort op de vestigingsfactor 'percentage koopwoningen'. Deze factor wordt na de realisatie van de gebiedsontwikkelingen sterker en komt dan net boven het gemiddelde van de G50 uit. Het aantal theaterstoelen, dat in de huidige situatie al lager ligt dan het gemiddelde van de G50 per hoeveelheid inwoners, is verder gedaald. Voor deze Tilburg zou op basis van dit beeld geconcludeerd kunnen worden dat wanneer men het vestigingsklimaat voor de creatieve klasse wil versterken en er sprake is van het programmeren van nieuwe gebiedsontwikkelingen, het realiseren van meer theaterstoelen een aandachtspunt kan zijn. In Tilburg is echter sprake van een groot regionaal poppodium (013) dat in het analysekader niet is meegenomen, maar wel een bijdrage levert aan het vestigingsklimaat van de creatieve klasse. Dan zijn er natuurlijk ook nog vestigingsfactoren (als de nabijheid van natuur en recreatie) die minder goed of geheel niet door middel gebiedsontwikkeling door een gemeente te beïnvloeden zijn. Op basis van het analysekader is zichtbaar dat de gemeente op deze punten net benedengemiddeld scoort.

Aandachtspunten gemeente Tilburg bij de programmering van gebiedsontwikkeling

Voor de programmering van nieuwe gebiedsontwikkelingsprojecten zijn er – wil men de vestiging van de creatieve klasse (verder) stimuleren – volgens de theorie de volgende aandachtspunten aan te duiden:

- Het Tilburgse beleid heeft veel aandacht voor creatieve bedrijvigheid. Probeer niet alleen een aantrekkelijk vestigingsklimaat voor creatieve bedrijvigheid te realiseren maar ook voor de creatieve werknemer.
- Probeer meer horecavoorzieningen te programmeren en maak daarnaast het klimaat in Tilburg aantrekkelijker voor horecaondernemers door middel van bijvoorbeeld aanpassing van het horecabeleid;
- Probeer (nog meer) woningen te realiseren die beantwoorden aan de vraag van de creatieve klasse;
- Probeer zoveel mogelijk industrieel erfgoed (voormalige textiel fabrieken) en historische bebouwing te behouden. Integreer deze in eventueel nieuwe gebiedsontwikkeling met 'trekkende' functies en zorg ervoor dat zij prominent aanwezig zijn;
- Probeer te bekijken of een klein theater dat aanvullend is op de bestaande theatervoorzieningen in het gebied kan worden opgenomen. Wanneer dit in historische bebouwing als een lege oude fabrieksruimte kan worden opgenomen kunnen 2 vliegen in één klap worden geslagen;
- Wend organiserend vermogen en city- en locatiemarkting aan om niet alleen de culturele subgroep van de creatieve klasse aan te trekken, maar benut de vestigingsfactoren van de technische subgroep: de gunstige ligging van Tilburg ten opzichte van natuur en recreatie.

Delft

Algemeen ruimtelijk economisch beleid Delft

Verschillende beleidsdocumenten beschrijven ruimtelijk-economisch-culturele aspecten die verband houden met de vestigingsfactoren van de creatieve klasse. Belangrijke beleidsdocumenten met betrekking tot ruimtelijk economische culturele aspecten zijn in de gemeente Delft: Het coalitieakkoord en het Delftse Ontwikkelingsprogramma (2)

Coalitieakkoord 2006-2010

In het coalitieakkoord van de gemeente Delft worden ambities geformuleerd ten aanzien van de groei van de economie in het algemeen en die van de kenniseconomie in het bijzonder. Creatieve bedrijvigheid krijgt hierbij extra aandacht: 'de gemeente stimuleert ook kennisnetwerken en de creatieve sector en daarmee de start van nieuwe creatieve bedrijven'.

Wonen

Het college van de gemeente Delft signaleert in het coalitieakkoord dat haar woningmarkt knelt in kwantitatieve maar ook in kwalitatieve zin. Daarom willen zij een woningvoorraad ontwikkelen die zo goed mogelijk past. Ook bij de toekomstige bevolking. Projecten voor nieuwbouw en herstructurering volgen (conform de in hoofdstuk 3 van deze studie beschreven theorie) vanuit een visie op de stad en wijken zo valt in het coalitieakkoord te lezen. Daarnaast wil de coalitie het realiseren van studentenhuisvesting stimuleren.

Kennis en economie

Het college wil initiatieven in de kenniseconomie ruimte geven. Hierbij wil technostartes en de creatieve industrie actief ondersteunen. De gemeente stimuleert ook kennisnetwerken en de creatieve sector en daarmee de start van nieuwe creatieve bedrijven. Met accountmanagement stimuleert gemeente bedrijven, organisaties en instellingen – nationaal en internationaal – stimuleren zich in Delft te vestigen. Aan de hand van haar Economische Agenda zet Delft, samen organisaties als VNO/NCW, MKB Delft en de Kamer van koophandel, meer in op strategische samenwerking en lobby (waaronder citmarketing red). De gemeente Delft wil graag afgestudeerden van de TU aan de stad binden. Daarnaast laten economische studies zien dat er over ongeveer 2 a 3 jaar een tekort ontstaat van toptalent (afgestudeerde hoogopgeleiden). Het aantrekken van toptalent uit China en India is hiermee een aandachtspunt geworden.

Cultuur en binnenstad

De coalitie is van mening dat de Delftse culturele 'infrastructuur' structureel sterker moet worden. Zij wil daarom meer ruimte voor jongerencultuur, het bevorderen van de laagdrempeligheid van culturele instellingen en het door middel van het aanboren van fondsen ondersteunen van de culturele sector. Initiatieven uit de stad die de culturele of toeristische infrastructuur versterken, zoals een designcentrum, een watercentrum, een congreshotel, een budgethotel, een discotheek en een centrum voor politiek debat, worden door de gemeente gefaciliteerd.

Om Delft als architectuurstad op de kaart te zetten, wil de coalitiemeer aandacht voor aansprekende en experimentele architectuur. De coalitie wil het culturele aanbod versterken. De doelstelling is niet alleen meer bezoekers naar de stad te halen, ook het culturele aanbod voor de Delftse burgers kan groter, onder meer met ruimte voor wereldkunst. De gemeente blijft amateurkunst (projectmatig) ondersteunen, waarbij ze de samenwerking bevordert. De gemeente wil het bestaande evenementenaanbod uitbreiden en beter spreiden over het jaar. Een voorbeeld is een multicultureel festival als uitbreiding van het bestaande aanbod.

Cultuur wordt het stadsthema in 2008 of 2009. De gemeente werkt dit thema uit om de culturele participatie in de stad te stimuleren, waarbij ook nieuwe vormen van cultuur ruimte krijgen. Delft breidt het culturele aanbod van de Delftpas uit om een bredere kennismaking van jongeren met cultuur en culturele

verenigingen te bevorderen. Het college wil de mogelijkheden voor live optredens in horecagelegenheden verruimen van 8 naar 12 keer per jaar.

Er komt een onderzoek naar de behoefte aan podia en zalen. Hierbij betreft de gemeente het gehele beschikbare aanbod in de stad en de behoeftes van groepen die minder dan gemiddeld deelnemen aan culturele activiteiten. ``Delft is geen stad´ maar een gebied dat functioneert in een netwerkstad`` zo zegt de heer drs. W. Eijkelenburg, senior beleidsadviseur Cultuur, kennis en economie van de gemeente Delft. Dit vormt de basis van de visie op de stad in het algemeen en de programmering van gebiedsontwikkelingen in het bijzonder. Dit betekent bijvoorbeeld dat er eerst binnen het stadsgewest Haaglanden (o.a. Den Haag, Zoetermeer, Delft, Pijnacker-Noordorp) ruimtelijke visies op hoofdlijnen worden ontwikkeld op basis van economische autonome ontwikkelingen en de potenties van een gebied. Zo is er voor gekozen om leisure functies in Zoetermeer te ontwikkelen en high tech bedrijvigheid in Delft waar zich de Technische Universiteit bevindt. Professionele Theatervoorzieningen zijn in Rotterdam en Den Haag in voldoende aanwezig. De gemeente Delft heeft zal daarom niet gauw meer theatervoorzieningen realiseren volgens de heer Eijkelenburg.

Toerisme en recreatie

De Bieslandse Bovenpolder en de Delftse Hout verdienen volgens het College nieuwe aandacht als recreatiegebied. Zij zullen niet meewerken aan verdere bebouwing, na de nieuwbouw van Ikea en de afgesproken uitbreiding van de camping. De gemeente evalueert de huidige inrichting en komt zo nodig tot herinrichting, waarbij behoud van natuurwaarden voorop staat. Hierbij zal tevens aandacht zijn voor beheer.

Delft en de creatieve klasse

Binnen de afdeling Cultuur, kennis en economie is het begrip creatieve klasse op dit moment onderwerp van bespreking. Het gaat hierbij met name om het ontwikkelen van een beleidsrelevante definitie. De definitie van Florida is voor de gemeente te breed om beleid op te baseren. De heer Eijkelenburg gelooft er niet in dat met het creëren van vestigingsfactoren van de creatieve klasse de economie echt gestimuleerd kan worden. Dit is volgens hem niet alleen het uitgangspunt van ´zijn´ afdeling maar ook die van de afdelingen. Volgens hem is het vooral een kwestie van vraag en aanbod. Als er geen vraag is naar een bepaald programma, is het volgens hem weinig zinvol om gebiedsontwikkelingen met deze programma´s te programmeren. Er wordt pas bijgestuurd als er tekorten van een bepaald dreigen die zich niet vanzelf oplossen. De autonome economische groeikracht van Delft is groot volgens de heer Eijkelenburg. Vestigingsfactoren van de creatieve klasse zijn volgens hem horeca, uitgaansdynamiek en verouderde industriële complexen. In deze laatste zouden startende creatievelingen een aantrekkelijke bedrijfsruimte of atelier kunnen maken. Buiten de scope van dit onderzoek vallend omdat het niet direct met de programmering van gebiedsontwikkeling te maken heeft, maar wel zo bijzonder om op te nemen in deze studie is de door Eijkelenburg genoemde vestigingsfactor van een ´niet doorreguleerd beleid´. Als voorbeeld noemt hij hierbij Amsterdam dat steeds minder aantrekkelijk voor wordt doordat om 1.00 s´nachts veel horeca moet sluiten.

Het Delftse Ontwikkelingsprogramma (DOP2)

Het DOP2 is een document dat is opgesteld ten behoeve van de tweede tranche van het Investeringsbudget Stedelijke Vernieuwing (ISV2). De ontwikkelingsvisie Delft 2025 en het DOP1 dienen als kader. Het DOP is hoofdzakelijk bedoeld als visiedocument en is dus geen blauwdruk voor de besteding van de ISV2 budgetten. Vragen als "Waar willen we met Delft naar toe in de komende jaren?" worden in het DOP2 behandeld. Het geeft, naast een uitwerking van de stadsvisie en actualisatie van DOP1, een overzicht van de investeringsopgave voor de komende jaren. In het DOP2 worden programma's beschreven die de gemeente de komende jaren in het kader van de stedelijke vernieuwing samen met lokale partners wil realiseren. Sterk samengevat komt de in het DOP weergegeven aanpak neer op het versterken van de aantrekkingskracht van de stad, het versterken van de woonfunctie, het

verbeteren van de leefbaarheid en veiligheid en de zorg voor de meest kwetsbaren. Het belangrijkste nieuwe aandachtspunt voor ISV2 is het programma Wonen, Zorg en Welzijn.

Waar het gaat om ruimtelijke vestigingsfactoren zoals uit de theorie uit hoofdstuk 3 naar voren zijn gekomen, zijn de hieronder omschreven onderwerpen aan de orde.

Ambities 2015

Voor 2015 heeft de gemeente Delft een aantal ambities geformuleerd. Op het gebied van economie en cultuur zijn dit:

Delft kent een complementaire positie tussen steden in de Randstad binnen het concept van de "Kennisalliantie Zuid-Holland" en de "Zuidvleugel". Via een profilering als moderne kennisstad met een gave historische kern heeft Delft een duidelijke positionering binnen het stedelijk netwerk in de regio gekregen. Delft onderscheidt zich daardoor ook ten opzichte van steden als Den Haag en Rotterdam. Delft is een goed functionerende stad met de schaalvoordelen van een middelgrote stad zonder de nadelen van een grote stad;

In 2015 is er voldoende kleinschalige bedrijvigheid in wijken en langs belangrijke stedelijke routes. De vestiging van bedrijven, die weinig of geen milieuhinder veroorzaken (categorie 1 en 2) is gestimuleerd in dynamische wijken zoals TU-noord en Westerkwartier en in Tanthof aan de rand van de wijk. Op stedelijk niveau is het aantal werkers vanuit huis toegenomen. In 2015 bestaan er voldoende werkgelegenheidsmogelijkheden voor de beroepsbevolking;

Er is zo min mogelijk sprake van 'weglek' van bewoners en/of bedrijven naar andere gebieden, omdat er in Delft een veelheid is aan moderne bedrijvigheid, goede woongelegenheid, goede voorzieningen en een goed opgeleide beroepsbevolking;

Delft is in 2015 bekend als cultuur- en historische stad en voorziet in voldoende mate in vestigingsvoorwaarden van zoveel mogelijk vormen van kunst (waar onder architectuur) en cultuur en is tevens een broedplaats voor de kunstsector;

In 2015 heeft een verdere uitbouw van de broedplaatsfunctie van Delft plaatsgevonden, gericht op nieuwe bedrijvigheid en technieken en op nieuwe woonvormen. Zo is onder meer het concept van Technopolis in relatie tot de TU en TNO verder uitgedragen. Delft is daarnaast de vindplaats van enkele unieke Nederlandse kennisclusters;

De binnenstad is levendig en bruist en is 'de huiskamer van stad en regio'. De kwaliteit van de binnenstad is op peil gebleven via een beleid dat gericht is op beheer, onderhoud en handhaving. Er is geen (noemenswaardige) leegstand in de winkels; er is veel 'te doen'. Toerisme floreert en er zijn voldoende culturele voorzieningen en activiteiten van relatief hoog niveau. Veel toeristen en kopers uit omliggende gebieden voelen zich aangetrokken door winkels en evenementen. Een versterking van de centrumfunctie heeft plaatsgevonden. Het tot woningen verbouwen van opslagruimten boven winkels heeft tenslotte bijgedragen aan de leefbaarheid en veiligheid in de binnenstad.

Ambities 2015 wonen

Op het gebied van wonen zijn voor 2015 ook ambities geformuleerd. Dit zijn:

- Verbreden van de variëteit in woningaanbod en woonmilieus, zodat er voor de Delftse bewoners meer te kiezen valt. Dit betekent het vergroten van de woningdifferentiatie in de bestaande woningvoorraad. Zo bestaat een substantieel deel van de woningvoorraad anno 2015 uit veranderbare woningen met een herkenbaar adres, een straat met stoep en in een goed te beheren

en aantrekkelijke woonomgeving. Door de realisatie van uitbreidingslocaties wordt voldaan aan de vraag naar kwaliteit van woningen en woonmilieus. Functieveranderingslocaties dragen bij aan de grotere verscheidenheid van het woningaanbod. In de aanpak van gebieden met grootschalige galerijflats als (nagenoeg) enige woningsoort is tenslotte ook een belangrijke slag gemaakt.

- Via de wijkaanpak is een bijdrage geleverd aan een schoon, heel, veilig, gevarieerd en duurzaam leefklimaat voor bewoners, werkenden en bezoekers;
- Er zijn voldoende sport- en recreatiemogelijkheden (sportvelden, zwembad Kerkpolder, Delftse Hout) in of in de buurt van Delft, die qua inrichting, ontsluiting en bereikbaarheid zoveel mogelijk zijn afgestemd op het gebruik ervan;
- In wijken en buurten is voldoende omgevingskwaliteit gerealiseerd. De openbare ruimte en het groen is op een hoger kwaliteitsniveau gebracht door de (her)ontwikkeling van gebieden in het kader van stedelijke vernieuwing, door het intensiveren van het dagelijks beheer en onderhoud en door werkwijzen (inclusief handhaving) onderling af te stemmen. Herinrichting is minimaal uitgevoerd volgens het niveau dat vastgelegd is in de Delftse handboeken 'Openbare Ruimte Binnenstad' en 'Stad'. Bovendien is bij de herinrichting van de openbare ruimte voldoende rekening gehouden met de aangrenzende bebouwing of directe omgeving, dus met identiteit, maar ook met het wijkgericht werken, een functionele indeling, veiligheid en met onderhoudseisen. Met een kwaliteitsimpuls is de herkenbaarheid, toegankelijkheid, veiligheid, maar ook de toekomstwaarde van de openbare ruimte verbeterd. Ook is en wordt door woningcorporaties en andere eigenaren van panden voldoende aandacht besteed aan onderhoud en beheer van de directe omgeving van gebouwen.

Gebiedsontwikkelingen in de gemeente Delft

Spoorzone

De herontwikkeling van de Spoorzone ziet de gemeente Delft als een grote kans voor de stad. Het kan een nieuwe impuls geven aan het imago en de kwaliteit van het hart van Delft, het maakt het stedenbaanconcept en de vestiging van kennisintensieve bedrijven zorgt voor de opheffing van de tweedeling van de stad, maakt de stad completer door extra aanbod dure huur- en koopappartementen, voegt een bestuurs- en kantoorcentrum toe en verbetert het station en de overige overstapvoorzieningen. De spoorzone is hiermee een project van een grote strategische betekenis voor Delft. Voor de uitvoering ervan is brede steun aanwezig op lokaal niveau, maar ook van het stadsgewest Haaglanden, de provincie Zuid-Holland en de Tweede Kamer. Een belangrijk deel van de financiering voor de ondertunneling van het Spoor moet immers van hogere overheden komen. Zo is er op 20 februari 2002 door partijen een intentieovereenkomst ondertekend en er is op 18 december 2003 een motie aangenomen in de Tweede Kamer aan de minister van Verkeer en Waterstaat met het verzoek om na 2010 voldoende geld vrij te maken voor het eerste deel van dit project. Op 24 november 2004 heeft de minister aangegeven deze motie toch te gaan uitvoeren, zodat Delft in de ISV2-periode samen met betrokken partners kan starten met de uitvoering. Een belangrijke activiteit is de permanente communicatie met bewoners, bedrijven en belanghebbenden. Het creëren en vasthouden van draagvlak en het daarvoor benodigde organiserend vermogen spelen hierbij dus een voorname rol. Voor dit project gelden tegelijkertijd meerdere, elkaar beïnvloedende doelstellingen:

De gefaseerde vervanging van het tweesporig viaduct door een tunnelconstructie die een viersporige tunnel mogelijk maakt en waarin in de eerste fase de eerste twee sporen worden aangelegd. In de tweede fase worden nog twee extra sporen toegevoegd. Bij viersporigheid wordt de capaciteit van het bestaande spoortraject vergroot, wordt de 'flessenhals' in de Randstad weggenomen en wordt de bereikbaarheid met het openbaar vervoer in het zuidelijk deel van de Randstad aanmerkelijk verbeterd.

Opheffing van (geluid)hinder door het realiseren van een ondergronds tracé en het door de realisatie van een parkeergarage leveren van een bijdrage aan de parkeerproblematiek in de naastgelegen Olofsbuurt.

Betere ruimtelijke en functionele relaties tussen de binnenstad en de woonwijken in het westen van Delft, een verbetering van de leefbaarheid en kwaliteit openbare ruimte in het gebied en een extra mogelijkheid tot het creëren van een nieuwe 'identiteit' voor de stad Delft.

Intensief ruimtegebruik, extra werkgelegenheid en vergroting van de leefbaarheid door toevoeging van extra woon- en overige functies, te weten circa 1500 woningen in duurdere segmenten⁸ en extra commerciële functies, waar onder circa 50.000 vierkante meter kantoorruimte (zoals een Stadskantoor annex bestuurscentrum en een nieuw stationsgebouw). Daarnaast wordt een stadspark, waterpartijen en een stadsgracht langs de westrand van de binnenstad gerealiseerd en krijgt het huidige stationsgebouw een eventuele horeca-invulling.

De realisatie van een openbaar vervoerknooppunt van formaat.

Door de nieuwe spoortunnel wordt de realisering van de 'stedenbaan' Amsterdam-Dordrecht mogelijk.

Het programma Spoorzone is belangrijk voor de profilering van Delft. Met betrekking tot de te realiseren woningen wordt gestreefd naar een stedelijk woonmilieu dat zich duidelijk onderscheidt van dat van de kleinere gemeenten in de regio. De te realiseren commerciële functies zullen een 27

⁸ Vanuit de corporaties wordt bij het realiseren van woningen in het Spoorzone-gebied in verband met de noodzakelijke verjonging van de woningvoorraad aangedrongen op het mogelijk maken van 30% sociale woningbouw, waar onder circa 150 eenheden jongerenhuisvesting. In de grondexploitatie is rekening gehouden met een lagere grondwaarde voor 150 woningen in de categorie sociale koop/ huur. Bezien moet worden welke ruimte er is om de wens van de corporaties te realiseren (bijvoorbeeld door het verhogen van de woningaantallen).



Figuur: Het plangebied. Uit het masterplan 2003

Daarnaast zal rond het nieuwe station Delft sprake zijn van intensief en zorgvuldig gebruik van de beschikbare ruimte.

Tussen de betrokken partijen (Stadsgewest, Provincie, Rijk, Prorail, gemeente, corporaties, private partijen) zijn er inmiddels toezeggingen gedaan of zijn er afspraken gemaakt over de financiering van dit belangrijke project. Hiermee wordt de realisatie ervan haalbaar en blijft de bereikbaarheid van de stad Delft ook in de toekomst gewaarborgd.

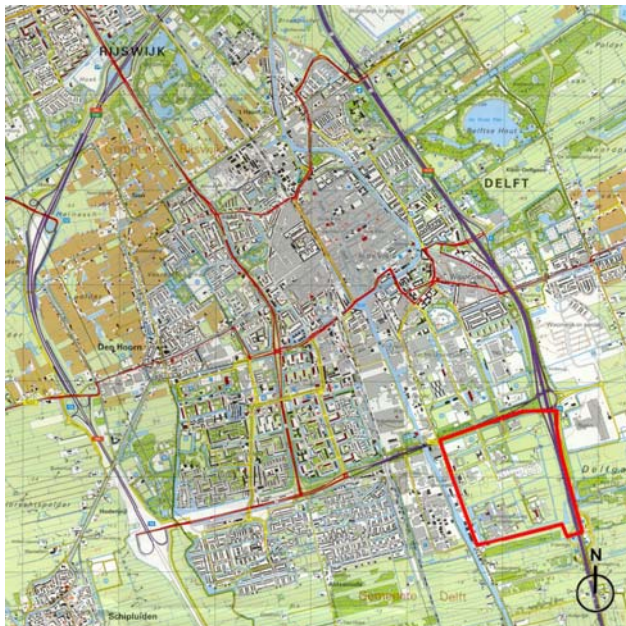
In de loop van 2008 zal het huidige Bacinol-gebouw waarschijnlijk moeten wijken voor de ontwikkeling van de Spoorzone. In dat geval wordt gezocht naar alternatieve huisvestingsmogelijkheden voor betrokken ondernemers op het gebied van kunst, design en architectuur.

Technopolis²²

De ontwikkeling van Technopolis heeft tot doel de economische structuur van de stad te versterken en sluit aan bij het profiel Delft Kennisstad. Het plangebied ligt in het zuidoosten van de stad Delft.

Het gebied grenst aan de bestaande TU-wijk. Het plangebied wordt globaal begrensd door de watergang ten noorden van de sportvelden en het bestaande bedrijventerrein in het noorden, de rijksweg A13 in het oosten, de Rotterdamseweg in het westen en het hart van de Karitaatmolensloot in het zuiden. De ontwikkeling van Technopolis beslaat nagenoeg het plangebied (bruto circa 125 hectare).

Het versterken van samenwerkingsrelaties met het bedrijfsleven in het R&D-segment is van grote waarde voor de Technische Universiteit Delft (TUD). Technopolis biedt ruimte aan ongeveer 600.000 m² bruto vloeroppervlak kennisintensieve bedrijvigheid, hoofdzakelijk gericht op R&D, laboratoria, testfaciliteiten en startende bedrijven, passend binnen het profiel Delft Kennisstad.



Figuur: Ligging en begrenzing plangebied

In de huidige situatie is het plangebied een weinig samenhangend geheel van verschillende functies en met verschillende soorten bebouwing. Doel is om het gebied te herontwikkelen tot een hoogwaardig kennisintensief bedrijvenpark. Door de ontwikkeling van Technopolis moet het plangebied zowel ruimtelijk als functioneel, deel uit gaan maken van de stad Delft, zowel functioneel als ruimtelijk. Een gebiedsvisie geeft het totaalbeeld weer van de ontwikkeling van Technopolis. De locatie voor Technopolis is bijzonder door de ligging tussen Rotterdam en Den Haag, direct aan de belangrijke uitvalsweg Kruithuisweg en aan de A13. De nabijheid van de Technische Universiteit Delft (TUD) en andere in Delft gevestigde kennisinstellingen heeft ertoe geleid dat voor dit nieuwe bedrijvenpark niet uitgegaan is van een standaard profiel, maar ingezet is op bedrijven die een bijdrage leveren aan Delft als Kennisstad en de A13 als Kennisboulevard. De nabijheid van kennisbedrijven biedt voor de Technische Universiteit goede potenties voor een versterking van de relatie met het bedrijfsleven. Omgekeerd kunnen deze bedrijven profiteren van de nabijheid van en interactie met Technische Universiteit, TNO, WL Delft Hydraulics en andere (kennis) bedrijven in Delft en in de regio. De realisatie van Technopolis is niet alleen functioneel van belang. Ook ruimtelijk ontstaat met de ontwikkeling van Technopolis de kans de stad aan deze zijde op een passende manier af te ronden. De ontwikkeling van Technopolis zal naar schatting in de komende 20 jaar plaats gaan vinden.

²² Figuren en uitgangspunten voor de tekst uit het Voorontwerp Bestemmingsplan, AMER adviseurs, juni 2004

Functioneel valt Technopolis uiteen in vier segmenten. De centrumzone bestaat uit R&D-bedrijven met een hoge (werknemers)dichtheid. Daarnaast is in het centrum ruimte voor aanvullende faciliteiten zoals congreszalen, sportvoorzieningen, beperkte vormen van detailhandel, horeca, dienstverlening en kinderopvang. De zone aan de oostkant van het plangebied wordt grotendeels ingevuld met zuivere R&D-bedrijven. Ook laboratoria en testfaciliteiten kunnen in dit gebied een plaats krijgen. De zone aan de westkant van het plangebied (en ten dele ook aan de oostkant) is bedoeld voor hoogwaardige (technologische) bedrijvigheid. De zone aan de zuidkant van het plangebied biedt ruimte aan hoogwaardige, technologische bedrijvigheid met ruimte voor hogere bebouwing ten behoeve van bijvoorbeeld proefopstellingen.



Figuur: Stedenbouwkundige structuur Technopolis

Harnaschpolder

Harnaschpolder wordt een waterrijke en groene woonwijk met 1300 woningen met veel laagbouw en veel koopwoningen (ca. 85%). De meeste woningen zijn grondgebonden (eengezinswoningen met een tuin), de rest bestaat uit gestapelde woningen. De meeste grondgebonden woningen hebben een tuin. Het grootste deel bestaat uit eengezinswoningen met tuin; deze kunnen drie lagen met kap zijn. De appartementen zijn doorgaans 4 lagen hoog en op sommige plaatsen 8 lagen. Aan de noord-westzijde is een slanke toren van 16 lagen geprogrammeerd.

Het merendeel van de bestaande woningen is in het nieuwe plan voor Harnaschpolder Delft opgenomen. Er wordt bij nieuwbouw met overgangen en stijlen rekening gehouden met de bestaande woningen in de linten.

Medio 2007 zal daar de eerste paal geslagen worden. Volker Wessels Vastgoed neemt een deel van de woningbouw in dit gebied voor zijn rekening.

Voor deelgebied 2 (Voordijkshoorn), dat direct grenst aan de bestaande bebouwing van Delft, kunnen nu ook concrete plannen worden gemaakt. De gemeente Delft zal hiervoor direct na de zomer het uitwerkingsplan in procedure brengen. Een van de eerste activiteiten die voor het einde van het jaar zichtbaar zal zijn in het gebied, is het doortrekken van de Kristalweg. De woningbouw start in de eerste helft van 2008.

Volker Wessels Vastgoed zal in samenwerking met AM Wonen en Grondvest Westland 550 woningen realiseren, verdeeld over twee fasen. Zo worden er vrije sectorwoningen gebouwd: deels appartementen, deels grondgebonden woningen in het middeldure tot dure segment.



Figuur: stedenbouwkundige opzet Harnaschpolder

De gemeente werkt nu het globale plan voor het gebied verder uit in architectuurrichtlijnen voor deelgebieden. Vervolgens wordt een aantal projectontwikkelaars geselecteerd die op basis van de richtlijnen de woningen gaan ontwerpen. Planning is om tweede helft 2006 de eerste ontwerpen voor de woningen klaar te hebben.

Bedrijven in Harnaschpolder

In een krachtige structuur van infra en groen moeten 50 hectare kavels ongekende vrijheid bieden voor uiteenlopende ondernemers. Het plan voor bedrijventerrein HarnaschPolder is geïntegreerd in de landelijke omgeving van Midden-Delfland en de in ontwikkeling zijnde woningbouw van Delft.



Figuur: Luchtfoto Harnaschpolder met daarin aangegeven het gebied waar bedrijven worden gerealiseerd

Hiermee moet een levendig gebied ontstaan langs de A4 waar in samenhang gewoond, gerecreëerd en gewerkt gaat worden. Dit alles moet leiden tot een vruchtbaar ondernemersklimaat. De openbare ruimte kenmerkt zich door een hoogwaardige inrichting met bijzondere aandacht voor details. Er is bij het bedrijventerrein sprake van terughoudendheid in beeldkwaliteit. Elk bedrijf is vrij om (in het bedrijfsgebouw zijn eigen identiteit en imago te volgen. Er zijn slechts voorwaarden op het gebied van parkeren en groen op eigen terrein (minimaal 4%) en de afmetingen, situering en duurzaamheid van uw bedrijfsgebouw, schrijft het beeldkwaliteitsplan nadrukkelijk geen kleuren en materialen voor.

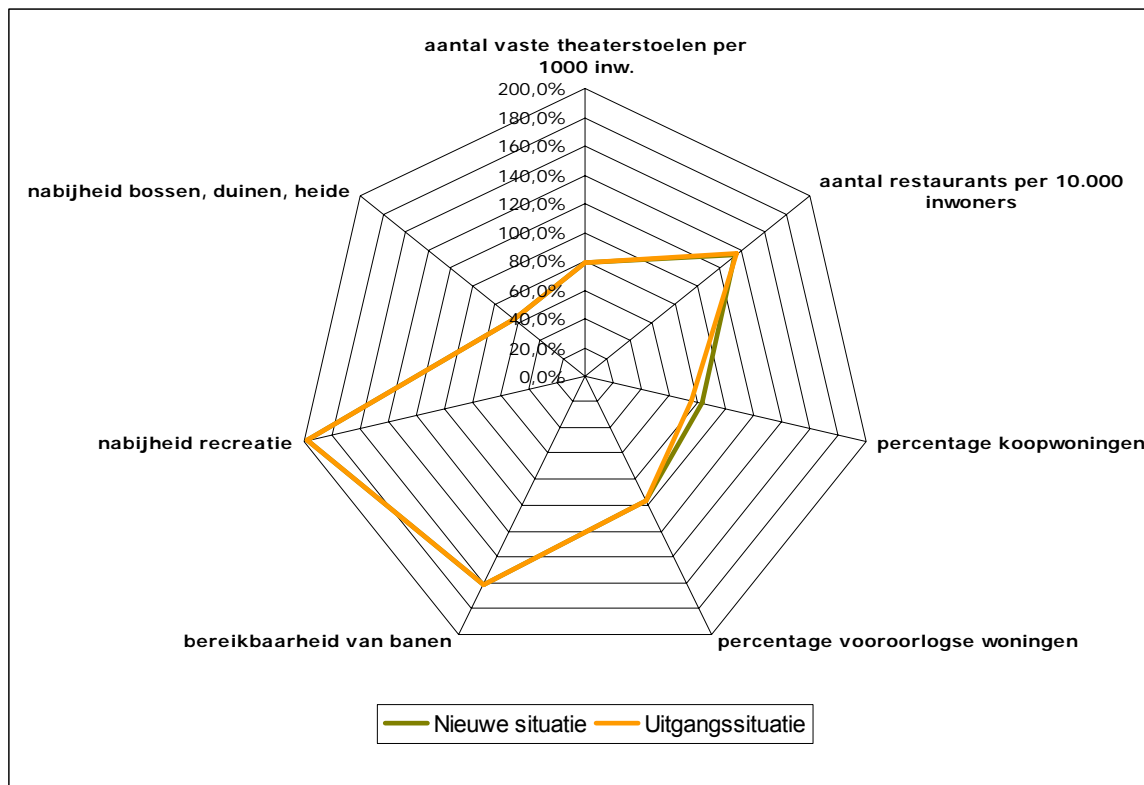
Confrontatie beleid en gebiedsontwikkelingen Delft door middel van theorie en analysekader

Als wordt gekeken naar de beleidsambities en gebiedsontwikkelingen in Delft kunnen op basis van de vestigingsfactoren van de creatieve klasse uit de theorie een aantal conclusies worden getrokken. Door de aanwezigheid van de Technische Universiteit, de grote hoeveelheid kennisinstituten, het historische karakter van de binnenstad, de nabijheid van natuur en recreatie is er sprake van een aantrekkelijk vestigingsklimaat voor de creatieve klasse. Het aantal geplande nieuwe koopwoningen draagt hier verder aan bij. Het college heeft echter ook de wens om de kwaliteit en de kwantiteit van de sociale huurwoningvoorraad op peil te houden.

Op het gebied van cultuur, en dan met name podiumkunsten is geen beleid dat versterking van deze vestigingsfactor mogelijk maakt. Enige jaren geleden heeft de gemeente een nieuw theater in het Zuidpoortgebied gerealiseerd en kennelijk wordt dit voldoende geacht. Temeer omdat men het geheel beschouwt als een netwerkstad waarbij theatervoorzieningen in de grote buurgemeenten Rotterdam en Den Haag sterk vertegenwoordigd zijn.

Volgens de theorie zou het vestigingsklimaat voor de creatieve klasse nog verder worden verstrekt wanneer een deel van de sociale huurwoningenbehoefte in de naburige kleinere gemeenten gerealiseerd kan worden. Organiserend vermogen om deze gemeenten mee te krijgen in deze ambitie is dan wel noodzakelijk omdat in het algemeen gesteld kan worden dat kleinere randgemeenten rond een grotere gemeente niet zitten te wachten op het realiseren van sociale huurwoningen om de grote buurgemeente te ontlasten.

Als de huidige situatie van de gemeente Delft en gebiedsontwikkelings- en bouwprogramma's voor de komende 5 jaar in het analysekader worden ingevoerd ontstaat het volgende beeld.



Figuur: CreRadar gemeente Delft

In het diagram van de gemeente Delft zijn twee grote pieken te zien: op de vestigingsfactoren 'bereikbaarheid van banen' en 'nabijheid recreatie'. Een kleinere piek wordt gevormd door het aantal restaurants (dit heeft wellicht een relatie met het zijn van een toeristische trekpleister). Het ten opzichte van de G50 lage percentage koopwoningen in de huidige situatie wordt als gevolg van de geplande gebiedsontwikkelingen iets groter maar blijft veel lager dan het gemiddelde van de G50. Ook het aantal theaterstoelen blijft achter bij het gemiddelde van de G50.

Aandachtspunten gemeente Delft bij de programmering van gebiedsontwikkeling

Voor de programmering van nieuwe gebiedsontwikkelingsprojecten zijn er – wil men de vestiging van de creatieve klasse (verder) stimuleren – volgens de theorie de volgende aandachtspunten aan te duiden:

- Overweeg of binnen de netwerkstad Delft toch niet een uitbreiding van theatervoorzieningen kan worden geprogrammeerd. Bijvoorbeeld op een goed bereikbare gebiedsontwikkeling als de Spoorzone;
- Probeer meer koopwoningen te realiseren en tracht met omliggende kleinere gemeenten te komen tot afspraken over de realisatie van sociale huurwoningen op hun grondgebied.

Spijkensisse

Algemeen ruimtelijk economisch beleid Spijkensisse

Verscheidende beleidsdocumenten beschrijven ruimtelijk-economisch-culturele aspecten die verband houden met de vestigingsfactoren van de creatieve klasse. De belangrijkste in het kader van deze studie zijn in Spijkensisse het Ruimtelijk Plan Rotterdam 2020 en het coalitieprogramma.

Stadsregio Rotterdam RR 2020

Spijkensisse is één van de (aantal) gemeenten van de Stadsregio Rotterdam. Het belangrijkste beleidsstuk met betrekking tot ruimte en economie is het Ruimtelijk Plan Regio Rotterdam 2020 (RR 2020). Het RR 2020 erkent de relatie tussen creatieve sector en economische groei. Het legt echter geen directe relatie tussen de creatieve sector en Spijkensisse. In het RR2020 is dit voorbehouden aan Rotterdam. Gebieden als het Loydkwartier, Stadshavens worden hier met name genoemd als gebieden waar de creatieve sector zich verder zou moeten gaan ontwikkelen.

In het ruimtelijk plan wordt wel aandacht besteed aan vestigingsfactoren voor de creatieve sector in Spijkensisse. Het gaat dan om landelijk wonen en landschapsontwikkeling (recreatie) aan de zuidkant van Spijkensisse.

Er wordt veel aandacht besteed aan infrastructuur. Het gaat hierbij zowel om de ontsluiting richting het westen van het eiland Voorne-Putten als naar het zuiden richting de regio Rotterdam. De door de gemeente Spijkensisse zo gewenste doortrekking van A4 wordt in het RR 2020 als topprioriteit genoemd.

Coalitieprogramma

In de beleidsdocumenten van de gemeente Spijkensisse is de term 'creatieve klasse' of creatieve sector' genoemd. De vestigingsfactoren van de creatieve klasse echter wel aan bod.

Het centrum moet volgens het college de huiskamer van Spijkensisse worden. Een huiskamer waar voor iedereen aangenaam verblijven. Een gedegen culturele infrastructuur hoort daar volgens het college bij. Een bruisend cultureel leven is volgens het college onderdeel van een leefbare stad. Daarom is het bijvoorbeeld het Centrum van de Kunsten (een centrum voor kunsteducatie in het centrum van de stad) en zal onder andere een nieuw theater en ene bibliotheek (een architectonisch hoogstandje van MVRD architecten red.) worden gerealiseerd

Daarnaast staat in het collegeprogramma onder de kop 'recreatie' wordt het investeren recreatieve groenvoorzieningen als parken genoemd met een tweeledig doel: verbreding en verbetering van het voorzieningenaanbod op het gebied van recreatie en vrije tijd en anderzijds het versterken van de lokale economie. Bovendien, zo zegt het collegeprogramma, kunnen goede voorzieningen bijdragen aan het vergroten van de sociale binding met de stad en het vergroten van de trots om inwoner van Spijkensisse te zijn.

Hoewel Spijkensisse beseft deel uit te maken van een grotere regio (Rotterdam) heeft Spijkensisse ambities die zich baseren op autonome potenties van de stad als grootste stad van het eiland Voorne Putten. De fysieke en psychologische grens die Oude Maas draagt er volgens wethouder (en 1e loco burgemeester) 't Hart (Financiën, Centrumplan, Economische zaken en Overheidsbedrijven)'t Hart aan bij dat men heeft durven kiezen voor het niet meer willen zijn van de slaapstad van Rotterdam maar dat men een zelf een aantrekkelijke en complete stad wilde zijn met de voorzieningen die daarbij horen. Een evenwichtiger bevolkingsopbouw hoort hierbij want vooral lage inkomens en laag opgeleiden zijn in de stad woonachtig. Volgens de wethouder worden de programma's voor gebiedsontwikkelingen ingegeven door een duidelijke visie op waar men met de gemeente heen wil. Een visie op de gemeente begint volgens 't Hart met 'aangescherpt gezond boerenverstand'. Op basis van de visie zijn diverse onderzoeken (o.a. marktonderzoeken, distributieplanologische onderzoeken) uitgevoerd om de haalbaarheid van deze ambities te toetsen. Vervolgens zijn politieke prioriteiten en globale programma's

benoemd. Als vestigingsfactoren van de creatieve klasse zijn volgens de wethouder dynamiek door uitgaansvoorzieningen (horeca en cultuur), een aantrekkelijk woonklimaat in de binnenstad en winkelvoorzieningen van belang voor het vasthouden en aantrekken van de creatieve klasse.

Gebiedsontwikkelingen in de gemeente Spijkenisse

Centrumplan

Het centrumplan bestaat uit sloop-nieuwbouw en nieuwbouw van verschillende voorzieningen in en direct om het centrum en de verfraaiing van buitenruimte en bebouwing (onder andere door middel van historische gevels). Een deel van de bebouwing blijft hierbij gehandhaafd. Met deelprojecten moet het Centrumplan een belangrijke impuls geven aan de toekomst van de stad Spijkenisse en haar centrum. Een nieuwe bibliotheek, een nieuw theater, de herontwikkeling van de Stoep/Breestoep, de bouw van woningen in de plannen Staalmeesters, De Elementen en het Stadsplein moet leiden tot "een jonge stad, aan de Oude Maas".



Figuur: Centrumplan Spijkenisse

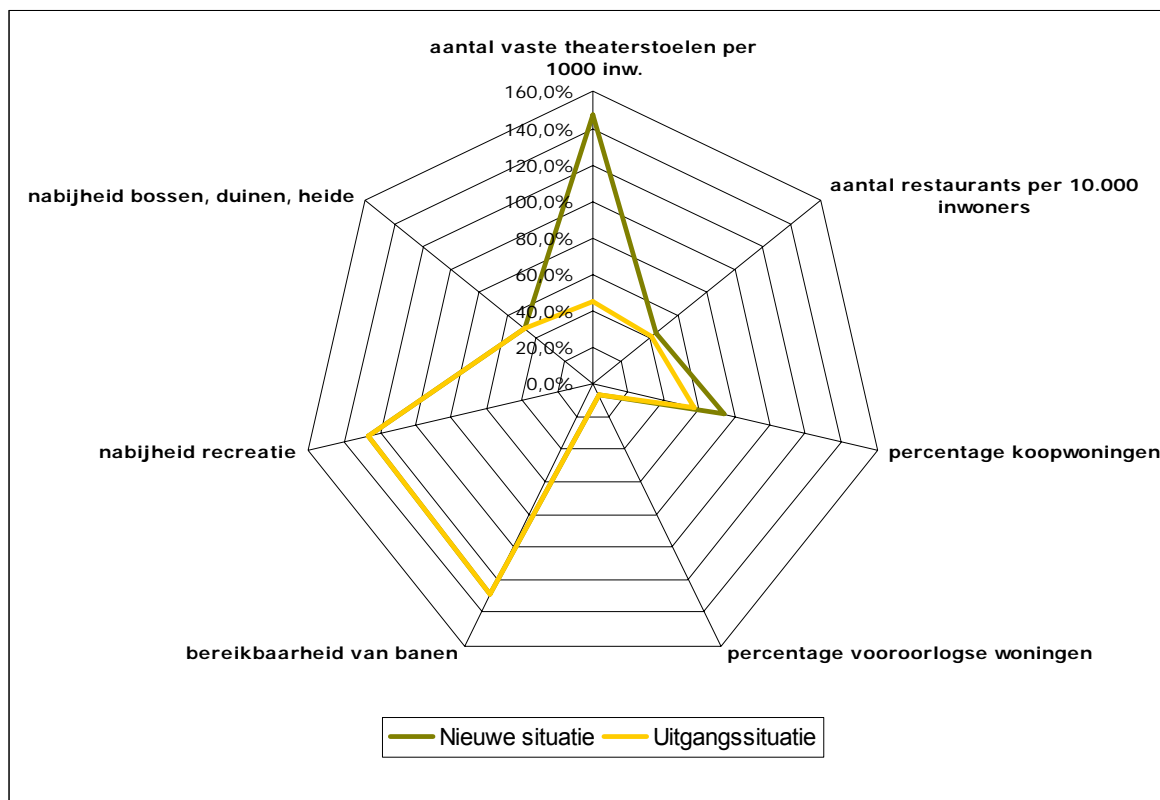
Volgens projectleider drs. H. Dekker van het Centrumplan was de programmering van deze gebiedsontwikkeling niet mogelijk zonder de inzet, vasthoudendheid en organiserend vermogen van wethouder 't Hart. De wethouder zelf nuanceert dit door aan te geven dat niet alleen hij maar ook projectontwikkelaar PMS en de externe supervisor Ashok Bhalotra er voor gezorgd hebben dat er binnen de politiek draagvlak voor het ingrijpende programma van deze gebiedsontwikkeling ontstond. Met name de rol van Bhalotra als een onafhankelijk autoriteit is hierbij volgens 't Hart van belang geweest. Volgens 't Hart geeft het centrumplan identiteit aan Spijkenisse en haar bewoners. Spijkenissers worden weer trots op hun gemeente. Bij de ontwikkeling van het Centrumplan moesten bestaande voorzieningen worden gesloopt. Hierbij hoorde ook de sloop van theater De Stoep. Onderzoek wees uit dat het van belang was een theater voor de stad in de sloop-nieuwbouwperiode te behouden. Vandaar dat ervoor gekozen is om een tijdelijke Theatervoorziening. Dit resulteerde in een volwaardig tijdelijk theater waar een uitlopend scala aan voorstellingen kan plaatsvinden.

Confrontatie beleid en gebiedsontwikkelingen Spijkenisse door middel van theorie en analysekader

Uit de beleidsdocumenten waarin het centrumplan wordt beschreven, wordt niet direct de relatie met de creatieve klasse of economische groei wordt gelegd. Als gekeken wordt naar de programma's van de gebiedsontwikkelingen in Spijkenisse in het algemeen en die van het centrumplan in het bijzonder kan worden geconcludeerd dat deze het vestigingsklimaat van de creatieve klasse versterken. Dit komt omdat een aantal voor de creatieve klasse belangrijke vestigingsfactoren (theatervoorzieningen, horeca, koopwoningen) worden gerealiseerd. Omdat het college en met name de trekker van het Centrumplan, wethouder 't Hart, de ambitie heeft Spijkenisse niet meer de slaapstad van Rotterdam te laten zijn maar de hoofdstad van het eiland Voorne-Putten is er wel een indirect verband te leggen met een ambitie van economische groei door het creëren van een aantrekkelijk vestigingsklimaat. De gekozen programmering is op basis van de theorie de juiste strategie om deze doelen te bereiken. Knelpunt voor Spijkenisse is de bereikbaarheid van banen vanuit de gemeente. Hoewel er vanuit hogere overheden plannen zijn om de ontsluiting van Spijkenisse met de regio Rotterdam en Haaglanden verbeteren door middel van onder andere het doortrekken van de A4, zal organiserend vermogen en een lobbytraject noodzakelijk zijn om de investeringen daadwerkelijk los te krijgen.

Hierbij moet worden opgemerkt dat de theorie uit hoofdstuk 3 heeft laten zien dat de vestiging van creatieve bedrijven de creatieve klasse volgt. In regionaal verband is er voor Spijkenisse met haar gebiedsontwikkelingen aanleiding hierover afspraken te maken.

Als de huidige situatie van de gemeente Spijkenisse en gebiedsontwikkelings- en bouwprogramma's voor de komende 5 jaar in het analysekader wordt ingevoerd ontstaat het volgende beeld:



Figuur: CreRadar gemeente Spijkenisse

Uit het diagram vallen onmiddellijk een aantal zaken op. Spijkenisse scoort relatief goed op vestigingsfactoren `nabijheid van recreatie` en de `bereikbaarheid van banen` (de meeste waarschijnlijk in Rotterdam) vanuit de gemeente. Als groeikern van de Rotterdam in de afgelopen decennia vertoont het diagram van Spijkenisse op de vestigingsfactor `percentage vooroorlogse woningen` een diep dal. Als het gaat om vestigingsfactoren die met gebiedsontwikkeling goed te beïnvloeden zijn, valt in de huidige situatie het lage percentage koopwoningen op. Ook scoort Spijkenisse laag op `het aantal vaste theaterstoelen per hoeveelheid inwoners` (er is ongeveer 2 jaar geleden totdat een nieuw theater met ca. 900 stoelen wordt gerealiseerd een tijdelijk theater met 400 stoelen aan de rand van het centrum gebouwd).

Wanneer over 5 jaar diverse gebiedsontwikkelingen zijn afgerond zal het percentage koopwoningen fors toenemen, maar nog steeds een stuk onder het gemiddelde van de G50 blijven. Na de realisatie van het nieuwe theater zal Spijkenisse een grote hoeveelheid vaste theaterstoelen hebben in vergelijking met het gemiddelde van de G50.

Op basis van het diagram kan de conclusie worden getrokken met als gevolg van de gebiedsontwikkelingen in en om het centrum, het vestigingsklimaat voor de creatieve klasse in Spijkenisse aanzienlijk zal verbeteren.

Aandachtspunten gemeente Spijkenisse bij de programmering van gebiedsontwikkeling

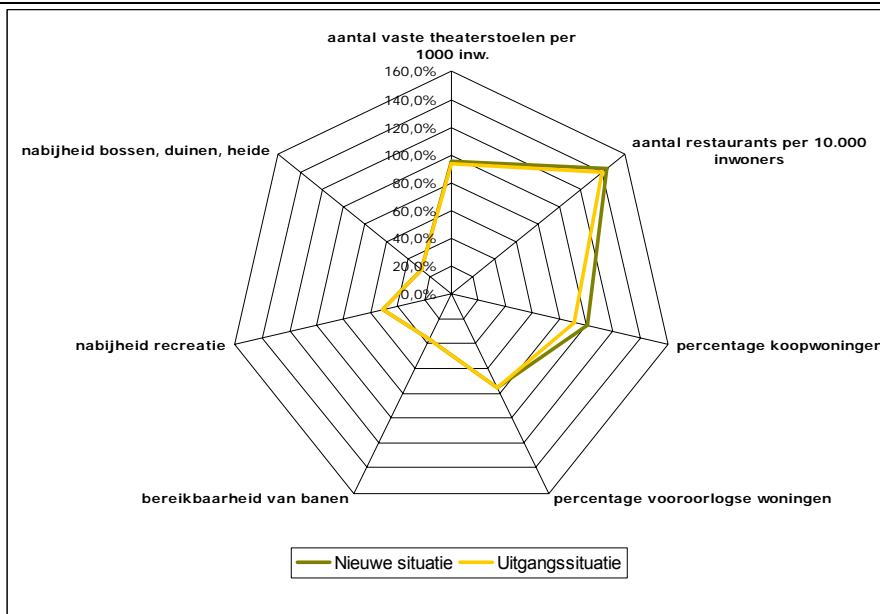
Voorde programmering van nieuwe gebiedsontwikkelingsprojecten zijn er – wil men de vestiging van de creatieve klasse (verder) stimuleren – volgens de theorie de volgende aandachtspunten aan te duiden:

- Wend organiserend vermogen aan om via de stadsregio en/of direct hogere overheden aan te sturen op een spoedige realisatie van infrastructuur die Spijkenisse met de regio's Rotterdam en Haaglanden verbindt. De ontwikkelingen in het centrumplan kunnen daarbij wellicht als extra motivering richting deze overheden worden benut;
- Bouw nog meer koopwoningen;
- Bekijk of met (nog meer) historiserend bouwen (in het centrumgebied zijn bestaande gebouwen met een jaren 80-gevel van een historische gevel voorzien) het vestigingsklimaat voor de creatieve klasse verder versterkt kan worden.

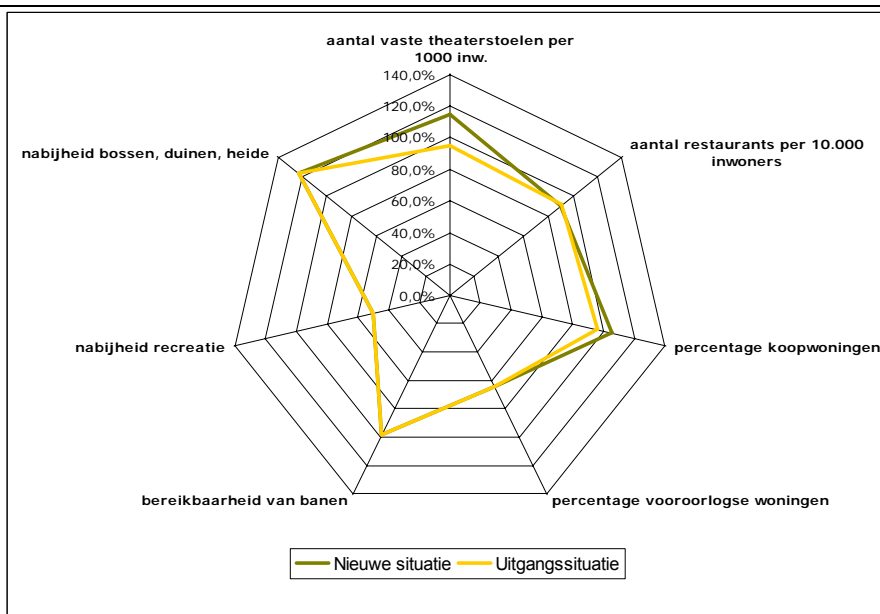
De case-gemeenten vergeleken

Nu de verschillende case-gemeenten individueel zijn bestudeerd, worden hier de uitkomsten van de analysekaders van de case-gemeenten met elkaar vergeleken op basis van de huidige situatie en de situatie als gevolg van bouwprogramma's in de komende 5 jaar. Hieronder staan eerst de CreRadars van de vijf case-gemeenten onder elkaar weergegeven.

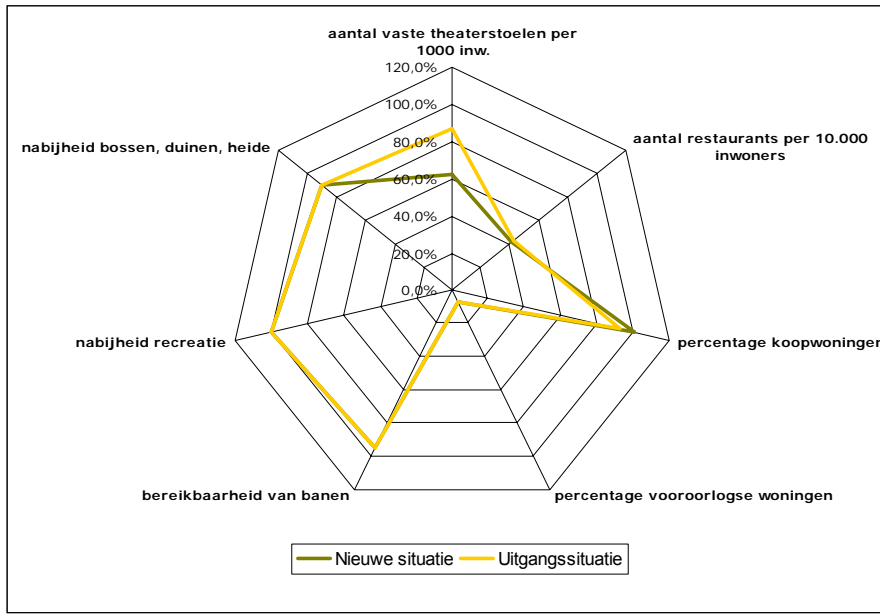
Gemeente Maastricht



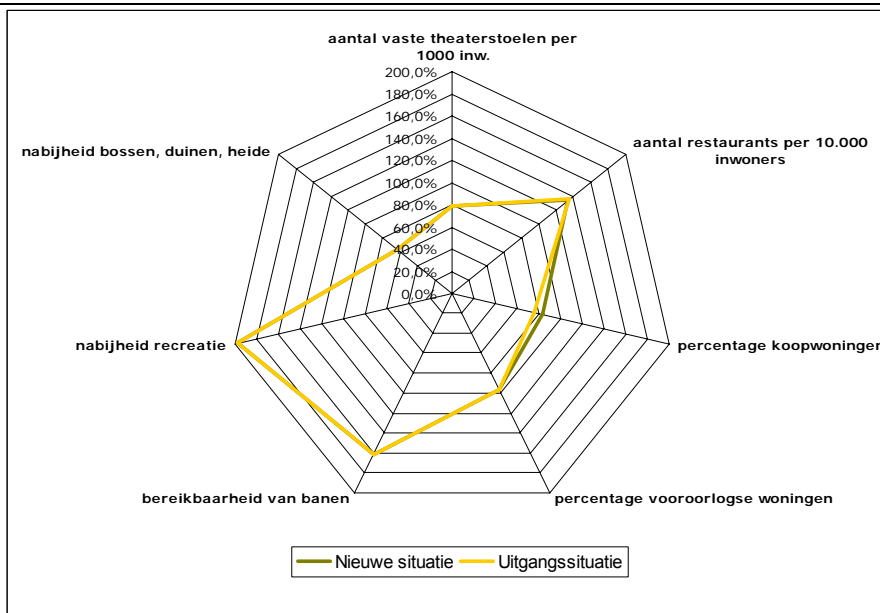
Gemeente Eindhoven



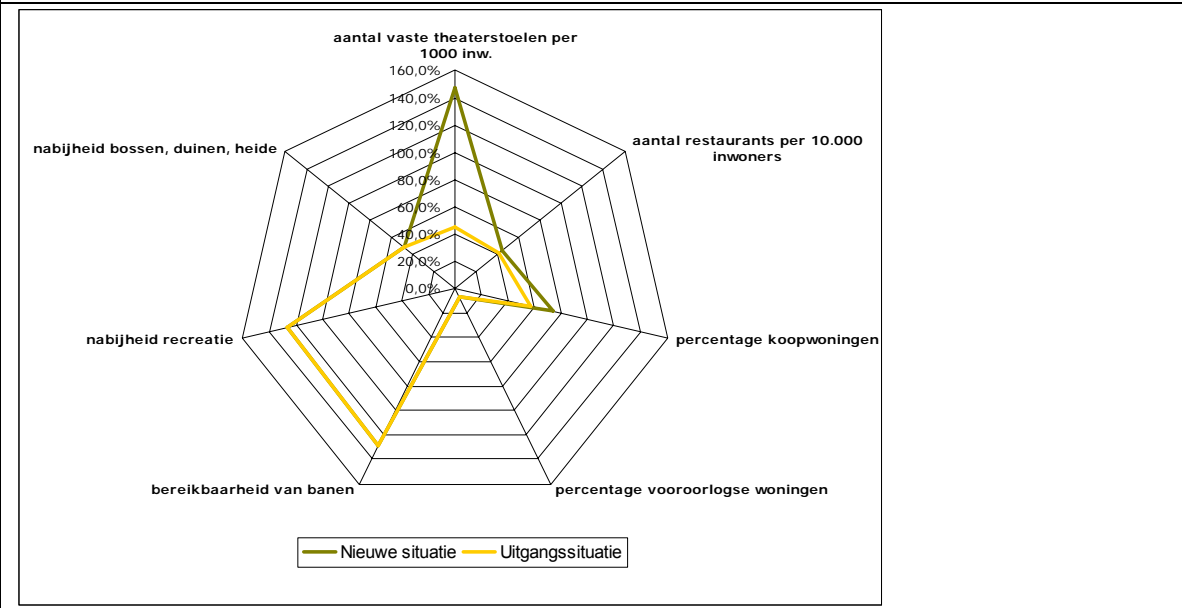
Gemeente Tilburg



Gemeente Delft



Gemeente Spijkenisse



Als we kijken naar de gemeente Spijkenisse zien we dat daar de vestigingsfactor 'aantal theaterstoelen per 1000 inwoners' het meest versterkt wordt als gevolg van de bouwprogrammering in de komende 5 jaren. Er ontstaat een duidelijke piek op deze factor.

Als we kijken naar de gemeente Tilburg zien we dat daar de vestigingsfactor 'aantal theaterstoelen per 1000 inwoners' het meest verzwakt wordt als gevolg van de bouwprogrammering in de komende 5 jaren. Blijkbaar kan de vestigingsfactor 'aantal theaterstoelen per 1000 inwoners' het gemakkelijkst beïnvloed worden. De toename in de gemeente Spijkenisse is het best te verklaren door het daadwerkelijk toegevoegde aantal stoelen met het nieuwe theater in het centrumplan. De daling van deze vestigingsfactor in de gemeente Tilburg wordt verklaard door de toename van het aantal inwoners terwijl er geen extra theatervoorzieningen met vaste stoelen worden gerealiseerd.

Als we kijken naar de mate van 'rondheid' van de CreRadars en mate waarin de vestigingsfactoren gecentreerd zijn om het middelpunt, krijgen we inzicht in de mate van evenwicht in vestigingsfactoren ten opzichte van het gemiddelde van de G50. De gemeente Eindhoven laat een relatief rond diagram zien dat gecentreerd is rond het middelpunt. De CreRadar van de gemeente Maastricht is ook relatief rond maar de CreRadar ligt excentrisch ten opzichte van het middelpunt. Dit komt doordat Maastricht op de door middel van gebiedsontwikkelingen binnen de gemeente moeilijk of niet te beïnvloeden vestigingsfactoren als de bereikbaarheid van banen en het effect van files daarop, de nabijheid van natuur en de hoeveelheid vooroorlogse woningen laag scoort.

Hoofdstuk 6. Conclusies en aanbevelingen

Conclusies

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de conclusies die op basis van de probleem- en doelstelling van deze studie kunnen worden getrokken. Daarmee wordt een antwoord gegeven op de vraag op welke wijze de programmering van gebiedsontwikkeling kan bijdragen aan het aantrekken van de creatieve klasse ten einde economische groei te bewerkstelligen. Daarnaast wordt een antwoord gegeven op de deelvragen. Achtereenvolgens zal worden ingegaan op de definitie van de creatieve klasse en de theorie met betrekking tot de ruimtelijke vestigingsfactoren van de creatieve klasse. Daarna wordt het op basis van de theorie in deze studie ontwikkelde analysekader beoordeeld. Hierbij zullen conclusies worden getrokken en aanbevelingen worden gedaan ten aanzien van de bruikbaarheid van het analysekader voor de programmering van gebiedsontwikkelingen. Tevens wordt hierbij ingegaan op de relatie tussen het analysekader en integraal beleid, organiserend vermogen en citymarketing. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met aanbevelingen voor verdere verbetering van het analysekader en aanbevelingen voor vervolgonderzoek.

Definitie van de creatieve klasse

De creatieve klasse kan op verschillende manieren worden gedefinieerd. Alle definities zijn gebaseerd op de zeer brede definitie die Richard Florida hanteert. Omdat deze definitie op de Amerikaanse context is gebaseerd is en zo breed is dat er nauwelijks vestigingsfactoren en daarmee programmering van gebiedsontwikkeling voor het aantrekken van de creatieve klasse kan plaatsvinden, zijn er verschillende onderzoeken uitgevoerd naar een bruikbare definitie van de creatieve klasse in de Nederlandse situatie. Deze studie rekent de volgende beroepsgroepen tot de creatieve klasse.

De bedenkers van creatieve ideeën

- Innovatieve ICT-ers;
- Wetenschappers en onderzoekers;
- Ingenieurs
- Architecten en stedenbouwkundigen;
- Journalisten;
- Tv-makers;
- Musici;
- Vormgevers;
- Schrijvers;
- Kunstenaars.

De uitvoerders van creatieve ideeën

Niet alleen bedenkers van de creatieve ideeën worden tot de creatieve klasse gerekend. Uitvoerders van de creatieve creatie in kennis-intensieve economische sectoren maken in de in deze studie gebruikte omschrijving ook deel uit van de creatieve klasse. Tot deze groep behoren specialisten, managers, assistenten, en verkopers van creatieve ideeën in:

- De wetenschap;
- De geneeskunde;
- De high-tech en ICT sector;
- De financiële, organisatorische bedrijfskundige en juridische dienstverlening;
- Design en kunst (reclame, grafische vormgeving etc.).

Ruimtelijke vestigingsfactoren van de creatieve klasse

De creatieve klasse heeft bepaalde ruimtelijke vestigingswensen. Florida noemt naast ruimtelijke vestigingsfactoren ook 'zachtere' factoren als 'tolerantie' en een 'people's climate'. In het kader van deze studie zijn met name ruimtelijke vestigingsfactoren van de creatieve klasse in Nederland van belang. Hiernaar zijn voor de Nederlandse situatie verschillende door Nederlandse onderzoekers studies uitgevoerd. Hieruit komen op basis van bovenstaande definitie van de creatieve klasse onderstaande vestigingsfactoren als belangrijkste naar voren:

- de aanwezigheid van culturele voorzieningen (met name de podiumkunsten);
- de kwaliteit van de woningvoorraad (met name vooroorlogse koopwoningen);
- een groot horeca-aanbod (restaurants);
- een historische leefomgeving;
- de bereikbaarheid van banen en het effect van files daarop;
- de nabijheid van natuur.

Het analysekader

De doelstelling van deze studie was een analysekader te ontwikkelen dat, rekening houdend met vestigingsfactoren voor de creatieve klasse, beleidsmakers en gebiedontwikkelaars helpt door middel van gebiedsontwikkeling de ruimtelijke voorwaarden te creëren voor het aantrekken van de creatieve klasse ten einde lokale economische groei te bevorderen.

Er is een analysekader ontwikkeld, dat door het in onderlinge samenhang betrekken van de belangrijkste ruimtelijke vestigingsvoorwaarden de mate van aanwezigheid en samenhang inzichtelijk maakt. Dit doet het analysekader niet alleen voor het huidige ruimtelijke vestigingsklimaat maar ook het toekomstige ruimtelijke vestigingsklimaat als gevolg van de programmering van gebiedsontwikkelingen. Dit alles wordt in ene raderdiagram (CreRadar) in één oogopslag inzichtelijk maakt.

Er is voor de mate van aanwezigheid van de verschillende vestigingsfactoren in de huidige situatie gebruikt gemaakt van de Atlas voor gemeenten 2005. Deze Atlas geeft echter geen inzicht in de mate van aanwezigheid van culturele voorzieningen. De Atlas voor gemeenten 2006, die tijdens het uitvoeren van deze studie uitkwam, doet dat wel. Hier zijn waar het gaat om de belangrijke vestigingsfactor 'aanbod podiumkunsten' *de hoeveelheid voorstellingen* gemeten. De hoeveelheid voorstellingen is echter niet door middel van gebiedsontwikkeling te beïnvloeden. Omdat de vestigingsfactor aanbod podiumkunsten een belangrijke vestigingsfactor voor de creatieve klasse is, is er in het analysekader gebruikt gemaakt van een indicator die *wel* door middel van gebiedsontwikkeling te beïnvloeden is: *het aantal theaterstoelen per hoeveelheid inwoners*. Hiervoor is gebruik gemaakt van gegevens van het Theater Instituut Nederland.

Voor de toekomstige situatie in verschillende case-gemeenten zijn in het analysekader gebieds- en woningbouwprogramma's in gevoerd die de komende 5 jaar gerealiseerd moeten gaan worden. Met betrekking tot de woningbouwprogramma's is ook de in die periode hoeveelheid te slopen en verkopen huurwoningen meegenomen in het analysekader.

Het analysekader en het programmeren van gebiedsontwikkeling

Het gebruik van het analysekader in het algemeen en de uitkomsten daarvan in het CreRadar in het bijzonder heeft verschillende voordelen. Hieronder zijn deze opgesomd.

- Het analysekader integreert bestaande data. Er hoeven voor het gebruik van het analysekader geen aanvullende onderzoeken of studies te worden uitgevoerd;
- Het geeft hen die betrokken zijn bij de programmering van gebiedsontwikkeling in één oogopslag inzicht in de mate van aanwezigheid van de verschillende vestigingsfactoren en daarmee in de sterkten en zwakten van een gemeente met betrekking tot de ruimtelijke vestigingsfactoren van de creatieve klasse in de huidige situatie;
- Tegelijkertijd geeft het hen die betrokken zijn bij de programmering van gebiedsontwikkeling in één oogopslag inzicht in de sterkten en zwakten van een gemeente met betrekking tot de ruimtelijke vestigingsfactoren van de creatieve klasse in een toekomstige situatie als gevolg van de keuze bepaalde programma's. De veranderingen in de mate waarin de verschillende vestigingsfactoren in de huidige en toekomstige situatie aanwezig zijn, worden in het CreRadar inzichtelijk gemaakt.
- Door de pieken en dalen in het CreRadar wordt het *evenwicht* in de vestigingsfactoren in de huidige en toekomstige situatie inzichtelijk gemaakt;
- Het geeft een inzicht in de kansrijkheid van de realisering van bepaalde programma's. Wanneer een gemeente op bijvoorbeeld op de meeste vestigingsfactoren laag scoort, is het waarschijnlijk minder zinvol of kansrijk één bepaalde vestigingsfactor te programmeren.

Het analysekader is een bruikbaar hulpmiddel maar kan geen kant en klare oplossingen bieden om een aantrekkelijk vestigingsklimaat te realiseren. Dit heeft een aantal redenen:

- Het analysekader geeft inzicht in de ruimtelijk- fysieke vestigingsvoorwaarden waarbij andere beleidssectoren en facetten buiten beschouwing worden gelaten;
- De bereikbaarheid van banen vanuit de gemeente wordt als statische factor meegenomen in het analysekader. Wanneer een gemeente (of een andere willekeurige gemeente) bij een gebiedsontwikkeling kantoren, winkelcentra, bedrijventerreinen etc. programmeert, verandert de bereikbaarheid van banen voor die gemeente. Het analysekader maakt dit niet inzichtelijk;
- Het analysekader houdt geen rekening met lokale omstandigheden zoals het al dan niet (willen) zijn van een netwerkstad (Delft) of de situatie in de gemeente Tilburg. In het Tilburgse Veemarktkwartier bevindt zich een Poppodium (013) dat een regionale functie vervult en dat als aanjager fungeert voor de herontwikkeling van het gebied voor creatieve bedrijvigheid. Het Tilburgse poppodium wordt, omdat het geen vaste theaterstoelen heeft, niet meegewogen in het instrument maar draagt wel bij aan het vestigingsklimaat voor de creatieve klasse.
- Het analysekader geeft weliswaar inzichten in de kansrijkheid van bepaalde programma's, maar geeft geen exacte op de (markt)vraag naar deze programma's;
- Het analysekader wordt minder nauwkeurig indien het gaat over een langere termijn. Dit komt onder andere omdat het zich baseert op gemiddelden van de G50 die ook aan verandering onderhevig zijn. Daarnaast is het moeilijker om realistische programma's voor een langere periode te formuleren vanwege allerlei onzekerheden in bijvoorbeeld de economie en de woningmarkt.

Hoewel het analysekader met het CreRadar bruikbare inzichten geeft die behulpzaam zijn bij het programmeren van gebiedsontwikkelingen in een gemeente, dient het wel naast of in samenhang met andere studies te worden gebruikt. Hierbij kan worden gedacht aan marktonderzoeken, distributieplanologische onderzoeken, woonwensenanalyses, benchmarkstudies, demografische ontwikkelingen, ontwikkelingen in omliggende gemeenten etc.

Met betrekking tot het analysekader en het CreRadar kan worden geconcludeerd dat het voor de programmering van gebiedsontwikkeling voor het behouden of aantrekken van de creatieve klasse bruikbare inzichten oplevert die niet alleen het huidige ruimtelijke vestigingsklimaat maar ook het toekomstige ruimtelijke vestigingsklimaat van een gemeente voor de creatieve klasse als gevolg van de programmering van gebiedsontwikkelingen inzichtelijk maakt. Het dient echter naast andere instrumenten gebruikt te worden en geeft geen 'kant en klare' oplossingen als het gaat om het programmeren van gebiedsontwikkeling voor de creatieve klasse.

Nu de voordelen en aandachtspunten bij het gebruik van het analysekader beschreven zijn wordt nu ingegaan op de context rondom gebiedsontwikkeling. De context waarin het analysekader kan worden gebruikt en de wederzijdse relatie van het analysekader hiermee. Onderwerpen die hierbij aan de orde komen zijn:

- De relatie met integraal beleid;
- De relatie met organiserend vermogen;
- De relatie met citymarketing.

Het analysekader en het ontwikkelen van integraal beleid

Uit de casestudies is gebleken dat de gemeenten in meer of minder mate integraal beleid voeren ten aanzien van de programmering van gebiedsontwikkeling. Dit wil zeggen dat verschillende beleidssectoren en facetten in meer of mindere mate met elkaar worden verbonden. Vaak echter zijn de uitgangspunten van het integrale beleid zeer breed en niet toegespitst op facetten die door middel van gebiedsontwikkeling te beïnvloeden zijn maar die wel een wederzijdse relatie met elkaar zouden moeten hebben. Het analysekader dat een gebalanceerd overzicht biedt over huidige en door middel van programmering van gebiedsontwikkeling toekomstige vestigingsfactoren in een gemeente, is een hulpmiddel voor beleidsmakers die beslissingen moeten nemen die zowel binnen de bredere beleidsdoelstellingen moeten passen als ook beïnvloedbaar moeten zijn.

Het analysekader en organiserend vermogen

Uit de interviews die bij de casestudies zijn afgenomen blijkt dat organiserend vermogen een belangrijke rol speelt bij de tot standkoming van gebiedsontwikkelingen. De ene gemeente neemt hierin meer regie dan de andere. In de gemeente Spijkenisse zijn er twee actoren die een belangrijk stempel drukken op de belangrijkste gebiedsontwikkelingsopgave in de stad: de wethouder en de extern 'stedenbouwkundige-architect-supervisor' Ashok Bhalotra. Deze externe onafhankelijke is soms beter staat de gemeenteraad of ontwikkelaars te overtuigen van een bepaald programma. Soms wordt een deel van de regie dus uitbesteed aan een onafhankelijke specialist. In de gemeente Tilburg is bij het Veemarktkwartier vooral sprake van particulier initiatief en particulier organiserend vermogen. De gemeente faciliteert en ondersteunt vervolgens omdat de ondernemersinitiatieven op gemeentelijk draagvlak rusten. De private initiatieven zorgen vervolgens weer een aanleiding voor de gemeente om haar visie op het gebied aan te scherpen. In Eindhoven is organiserend vermogen vooral aan de orde als het gaat om de afstemming met regiogemeenten in het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven. Het gaat hier dan met name de programmering van sociale woningbouw. In Delft gaat de afstemming verder dan sociale woningbouw. Hier vindt over vrijwel elk type programma, van kantoren tot bedrijfsterreinen tot woningbouw en culturele voorzieningen, vrij intensieve regionale afstemming plaats.

De relatie tussen organiserend vermogen en het analysekader ligt niet alleen op het vlak van de WAT-vraag (gebiedsprogramma) en de HOE-vraag (hoe leidt het gebiedsprogramma tot realisatie). Het analysekader kan als ondersteuning van organiserend vermogen helpen bij het tot overeenstemming

komen tussen verschillende betrokken partijen doordat het op een overzichtelijke wijze inzicht geeft in feiten.

Het analysekader en city- en lokatiemarketing

Als we kijken naar de case-gemeenten ligt er een relatie tussen city- en lokatiemarketing en het programmeren van gebiedsontwikkelingen. Beide zijn ondersteunend aan elkaar om bepaalde doelstellingen, meestal het aantrekken van bepaalde groepen, te bereiken. Het analysekader kan, omdat het inzicht geeft in sterkten en zwakten en evenwicht in een bestaande en toekomstige situatie, als hulpmiddel gebruikt worden bij city- en lokatiemarketing.

Alle case-gemeenten uit deze studie doen in meer of minder mate aan citymarketing. Maastricht is hiervan het duidelijkste voorbeeld doordat deze gemeente relatief diepgaande studies heeft laten uitvoeren op wat haar imago is. Tevens is hierbij een SWOT analyse uitgevoerd. Onder andere de uitkomsten van deze onderzoeken zijn niet alleen gebruikt om inzicht te krijgen in de wijze waarop de stad zich zou moeten of kunnen vermarkten. Ook hebben zij geleid tot de visie van de gemeente Maastricht waarbij het aantrekken van de creatieve klasse een belangrijke rol speelt. Het analysekader kan behulpzaam zijn bij city- en lokatiemarketing doordat het de sterkten en zwakten van een gemeente inzichtelijk maakt. Het kan bijdragen aan het ontwikkelen van een marketingstrategie die is ingebed in intergraal beleid op basis van toekomstige programma's.

Het aantrekken van de creatieve klasse door gebiedsontwikkeling

Als antwoord op de probleemstelling kan over de wijze waarop gebiedsontwikkeling kan bijdragen aan het aantrekken van de creatieve klasse de volgende conclusie worden getrokken:

Gebiedsontwikkeling kan bijdragen aan het behouden van de creatieve klasse door het bijdragen aan ruimtelijke vestigingsfactoren van deze groep. Ruimtelijke vestigingsfactoren moeten wel altijd in relatie tot niet-ruimtelijke beleidssectoren en facetten worden gezien. Om inzicht te krijgen in het vestigingsklimaat voor en na de realisatie van bepaalde (gebieds)programma's kan het in deze studie ontwikkelde analysekader behulpzaam zijn. Een studie naar de sterkten en zwakten (lokatie- en citymarketing: het ontwikkelen van de juiste product-marktcombinaties) van een gebied, afstemming (organiserend vermogen) met omliggende gemeenten of een regionaal samenwerkingsverband is hierbij noodzakelijk.

Aanbevelingen

Aanbevelingen voor verbetering van het analysekader

Alhoewel het analysekader in het CreRadar bruikbare inzichten geeft, zou het verder kunnen worden verbeterd door:

- Het statisch meenemen van de vestigingsfactoren 'bereikbaarheid van banen' vanuit de gemeente en de 'nabijheid van natuur'. Dit is niet eenvoudig omdat wanneer de toekomstige situatie dan niet alleen de toekomstige werkgelegenheid en natuur van de gemeente in kwestie moet worden inzichtelijk gemaakt maar vooral ook omdat dat dan ook voor alle gemeenten gedaan moet worden. Het spreekt voor zich dat dit met name als het gaat om werkgelegenheid, een lastige opgave is. Zeker als het gaat om een termijn langer dan bijvoorbeeld vijf jaar;
- De mogelijkheden van theatervoorzieningen voor diverse soorten voorstellingen. Bijvoorbeeld een grote zaal met 1000 stoelen met een toneeltoren van 20 meter, een groot podium, allerlei technische faciliteiten en faciliteiten voor de artiesten maakt grote voorstellingen als klassieke opera's of grote moderne musicals mogelijk. Vier kleine zaaltjes met 300 stoelen, een klein podium etc. hebben weliswaar 1200 stoelen maken alleen kleinere voorstellingen mogelijk (als het gaat om de vraag naar waar de creatieve het meest behoefte aan heeft, dient wel nader onderzocht moeten worden om bruikbare inzichten uit het analysekader te krijgen);

- Het meenemen van de regionale context (bijvoorbeeld het betrekken van woningmarktontwikkelingen in de periode waar het analysekader over rekest, in omliggende gemeenten).

Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

In deze studie zijn antwoorden geformuleerd op de vestigingsfactoren van de creatieve klasse, is een analysekader ontwikkeld dat een eerste algemeen inzicht geeft in het vestigingsklimaat van de creatieve klasse in de huidige en in een toekomstige situatie op basis van in het analysekader in te voeren programma's in een gemeente. De uitkomsten van deze studie leveren echter ook vervolgvragen op die door middel van vervolgonderzoeken beantwoord kunnen worden. Hieronder worden een aantal onderwerpen voor vervolgonderzoek gesuggereerd waarmee het analysekader verder verbeterd kan worden:

- Deze studie gaat uit door een gemeente door middel van gebiedsontwikkelingen beïnvloeden ruimtelijke vestigingsfactoren. Hiermee is, hoewel in de analyses ook aandacht is geweest voor de regionale context, de gemeente het uitgangspunt geweest. Vanwege de steeds sterker worden regionale verbanden (bijv. de Stadsregio Rotterdam, het stadsgewest Haaglanden, De Stadsregio Eindhoven en internationaal Maastricht-Aken-Luik) zou een regionaal analysekader een zinvolle aanvulling kunnen zijn voor regionaal en zelfs landsgrensoverschrijdend beleid.
- Nader onderzoek naar vestigingsfactoren van de verschillende deelgroepen die behoren tot de creatieve klasse (zoals in de studie aangegeven blijken technici eerder een voorkeur hebben voor natuur en recreatie dan voor culturele voorzieningen. Voor mensen die werkzaam zijn in de meer artistieke sectoren geldt het omgekeerde), kan meer inzicht geven in welke programma's zouden moeten worden ingezet om een bepaalde beleidsvisie te realiseren door middel van gebiedsontwikkeling en als input voor het analysekader;
- Omdat een klassieke operavoortstelling een qua aantal aantal stoelen en aanvullende faciliteiten om andere theatervoorzieningen vraagt dan bijvoorbeeld cabaret of kleine bands, kan nader onderzoek naar de theaterwensen van de creatieve klasse ten behoeve van het aantrekken van deze groep, meer inzicht geven in nut en noodzaak van de programmering van bepaalde voorzieningen;
- Het historische karakter en de aanwezigheid van vooroorlogse woningen is een vestigingsfactor voor de creatieve klasse. We zien dat historische gebouwen opnieuw worden opgebouwd. Een voorbeeld hiervan zijn de Wijnhavenpanden in Rotterdam die ten behoeve van de aanleg van de spoortunnel zijn gesloopt en vervolgens weer zijn teruggebouwd in de oorspronkelijke architectuur. Een ander voorbeeld in Rotterdam zijn de vooroorlogse woningen aan het Mathenesserplein in Rotterdam-Delfshaven. Deze zijn vanwege bouwtechnische gebreken gesloopt en vervolgens opnieuw opgebouwd. In de case-gemeente Spijkenisse is een bestaand complex in het centrum van zijn jaren 80-gevel ontdaan en voorzien van een historische gevel. Onderzocht zou kunnen worden in welke mate het nieuw bouwen van historische gebouwen het vestigingsklimaat voor de creatieve klasse beïnvloed;
- Naast ruimtelijke vestigingsfactoren zijn er ook vestigingsfactoren voor de creatieve klasse die niet door middel van gebiedsontwikkeling te beïnvloeden zijn. Hierbij valt te denken aan bijvoorbeeld (sociale) veiligheid, lokaal beleid met betrekking tot startende ondernemers, een tolerant klimaat (waar Florida's gay-index uit voortkomt). Een analysekader dat ook dergelijke vestigingsfactoren meeneemt zou, een goede aanvulling kunnen zijn op het in deze studie ontwikkelde analysekader.

Geraadpleegde literatuur en documenten

- Arora, A., Florida, R., Gates, G.J. (2000): Human Capital, Quality of Place and Location, Pittsburg
- Boarnet, M. (1994): Decentralized Employment and the Transformation of the American City, The Monocentric Model and Employment Location. *Journal of Urban Economics*, 36, 79-97.
- Boschma R.A. et al. (2005): Creatieve klasse en regionaal-economische groei
- Brakman, S., Garretsen, H., Van Marrewijk, C. (2001): An introduction to geographical economics, Cambridge University Press
- Florida, R. (2002) *The Rise of the Creative Class*, Richard, Basic Books, New York
- Florida, R. (2005): *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*, HarperCollins Publishers, New York
- Gemeente Delft (2006): Delfts Ontwikkelingsprogramma 2
- Gemeente Delft (2006): Collegeprogramma 2006-2010
- Gemeente Eindhoven (2002): Centrumvisie
- Gemeente Eindhoven (2006): Coalitieprogramma 2006-2010
- Gemeente Eindhoven (2000): Woonvisie
- Gemeente Maastricht (2006): Coalitieprogramma 2006-2010
- Gemeente Maastricht (2006): Structuur en Mobiliteitsbeeld
- Gemeente Maastricht., Berenschot (2005): rapport citymarketing
- Gemeente Spijkenisse (2006): Collegeprogramma 2006-2010
- Gemeente Tilburg (2006): Collegeprogramma 2006-2010
- Gemeente Tilburg, BO/ afdeling maatschappelijke ontwikkeling (2006): Wonen Wonen in Tilburg 2006, effectuering woonbeleid
- Poort J., Marlet, G. (2005): Cultuur en creativiteit naar waarde geschat, Amsterdam/Utrecht
- Glaeser, E.L., Kolko, J., Salz, A. (2001): Consumer City, in *Journal of Economic Geography*
- Glaeser, E.L., Kahn, E. (2001) Matthew E. Kahn, Decentralized Employment and the Transformation of the American City, 2001NBER Working Papers nummer 8117
- Kim, S. (2002): The reconstruction of the American urban landscape in the twentieth century, Working paper series 8857 Cambridge MA
- Marlet, G., Van Woerkens, C. (2005) Atlas voor gemeenten, Stichting Atlas voor gemeenten 2005, Utrecht
- Marlet, G., Van Woerkens, C. (2006) Atlas voor gemeenten, Stichting Atlas voor gemeenten 2006, Utrecht
- Ministeries van Economische zaken en Onderwijs Cultuur en Wetenschappen (2005): Ons Creatieve Vermogen, Brief Cultuur en Economie
- Putnam, R.D. (2000) *Bowling alone: the collapse and revival of American community*
- Van den Berg, L., Van Winden, W., Pol, P. (2004): *European cities in the knowledge economy*, Rotterdam
- Van den Berg, L., Braun, E., Van Winden, W. (2001): Growth Clusters in European Cities; an integral approach, in: *Urban Studies*, Vol. 38, no. 1, pp. 185 e.v.
- Van den Berg, L., Braun, E., Van der Meer, J. (1997): *The Organising Capacity of Metropolitan regions*, Rotterdam
- Van 't Verlaat, J. (2000) *Citymarketing: ontwikkelingen en nieuwe uitdagingen in: Handboek Stedelijk Beheer*, Elsevier, Den Haag

West 8 urban design & landscape architects (2004): Definitief Stedenbouwkundig Plan STRIJP S
Eindhoven

Geraadpleegde websites

www.atlasvoorgemeenten.nl

www.cbs.nl

www.cos.nl

www.eindhoven.nl

www.eur.nl

www.fd.nl

www.gemeentedelft.nl

www.kei-centrum.nl

www.kennisland.nl

www.maastricht.nl

www.managementissues.com/cultuuranalyse

www.minez.nl

www.minocw.nl

www.nirov.nl

<http://www.theaterinstituut.nl>

www.spijkensisse.nl

www.tilburg.nl

www.tudelft.nl

www.uu.nl

www.vrom.nl

www.pzh.nl

www.brabant.nl

www.limburg.nl

www.sre.nl

www.stadsregio.info

Bijlage 1. De analysekaders van de case-gemeenten met de programmering voor de komende jaren

| GEMEENTE: Maastricht | | | |
|--|---|------------------|---|
| KENGETALLEN | | | |
| | | UITGANGSSITUATIE | NIEUWE SITUATIE |
| jaar | | 2005 | 2010 |
| aantal inwoners | | 122183 | 119937 |
| aantal woningen | | 55267 | 58317 |
| VESTIGINGSFACTOREN | | | |
| | | | UITGANGSSITUATIE |
| Beïnvloedbaar dmv GBO | aantal vaste theaterstoelen per 1000 inwoners | | 11,0 |
| | aantal restaurants per 10.000 inwoners | | 60,0 |
| | percentage koopwoningen | | 38,0% |
| Niet of nauwelijks beïnvloedbaar dmv GBO | percentage vooroorlogse woningen | | 21,0% |
| | bereikbaarheid van banen | | 14,0 |
| | nabijheid recreatie | | 21,0 |
| | nabijheid bossen, duinen, heide | | 11,0 |
| VERWACHTINGEN: Periode 5 Jaar | | | |
| verkoop huurwoningen | 1800 | | |
| | | NIEUWBOUW | SLOOP |
| aantal koopwoningen | 2905 | | |
| aantal huurwoningen | 1245 | | 1100 |
| theater (aantal zitplaatsen) | 0 | | 0 |
| aantal restaurants | 6 | | 0 |
| RESULTATEN GEMEENTE Maastricht | | | |
| | NIEUWE SITUATIE | GEMIDDELDE G50 | INDEX <small>gemiddelde (G50=100)</small> |
| aantal vaste theaterstoelen per 1000 inw. | 11,2 | 11,8 | 94,8% |
| aantal restaurants per 10.000 inwoners | 61,6 | 43,0 | 143,3% |
| percentage koopwoningen | 42,3% | 42,0% | 100,7% |
| percentage vooroorlogse woningen | 21,0% | 28,0% | 75,0% |
| bereikbaarheid van banen | 14,0 | 39,0 | 35,9% |
| nabijheid recreatie | 21,0 | 42,0 | 50,0% |
| nabijheid bossen, duinen, heide | 11,0 | 40,0 | 27,5% |

| | | | |
|--|---|------------------|---|
| GEMEENTE: Eindhoven | | | |
| KENGETALLEN | | | |
| | | UITGANGSSITUATIE | NIEUWE SITUATIE |
| jaar | | 2005 | 2010 |
| aantal inwoners | | 207870 | 210113 |
| aantal woningen | | 94750 | 99500 |
| VESTIGINGSFACTOREN | | | |
| | | UITGANGSSITUATIE | |
| Beïnvloedbaar dmv GBO | aantal vaste theaterstoelen per 1000 inwoners | 11,2 | |
| | aantal restaurants per 10.000 inwoners | 39,0 | |
| | percentage koopwoningen | 40,0% | |
| Niet of nauwelijks beïnvloedbaar dmv GBO | percentage vooroorlogse woningen | 18,0% | |
| | bereikbaarheid van banen | 38,0 | |
| | nabijheid recreatie | 21,0 | |
| | nabijheid bossen, duinen, heide | 49,0 | |
| VERWACHTINGEN: Periode 5 Jaar | | | |
| verkoop huurwoningen | | 500 | |
| | | NIEUWBOUW | SLOOP |
| aantal koopwoningen | | 5750 | |
| aantal huurwoningen | | 1250 | 2250 |
| theater (aantal zitplaatsen) | | 500 | 0 |
| aantal restaurants | | 4 | 0 |
| RESULTATEN GEMEENTE Eindhoven | | | |
| | NIEUWE SITUATIE | GEMIDDELDE G50 | INDEX <small>gemiddelde (G50=100)</small> |
| aantal vaste theaterstoelen per 1000 inw. | 13,5 | 11,8 | 114,0% |
| aantal restaurants per 10.000 inwoners | 38,8 | 43,0 | 90,2% |
| percentage koopwoningen | 44,1% | 42,0% | 105,0% |
| percentage vooroorlogse woningen | 18,0% | 28,0% | 64,3% |
| bereikbaarheid van banen | 38,0 | 39,0 | 97,4% |
| nabijheid recreatie | 21,0 | 42,0 | 50,0% |
| nabijheid bossen, duinen, heide | 49,0 | 40,0 | 122,5% |

| | | | |
|--|---|------------------|---|
| GEMEENTE: Tilburg | | | |
| KENGETALLEN | | | |
| | | UITGANGSSITUATIE | NIEUWE SITUATIE |
| jaar | | 2005 | 2010 |
| aantal inwoners | | 198767 | 204953 |
| aantal woningen | | 82806 | 87211 |
| VESTIGINGSFACTOREN | | | |
| | | UITGANGSSITUATIE | |
| Beïnvloedbaar dmv GBO | aantal vaste theaterstoelen per 1000 inwoners | 10,3 | |
| | aantal restaurants per 10.000 inwoners | 18,0 | |
| | percentage koopwoningen | 39,0% | |
| Niet of nauwelijks beïnvloedbaar dmv GBO | percentage vooroorlogse woningen | 2,0% | |
| | bereikbaarheid van banen | 37,0 | |
| | nabijheid recreatie | 42,0 | |
| | nabijheid bossen, duinen, heide | 36,0 | |
| VERWACHTINGEN: Periode 5 Jaar | | | |
| verkoop huurwoningen | | 500 | |
| | | NIEUWBOUW | SLOOP |
| aantal koopwoningen | | 4800 | 545 |
| aantal huurwoningen | | 1400 | 1250 |
| theater (aantal zitplaatsen) | | 0 | 0 |
| aantal restaurants | | 4 | 0 |
| RESULTATEN GEMEENTE Tilburg | | | |
| | NIEUWE SITUATIE | GEMIDDELDE G50 | INDEX <small>gemiddelde (G50=100)</small> |
| aantal vaste theaterstoelen per 1000 inw. | 7,3 | 11,8 | 62,1% |
| aantal restaurants per 10.000 inwoners | 17,7 | 43,0 | 41,1% |
| percentage koopwoningen | 42,2% | 42,0% | 100,4% |
| percentage vooroorlogse woningen | 2,0% | 28,0% | 7,1% |
| bereikbaarheid van banen | 37,0 | 39,0 | 94,9% |
| nabijheid recreatie | 42,0 | 42,0 | 100,0% |
| nabijheid bossen, duinen, heide | 36,0 | 40,0 | 90,0% |

| | | | |
|--|---|------------------|---|
| GEMEENTE: Delft | | | |
| KENGETALLEN | | | |
| | | UITGANGSSITUATIE | NIEUWE SITUATIE |
| jaar | | 2005 | 2010 |
| aantal inwoners | | 95036 | 95770 |
| aantal woningen | | 94750 | 97869 |
| VESTIGINGSFACTOREN | | | |
| | | UITGANGSSITUATIE | |
| Beïnvloedbaar dmv GBO | aantal vaste theaterstoelen per 1000 inwoners | 9,4 | |
| | aantal restaurants per 10.000 inwoners | 58,0 | |
| | percentage koopwoningen | 32,0% | |
| Niet of nauwelijks beïnvloedbaar dmv GBO | percentage vooroorlogse woningen | 27,0% | |
| | bereikbaarheid van banen | 63,0 | |
| | nabijheid recreatie | 83,0 | |
| | nabijheid bossen, duinen, heide | 25,0 | |
| VERWACHTINGEN: Periode 5 Jaar | | | |
| verkoop huurwoningen | | 1241 | |
| | | NIEUWBOUW | SLOOP |
| aantal koopwoningen | | 3616 | |
| aantal huurwoningen | | 1753 | 2250 |
| theater (aantal zitplaatsen) | | 0 | 0 |
| aantal restaurants | | 0 | 0 |
| RESULTATEN GEMEENTE Delft | | | |
| | NIEUWE SITUATIE | GEMIDDELDE G50 | INDEX <small>gemiddelde (G50=100)</small> |
| aantal vaste theaterstoelen per 1000 inw. | 9,3 | 11,8 | 78,7% |
| aantal restaurants per 10.000 inwoners | 57,6 | 43,0 | 133,8% |
| percentage koopwoningen | 35,1% | 42,0% | 83,6% |
| percentage vooroorlogse woningen | 27,0% | 28,0% | 96,4% |
| bereikbaarheid van banen | 63,0 | 39,0 | 161,5% |
| nabijheid recreatie | 83,0 | 42,0 | 197,6% |
| nabijheid bossen, duinen, heide | 25,0 | 40,0 | 62,5% |

GEMEENTE: Spijkenisse

KENGETALLEN

| | UITGANGSSITUATIE | NIEUWE SITUATIE |
|-----------------|------------------|-----------------|
| jaar | 2005 | 2010 |
| aantal inwoners | 75110 | 74758 |
| aantal woningen | 31585 | 36523 |

VESTIGINGSFACTOREN

| | UITGANGSSITUATIE | |
|--|---|-------|
| Beïnvloedbaar dmv GBO | aantal vaste theaterstoelen per 1000 inwoners | 5,3 |
| | aantal restaurants per 10.000 inwoners | 18,0 |
| | percentage koopwoningen | 24,0% |
| Niet of nauwelijks beïnvloedbaar dmv GBO | percentage vooroorlogse woningen | 2,0% |
| | bereikbaarheid van banen | 50,0 |
| | nabijheid recreatie | 53,0 |
| | nabijheid bossen, duinen, heide | 19,0 |

VERWACHTINGEN: Periode 5 jaar

| verkoop huurwoningen | 1800 | |
|------------------------------|-----------|-------|
| | NIEUWBOUW | SLOOP |
| aantal koopwoningen | 3176 | |
| aantal huurwoningen | 2118 | 356 |
| theater (aantal zitplaatsen) | 900 | 400 |
| aantal restaurants | 6 | 0 |

RESULTATEN GEMEENTE Spijkenisse

| | NIEUWE SITUATIE | GEMIDDELDE G50 | INDEX <small>gemiddelde (G50=100)</small> |
|---|-----------------|----------------|---|
| aantal vaste theaterstoelen per 1000 inw. | 17,4 | 11,8 | 147,0% |
| aantal restaurants per 10.000 inwoners | 18,9 | 43,0 | 43,9% |
| percentage koopwoningen | 31,0% | 42,0% | 73,8% |
| percentage vooroorlogse woningen | 2,0% | 28,0% | 7,1% |
| bereikbaarheid van banen | 50,0 | 39,0 | 128,2% |
| nabijheid recreatie | 53,0 | 42,0 | 126,2% |
| nabijheid bossen, duinen, heide | 19,0 | 40,0 | 47,5% |

Bijlage 2. Vragenlijst interviews

Vragen over het proces

- Op welke manier komt in uw werkgebied de programmering van gebiedsontwikkelingen tot stand?
- Zijn er personen (bijv. wethouder, projectontwikkelaar, directeur ruimtelijke ontwikkeling, corporatiedirecteur, individuele ondernemer of bewoner) die een bijzonder grote invloed hebben op de keuze voor een bepaalde gebiedsontwikkeling en zo ja hoe wenden zij deze invloed aan?
- Zou de gebiedsontwikkeling zonder de invloed van deze perso(o)n(en) tot stand zijn gekomen?
- Zijn er personen die een bijzonder grote invloed hebben op de programmering van de gebiedsontwikkelingen (bijv. wethouder, projectontwikkelaar, directeur ruimtelijke ontwikkeling, corporatiedirecteur,) en zo ja hoe wenden zij deze invloed aan?
- Zou de programmering van de gebiedsontwikkeling zonder deze perso(o)n(en) er hetzelfde uit hebben gezien?
- Op welke manier wordt city- en lokatiemarketing aangewend om bepaalde doelgroepen aan te trekken?

Vragen over de inhoud

- In welke mate speelt economische groei van de gemeente een rol bij de programmering?
- In hoeverre denkt u dat de keuze voor een bepaald programma bij een gebiedsontwikkelingsproject invloed heeft op economische groei van uw werkgebied op korte (minder dan 5 jaar) middellange (5-15 jaar) of lange termijn (meer dan 15 jaar)?
- Wordt er door middel van gebiedsontwikkeling bewust gestuurd op het aantrekken van bepaalde doelgroepen voor de gemeente en (hoe) worden de vestigingsfactoren van deze groepen in samenhang gebracht met ander (ruimtelijk) beleid?
- Welke onderzoeken of studies worden uitgevoerd om tot de programmering van gebiedsontwikkeling te komen?
- Wat zijn volgens u vestigingsfactoren van de hoger opgeleiden en/of mensen die werkzaam zijn in de creatieve sector?
- Op welke manier wordt daarmee rekening gehouden bij het programmeren van gebiedsontwikkelingen?

Bijlage 3. Lijst geïnterviewden

De heer drs. W. Eijkelenburg, senior beleidsadviseur cultuur, kennis en economie, gemeente Delft

De heer ir. A. van Grinsven, directeur gebiedsontwikkeling gemeente Tilburg

De heer drs. H. Dekker, extern projectleider ad interim (ProCap Projectmanagement) Centrumplan Spijkenisse

De heer G.J. 't Hart, wethouder Centrumplan en 1e loco-burgemeester, gemeente Spijkenisse
gemeente Spijkenisse

De heer L. Prompers, directeur Stadsontwikkeling en Grondzaken, gemeente Maastricht

De heer drs. S. Wessels, senior beleidsmedewerker Samenwerkingsverband Regio Eindhoven

Bijlage 4. Berekeningsmethodiek reistijden

De reistijdenmethodiek als het gaat om de nabijheid van natuur en recreatie en de bereikbaarheid van banen vanuit de gemeente is gebaseerd op die van de Atlas voor gemeenten 2005. Deze wordt in deze bijlage nader toegelicht.

Als uitgangspunt wordt gebruik gemaakt van een zogenaamde potentiaalfunctie die uitdrukt hoeveel mensen, natuur- en recreatie en bedrijven binnen een hoeveel tijd vanuit een bepaalde plek met verschillende vervoersmodaliteiten, bereikbaar zijn. Hierbij is waar het gaat om de bereikbaarheid per auto, het effect van files ook meegenomen.

Bereikbaarheid van banen

Bij de bereikbaarheid van banen is gekeken vanuit het perspectief van de inwoners van een gemeente naar de bereikbaarheid van banen vanuit de gemeente. Het gaat hier om de hoeveelheid banen die vanuit de gemeente bereikt kunnen worden. Zowel binnen de gemeente als alle in alle andere gemeenten. Hier is gekeken naar de bereikbaarheid per auto in en buiten de spits en per OV. In deze studie zijn de verschillende reistijden van de vervoersmodaliteiten gemiddeld.

Bereikbaarheid van natuur

Als het gaat om de bereikbaarheid van natuur en recreatie is dezelfde methode gehanteerd als bij de bereikbaarheid van banen. Alleen is de hoeveelheid banen vervangen door de oppervlakte van natuur en recreatiegebieden. (bron: CBS, bodemstatistiek). Hier is echter niet reistijd per auto in de spits meegewogen omdat wordt aangenomen dat recreanten met de auto buiten de spits reizen. Hier zijn echter alleen de nederlandse natuur- en recreatiegebieden meegenomen. Daarom scoren steden bij de grens relatief laag op deze vestigingsfactor.

Bereikbaarheid per openbaar vervoer

Voor de bereikbaarheid per openbaar vervoer zijn de reistijden tussen alle Nederlandse gemeenten tussen 7.00u en 10.00 bepaald met behulp van de reisplanner. Hiervan is vervolgens het gemiddelde per reis genomen.