

De toegevoegde waarde van functiemenging in stadsdeelcentra

Scriptie Master of Science in Real Estate

Amsterdam School of Real Estate

Auteur: J.J. Verwolf

E-mail: jeroen.verwolf@gmail.com

Eerste beoordelaar: Prof. dr. E.F. Nozeman

Tweede beoordelaar: Drs. A. Marquard.

Datum: 10-12-2019



Voorwoord

Voor u ligt mijn master thesis over de toegevoegde waarde van functiemenging in stadsdeelcentra. Deze thesis biedt een toetsingskader voor functiemenging in stadsdeelcentra en geeft een overzicht van de meest kansrijke functies. De scriptie is derhalve bestemd voor iedereen die geïnteresseerd is in het toevoegen van andere functies dan retail aan stadsdeelcentra.

Retail in stadsdeelcentra heeft het door technologische, demografische, geografische en sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen momenteel zeer lastig. Zelf ben ik werkzaam bij vastgoedbelegger Wereldhave en ben ik onder andere verantwoordelijk voor twee stadsdeelcentra waar, naar mijn persoonlijke mening, functiemenging noodzakelijk gaat zijn voor de toekomstbestendigheid van deze gebieden. Veel vastgoedeigenaren onderzoeken of zij andere functies kunnen toevoegen om leegstand te voorkomen, maar er is nog weinig onderzoek gedaan naar de toegevoegde waarde hiervan. Middels dit onderzoek wil ik een bijdrage leveren aan de kennis over het thema functiemenging in stadsdeelcentra.

Deze thesis is het sluitstuk van mijn MSRE-opleiding aan de Amsterdam School of Real Estate. Gedurende een periode van vier jaar heb ik elk jaar een studieblok gevolgd, waardoor het studeren, naast het hebben van een jong gezin en een meer dan voltijd baan, net te doen is geweest. Ik kijk hier op terug als een bijzonder intensieve periode voor mijzelf, maar met name voor mijn gezin. Derhalve wil ik mijn vrouw Marie bedanken voor het 'runnen' van ons gezin, als ik de weekenden in de studeerkamer doorbracht voor tentamens en deze thesis. Tevens wil ik mijn dochters, Noa en Mia, bedanken voor de kopjes koffie die ze op gezette tijden kwamen brengen, zodat papa door kon werken aan zijn scriptie. De komende periode zullen mijn weekenden in het teken staan van 'quality time' met mijn gezin.

Een speciaal woord van dank gaat uit naar Professor Nozeman. Hij heeft mij met zijn efficiënte en positief kritische feedback telkens de juiste richting opgestuurd en dat heb ik zeer gewaardeerd. Tevens wil ik tweede lezer de heer Marquard bedanken voor zijn hulp om 'de laatste puntje op de i' te zetten. Tenslotte wil ik mijn werkgever Wereldhave bedanken voor de mogelijkheid die mij is geboden om deze studie te volgen.

Herwijnen, 7 december 2019

Jeroen Verwolf MSc

Managementsamenvatting

Het winkellandschap in Nederland is de afgelopen jaren door demografische, technologische, geografische en sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen flink veranderd, met een stijgende leegstand tot gevolg. In deze thesis wordt nader ingegaan op hoe het toevoegen van andere functies dan retail kan zorgen voor toekomstbestendige stadsdeelcentra. Dit onderzoek is kwalitatief en ontwerpend van aard en biedt een toetsingskader om de toegevoegde waarde van functiemenging vanuit het perspectief van de vastgoedeigenaar te beoordelen. Tevens beoogd het onderzoek meer inzicht te geven in de meest kansrijke functies. Bij dit onderzoek wordt zowel uit de theorie als uit de praktijkervaring van negen experts geput en is middels de Delphi-methode gezocht naar meerderheidsstandpunten inzake toetsingscriteria en de weging van kansrijke functies op deze toetsingscriteria.

De Nederlandse winkelstructuur staat, door onder andere de opkomst van online winkelen, vergrijzing en verstedelijking, onder druk en dit zorgt voor een versterkte concurrentie tussen winkelgebieden. Online winkelen zorgt onder andere voor een additioneel afzetkanaal en door vergrijzing dalen de bestedingen in de detailhandel, waardoor de vraag naar fysieke winkelmeters afneemt. Verstedelijking zorgt daarnaast voor polarisatie als het gaat om goede en minder goede winkelgebieden. Hierdoor zijn er grote verschillen ontstaan tussen winkelgebieden en is er in met name stadsdeelcentra veel leegstand ontstaan. Door in leegstaand winkelvastgoed andere functies toe te voegen ontstaat de mogelijkheid om monofunctionele winkelgebieden te transformeren naar aantrekkelijke multifunctionele gebieden waar de consument voor meerdere bezoeksdoelen naar toe gaat.

Een belangrijke conclusie uit dit onderzoek is dat het toevoegen van andere functies niet moet worden gezien als een hype, maar als integraal onderdeel van de strategie voor een stadsdeelcentrum om een aantrekkelijk aanbod voor de consument te creëren. Daarbij wordt onderscheid gemaakt tussen de strategie voor grote en kleine stadsdeelcentra, waar qua aanbod respectievelijk opgeschaald (richting stadscentra) en afgeschaald (richting wijkcentra) moet worden.

Daarnaast kan worden geconcludeerd dat de toegevoegde waarde van functiemenging wordt beoordeeld op vijf hoofdcriteria, namelijk synergie, rendement en financieel, juridisch, fysieke inpassing en marktomstandigheden. Onder deze vijf hoofdcriteria zijn verschillende subcriteria te onderscheiden. Wat betreft synergie kan er onderscheid worden gemaakt tussen locatie- en functionele synergie. Functionele synergie ontstaat wanneer een functie zorgt voor een groter verzorgingsgebied, hogere bestedingen, langere verblijfsduur of meer herhalings- en combinatiebezoek. Bij functionele synergie gaat het over de fit met het DNA van het verzorgingsgebied en het dubbelgebruik van parkeerplaatsen. Onder het hoofd criterium 'financieel en rendement' worden de waardecomponent, de huurcomponent, de eventuele investering en de risico's die gepaard gaat met functiemenging meegenomen in het afwegingskader. Op juridisch vlak zijn er twee toetsingscriteria die van belang zijn, namelijk het huurcontract en het bestemmingsplan. De mate van fysieke inpassing wordt beoordeeld op drie subcriteria, te weten de benodigde oppervlakte, de ligging in het stadsdeelcentrum en de uitstraling van de beoogde functie. Onder het hoofd criterium 'marktomstandigheden' wordt gekeken naar expansieve partijen, trends in een

desbetreffende markt die aansluiten bij retail en naar het draagvlak dat een bepaalde functie heeft in het verzorgingsgebied.

Tevens is door de experts op basis van deze toetsingscriteria een ranking gemaakt van de meest kansrijke functies voor stadsdeelcentra. In volgorde van meeste naar minste toegevoegde waarde zijn de dat volgende functies: horeca, wonen, fitness, kantoren, eerstelijnszorg, bioscoop en kinderopvang. Verder benadrukt een meerderheid van de experts dat de lokale context leidend is in de keuze voor een bepaalde functie en dat analyse van de lokale omgeving altijd als vertrekpunt moet worden genomen bij functiemenging.

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1 Inleiding	7
1.1 Aanleiding.....	7
1.2 Onderwerp en afbakening.....	7
1.3 Doelstelling, hoofdvraag en deelvragen.....	8
1.4 Onderzoeksmethode	8
1.5 Relevantie.....	9
1.6 Leeswijzer	9
Hoofdstuk 2 Contextueel kader: Structuur en dynamiek van het Nederlandse retaillandschap.....	11
2.1 Hiërarchie	11
2.2 Huidige winkelstructuur in Nederland	12
2.3 Relevante trends die de huidige winkelstructuur onder druk zetten	15
2.3.1 Technologie: De groei van online winkelen	15
2.3.2 Demografie: Vergrijzing zorgt ervoor dat winkelgebieden zich moeten aanpassen	16
2.3.3 Geografie: Ontvolking versus de opkomst van de binnenstad	17
2.3.4 Sociaal-maatschappelijk	19
2.4 Leegstand in de winkelmarkt	19
2.5 Conclusie	21
Hoofdstuk 3 Naar een toetsingskader mixed use en stadsdeelcentra.....	22
3.1 Mixed use	22
3.2 Mixed use: Niet retailfuncties in winkelcentra	23
3.2.1 Mixed use in winkelcentra.....	23
3.2.2 Kansrijke mixed use functies	25
3.3 Wat is toegevoegde waarde voor een vastgoedeigenaar?	36
3.3.1 Highest and best use	36
3.3.2 Rendement	37
3.3.3 Synergie	37
3.4 Conclusie	38
Hoofdstuk 4 Onderzoeksmethode	41
4.1 Delphi-methode	41
4.2 Onderzoeksontwerp.....	41
4.3. Expertpanel	42
4.4 Reflectie online enquête en interviews.....	43

Hoofdstuk 5 Resultaten.....	45
5.1 Ronde 1: Voorlopig toetsingskader voorgelegd aan de experts	45
5.1.1. Criteria functionele synergie	45
5.1.2. Criteria rendement en financiële haalbaarheid	47
5.1.3. Criteria juridisch	48
5.1.4. Criteria fysieke inpassing.....	48
5.1.5. Criteria marktperspectief	49
5.1.6. Weging criteria en functies	49
5.1.7. Deelconclusie.....	50
5.2 Ronde 2: Verdieping van het toetsingskader	51
5.2.1 Visie op functiemenging.....	52
5.2.2 Functionele en locatiesynergie.....	52
5.2.3 Rendement en financiële haalbaarheid	53
5.2.4. Juridisch.....	54
5.2.5 Fysieke aspecten.....	55
5.2.6 Markttechnische aspecten	57
5.2.7 Toegevoegde waarde van functiemenging	58
5.2.8 Conclusies praktijkonderzoek.....	59
Hoofdstuk 6 Conclusie en aanbevelingen	61
6.1 Conclusies.....	61
6.2 Reflectie en aanbevelingen	65
Bibliografie	66
Bijlage 1 - Overzicht stadsdeelcentra Nederland	75
Bijlage 2 - Overzicht experts.....	76
Bijlage 3 - Vragenlijst online enquête.....	78
Bijlage 4 - Interviewschema / topiclijst	81
Bijlage 5 - Samenvatting resultaten online enquête.....	84
Bijlage 6 - Ranking meest kansrijke functies	99

Hoofdstuk 1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Het winkellandschap in Nederland is de afgelopen jaren flink veranderd. De crisis van 2008, diverse faillissementen van grote winkelketens, de opkomst van online winkelen en demografische ontwikkelingen zoals vergrijzing hebben hun weerslag gehad op winkelgebieden, met een stijgende leegstand tot gevolg. In de grote steden zoals Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht is de leegstand nog relatief makkelijk opgevangen (Geurtjens, 2017), maar in veel middelgrote winkelgebieden is de leegstand enorm toegenomen (Wijnen, 2015) (Stadszaken, 2017). Op dit moment is er weer sprake van omzetgroei in de detailhandel (Retailnews, 2018), maar het aandeel van online omzet is fors toegenomen (CBS, 2018).

Bovenstaande doet de vraag rijzen of leegstaande winkelmeters in middelgrote winkelcentra ingevuld kunnen worden met andere functies, zoals bijvoorbeeld zorg, horeca, kantoren of woningen, zodat deze winkelcentra attractief en relevant blijven. Steeds vaker worden horeca- en woonfuncties aan winkelgebieden toegevoegd (Colliers, 2018) (Stadszaken, 2017). Functiemenging¹ draagt bij aan meer diversiteit en innovatie met als gevolg: een aantrekkelijker winkelgebied (Platform31, 2016). Echter, het transformeren van detailhandel naar een andere functie brengt voor een vastgoedeigenaar vaak consequenties met zich mee als het gaat om waardeontwikkeling, huurprijs en huurzekerheid (Platform31; Detailhandel Nederland; Stedennetwerk G32, 2014). Bij een afnemend winkelaanbod zijn er twee opties, namelijk een kleiner centrum of een verbreding van het functiepakket creëren (Vlek & Frielink, 2015). In dit onderzoek zal de focus liggen op het laatste.

1.2 Onderwerp en afbakening

Deze scriptie heeft betrekking op mixed use in winkelcentra in Nederland. Mixed use ontwikkeling betekent feitelijk dat er meer dan één type grondgebruik wordt ontwikkeld (Huijsmans, 2018). Kortom, er worden meerdere functies aan één gebied toegevoegd, zoals bijvoorbeeld woningen, commerciële, culturele en leisure-functies. Mixed use kan op verschillende niveaus worden toegepast en er wordt onderscheid gemaakt tussen het gebouw-, blok- en gebiedsniveau (Huijsmans, 2018) (Wikipedia, 2018).

Mixed use is zeker geen nieuwe manier om aantrekkelijke locaties te creëren. Jacobs (1961) was de eerste die zag dat een gebalanceerde mix van wonen, leven en werken in een stedelijke omgeving bijdraagt aan de leefbaarheid, veiligheid en de waardering van een plek. Vandaag de dag wordt mixed use vooral gedreven door de behoefte van mensen om te werken en te wonen op dezelfde plaats, elkaar te ontmoeten, minder reistijd nodig te hebben en onderdeel te zijn van een 'community' (Kozloff, 2005). Functies als wonen, kantoren, horeca en leisure worden dan ook al vaak gecombineerd in gebieden. Dit onderzoek richt zich op functies waarvan de literatuur aanknopingspunten biedt dat deze van toegevoegde waarde zijn voor winkelcentra.

¹ In dit onderzoek wordt de Engelse term 'mixed use' gebruikt voor 'functiemenging', aangezien deze term gemeengoed is geworden in de Nederlandse vastgoedwereld.

1.3 Doelstelling, hoofdvraag en deelvragen

Dit onderzoek heeft als doel om te verkennen of het toevoegen van functies (mixed use) aan stadsdeelcentra in Nederland van toegevoegde waarde is voor de vastgoedeigenaar.

De centrale vraag van dit onderzoek luidt dan ook:

Wat is de toegevoegde waarde van 'mixed use' voor stadsdeelcentra in Nederland?

Uit de centrale vraag vloeien de volgende deelvragen voort:

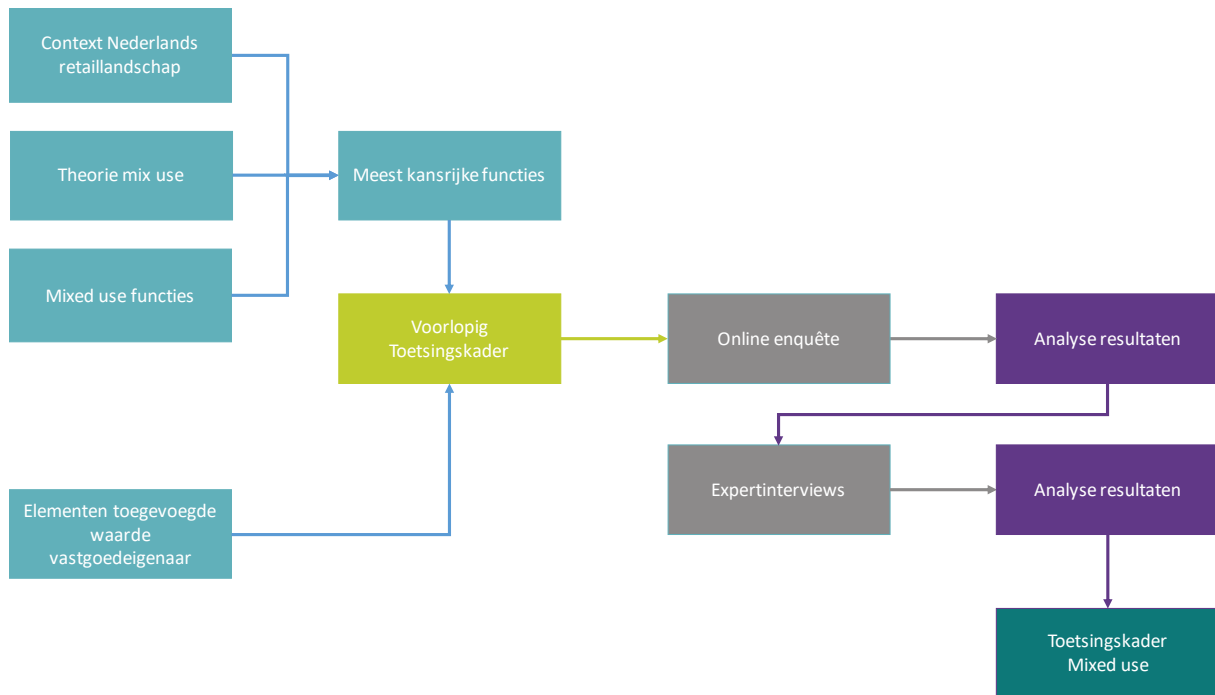
- Hoe ziet het contextueel kader van de Nederlandse detailhandel eruit?
- Wat betekent volgens de literatuur 'mixed use', in het bijzonder als het gaat om functiemix voor (stadsdeelcentra)?
- Welk geëigend toetsingskader vloeit voort uit de literatuur bij de beoordeling van de toegevoegde waarde van mixed use voor stadsdeelcentra vanuit eigenaarsperspectief?
- Welke toegevoegde waarde hebben de verschillende functies in stadsdeelcentra op grond van het ontworpen toetsingskader in het eigen empirisch onderzoek?

1.4 Onderzoeksmethode

Dit onderzoek heeft een ontwerp karakter en is kwalitatief van aard. Het thema mixed use is tot nu toe vooral onderzocht in de context van stedelijke ontwikkeling (Jacobs, 1961) (Kozloff, 2005) (Faludi & Van der Valk, 1994) (Breheny, 1992). Er is nog weinig onderzoek gedaan naar mixed use in stadsdeelcentra en daarbij is er nog weinig bekend over mixed use als strategie om winkelcentra levensvatbaar te houden. Het opstellen van een toetsingskader waarmee de toegevoegde waarde van 'mixed use' in stadsdeelcentra bepaald kan worden kan derhalve een eerste stap zijn in dit onderzoeksgebied. Het ontwerp karakter van dit onderzoek heeft als voordeel dat er een bruikbaar toetsingskader voor de praktijk ontstaat (Baarda, et al., 2018). Dit toetsingskader is niet alleen ontstaan uit een creatief en associatief gedachteproces, maar tevens gebaseerd op praktijkervaring van de respondenten wat de bruikbaarheid vergroot (Verschuren & Doorewaard, 2015). Een nadeel van ontwerp onderzoek is dat er veel betrokkenheid nodig is van respondenten en dat hierdoor veel tijd in beslag wordt genomen (Baarda, et al., 2018).

Het onderzoek zal in drie stappen uitgevoerd worden. Allereerst zal middels een literatuurstudie bekeken worden welke functies het meeste synergie hebben met stadsdeelcentra. Daarnaast zal er vanuit de literatuur bekeken worden welke factoren waarde toevoegen voor de vastgoedeigenaar. Wanneer de meest kansrijke functies en de waarderingsfactoren in beeld zijn, ontstaat er een toetsingskader waarmee de toegevoegde waarde van de verschillende functies kan worden getoetst. Vervolgens zal het toetsingskader middels een online enquête en interviews nader onderzocht worden. De online enquête kent een gestructureerd karakter en de expertinterviews zullen semigestructureerd zijn en toetsend van aard. Er zal gekozen worden voor een selecte groep experts, welke worden geselecteerd op basis van twee hoofdkenmerken. Allereerst dienen de respondenten het perspectief van de vastgoedeigenaar te kennen. Daarnaast is het van belang dat de respondenten een integraal beeld hebben van potentiële effecten van functiemenging in stadsdeelcentra.

DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MIXED USE IN STADSDEELCENTRA



Figuur 1.4.1 - Onderzoeksmodel (Bron: auteur)

1.5 Relevantie

Wetenschappelijk

In de literatuur is al veel geschreven over de branchering van winkelcentra (Woltjer, 2015) (Gool, Jager, Theebe, & Weis, 2013) (Postma, 2002), maar er is weinig geschreven over het toevoegen van andere functies aan winkelgebieden. Nu er druk staat op het aantal vierkante meters detailhandel wordt het interessant om meer te weten te komen over alternatieve functies (mixed use) binnen winkelcentra. Mixed use is met name vanuit het oogpunt van ruimtegebruik en vastgoedontwikkeling onderzocht (Jacobs, 1961) (Huijsmans, 2018) (Kozloff, 2005) en derhalve kan een verkenning naar de toegevoegde waarde van mixed use in stadsdeelcentra een eerste stap zijn in dit onderzoeksgebied.

Maatschappelijk

Vanuit het perspectief van de winkelvastgoedbelegger zijn lagere huren en taxatiewaarden een schrikbeeld. Daarnaast doet het de auteur als consument van middelgrote winkelcentra pijn wanneer leegstand leidt tot negatieve effecten op maatschappelijke thema's als veiligheid en leefbaarheid in deze winkelgebieden. Ook vanuit betrokkenheid bij de herontwikkeling van een stadsdeelcentrum is er bovengemiddelde interesse voor het antwoord op de vraag of 'mixed use' kan helpen bij het creëren van waarde voor bezoekers, retailers en vastgoedeigenaren. Een toetsingskader om te bepalen of het toevoegen van 'mixed use' van toegevoegde waarde is, is daarbij in praktische zin nuttig.

1.6 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt allereerst ingegaan op het Nederlandse winkellandschap. Vervolgens zal in hoofdstuk 3 vanuit de theorie bekeken worden wat mixed use precies betekent en welke andere functies de meeste synergie vertonen met stadsdeelcentra. Tevens komt de toegevoegde waarde van het perspectief van de vastgoedeigenaar aan bod. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een

DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MIXED USE IN STADSDEELCENTRA

voorlopig toetsingskader dat gebruikt kan worden om de toegevoegde waarde van mixed use in stadsdeelcentra te onderzoeken. In hoofdstuk 4 wordt de wijze van onderzoek toegelicht, waarna in hoofdstuk 5 de resultaten van de expertinterviews centraal staan. Tenslotte worden de conclusies, aanbevelingen en reflectie op dit onderzoek in hoofdstuk 6 behandeld.

Hoofdstuk 2 Contextueel kader: Structuur en dynamiek van het Nederlandse retaillandschap

Hoofdstuk 2 bevat de resultaten van de bestudeerde literatuur over het Nederlandse retail - landschap. In paragraaf 2.1 wordt de structuur van het Nederlandse winkellandschap aan de hand van locatietheorieën behandeld. Vervolgens wordt in paragraaf 2.2 ingegaan op de huidige fysieke winkelstructuur en zullen in paragraaf 2.3 een aantal trends worden besproken die invloed uitoefenen op deze structuur.

2.1 Hiërarchie

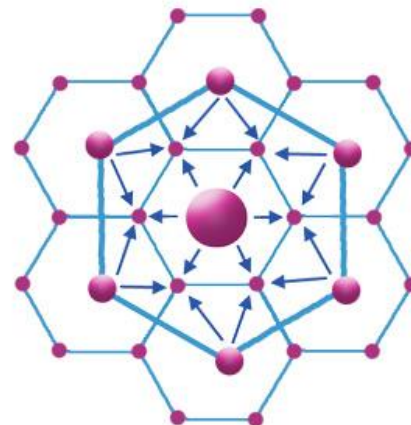
Het Nederlandse winkellandschap typeert zich om haar fijnmazigheid (Bolt, 2003). Dit betekent dat de Nederlandse bevolking relatief eenvoudig en zonder lange reistijd winkels kan bereiken (Woltjer, 2015). Dit kan verklaard worden vanuit verschillende locatietheorieën.

In de periode 1772 – 1823 baseerde Ricardo de pacht prijs van grond op de vruchtbaarheid van de locatie. Hiermee was hij de eerste die stelde dat de grond prijs een afgeleide is van de opbrengst potentie (Braan, 2016). Dit blijkt ook uit de volgende uitspraak van Ricardo: “Corn is not high because a rent is paid, but a rent is paid because the corn is high”. Von Thünen (1826) heeft transportkosten toegevoegd aan deze klassieke locatietheorie (Braan, 2016). Hij stelt dat het grondgebruik wordt bepaald door de onderlinge concurrentie van activiteiten, waarbij de hoogstbiedende zich kan vestigen op de best bereikbare locatie (Von Thünen, 1826). Alonso (1964) heeft het gedachtegoed van Ricardo en Van Thünen bekeken vanuit het perspectief van forensengedrag en stelt dat de grond prijs voor het grondgebruik afneemt, naarmate de afstand tot de centrale marktplaats of het zakelijk centrum toeneemt. Deze ‘bid-rent-curve’ is met name gebruikt voor het waarderen van gronden onder agrarische bedrijven, kantoren en woningen. Prijzen van locaties zijn afhankelijk van de grond prijs, waarbij wordt gesteld dat hoe dicht bij het centrum, des te minder transportkosten en des te hoger de grond prijzen zijn (Tordoir, 2012). In theorie zijn immers productiekosten overal gelijk, zijn markten homogeen en vindt concurrentie plaats op basis van kostenefficiëntie (Tordoir, 2012). Centraal gelegen activiteiten winnen het op basis van lagere transportkosten van minder centraal gelegen activiteiten (Tordoir, 2012). Hotelling benadrukte echter dat een ondernemer bij een vestigingsplaatskeuze niet enkel geleid wordt door kostenreductie, maar dat ook het ruimtelijke gedrag van concurrenten van belang is. Het gedachtegoed van Hotelling wordt vaak geïllustreerd aan de hand van het principe dat twee ijsverkopers op het strand elkaar enerzijds beconcurreren, maar er anderzijds voor zorgen dat er meer mensen het strand bezoeken (Atzema, Lambooy, & Rietbergen, 2009). Dit gedachtegoed is in lijn met de regionale ontwikkelingstheorie van Myrdal (1957), die er in zijn cumulatieve causatietheorie vanuit gaat dat economische activiteiten zich concentreren in een bepaald geografisch gebied en dat bedrijven in deze geografische gebieden voordeel hebben van meer welvaart, een groter marktgebied en meer schaalvoordelen ten opzichte van minder ontwikkelde gebieden. Brink (2014) stelt dat deze cumulatieve causatietheorie ook betrokken kan worden op retail en dat winkelbedrijven zich het liefst vestigen in de nabije omgeving van bedrijven die veel klanten trekken, zoals een grootschalige retailformule of culturele of toeristische functies.

Dit alles is terug te zien in het Nederlandse winkellandschap waar winkels die de hoogste huur of grond prijs kunnen betalen op meer centrale locaties gevestigd zijn (Woltjer, 2015). Daarentegen zijn winkels die grote oppervlaktes nodig hebben en een lagere vloerproductiviteit hebben, zoals

bijvoorbeeld bouwmarkten, vaak in de periferie gevestigd tegen lagere huurniveaus (Woltjer, 2015). Nozeman, Van der Post en Langendoen (2012) geven aan dat deze marktwerking een van de oorzaken is van de uniformiteit van Nederlandse winkelgebieden, omdat de artikelen van landelijke winkelketens een hogere omloopsnelheid hebben en daardoor een hogere huur kunnen betalen. Naast een hiërarchische verdeling van functies op basis van de maximale grondprijs die betaald kan worden, kan in Nederland ook gesproken worden van een hiërarchie tussen plaatsen op basis van verzorgingsgebied (Bolt, 2003). Christaller (1933) stelt met zijn Centrale-plaatsentheorie dat elke categorie in de detailhandel zijn eigen vraagniveau heeft om rendabel te kunnen exploiteren. Deze drempelwaarde bepaalt de minimale grootte van het verzorgingsgebied dat een bepaalde categorie nodig heeft (Nozeman, Van der Post, & Langendoen, 2012). Berry en Garisson maken het begrip 'drempelwaarde' robuuster door te spreken van een minimaal aantal consumenten met een bepaalde koopkracht in een marktgebied (Bolt, 1995). Zo hebben winkels in dagelijkse goederen een kleiner verzorgingsgebied nodig dan bijvoorbeeld winkels in de niet dagelijkse sector (Woltjer, 2015). Op deze wijze ontstaat er een piramide met aan de top plaatsen met omvangrijke centra en verzorgingsgebieden en daaronder lagen waarbij het grootte van de centra en de verzorgingsgebieden steeds kleiner worden (Zie figuur 2.1.1. voor een schematische weergave van de Centrale-plaatsentheorie). In het Nederlandse winkellandschap is dit sterk terug te zien. Zo is bijvoorbeeld de inrichting van de Noordoostpolder in 1942 op basis van de centrale plaatsen theorie ingericht (Wikipedia, 2017).

De centrale plaatsentheorie van Christaller (1933) is nog steeds de meest geciteerde theorie als het gaat om ruimtelijke winkelmarktanalyses, maar er zijn ook kritieken op deze theorie (Braan, 2016). De kritieken zijn methodologisch van aard en ingegeven vanuit de aannames die Christaller doet (Nicolas, 2009) (Tordoir, 2012). Ook de huidige wijze van het tot stand komen van stedelijke en winkelstructuren is aan verandering onderhevig, waardoor de verhoudingen binnen de centrale plaatsentheorie aan verandering onderhevig zijn (Braan, 2016). Hierbij valt te denken aan trends als een verhoogde mobiliteit en het ontstaan van een extra verkoopkanaal via het internet (Braan, 2016). In paragraaf 2.2 wordt nader stil gestaan bij de huidige winkelstructuur in Nederland.



Figuur 2.1.1 – Schematische weergave Centrale-plaatsentheorie van Walter Christaller, bron (Wikipedia, 2017)

2.2 Huidige winkelstructuur in Nederland

Nu in de vorige paragrafen de theorie inzake de hiërarchische winkelstructuur aan bod is gekomen, wordt in deze paragraaf stil gestaan bij de huidige winkelstructuur in Nederland. De Nederlandse winkelvoorraad beslaat bijna 31 miljoen vierkante meter (Slob & Van Tellingen, 2019) dat voor 80 procent wordt gebruikt voor de verkoop van niet-dagelijkse goederen en 20% voor dagelijkse goederen (Ouweland & Haringsma, 2016). Met 2.500 winkelgebieden wordt het Nederlandse winkellandschap gekenmerkt door een hoge winkeldichtheid (circa 1,7 m² wvo per inwoners) (Ouweland & Haringsma, 2016). Het detailhandelsbeleid in Nederland is met name gestoeld op de

inzichten van Christaller, waardoor er gesproken kan worden van een hiërarchische winkelstructuur (Eijkelkamp, 2008) (Ouwehand & Haringsma, 2016).

Hiërarchisch gezien is het centraal gelegen hoofdcentrum of stadscentrum het hoogste in rang en daaronder vallen stadsdeelcentra, dorp-, wijk- en buurtcentra (Nozeman, Van der Post, & Langendoen, 2012) (Bolt, 2003). De stadscentra worden met een relatief lagere frequentie bezocht en hier vindt vooral het recreatieve winkelen plaats. (Ouwehand & Haringsma, 2016). De winkelcentra lager in orde zijn vaker nabijgelegen en worden vaker bezocht voor doelgerichte aankopen (Woltjer, 2015). Buiten deze hiërarchie om zijn er in Nederland ook grootschalige en perifere detailhandelslocaties die zich vaak aan de randen van steden bevinden (Bolt, 2003). Hier zijn vaak woonboulevards, bouwmarkten en tuincentra gevestigd en hier vinden met name doelgerichte aankopen plaats (Ouwehand & Haringsma, 2016). Dit samen kan gezien worden als de functionele hoofdwinkelstructuur met de daarbij horende branchering, omzetten en huurprijzen (Nozeman, Van der Post, & Langendoen, 2012) (Bolt, 2003). Tabel 2.2.1. geeft meer informatie over de verschillende categorieën. Door deze categorieën op basis van omvang en branchering (Nozeman, Van der Post, & Langendoen, 2012) te gebruiken, wordt de complexe praktijk van het ruimtelijk spreiden van voorzieningen vereenvoudigd (Eijkelkamp, 2008). Tabel 2.2.1 en figuur 2.3.1 bevatten meer informatie over andere segmentaties van winkelgebieden. Bolt stelt dat de potentie van een bestaand winkelgebied, uitbreidings- of ontwikkelingslocatie afhangt van de ligging en de omvang van bestaande winkellocaties (Bolt, 2003) (Woltjer, 2015). De omgeving bepaalt dus de omvang van een bepaald centrum en welke winkels en voorzieningen er aanwezig moeten zijn (Nozeman, Van der Post, & Langendoen, 2012) (Woltjer, 2015).

Aspect	Stadscentrum	Stadsdeelcentrum	Wijkcentrum	Buurtcentrum	Grootschalige centra
Functioneel	Centrummilieu, hart van stad en regio	Gemengd milieu, maar detailhandel prevaleert	Boodschappen prevaleert, met enig gemengd milieu	Beperkte boodschappen functie, divers karakter	Monofunctioneel
Opzet	Kernwinkelgebied met randzones en aanloopstraten	Compact en planmatig, vanaf 12.000 m ² w.v.o. centraal in het stadsdeel	Compact en planmatig	Kleinschalig en compact, 2.000 m ² en 5.000 m ² bvo, verspreid in steden, maar centraal in de buurt.	Planmatig, compact of langgerekt
Branchering	Landelijke formules in de kern en lokale spelers aan de rand	Variatie in landelijke formules en lokale spelers	Landelijke formules en lokale spelers	Met name buurt en doelgerichte functies	Landelijke formules en soms regionale trekker
Trekkers	Non-food, fashion retailers, horeca en ander recreatief aanbod	Supermarkten en mix van landelijke formules en sterke lokale spelers	Supermarkten	Supermarkt	Branche-specifieke trekkers
Bereikbaarheid	Auto, (betaald parkeren, transferia) en openbaar vervoer	Met name per auto	Auto voor de deur en gratis parkeren	Evenwicht tussen langzaam vervoer en auto	Auto voor de deur en gratis parkeren

DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MIXED USE IN STADSDEELCENTRA

Verblijfsduur	Lang, enkele uren	Middellang, rond 1 uur	Kort 80% < 1 uur	Kort	Varieert sterk
Bezoekfrequentie	Wekelijks / enkele keren per maand	Meerdere keren per week	Meerdere keren per week	Sterk aanbod afhankelijk	Enkele malen per jaar
Motief	Recreatief en diverse motieven	Koopcentrum, trefpunt het stadsdeel	Hoge frequentie behoeften	Functioneel voor eigen doelgroep	Doelgericht en soms recreatief (themacentrum)
Aantal centra	Circa 400	Circa 30	Circa 330	Circa 100	Circa 95

Tabel 2.2.1 – Nadere omschrijving van de verschillende categorieën winkelcentra, (Baaij, 2009) (Nozeman, Van der Post, & Langendoen, 2012), (Ouwehand & Haringsma, 2016), bewerkt door de auteur

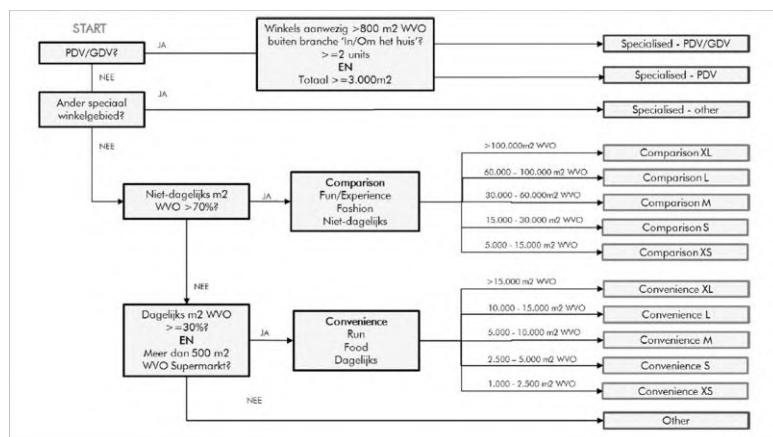
Volgens Ouwehand en Haringsma (2016) suggereert de hiërarchische structuur dat winkelgebieden complementair zijn, maar zij stellen dat de concurrentie tussen winkelcentra sterk is toegenomen door kritischer koopgedrag, toegenomen mobiliteit, geografische verschillen, vergrijzing en internetgebruik. In de volgende paragraaf wordt nader ingegaan op enkele van deze trends en de wijze waarop zij invloed hebben op het huidige winkellandschap.

Segmentatie winkelcentra

Wanneer we naar winkelcentra kijken zijn er diverse typologieën te onderscheiden. Nozeman (Nozeman, Van der Post, & Langendoen, 2012) hanteert omvang en branchering als bepalende factoren voor het onderscheid tussen winkelgebieden en benoemt buurtwinkelcentra, wijkcentra, dorpscentra, stadsdeelcentra, stadscentra en perifere winkelconcentraties (2012).

Locatus hanteert centraal winkelgebied, ondersteunend winkelgebied en overige als hoofdtypen winkelgebieden en maakt hierbij nog een verdere uitsplitsing op basis van de omvang van het verzorgingsgebied.

Op basis van bezoekmotief (comparison, convenience en specialized) en omvang van een winkelgebied (winkeloppervlakte) hebben de IVBN en NRW een nieuwe segmentatie voorgesteld (zie stroomschema in figuur 1.2.1).



Figuur 2.3.1. – Stroomschema segmentatie winkelgebieden (IVBN en NRW, 2017)

De segmentatie van Locatus kent namelijk een aantal tekortkomingen, zoals het te grote aantal segmenten en het ontbreken van het juiste gevoel bij de segmenten en bijbehorende winkelcentra (IVBN en NRW, 2017). De segmentatie van de IVBN en NRW (2017) daarentegen kent ook een aanzienlijk aantal segmenten en wordt nauwelijks in de praktijk gebruikt. In dit onderzoek wordt derhalve gekozen voor de segmentatie van Nozeman, Van der Post en Langendoen (2012).

Binnen dit segment winkelcentra is echter nog een onderscheid te maken tussen een evolutionair tot stand gekomen winkelgebied en een planmatig ontwikkeld winkelcentrum. In dit onderzoek wordt gekeken naar de planmatig ontwikkelde winkelcentra. Bij een planmatig ontwikkeld winkelcentrum gaat het om een groep winkels die architectonisch samenhangen, als een geheel functioneren en op een geplande plek zijn ontwikkeld en gebouwd (Kock, 1996). Deze planmatige winkelcentra zijn vaak het eigendom van een eigenaar, waardoor een eventuele functieverandering ook makkelijker te regisseren en te realiseren is. Tevens vergemakkelijkt dit het verkrijgen van data wanneer er een afwegingskader omtrent mixed use getoetst moet worden.

2.3 Relevante trends die de huidige winkelstructuur onder druk zetten

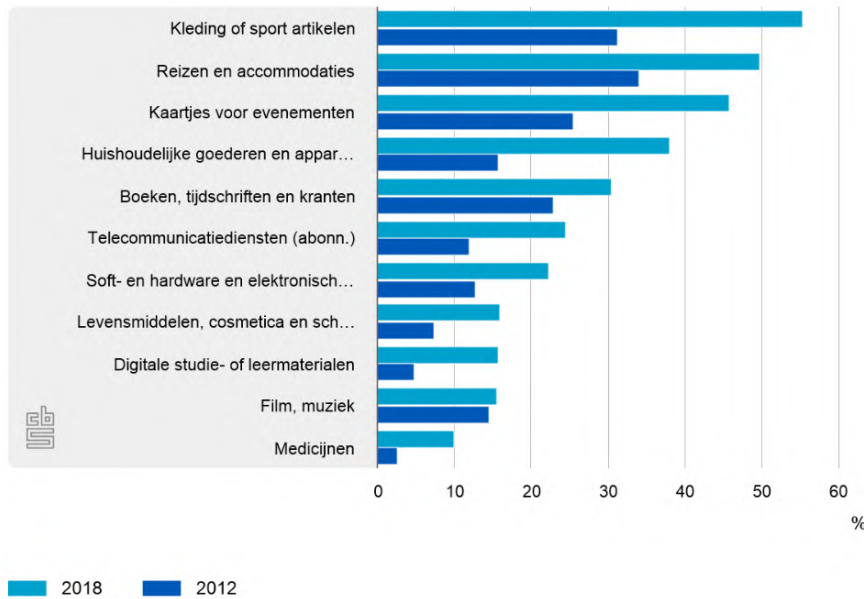
In deze paragraaf wordt nader stilgestaan bij enkele trends die ervoor zorgen dat er veranderingen ontstaan in de huidige winkelstructuur. Hier wordt niet beoogd om een uitputtende lijst met trends te geven, maar een beeld te schetsen wat er momenteel op het Nederlandse retaillandschap af komt. De Nederlandse winkelmarkt is immers in transitie door fundamentele veranderingen in technologie, demografie, consumentengedrag en concurrentie (Voss & Zwijnenburg, 2018).

2.3.1 Technologie: De groei van online winkelen

De afgelopen jaren is het online winkelen sterk gegroeid (Platform31; Detailhandel Nederland; Stedennetwerk G32, 2014). Het aantal webwinkels is gegroeid van ruim vijfduizend naar bijna veertigduizend in de periode van 2007 tot en met 2017 en daarmee is het de snelst groeiende branche in Nederland (Ouwehand & Haringsma, 2016) (Rabobank, 2017). De toename van het online winkelen wordt door Sorenson (2012) de derde retailrevolutie genoemd. De eerste retailrevolutie draaide om efficiency en specialisatie vanuit het perspectief van de retailer en in de tweede retailrevolutie stond massaconsumptie en zelfbediening centraal (Sorenson, 2012). In de derde revolutie staat efficiency wederom centraal, maar ditmaal vanuit het perspectief van de consument. Door technologische ontwikkelingen als het internet en smartphones wordt het gemak in het aankoopproces sterk vergroot (Wijnen, 2015). Deze structurele ontwikkeling draagt bij aan lagere omzetten in fysieke winkels en een lagere vraag naar fysieke winkelmeters (Wijnen, 2015) (Ossokina, Sviták, Teulings, & Zwaneveld, 2016). Het gemak voor de consument, lagere prijzen, toegang tot een breder assortiment en het niet gebonden zijn aan winkelopeningstijden zorgen ervoor dat online winkelen erg in trek is (Van der Velden & Van Gerwen, 2013). Internet biedt consumenten ook de mogelijkheid om te oriënteren (prijsvergelijking). Dit maakt dat internet naast een verschuiving in aankoopkanaal ook zorgt voor een negatief effect op de concurrentiepositie van de fysieke winkel (Luman, 2015).

In 2018 heeft maar liefst 78 procent van de Nederlanders wel eens een online aankoop gedaan, terwijl 5 jaar eerder dit nog maar 64 procent was (CBS, 2018). De mate waarin er online gekocht wordt is sterk afhankelijk van de branche. Zo worden kleding en sportartikelen (56%), reizen en vakanties (50%), kaartjes voor evenementen (46%) en huishoudelijke goederen (38%) het meest online gekocht (zie figuur 2.3.1). Medicijnen (10%), films (16%), studiemateriaal (16%) en levensmiddelen (16%) worden nog relatief weinig online gekocht, maar ook in deze categoriën is ook groei waarneembaar. Daarnaast stelt het CBS (2018) dat zowel de frequentie van online aankopen als de bonbedragen toenemen en daarmee staat Nederland op plek nummer 5 in Europa als het gaat om online aankopen (CBS, 2018). De totale online bestedingen aan producten kwamen in 2018 uit op 13,1 miljard euro, wat neerkomt op 9,6 procent van de bestedingen binnen de Nederlandse detailhandel (Thuiswinkel.org, 2019). De Nederlandsche Bank (DNB, 2015) voorspelt dat het aandeel online aankopen op lange termijn groeit naar 25%. Ook Van Tellingen (2018) en Molenaar (2011) wagen zich aan voorspellingen van het aandeel online aankopen, maar voorspellingen dienen kritisch te worden behandeld en kunnen niet los gezien worden van de belangen die partijen hebben.

DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MIXED USE IN STADSDEELCENTRA



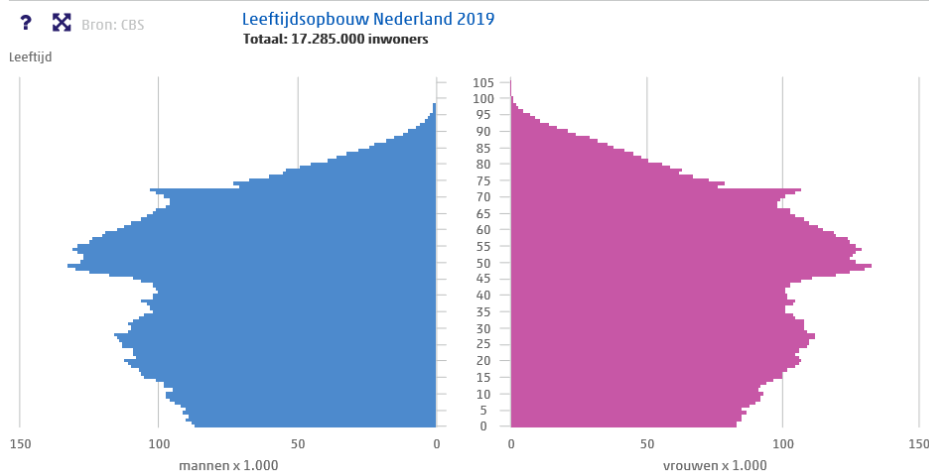
Figuur 2.3.1 – Soort online aankopen, (CBS, 2018)

Internet zorgt dus voor een daling van de omzetten in fysieke winkels en een daling in de vraag naar fysieke winkelmeters, maar tegelijkertijd biedt het ook kansen voor fysieke retail. Zo oriënteren steeds meer pure online winkels zich op een fysieke winkel. Daarnaast stellen Ouwehand en Haringsma (2016) dat internet kan helpen in het creëren van een groter klantenbereik, een betere inzage in wensen en behoeften en een scherpere profilering en dat internet veel mogelijkheden biedt voor klantenbinding.

2.3.2 Demografie: Vergrijzing zorgt ervoor dat winkelgebieden zich moeten aanpassen

Vergrijzing is in Nederland in volle gang en dit is terug te zien in de winkelstraten (HBD, 2011). Het aandeel 65-plussers in Nederland groeit snel en zal in 2040 circa 26 procent van de Nederlandse bevolking uitmaken (PBL, 2015) (zie ook figuur 2.3.2.1). De oorzaak van deze vergrijzing ligt de naoorlogse geboortegolf en een langere levensverwachting van mensen (IVBN, 2005). Zwetheul (2009) stelt dat 65-plussers andere consumptie- en winkelvoorkeuren hebben dan jongeren. Deze groep heeft veel tijd en hecht waarde aan service (HBD, 2011). Ondanks dat de huidige generatie 65-plussers als de meest welvarende bevolkingsgroep bestempeld kan worden (Klaver, 2016), ligt de koopkracht circa 20 procent lager dan het gemiddelde en daarbij besteddt ze ook minder geld in winkels (Haringsma, Mastop, Ploegmaker, & Zandbergen, 2011) (Klaver, 2016). De 65-plussers besteden minder in winkels, omdat het vermogen vast zit in het huis en ze niet snel verhuizen, ze liever extra aflossen op de hypotheek of het geld schenken aan kinderen (Klaver, 2016). Daarnaast voorspelt het IVBN dat veel kleinere winkels in de toekomst zullen sluiten wanneer de eigenaar de pensioengerechtigde leeftijd bereikt en opvolging niet lukt (ING, 2018). Positieve kanten van de huidige vergrijzing is dat de huidige generatie 65-plussers wel meer besteedt dan eerdere generaties en dat ze ze langer gezond blijft (Haringsma, Mastop, Ploegmaker, & Zandbergen, 2011). Door het retailaanbod meer af te stemmen op de doelgroep 65-plussers kan het negatieve effect van vergrijzing afgezwakt worden (Ouwehand & Haringsma, 2016) (De Jong, 2017).

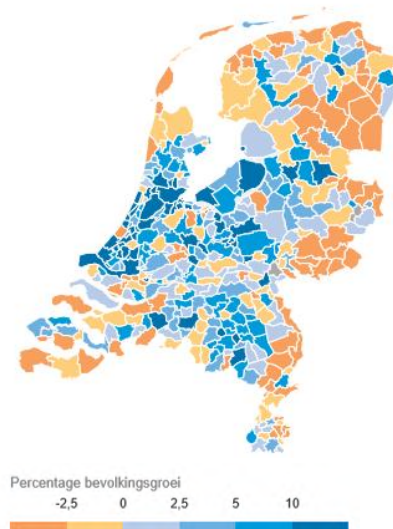
Assortimentsaanpassingen of het veranderen van de locatie en inrichting van winkels worden als voorbeelden genoemd om naar de wensen van ouderen te luisteren (IVBN, 2005).



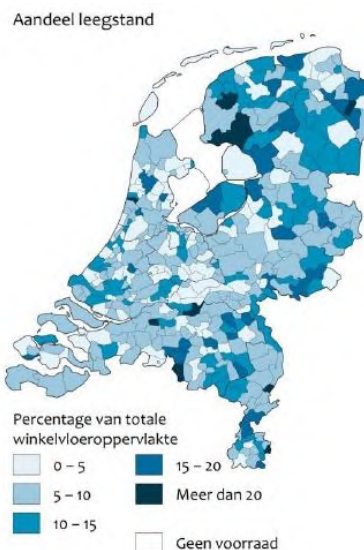
Figuur 2.3.2.1 – Leeflijdsopbouw Nederland 2019 (CBS, 2018)

2.3.3 Geografie: Ontvolking versus de opkomst van de binnenstad

Delen van Nederland hebben te maken met een dalende populatie, zoals Zeeland, Noordoost Groningen, delen van Drenthe, Twente, Achterhoek en Limburg (Platform31; Detailhandel Nederland; Stedennetwerk G32, 2014) en deze demografische krimp zal zich verder ontwikkelen naar de meer centralere delen van Nederland (PBL, 2015). In figuur 2.3.3.1 wordt ontvolking in Nederland zichtbaar door de bevolkingsgroei per Nederlandse gemeente tot 2030 te laten zien. Figuur 2.3.3.2 laat het aandeel leegstand per gemeente zien. Deze twee figuren bij elkaar tonen het effect van ontvolking op het winkelbestand. Door een stijging van het aantal eenpersoonshuishoudens zal het aantal huishoudens minder snel dalen, maar demografische krimp zorgt wel voor een daling van het aantal winkels (De Jong, 2017). Het is tevens de verwachting dat vergrijzing en online winkelen elkaar in negatieve zin versterken in de krimpgebieden. Ouderen willen namelijk steeds minder ver reizen, waardoor het de verwachting is dat in krimpgebieden met een teruglopend winkelbestand het online koopgedrag van ouderen sterk zal toenemen (Klaver, 2016).



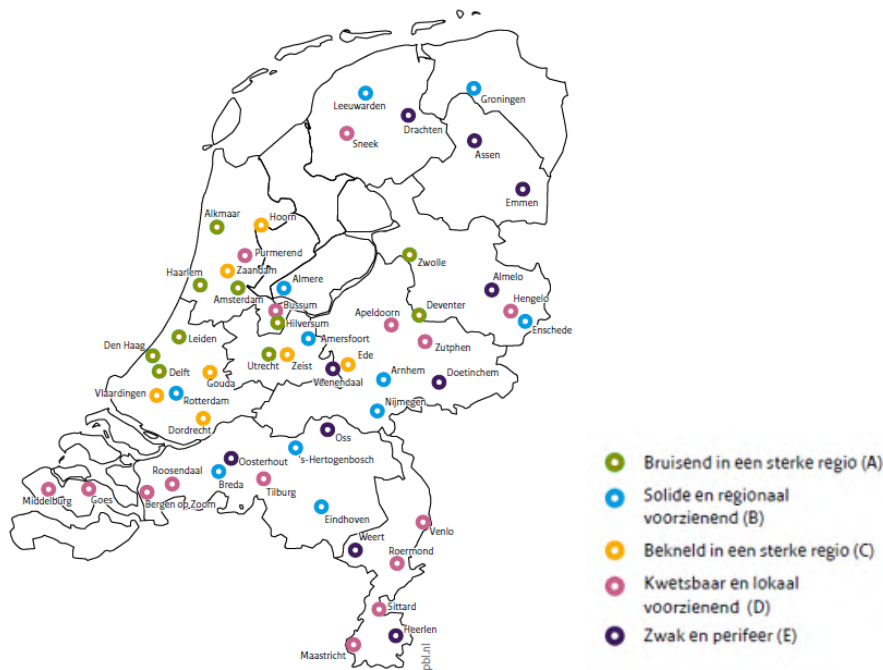
Figuur 2.3.3.1 – Bevolkingsgroei per gemeente 2015 – 2030, (CBS, 2016)



Figuur 2.3.3.2 – Meer leegstand in gemeenten aan de randen van het land (Ossokina, Sviták, Teulings, & Zwaneveld, 2016)

Naast onvolking in sommige delen van Nederland is de stad in opkomst. Het aantal inwoners van de tien grootste Nederlandse steden stijgt tussen 2015 en 2025 met ruim 8 procent wat vier keer zo snel is als het gemiddelde (Luman, 2015). Daarbij zijn het met name de monumentale steden in de Randstad die floreren doordat de beroepsbevolking stijgt en er sprake is van minder vergrijzing (Marlet, 2016). Als redenen voor de opkomst van historische steden worden de aanwezige esthetiek, werk en woonattracties genoemd (Evers, Tennekes, & Van Dongen, 2014) (Marlet, 2016). Enkele succesvolle steden buiten de Randstad zijn Breda, Groningen en Zwolle, maar veel steden zoals Heerlen, Rosendaal en Emmen doen het minder goed door bevolkingskrimp en afnemende beroepsbevolking (Marlet, 2016). Evers en Pen (2017) concluderen dat Nederlandse binnensteden het centrum van de consumptie-economie zijn geworden en derhalve het succes van de binnenstad sterk verbonden is met het succes van de detailhandel.

Het succes van de binnenstad is dus niet overal merkbaar en er bestaan grote verschillen tussen binnensteden (Dees, 2011) (Evers, Tennekes, & Van Dongen, 2015). Dit verschil komt sterk tot uiting in het onderscheid dat Evers, Tennekes en Van Dongen (2015) maken in vijf verschillende groepen binnensteden qua sociaal, economisch en ruimtelijk profiel: Bruisend in een sterke regio, Solide en regionaal voorzienend, Bekneld in een sterke regio, Kwetsbaar en lokaal voorzienend en Zwak en perifeer (zie figuur 2.3.3.3). Gesteld kan worden dat de profielen A en C zich vooral in de Randstad bevinden en dat de profielen B, D en E zich daarbuiten bevinden. De winkelleegstand in steden buiten de Randstad is daarbij ook vaak het grootst (Evers, Tennekes, & Van Dongen, 2014) en daarin worden vaak de middelgrote winkelgebieden het hardste getroffen (Wijnen, 2015) (Stadszaken, 2017).



Figuur 2.3.3.3 – Profielen van binnensteden, (Evers, Tennekes, & Van Dongen, De veerkrachtige binnenstad, 2015)

Koopkracht is een van de bepalende factoren voor de kwantitatieve vraag naar winkelruimte en deze komt onder druk te staan door vergrijzing en ontvolking in delen van Nederland (IVBN, 2005). De binnenstad is in trek, maar er zijn grote verschillen tussen binnensteden onderling waar te nemen waardoor steden aan het veranderen zijn (Evers, Tennekes, & Van Dongen, 2014). Dit maakt dat het huidige winkellandschap onder druk komt te staan en dat aanpassing noodzakelijk is om toekomstbestendig te blijven (Tjoonk, 2015) (Klaver, 2016) (De Jong, 2017).

2.3.4 Sociaal-maatschappelijk

Op sociaal maatschappelijk gebied zijn er ook veranderingen gaande die de Nederlandse detailhandel raken. Een toenemende mate van individualisering van de Nederlandse samenleving zorgt voor een dalende invloed van vakbonden en politieke partijen (HBD, 2007). Echter, de basisbehoefte om ergens bij te horen, zorgt ervoor dat er nieuwe ‘ankers’ in de samenleving ontstaan in ‘communities’ en sociale netwerken. Veel retailers spelen dan ook in op de behoefte aan binding en identificatie (HBD, 2007).

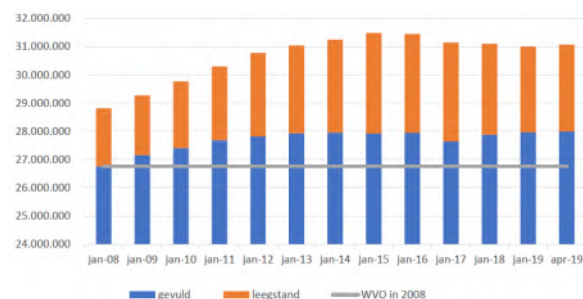
Een andere sociaal maatschappelijke ontwikkeling is dat mensen het steeds drukker hebben en tijd een schaars goed wordt (Roeters, 2017). Derhalve is vrije tijd waardevoller voor de consument geworden (HBD, 2007) (Vreenegoor, 2011). Ook zijn de opties om onze vrije tijd te besteden enorm toegenomen (Van Rooijen, Heebels, Machielse, & Heeger, 2018). Hetgeen iemand in zijn vrije tijd onderneemt bepaalt in belangrijke mate de identiteit van diegene (HBD, 2007). In de retail wordt op deze ontwikkeling ingespeeld door steeds langere openingstijden en ondersteuning in het maken van keuzes (HBD, 2007).

2.4 Leegstand in de winkelmarkt

Uit de vorige paragraaf kunnen we concluderen dat de winkelmarkt in transitie is en dat een aantal trends de winkelstructuur onder druk zetten. Dit blijkt ook uit de cijfers. In 2018 stond er gemiddeld circa zeven procent van het aantal winkels leeg, terwijl een gezonde leegstand circa drie a vier procent bedraagt (frictieleegstand) (Locatus, 2018). De Nederlandse winkelvoorraad is daarbij tot 2015 licht gestegen en is daarna licht gedaald (zie tabel 2.3.4.1) tot circa 31 miljoen vierkante meter winkelvloeroppervlak (Slob & Van Tellingen, 2019).



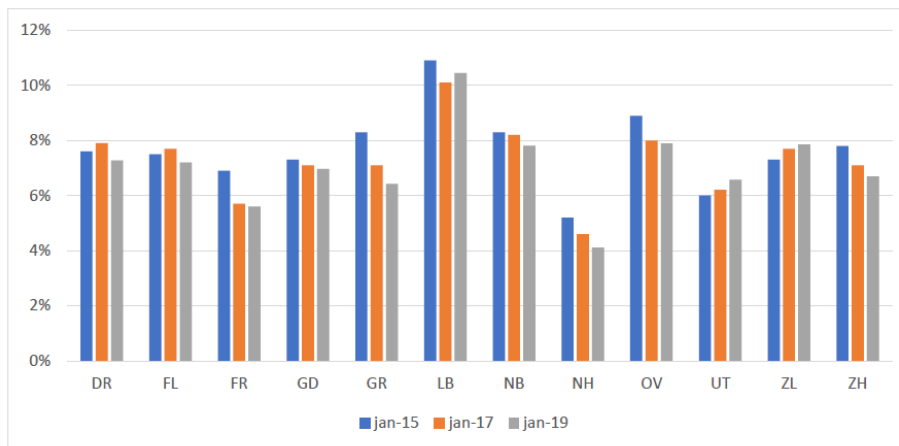
Figuur 2.3.4.1 – Procentuele leegstand in aantal verkooppunten (VKP) en winkelvloeroppervlak (Slob & Van Tellingen, 2019)



Figuur 2.3.4.2 – Nederlandse winkelvoorraad in m² winkelvloeroppervlak (Slob & Van Tellingen, 2019)

Daarbij kan gesteld worden dat de leegstand in 2018 voor het vierde jaar op rij gedaald is, maar dit betekent niet dat er meer winkels bij zijn gekomen (Locatus, 2018). Locatus (2018) stelt dat een aanzienlijk deel van deze leegstaande winkelpanden een andere functie heeft gekregen, samengevoegd is met een andere winkel of dat het pand gesloopt is of dat er een horeca- of dienstverlenende functie in het pand is gekomen.

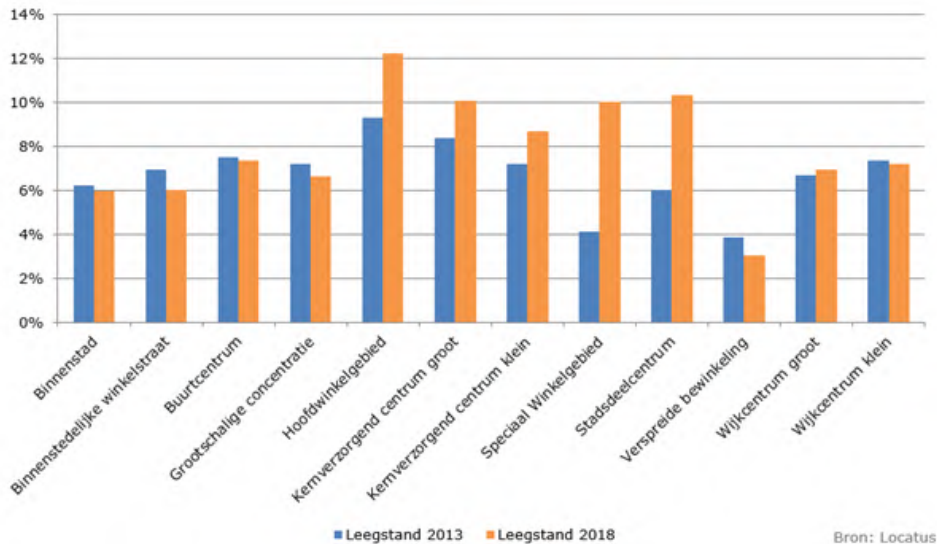
Deze daling van de leegstand is ook te zien in de leegstandscijfers per provincie (zie tabel 2.3.4.3). Echter, wanneer er specifiek gekeken wordt naar de winkelleegstand per regio, moet geconcludeerd worden dat er behoorlijke verschillen zijn met leegstandpercentages van boven de 10 procent in Limburg en rond de 4 procent in Noord Holland (Dynamis, 2018) (Slob & Van Tellingen, 2019). Ook binnen provincies bestaan grote verschillen. Zo heeft in de provincie Limburg het kernwinkelgebied van Maastricht in 2018 circa 6 procent van het aantal winkelpanden leeg staan, terwijl het kernwinkelgebied van Venlo 15 procent leegstand kent (Dynamis, 2018). Het verschil tussen steden wordt steeds groter en het herstel vindt niet in alle steden plaats (Dynamis, 2018). De zorgen zijn er met name voor de centra van de middelgrote steden waar de leegstand gemiddeld het hoogst is (Wijnen, 2015) (Stadszaken, 2017) (Locatus, 2018).



Figuur 2.3.4.3 – Leegstand per provincie in aantal verkooppunten (VKP) (Slob & Van Tellingen, 2019)

Wanneer er naar de verschillende typen winkelcentra gekeken wordt (zie figuur 2.3.4.4), valt op dat de leegstand in 2018 het hoogst is in hoofdwinkelgebieden (kleinere middelgrote steden) en stadsdeelcentra met respectievelijk meer dan 12 procent en 10 procent van het aantal winkels leeg. Binnensteden en de zogenoemde ‘verspreide bewinkeling’ (in grote steden) hebben een lage leegstand met circa 6 procent en 3 procent leegstaande winkels. Tevens valt op dat de leegstand oploopt in hoofdwinkelgebieden (kleinere middelgrote steden), kernverzorgende centra (kleinere steden) en stadsdeelcentra en dit wordt verontrustend genoemd (Slob & Van Tellingen, 2019) (Locatus, 2018). Dynamis (2018) benadrukt dat deze winkelgebieden moeite hebben om vitaal en aantrekkelijk voor bezoekers te blijven. Ten aanzien van de hoofdwinkelgebieden en kernverzorgende centra worden oplossingen onder andere gezocht in samenwerking op diverse thema’s tussen de gemeente, vastgoedeigenaren en ondernemers. Een van die thema’s betreft het creëren van compactere binnensteden en de leegstaande panden op de C-locaties in deze steden te transformeren naar een andere bestemming (Ministerie van Economische Zaken, 2015) (Platform31, 2016) (Dynamis, 2018). Goed onderzoek naar de impact van dergelijke oplossingen voor binnensteden is nog niet voorhanden (Platform31; Detailhandel Nederland; Stedennetwerk G32, 2014). De gemeente Roosendaal is een van de gemeenten waar een pilot gaande is om de

binnenstad compacter te maken (Ministerie van Economische Zaken, 2015). Literatuuronderzoek van de auteur wijst uit dat er veel aandacht is voor oplossingsrichtingen voor binnensteden, maar dat specifieke oplossingsrichtingen of pilots voor stadsdeelcentra niet aan bod komen². Derhalve zal dit onderzoek zich richten op stadsdeelcentra.



Figuur 2.3.4.4 – Leegstand per type winkelcentrum in aantal verkooppunten (VKP) (Locatus, 2018)

2.5 Conclusie

In dit hoofdstuk is het contextueel kader van de Nederlandse detailhandel geschetst en hiermee is antwoord gegeven op de eerste deelvraag, te weten: Hoe ziet het contextueel kader van de Nederlandse detailhandel eruit? Het Nederlandse retaillandschap staat voor een aantal uitdagingen die de huidige winkelstructuur onder druk zetten (Platform31; Detailhandel Nederland; Stedennetwerk G32, 2014) (Ministerie van Economische Zaken, 2015). Online retail zorgt onder andere voor een extra afzetkanaal waardoor de vraag naar fysieke winkelmeters afneemt (Wijnen, 2015) (Ossokina, Sviták, Teulings, & Zwaneveld, 2016) (Luman, 2015). Vergrijzing laat bestedingen in de detailhandel dalen (Haringsma, Mastop, Ploegmaker, & Zandbergen, 2011) (Klaver, 2016) en verstedelijking zorgt voor polarisatie als het gaat om goede en minder goede winkelgebieden (Dees, 2011) (Evers, Tennekes, & Van Dongen, 2015). De onderlinge concurrentie tussen winkelvoorzieningen is dan ook groot (Woltjer, 2015). Ook sociaal maatschappelijk zijn er veranderingen gaande die de Nederlandse detailhandel raken, zoals individualisering en het ontstaan van 'communities' en sociale netwerken (HBD, 2007) en is tijd een schaars goed geworden (Roeters, 2017) (Vreenegeoor, 2011). Als gevolg van onder andere deze trends en versterkte concurrentie tussen winkelgebieden zijn er grote verschillen ontstaan tussen winkelgebieden met de grote binnensteden als grootste winnaars en de kleinere middelgrote steden, kleinere steden en stadsdeelcentra als verliezers (Van Tellingen, 2018). Specifieke oplossingsrichtingen voor stadsdeelcentra komen nog niet voor in de literatuur. Derhalve richt dit onderzoek zich op functiemenging in stadsdeelcentra. In hoofdstuk 3 wordt vanuit de theorie bekeken of mixed use als oplossingsrichting voor het vitaal houden van stadsdeelcentra kan dienen.

² Het literatuuronderzoek is uitgevoerd door onder andere de volgende bronnen te raadplegen: Vastgoedbibliotheek Amsterdam School of Real Estate, EBSCO, Google Scholar en diverse vakpublicaties van onder andere Platform31.

Hoofdstuk 3 Naar een toetsingskader mixed use en stadsdeelcentra

In Hoofdstuk 3 staat mixed use en de relatie met stadsdeelcentra centraal. Allereerst wordt stilgestaan bij mixed use (paragraaf 3.1) en wat mixed in stadsdeelcentra betekent (paragraaf 3.2). Vervolgens staat in paragraaf 3.3 toegevoegde waarde vanuit het eigenaarsperspectief centraal en wordt in paragraaf 3.4 een voorlopig toetsingskader gepresenteerd waarmee de toegevoegde waarde van mixed use in stadsdeelcentra systematisch beoordeeld kan worden.

3.1 Mixed use

Definitie Mixed use

Mixed use betekent feitelijk dat er meer dan één type grondgebruik is in een bepaald gebied, zoals residentieel, commercieel, cultureel en industrieel grondgebruik (Aurand, 2010) (Huijsmans, 2018). Mixed use wordt op verschillende niveaus toegepast, waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen het gebouw-, bouwblok- en gebiedsniveau (Huijsmans, 2018) (Wikipedia, 2018).

Mixed use is zeker geen nieuwe manier om aantrekkelijke locaties te creëren. Al vóór de middeleeuwen waren het de Grieken en Romeinen die woonden, werkten en winkelden binnen de muren van de stad (Coupland, 1997). Echter, als specifieke benadering voor vastgoedontwikkelingsprojecten is mixed use feitelijk ontstaan door de natuurlijke ontwikkeling van steden in de Verenigde Staten (Kozloff, 2005). Jacobs (1961) was echter de eerste die zag dat een gebalanceerde mix van wonen, leven en werken in een stedelijke omgeving bijdraagt aan de leefbaarheid, veiligheid en de waardering van die plek.

In de jaren '80 en begin jaren 90' is in de Verenigde Staten mixed use in het gedrang gekomen door de complexiteit in bestemmingsplan, ontwerp, financiering en bouw van dit type projecten en de focus op grootschalige stedelijke uitbreidingslocaties en kantoorparken (Kozloff, 2005). Echter, de afgelopen 10 jaar wordt in de Verenigde Staten mixed use weer vaker toegepast als vastgoedontwikkelingsstrategie vanuit de behoefte om stedelijke wildgroei te beperken en vanuit duurzaamheidsoverwegingen (Kozloff, 2005). Daarbij worden naast de traditionele vorm van mixed use, zoals woningen boven winkels, ook andere functies gecombineerd (Kozloff, 2005).

In de periode dat mixed use als vastgoedontwikkelingsstrategie in de Verenigde Staten in het gedrang is gekomen (jaren '80 en '90) werd de compacte stad geïntroduceerd in Europa, waardoor functiemenging ook hier vaker als ontwikkelingsstrategie gebruikt werd (Faludi & Van der Valk, 1994). De Europese Commissie adviseerde in 1990 het ontwikkelen van compacte steden en meervoudig grondgebruik omwille van het behoud van open ruimte, het reduceren van energiegebruik, het verbeteren van de toegang tot voorzieningen en het efficiënter gebruik van infrastructuur (Burton, 2000).

Vandaag de dag wordt mixed use vooral gedreven door de behoefte van mensen om te werken en te wonen op dezelfde plaats, elkaar te ontmoeten, minder reistijd te hebben en onderdeel te zijn van een 'community' (Kozloff, 2005). Functies als wonen, kantoren, horeca en leisure worden dan ook al vaak gecombineerd in gebieden. Retail wordt echter de 'driver' achter mixed use gezien en daarbij geldt dat wanneer retail niet werkt ook de mix aan functies niet werkt (Beyard & Leonard, 2008). Succesvolle mixed use gebieden integreren de behoeften van lokale gemeenschappen (Kozloff, 2005)

(Hoffman, 2018) (Vlek & Frielink, 2015) en sluiten aan bij de belangrijkste demografische, inkomens- en psycho-demografische eigenschappen van de mensen in het verzorgingsgebied (Beyard & Leonard, 2008).

Naast de eerder genoemde voordelen van mixed use worden in de literatuur ook enkele nadelen van mixed use genoemd. Gewezen wordt op conflicten tussen de verschillende functies zoals geluidsoverlast, luchtvervuiling of congestie (Breheny, 1992). Zo liggen er in Nederland vooral kansen voor functiemenging in bestaande stedelijke gebieden, zoals ingesloten bedrijventerreinen, waar conflicten tussen functies op de loer liggen (Sutmuller, 2010). Echter, dit hoeft niet per definitie problematisch te zijn, aangezien de bewoners in stedelijke gebieden een hogere leefkwaliteit ervaren, gewend zijn aan meer hinder en er compensatiefactoren zijn, zoals bijvoorbeeld een goede bereikbaarheid (Sutmuller, 2010). Naast potentiële conflicten tussen functies worden ook de hoge realisatiekosten van mixed use als nadeel gezien. Zo wordt betwijfeld of de vaak hogere kosten voor de realisatie van een mixed use ontwikkeling worden gecompenseerd door de potentiële opbrengsten (Burton, 2000) (Gomez-Ibanez, 1991). Daarnaast blijkt uit onderzoek van Koster en Rouwendal (2010) naar het effect van functiemenging op de waarde van woningen dat er ook specifiek naar functiesamenstelling gekeken moet worden om te voorkomen dat er waardevermindering optreedt. Wanneer we op zoek zijn naar de toegevoegde waarde van mixed use in relatie tot de winkelfunctie, zal dus goed gekeken moeten worden naar de functies die niet conflicteren en niet waardeverminderend zijn.

3.2 Mixed use: Niet retailfuncties in winkelcentra

Hoffman (2018) stelt dat onderpresterende regionale winkelcentra commercieel meer levensvatbaar worden wanneer deze een breder functiepakket dan enkel retail krijgen. Echter, welke functies voegen nu waarde toe? Een essentiële voorwaarde bij het bepalen van de functiemix voor een winkelcentrum is dat lokale marktomstandigheden in ogenschouw genomen moeten worden bij het bepalen van de functiemix (Vlek & Frielink, 2015). Echter, om een uitspraak te kunnen doen over de toegevoegde waarde van functies worden lokale marktomstandigheden buiten beschouwing gelaten in dit onderzoek. In paragraaf 3.2.1 wordt vanuit de theorie bekeken over welke functies het nu gaat wanneer er over mixed use in winkelcentra gesproken wordt. Ook wordt gezien welke functies in theorie waarde kunnen toevoegen voor stadsdeelcentra. In paragraaf 3.2.2 wordt van de meest kansrijke functies de marktcontext en de relatie met winkels nader beschreven.

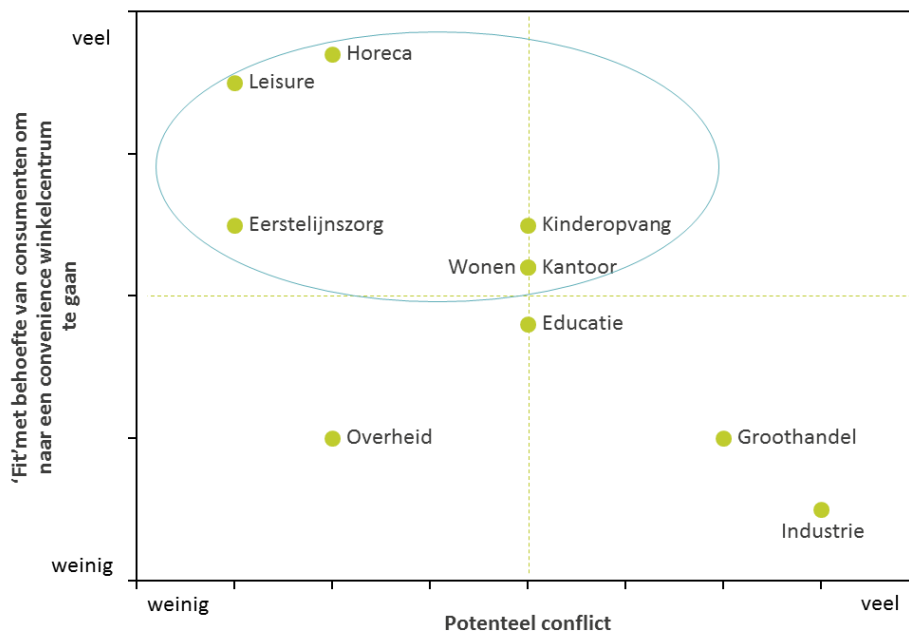
3.2.1 Mixed use in winkelcentra

Hoefnagel (2018) heeft onderzoek gedaan naar invullingsmogelijkheden van leegstaand retailvastgoed in Nederland met toekomstbestendige concepten. Hieruit bleek dat 102 vastgoedprofessionals naast enkele specifieke retailfuncties de volgende functies interessant vonden: leisure, kinderopvang, sportfaciliteiten en horeca. Daarnaast worden in dit onderzoek woon- en kantoorruimtes als aantrekkelijk bestempeld voor winkelgebieden wanneer gevraagd werd naar aantrekkelijke functies bij transformatie van winkelvastgoed. Ook Hofman (2018) stelt dat deze functies de dynamiek in winkelcentra kunnen vergroten en noemt ook eerstelijnszorg als interessante functie. Deze functies sluiten aan bij thema's die steeds belangrijker worden in het leven van bezoekers zoals gezondheid en het hebben van een actieve levensstijl (Hoffman, 2018). Een leisurefunctie als een bioscoop of horeca werden in het verleden juist buiten de winkelcentra

geplaatst om ruimte te creëren voor retail, maar kunnen voor aanzienlijk bezoekersaantallen zorgen (Vlek & Frielink, 2015). Een breder aanbod dan enkel retail kan daarnaast voor een extra bezoekmotief zorgen (Vlek & Frielink, 2015). Om retail toekomstbestendig te maken achten meerdere experts een volledige integratie nodig van winkels, horeca en andere publiekverzorgende dienstverlening (Hospers, 2016) (Rodenburg, 2015).

Onderzoek van de International Council of Shopping Centres (2019) toont aan dat winkelcentra in de Verenigde Staten een steeds bredere behoefte van consumenten vervullen door functiemenging toe te passen. Maar liefst 81% van de bezoekers van winkelcentra in de Verenigde Staten besteedt geld bij horecazaken (80% bij retail, 42% bij leisure en 37% bij fitness en wellness) (International Council of Shopping Centres, 2019). Gemak en tijdsbesparing zijn de twee belangrijkste argumenten dat 78% van de volwassenen in de Verenigde Staten overweegt om in een mixed use omgeving te leven, werken, winkelen en recreëren. ICSC toont aan dat bezoekers de aanwezigheid van woningen, kantoren, medische faciliteiten, wellness en fitness en leisure als het meest belangrijk waarderen.

In de literatuur komen naast leisure, horeca, kinderopvang, sportfaciliteiten, woningen, kantoren en eerstelijnszorg nog andere functies voor in relatie tot winkelgebieden, namelijk educatie, groothandel, industrie en overheid (Vlek & Frielink, 2015) (Shimmin, 2018) (Baaij J. d., 2018) (Hoffman, 2018) (Hoefnagel, 2018) (Hendriks, 1999). Voor dit onderzoek worden deze andere functies op basis van een hogere kans op conflicten (geluidsoverlast, luchtvervuiling, transport) en een minder goede 'fit' (behoefte van consumenten en benodigd oppervlakte) met stadsdeelcentra buiten beschouwing gelaten. Conflicten tussen functies worden als een potentieel nadeel van mixed use gezien (Breheny, 1992). In dit onderzoek wordt vooral gezocht naar functies die waarde kunnen toevoegen aan stadsdeelcentra en derhalve zullen de functies die potentieel het minst conflicteren meegenomen worden. Aangezien de literatuur geen aanknopingspunten biedt voor het in kaart brengen van de kans op conflicten en van de mate van 'fit' met winkelcentra is onderstaand figuur naar inzicht van de auteur opgesteld. Tijdens de operationalisatie van dit onderzoek wordt dit figuur nader getoetst.



Figuur 3.2.1 – Functies ingedeeld op basis van potentieel conflict met en 'fit' met retail (inschatting auteur)

3.2.2 Kansrijke mixed use functies

Uit de vorige paragraaf kan geconcludeerd worden dat vanuit de theorie mixed use in winkelcentra met name gaat om het combineren van retail met leisure, horeca, kinderopvang, sportfaciliteiten, woningen, kantoren en eerstelijnszorg. In deze paragraaf wordt nader ingegaan op de definitie, marktcontext en de relatie met winkels van deze functies.

3.2.2.1 Eerstelijnszorg

Definitie

Eerstelijnszorg wordt gedefinieerd als de eerste zorg die mensen met een hulpvraag ontvangen (Centrum Gezondheid en Maatschappij en Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu, 2019). Zo vallen huisartsen (die vaak als de kern van de eerstelijnszorg gezien worden (Flinterman, Groenewegen, & Verheij, 2018)), tandartsen, ergotherapeuten, fysiotherapeuten, eerstelijnsverloskundigen, praktijkondersteuners van de huisarts, apothekers, huidtherapeuten, mondhygiënist en podotherapeuten onder de noemer 'eerstelijnszorg'. De eerstelijnszorg is direct toegankelijk voor hulpbehoevenden en deze zorgverleners kunnen mensen doorverwijzen naar specialisten in de tweedelijnszorg.

Marktcontext

De vraag naar eerstelijnszorg in Nederland is al enige tijd in beweging. Door een sterke vergrijzing neemt de zorgvraag toe. Daarnaast wordt zorgvraag complexer door een toename van chronisch zieken en gehandicapten en door de hogere eisen die patiënten stellen aan kwaliteit en keuzevrijheid (Flinterman, Groenewegen, & Verheij, 2018). Mensen willen langer gebruik maken van zorgvoorzieningen in wijken en buurten (Robuust, 2007). Er zijn ook ontwikkelingen in het aanbod van eerstelijnszorg. Belangrijke thema's hierbij zijn een hoge werkdruk, dalende vergoedingen, toenemende bureaucratiesering en de gevolgen van marktwerking (Robuust, 2007). Daarnaast willen aanbieders van eerstelijnszorg vaker parttime en in samenwerkingsverbanden werken om toekomstige uitdagingen aan te kunnen. (Robuust, 2007). Dit speelt tevens parten bij praktijkovernames waarbij jonge zorgverleners een zelfstandige vestiging niet ambiëren (Flinterman, Groenewegen, & Verheij, 2018). Multidisciplinaire en monodisciplinaire samenwerking binnen de eerstelijnszorg kan zorgen voor continuïteit, maar ook een betere toegankelijkheid, kwaliteit en betaalbaarheid (Robuust, 2007). De eerstelijnszorgaanbieder die solistisch werkt is aan het verdwijnen en in plaats daarvan ontstaan er monodisciplinaire samenwerkingsverbanden (De Bakker, Batenburg, & Hopman, 2009). Ook zijn er inmiddels circa 300 gezondheidscentra waar een multidisciplinaire samenwerking plaatsvindt (Flinterman, Groenewegen, & Verheij, 2018). De Bakker, Batenburg en Hopman (2009) definiëren gezondheidscentra als wijkgerichte centra die geïntegreerde eerstelijnszorg bieden vanuit een gezamenlijke huisvesting.

Er zijn in 2015 grote hervormingen doorgevoerd in het Nederlandse zorglandschap die ook de eerstelijnszorg hebben geraakt. Deze hervormingen waren geënt op meer verantwoording te geven aan de burgers en dure, specialistische zorg te decentraliseren naar goedkopere generalistische zorg in de buurt (Flinterman, Groenewegen, & Verheij, 2018). Dit impliceert dat behandelingen die eerst in ziekenhuizen werden uitgevoerd worden verschoven naar de eerstelijnszorg die dan dichtbij de patiënten gelokaliseerd moet zijn (Flinterman, Groenewegen, & Verheij, 2018). Dit doet de vraag

rijzen of middelgrote winkelcentra, die vaak dichtbij de consument gesitueerd zijn, in potentie een goede vestigingsplaats is voor gezondheidscentra en/of groepspraktijken.

Relatie winkels

Er is veel synergie tussen winkelcentra en zorgaanbieders (Popovec, 2015) (Baaij J. d., 2018). Zorgaanbieders willen steeds meer patiëntgeoriënteerd werken en daardoor dichtbij de patiënten gehuisvest zijn (Popovec, 2015). Deze ‘retailmindset’ stuwt zorgaanbieders in de Verenigde Staten al naar de winkelcentra. Nadelen van dergelijke verplaatsingen zijn hoge herontwikkelingskosten en de courantheid van winkelunits (unitgrootte, daglicht, etc) (Popovec, 2015). Vestigingsplaatstheorieën die vanuit de detailhandel zijn ontstaan, zoals Christaller en Hotelling zijn immers in sterke mate ook toepasbaar in de eerstelijnszorg (Cuppen, 2007). Zo is ook in de eerstelijnszorg het verzorgingsgebied en het voorzieningenniveau relevant en biedt een vestigingsplaats dichtbij de consument voordeel. Als voor eerstelijnszorg en detailhandel qua vestigingsplaatsen dezelfde factoren relevant zijn, is het interessant nader te onderzoeken of eerstelijnszorg ook van toegevoegde waarde is voor de eigenaar van een winkelcentrum (Baaij J. d., 2018).

3.2.1.2 Horeca

Definitie

Horeca staat voor de samenvoeging van hotel, restaurant en café, maar de horecabranche is veel gevarieerder dan slechts deze 3 typen. In de literatuur wordt horeca nauwelijks gedefinieerd. Het Centraal Bureau voor de Statistiek definieert horeca als volgt: “Het verstrekken van logies en/of bereide maaltijden, snacks en dranken aan gasten voor onmiddellijke consumptie” (CBS, 2016). Ook wordt het onderscheid in dag- en avondhoreca traditioneel gebruikt, maar door veel mengvormen is deze typering niet meer zo goed bruikbaar (Verhoef, 1996). Een specifiek onderscheid in typen horeca wordt gemaakt in bestemmingsplannen. De reden dat horecafuncties middels bestemmingsplannen worden gereguleerd is dat horeca vaak zorgt voor levendigheid in (winkel)gebieden, maar daarentegen ook overlast kan brengen door bijvoorbeeld harde muziek of pratende mensen op een terras (Ministerie van Infrastructuur en Milieu, 2019). In tabel 3.2.1.2. zijn vijf gangbare categorieën van horecabestemmingen opgesomd die vaak in bestemmingsplannen terugkomen.

Horeca I	Een bedrijf of inrichting gericht op de verkoop van al dan niet voor consumptie ter plaatse bereide kleine etenswaren, het verstrekken van alcoholvrije dranken en/of het verstrekken van consumptie-ijs, zoals een fastfoodrestaurant, cafetaria, snackbar, shoarmazaken, lunchroom, koffie-theehuis of ijssalon
Horeca II	Een bedrijf of inrichting gericht op de verhuur van zalen aan gezelschappen, al dan niet in combinatie met het verstrekken van eten en drinken en/of een gelegenheid alleen toegankelijk voor leden, zoals een zalenverhuurbedrijf of sociëteit
Horeca III	Een bedrijf of inrichting gericht op het verstrekken van sterke alcoholische dranken, zoals een café of bar
Horeca IV	Een bedrijf of inrichting gericht op het verstrekken van ter plaatse bereide maaltijden, inclusief (alcoholische) dranken, zoals een restaurant, eetcafé of bistro
Horeca V	Een bedrijf of inrichting gericht op het aanbieden van logies, zoals een hotel of pension

Tabel 3.2.1.2 – Gangbare categorieën horeca in bestemmingsplannen (Ministerie van Infrastructuur en Milieu, 2019)

Aangezien in dit onderzoek de relatie tussen winkelcentra en horeca centraal staat, worden enkel de horecacategorieën meegenomen die overeenkomstige openingstijden hebben en potentieel

combinatiebezoek kunnen veroorzaken. Op basis van deze twee criteria zullen categorieën I, IV en V uit tabel 3.2.1.2 in dit onderzoek als horeca worden verstaan.

Marktcontext

Sinds 2010 groeit de omzet van de horeca in Nederland gemiddeld meer dan 4% (Colliers, 2018). Daarbij is aan te tekenen dat deze omzetgroei sterk samenhangt met de ontwikkeling van de particuliere consumptie (Rabobank, 2018). Voor 2019 wordt wederom een groei in omzet voorspeld van tussen de 2 en 4 procent (ING, 2018) (Rabobank, 2018). Naast stijgende omzetten zijn er ook uitdagingen in de horeca, zoals het tekort aan personeel en in sommige regio's is sprake van een verzadigde markt (Rabobank, 2018). Dat personeelstekort in de horeca een serieus probleem is blijkt uit het feit dat eind 2018 dertig procent van de ondernemers dit als een belemmering ervoer (ING, 2018). ING (2018) verwacht dat marges in de horeca onder druk komen te staan door onder andere de verhoging van de BTW (van 6% naar 9% per 1 januari 2019), hogere personeelskosten en een stijging van grondstofprijzen. Een trend in de horeca is dat consumenten steeds vaker voor het gemak kiezen, waardoor bezorgrestaurants sterk profiteren (ING, 2018). Daarnaast wordt duurzaamheid belangrijker en hierbij staan thema's als voedselverspilling en verduurzaming van het vastgoed centraal (Rabobank, 2018). Ook in de horeca wordt ervaren dat consumenten minder merktrouw zijn en dat zij bereid zijn om voor een unieke beleving meer te betalen (Rabobank, 2018).

Relatie winkels

Horeca wordt al geruime tijd toegevoegd aan detailhandel en daarbij is het met name daggerelateerde horeca die goed past bij winkelcentra (Posthuma, 1998). De afgelopen periode heeft de komst van horeca in winkelgebieden een sterke vlucht genomen. Het laatste anderhalve jaar is meer dan een kwart van de (opnieuw) gevulde winkelmeters met horeca ingevuld wat neerkomt op bijna 139.000 vierkante meter (Colliers, 2018). Naast de groei in het aantal horecalocaties in winkelgebieden is er ook sprake van stijgende horecabesteding. Sinds 2010 groeiden de bestedingen in de horeca jaarlijks met ruim 4 procent (Colliers, 2018). Er is derhalve te spreken over een sterke relatie tussen winkels en horeca. Onderzoek van CBRE (2015) laat zien dat 18 procent van de consumenten een winkellocatie bezoekt vanwege de aanwezige horeca en dat 41 procent dit combineert met een bezoek aan minimaal een winkel. Daarnaast stelt CBRE (2015) dat goed horeca-aanbod cruciaal is voor herhalingsbezoek aan het desbetreffende winkelgebied. De grenzen tussen horeca en retail zijn aan het vervagen. Steeds vaker voegen retailers horeca toe aan de winkelbeleving en vice versa. Dit mengen van functies wordt 'blurring' genoemd (Rodenburg, 2015). Door de verruiming van openingstijden van winkelgebieden wordt het naast daghoreca ook steeds interessanter voor avondhoreca om zich in winkelgebieden te vestigen (Verhoef, 1996). Echter, worden de Drank- en horecawet en bestemmingsplannen nog vaak als struikelblokken ervaren om tot gemengde bedrijfsmodellen over te gaan (Rodenburg, 2015).

3.2.1.3 Kinderopvang

Definitie

Kinderopvang is het in georganiseerd verband aanbieden van ontwikkelingsgericht aanbod op het moment dat ouders werken, studeren of als kinderen een taal- of ontwikkelingsachterstand hebben, anders dan het basisonderwijs of daaropvolgend onderwijs (Wikipedia, 2015). Er zijn diverse soorten kinderopvang te benoemen. Zo bestaat er dagopvang voor kinderen die nog niet schoolgaand zijn en buitenschoolse opvang (voor-, tussen- en naschoolse opvang) voor kinderen die wel naar school

gaan. Voor zowel dagopvang als buitenschoolse opvang zijn er kinderdagverblijven of gastouders die de opvang verzorgen (Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2018). Voor dit onderzoek wordt onder kinderopvang een kinderdagverblijf verstaan, aangezien deze een specifieke huisvestingsvraag heeft.

Marktcontext

De markt voor kinderopvang is in Nederland lang gezien als instrument om de arbeidsmarkt te stimuleren, maar tegenwoordig groeit het beeld van de kinderopvang als een volwaardige pedagogische voorziening met een belangrijke rol in de ontwikkeling van het kind (Sardes, 2017). Toch blijft de markt voor kinderopvang zeer afhankelijk van de arbeidsmarkt (lees: zeer conjunctuurgevoelig) en zorgt banenverlies tot minder vraag en vice versa (Wesselink, 2001). Tot 1995 nam de Nederlandse overheid een belangrijke beleidsverantwoordelijkheid in de kinderopvang, maar daarna is deze verantwoordelijkheid decentraal bij gemeenten komen te liggen. In die rol hebben gemeenten tot 2005 gezorgd voor een flinke capaciteitsuitbreiding, waarna de gesubsidieerde kinderopvang geliberaliseerd werd (Teuben, 2012). De afgelopen jaren zijn er veel ontwikkelingen gaande in de kinderopvang, waarbij zowel organisatievormen en kwaliteitsverbetering van voorzieningen en personeel aan bod komen (Sardes, 2017). Tussen 2014 en 2018 groeide het gemiddeld aantal kinderen die gebruik maken van opvang van 621.000 naar 782.000 (Ministerie van Sociale zaken en Werkgelegenheid, 2018). Deze groei is ook te zien aan het aantal kinderopvanglocaties. Zowel het aantal dagopvang- als buitenschoolse opvanglocaties groeide in de periode 2014 tot 2018 met respectievelijk ruim 40% (van 6.446 naar 9.028) en 9% (van 6.336 naar 6.894) (Ministerie van Sociale zaken en Werkgelegenheid, 2018). Desalniettemin zijn er in Nederland momenteel een aantal trends zoals vergrijzing, ontgroening en overheidsbezuinigingen waardoor de vraag naar kinderopvang ook kan stabiliseren of zelfs dalen (Schoone & Van Tatenhove, 2012).

Relatie winkels

Kinderopvang kan bij zowel kantoor-, woningbouw als winkelprojecten als aanverwante voorziening- en waarde toevoegen (Wesselink, 2001). Ondank dat huurprijsniveaus in de kinderopvang niet spectaculair zijn, verhoogt het wel de verhuurbaarheid en de kwaliteit van een centrumgebied (Teuben, 2012) (Wesselink, 2001). Ook worden er in de kinderopvang vaak langdurige huurcontracten gesloten wat voor vastgoedeigenaren van waarde is (Van Gool, Samen in de kinderopvang: KIDafo, 2006). Uit onderzoek van Schoone en Van Tatenhove (2012) blijkt dat ruim 80 procent van de kinderopvang en buitenschoolse opvang de huisvesting huurt en dat bijna alle respondenten huisvesting zien als mogelijkheid tot profileren. Dit betekent dat de locatie dus een belangrijke rol speelt in de kinderopvang. In vergelijking met winkels zijn er enkele specifieke uitdagingen als het gaat om een geschikte ruimte voor kinderopvang. Zo dient er onder andere relatief veel buitenruimte te zijn, zal de ruimte veel daglichttoetreding moeten hebben en zal de ruimte moeten voldoen aan specifieke eisen wat betreft brandveiligheid en ventilatie (Wesselink, 2001). Qua keuze van de locatie wordt in de dagopvang vooral rekening gehouden met de geografische ligging, de bereikbaarheid (lees: het gemak voor ouders) en de nabijheid van samenwerkingspartners, maar herkenbaarheid, imago en onderscheidend vermogen gaan een steeds belangrijkere rol spelen (Schoone & Van Tatenhove, 2012). Al deze locatiebepalende factoren, zijn ook van belang voor winkelcentra. Derhalve rijst de vraag of kinderopvang van toegevoegde waarde kan zijn voor winkelcentra.

3.2.1.4 Leisure

Definitie

Leisure betekent vrij vertaald 'vrije tijd' en ondanks de vele publicaties over dit onderwerp is er geen eenduidige definitie van leisure. Leisure wordt vaak gekoppeld aan vermaak op een derde plek niet zijnde thuis of op het werk (Cornet, 2002). De leisure-markt kan onderverdeeld worden in de segmenten cultuur, sport, horeca, (fun)shopping, verblijfsaccommodaties en entertainment, waarbij horeca en winkelen ook vaak als een aparte markt wordt gezien (Fenger & Gosen, 2002). Van der Toorn Vrijthoff (1998) definieert leisure in het licht van winkelcentra als alle elementen die de attractiviteit van een winkelcentrum kunnen verhogen, maar geen retailactiviteiten zijn. Deze definitie is nog steeds zeer breed en behelst veel meer dan individuele functies in winkelcentra (Van der Ven, 2008). Beekers (2000) definieert leisure als een vorm van vrijetijdsbesteding in een speciale of (mede) hiervoor ontwikkelde accommodatie, waarbij het plezierelement centraal staat en waarbij in toenemende mate een verweving met retail, horeca en amusement plaatsvindt. In deze definitie wordt de relatie gelegd tussen een speciaal gerealiseerde accommodatie en suggereert synergie met retail en horeca (Van der Ven, 2008) wat goed aansluit bij de hoofdvraag van dit onderzoek. Echter, vallen binnen deze categorie ook voorbeelden van passieve retail, zoals bijvoorbeeld speeltoestellen in het openbaar gebied of de architectonische kwaliteit van een winkelcentrum.

Door het element actieve leisure toe te voegen aan de definitie van Beekers (2000) ontstaat de volgende bruikbare definitie van leisure voor dit onderzoek: Leisure is een vorm van vrijetijdsbesteding in een speciale of (mede) hiervoor ontwikkelde accommodatie, waarbij het plezierelement, aangeboden door ondernemers, centraal staat en waarbij in toenemende mate een verweving met retail, horeca en amusement plaatsvindt. Horeca en retail vallen in dit onderzoek niet onder deze definitie, aangezien deze ook als een separate markt gezien worden (Fenger & Gosen, 2002) en het hierdoor mogelijk is om in dit onderzoek meer focus op deze markten te leggen.

Binnen de hiervoor beschreven definitie zullen in deze studie de functies bioscoop en fitness nader worden onderzocht. Van der Ven (2008) heeft naar de Nederlandse retailmarkt gekeken en concludeert dat er voor winkelcentra synergie-effecten met onder andere bioscopen zijn. De vraag is of er ook sprake is van meerwaarde wanneer deze functie in stadsdeelcentra gesitueerd zijn.

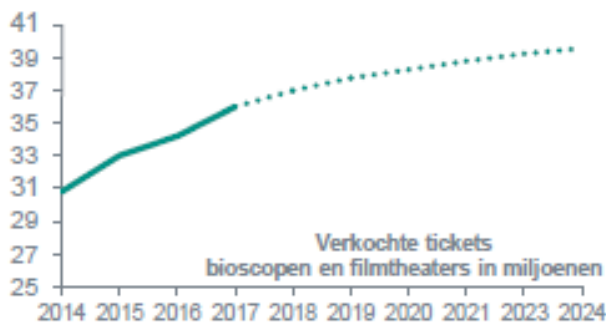
Fitness staat in de top 5 van populairste uithuizige vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders (CBS, 2017) en wanneer bovenstaande definitie in ogenschouw wordt genomen kan worden gesteld dat het de populairste activiteit betreft. Poel (2001) stelt dat de synergie tussen sportfuncties en retail minimaal is, maar geldt dit ook voor een specifieke sportfunctie als fitness? Wanneer er naar de intrinsieke motivatie wordt gekeken van bezoekers om een stadsdeelcentrum te bezoeken (regelen van basiszaken, zelfexpressie, gezondheid en plezier maken (InSites Consulting, 2018)), lijken hier wel degelijk aanknopingspunten te bestaan.

Marktcontext

Wanneer de leisuremarkt in ogenschouw wordt genomen zijn er in hoofdlijnen twee onderwerpen van belang, namelijk vrije tijd en geldbesteding. Vrije tijd wordt steeds belangrijker in het dagelijks leven (Holle, 2018) en hierdoor drijft de stijgende consumentenvraag de groei in de leisuremarkt (Holle, 2018). Nederlandse gezinnen besteedden in 2018 circa 20% van het besteedbaar inkomen in

de vrijetijdsindustrie (ING, 2018). Door onder andere een hoog consumentenvertrouwen en sterke groei van het aanbod aan leisureactiviteiten is de omzetgroei van de branche de afgelopen 2 jaar ruim boven de 3% en wordt ook voor 2019 een groei voorspeld van 3% (Duijn & Driessen, 2018). In 2015 werd er in totaal meer dan 46 miljard euro uitgegeven aan uithuizige vrijetijdsactiviteiten, wat neerkomt op gemiddeld ruim 13 euro per persoon per activiteit (CBS, 2017).

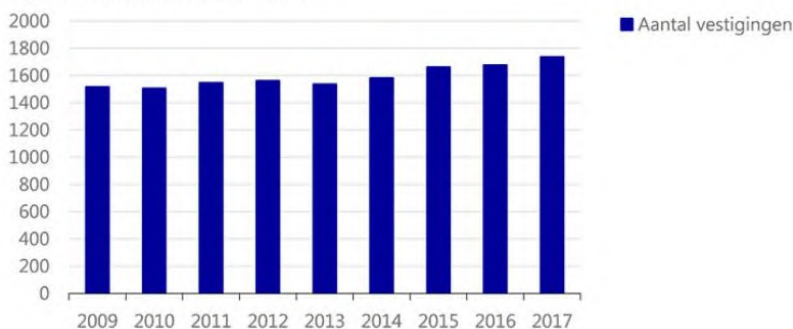
Wanneer er specifiek naar het bioscoopbezoek wordt gekeken, kan gesteld worden dat dit de afgelopen 10 jaar met 56% zeer sterk gestegen is van gemiddeld 1,4 keer naar 2,1 keer per week. (Duijn & Driessen, 2018). ABN Amro verwacht dat het bioscoopbezoek verder gaat stijgen, maar noemt twee trends waardoor de groeicurve kan afvlakken. Minder gunstige demografische ontwikkelingen en sterkere concurrentie door diensten als Netflix of Videoland zullen hier debet aan zijn (Duijn & Driessen, 2018).



Figuur 3.2.1.3 – Groei bioscoopbezoek vlakt af, vooral vanaf 2020, Prognose ABN Amro, (Duijn & Driessen, 2018)

Ook in de fitnessbranche is er de laatste jaren sprake van groei. In 2017 sportten ruim 2,3 miljoen bezoekers in fitnesscentra (wat neerkomt op een groei van 10% ten opzichte van 2015) en de totaalomzet bedroeg circa 728 miljoen euro (CBS, 2018). De groei zit vooral bij de grote fitnessketens, want bij de middelgrote fitnesscentra is omzetstagnatie of zelfs krimp te zien (CBS, 2018). Daarbij zijn er een aantal trends waarneembaar. Op demografisch vlak zijn vergrijzing en een groeiend aantal mensen met overgewicht belangrijke thema's waar fitnesscentra op in moeten gaan spelen (Tolman, 2014). Onder de aanbieders zijn met name de opkomst van budgetfitnesscentra en verdergaande ketenvorming als trends te benoemen (Tolman, 2014). In de periode 2013 tot 2018 is het aantal zelfstandige fitnesscentra met bijna 20 procent afgenomen (Rabobank, 2019). Ondanks de groei in aantal vestigingen, staan de marges van fitnesscentra door deze trends sterk onder druk (Rabobank, 2019).

Figuur 1: Aantal fitnesscentra neemt toe



Figuur 3.2.1.4 – Groei aantal vestigingen fitnesscentra, (Rabobank, 2019)

Relatie winkels

In de literatuur wordt veelvuldig de relatie tussen retail en leisure aangehaald. Howard (1990) heeft onderzoek gedaan naar de mate van synergie tussen deze sectoren in grote Engelse winkelcentra en hieruit bleken leisurefuncties een sterke meerwaarde te hebben voor retail. Howard concludeert dat de verblijfsduur sterk wordt verlengd door de aanwezigheid van leisure in een winkelgebied. Daarnaast stelt Howard dat bezoekers van leisure-activiteiten veel meer uitgeven aan horeca en minder uitgeven aan detailhandel in vergelijking met bezoekers die sec komen om te winkelen en dat de combinatie van retail en leisure marketingtechnisch van meerwaarde is. Ook stelt zij dat een combinatie van van leisure en retail zorgt voor meer bezoekers. Leisure-functies betalen vaak lagere huurniveaus dan retail, maar bovenstaande bevindingen zouden dit eventueel rechtvaardigen om een vestiging in een winkelcentrum te openen (Poel, 2001). Jansen en Pluimers (2001) stellen dat het combineren van verschillende functies voor leisure-activiteiten interessant kan zijn en noemen een combinatie met detailhandel, woningen, kantoren, maar ook gezondheidszorg kansrijk voor de toekomst. Met name de grote steden binnen de Randstad worden als aantrekkelijke vestigingsgebieden bestempeld (Holle, 2018). De potentiële meerwaarde van leisure die Howard (1990) beschrijft is niet nader onderzocht voor Nederlandse stadsdeelcentra. In dit onderzoek wordt derhalve de meerwaarde van bioscopen en fitnesscentra voor stadsdeelcentra in Nederland nader onderzocht.

3.2.1.5 Kantoren

Definitie

Vanuit het arbeidsrecht gezien wordt een kantoor gedefinieerd als een pand of bedrijfsruimte waar allerlei administratieve handelingen worden uitgevoerd of diensten worden verleend (Amo Onstitute of Sciences, 2019). De eerste kantoorbanen waren bij de overheid zo'n 4000 jaar geleden waar de kanselarij verantwoordelijk was voor de administratie van het bestuur en allerlei oorkondes en andere documenten opstelde, bezegelde en verstuurde (Wikipedia, 2019). Sinds die tijd hebben er zeer veel ontwikkelingen plaatsgevonden, waardoor het werken in kantoren compleet veranderd is (Wikipedia, 2019).

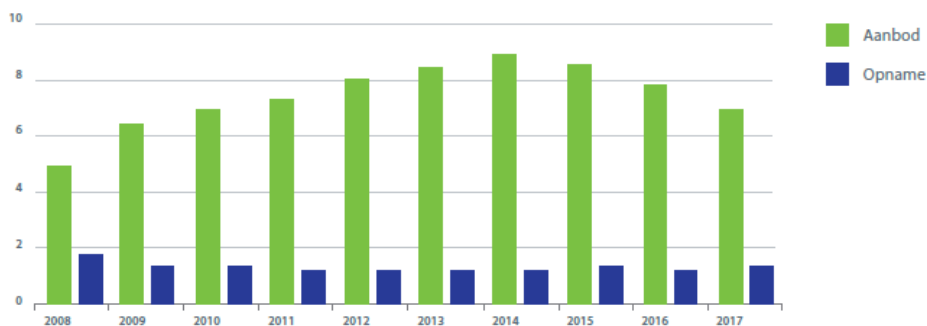
Marktcontext

De vraag naar kantooruimte wordt hoofdzakelijk beïnvloed door de economie, demografie en maatschappelijke en technologische ontwikkelingen (PBL en ASRE, 2012). Economische groei zorgt ervoor dat er meer bedrijven zijn en dat bedrijven groter worden, waardoor de vraag naar kantoren toeneemt (PBL en ASRE, 2012). De kantorenmarkt is derhalve conjunctuurafhankelijk te noemen. Wat betreft demografische ontwikkelingen daalt sinds 2011 de beroepsbevolking door de leeftijdsopbouw in Nederland (CBS, 2018) (zie figuur 2.3.2.1), wat een negatief effect heeft op de vraag naar kantooruimte (PBL en ASRE, 2012). Maatschappelijk gezien kan gesteld worden dat Nederland een diensteneconomie is geworden, waardoor het aantal kantoorbanen sterk is toegenomen (Ossokina, 2012). Ook technologische ontwikkelingen zorgen ervoor dat er minder vierkante meters per medewerker nodig zijn en dat nieuwe manieren van werken om andere typen kantoren vragen (PBL en ASRE, 2012). Zo zorgt het nieuwe werken (de organisatiefilosofie waarbij werknemers werken zonder eigen vaste werkplek en op output worden beoordeeld) voor een hogere

bezettingsgraad van de kantoren en voor afname van het aantal vierkante meter kantoor per medewerker (Buitelaar & Van Dongen, 2016) (Buitelaar, Van den Berge, Van Dongen, Weterings, & Van Maarseveen, 2017). Het is de verwachting dat het aantal vierkante meter kantoor per medewerker nog verder gaat dalen (Ossokina, Kantorenmarkt in historisch en toekomstig perspectief, 2012) (PBL en ASRE, 2012) (Buitelaar & Van Dongen, 2016) (Buitelaar, Van den Berge, Van Dongen, Weterings, & Van Maarseveen, 2017).

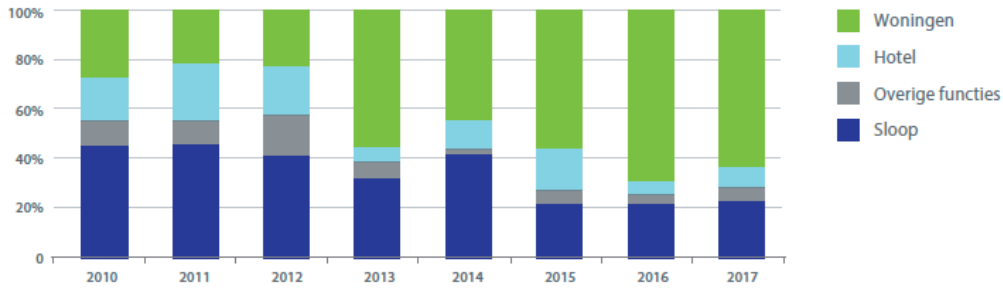
Over de huidige Nederlandse kantoormarkt wordt gesteld dat er sprake is van een grote leegstand en ondanks de groei van de economie en het aantal kantoorbanen er geen stijging is in de kantooropname ten opzichte van voorgaande jaren (Rabobank, 2018). De leegstand bedroeg eind 2017 circa 14 procent (NVM, 2019). Echter, de huidige situatie op de Nederlandse kantorenmarkt vertoont veel verschillen (Rabobank, 2018). Regionaal gezien is de grootste leegstand te vinden in de Randstad (PBL, 2017) (NVM, 2019). Daarnaast bestaat er een tekort aan hoogwaardige kantoren op toplocaties in grote steden of in de nabijheid van stations (Rabobank, 2018). Veel kantoren in de grote steden zijn reeds getransformeerd naar een andere bestemming, maar is er nog veel potentieel voor het transformeren van leegstaande kantoren in middelgrote steden met een woningtekort (Rabobank, 2018). Aangezien het aanbod van beschikbare kantooruimte door een betere benutting is gedaald (tot 6,8 miljoen m²) en de totale voorraad is gedaald door transformaties en sloop wordt nog geen substantiële daling van het leegstandspercentage waargenomen (Rabobank, 2018) (NVM, 2019)(zie figuur 3.2.1.5.1). Wat opvalt is dat van de 224 kantoren (950.000 vierkante meter) die in 2017 uit de markt zijn gehaald (Rabobank, 2018), er steeds minder worden gesloopt en er meer een nieuwe bestemming krijgen (zie figuur 3.2.1.5.2).

PBL en CBS (2017) hebben op basis van verschillende scenario's van de ontwikkeling van het aantal kantoorbanen en de kantoorquotiënt (het ruimtegebruik in vierkante meter verhuurbare vloeroppervlakte per werknemer) een aantal scenario's ontwikkeld van de kantoorbehoefte tot 2050 (zie figuur 3.2.1.5.3. Geconcludeerd kan worden dat zowel de hoge als de lage scenario's onder de huidige voorraad liggen en dat er een groot verschil is (20 miljoen m² in 2015) tussen deze scenario's (Buitelaar, Van den Berge, Van Dongen, Weterings, & Van Maarseveen, 2017). De verwachting is derhalve dat de vraag naar kantooruimte zal afnemen (Buitelaar, Van den Berge, Van Dongen, Weterings, & Van Maarseveen, 2017) (Buitelaar & Van Dongen, 2016). De Nederlandse kantorenmarkt is geen uitbreidingmarkt maar een vervangingsmarkt geworden (Buitelaar, Van den Berge, Van Dongen, Weterings, & Van Maarseveen, 2017), waar het vooral gaat om de juiste kantoren op de juiste plek (NVM, 2018).

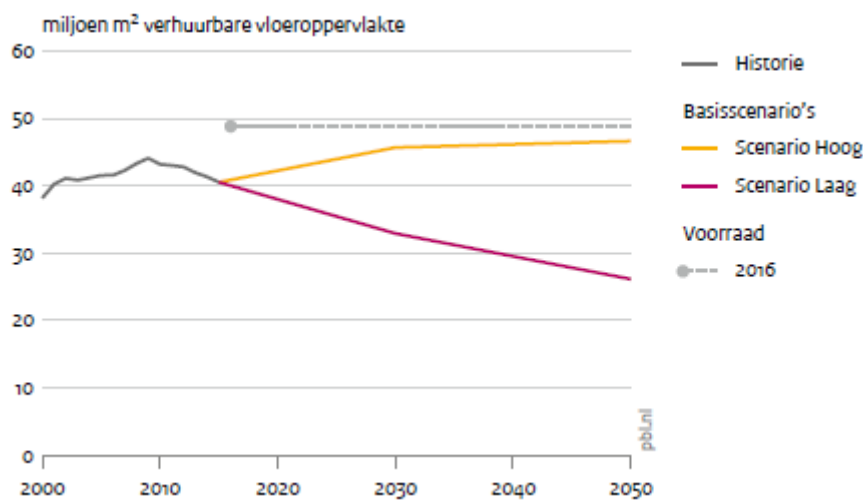


Figuur 3.2.1.5 – Aanbod en opname kantoren over de periode 2008 – 2017, (Rabobank, 2018)

DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MIXED USE IN STADSDEELCENTRA



Figuur 3.2.1.6 – Nieuwe bestemming onttrokken kantoren over de periode 2010 – 2017 (in % van het totaal), (Rabobank, 2018)



Figuur 3.2.1.7 – Scenario's kantoorbehoefte Nederland tot 2050, (Buitelaar, Van den Berge, Van Dongen, Weterings, & Van Maarseveen, 2017)

Relatie winkels

Binnen kantoorgebieden en -gebouwen is steeds meer behoefte om functies te combineren en zo worden er steeds meer faciliteiten aangeboden, zoals bijvoorbeeld sportfaciliteiten, stomerij-services en retail (NVM, 2018). Hiermee kan beter ingespeeld worden op de nieuwe generatie en de scheiding tussen werken en leven verkleind worden (NVM, 2018). Voor vastgoedeigenaren is het derhalve van belang dat het vastgoed flexibel ingezet kan worden voor diverse functies (wonen, werken, winkelen en dergelijke) (NVM, 2018). Vanuit het kantoorgebruik is er dus een groeiende wens om functies te mengen. Deze wens voor functiemenging lijkt zich echter enkel in de grote binnensteden, waar kantoorgebruikers en consumenten steeds meer de behoefte hebben om te wonen, te ontwikkelen (NVM, 2018). De vraag die hierbij rijst of stadsdeelcentra ook een plek kunnen zijn waar kantoren in mixed use omgeving interessant zijn voor kantoorgebruikers.

Van der Heijde (2014) heeft onderzoek gedaan naar de functionele opbouw van nieuw gecreëerde centra (centra die de afgelopen 60 jaar zijn gerealiseerd). Hij concludeerde dat deze nieuwe centra gericht zijn op verzorging van uitbreidingswijken en derhalve functioneel sterk georiënteerd zijn op winkelen, vrije tijd en voorzieningen als zorg en onderwijs. Ten aanzien van stadsdeelcentra stelt hij

dat kantooraanbod niet of nauwelijks aanwezig is (Van der Heijde P. , 2014), in tegenstelling tot transitiegebieden waar het kantooraanbod door betere aansluiting op rijkswegen wel sterk vertegenwoordigd is. Hiermee resteert de vraag in hoeverre een kantoorfunctie van toegevoegde waarde is in stadsdeelcentra.

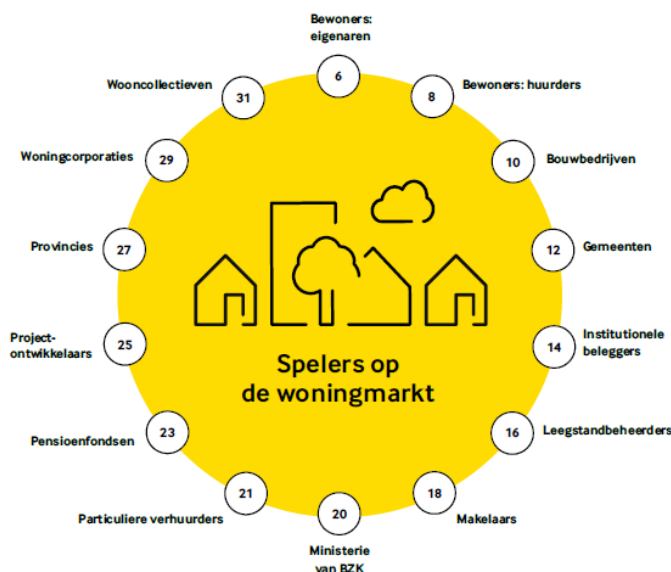
3.2.1.6 Woningen

Definitie

Uit de literatuur blijkt dat er veel definities bestaan voor het begrip woning en is met het name de context waarin de definitie wordt gevraagd bepalend. Zo hanteert de belastingdienst een heel andere definitie als bijvoorbeeld de Nederlandse wetgever. Vaak staan de uiterlijke kenmerken en het exclusieve gebruik van de ruimte door een of meerdere personen van een huishouden centraal (Nederland Rechtstaat, 2019). Voor dit onderzoek wordt volstaan met een onderscheid in de meest voorkomende woningtypen, zoals de eengezinswoning en het appartement. Een eengezinswoning wordt ook wel een grondgebonden woning genoemd en daarbij wordt onderscheid gemaakt in de volgende typen: tussenwoning, hoekwoning, twee onder een kap, villa en landhuis (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 2019). Onder de noemer appartement, ook wel meergezinswoning of gestapelde woning genoemd, wordt een deel van een gebouw met meerdere woningen verstaan, zoals een flat, appartement, galerijflat, etagewoning, boven- en benedenwoning, portiekwoning en maisonnette (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 2019).

Marktcontext

De woningmarkt bestaat niet, zo stellen Brounen en Huij (2011). Door onder andere geografische verschillen en de gelaagdheid (huur- versus koopmarkt en het spectrum sociale woningen tot en met hoog segment koopwoningen) van de markt kan de woningmarkt niet als één geheel worden beschouwd (Brounen & Huij, 2011). De woningvoorraad bestaat uit circa 7,8 miljoen woningen, waarvan circa 4,4 miljoen koopwoningen zijn en circa 4,4 miljoen huurwoningen (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 2019). De woningmarkt in Nederland kent daarnaast vele spelers die een rol spelen (Beuzenberg, Lustenhouwer, & Wassenberg, 2018) (zie figuur 3.2.1.7.1).



Figuur 3.2.1.7 – Spelers op de Nederlandse woningmarkt (Beuzenberg, Lustenhouwer, & Wassenberg, 2018)

Door de groei van het aantal huishoudens en de beperkte nieuwbouw van de afgelopen jaren staat de woningmarkt onder druk met forse prijsstijgingen en een tekort aan betaalbare woningen als gevolg (Rabobank, 2018). Ook in de huursector is er sprake van krapte van aanbod. Dat geldt met name voor de middeldure huurwoningen (tussen de €710 en €1000 per maand) welke belangrijk zijn voor een goede doorstroming op de woningmarkt (Rabobank, 2018). Met name in de grote en middelgrote steden zit de groep met middeninkomens klem, aangezien zij teveel verdienen voor een woning in de sociale sector en tegelijkertijd de woningen in de vrije sector schaarser en duurder worden (Beuzenberg, V.; Lustenhouwer, F.; Wassenberg, F., 2018). Ook zijn de wachttijden in de sociale sector ondanks de aanscherping van de toelatingsgronden erg lang (Rabobank, 2018). Ramingen tonen aan dat er in de periode tot 2025 nog circa 600.000 woningen nodig zijn (Rabobank, 2018). Er is momenteel voldoende kapitaal beschikbaar, maar door lange doorlooptijden van nieuwbouw en de beperkingen van woningcorporaties om te investeren in middeldure huurwoningen blijft er druk staan op dit woonsegment (Beuzenberg, Lustenhouwer, & Wassenberg, 2018).

Ook bestaan er geografisch grote verschillen, waarbij in gebieden met woningschaarstevraagstukken spelen als het oplossen van de knelpunten van woningbouw en het transformeren van leegstaand vastgoed (Beuzenberg, Lustenhouwer, & Wassenberg, 2018). Aan de andere kant zijn in krimpregio's onderwerpen als sloop en herstructurering en het in stand houden van het voorzieningenniveau van belang (Beuzenberg, Lustenhouwer, & Wassenberg, 2018) (Rabobank, 2018). Vooral in stedelijk gebied zijn de symptomen van oververhitting op de woningmarkt zichtbaar (Rabobank, 2018). Steeds meer mensen willen in of nabij de stad wonen vanwege werk en het voorzieningenniveau (Rabobank, 2018) (Van der Heijde P. , 2018).

Relatie winkels

Woningen in winkelgebieden zorgen voor meer levendigheid en dragen bij aan een verhoogde aantrekkingskracht van het winkelcentrum (Van der Heijde P. , 2014). Tevens zorgt de nieuwbouw van woningen nabij een winkelcentrum voor meer bestedingen (Van der Heijde P. , 2018), waarbij zowel de winkels voor dagelijkse goederen als niet-dagelijkse goederen zullen profiteren (Van der Heijde P. , 2018). Aan de andere kant hebben winkels een positief effect op de waarde van omliggende woningen (Koster & Rouwendal, 2010). Huishoudens wonen graag in een omgeving met diverse functies, zodat zij dichtbij werkgelegenheid wonen omwille van reistijd, gemak ondervinden van winkels op korte afstand en kunnen genieten van de 'local buzz' door de aanwezigheid van cafés en restaurants (Glaeser, Kolko, & Saiz, 2001). Naast winkels hebben ook gezondheidszorg en leisure een positief effect op de waarde van woningen en zijn huishoudens bereid om 6 procent meer te betalen voor woningen in een omgeving met een diverse mix aan functies in plaats van een monofunctionele woonwijk (Koster & Rouwendal, 2010). Van der Heijde (2018) legt de relatie tussen woningen en de leegstand in stadsdeelcentra. Hij stelt dat stadsdeelcentra gesitueerd zijn in de grotere steden en deze steden hebben te kampen met een groeiende woningbehoefte. Daarbij hebben deze steden de uitdaging in het faciliteren van deze vraag binnen het bebouwde gebied (Van der Heijde P. , 2018). Het toevoegen van woningen in stadsdeelcentra kan hierbij uitkomst bieden en de winkelleegstand hier verlagen (Van der Heijde P. , 2018). Van der Heijde (2018) berekent dat er grofweg tussen de 6000 en 9500 woningen in of boven de 27 stadsdeelcentra in Nederland kunnen worden gebouwd.

3.3 Wat is toegevoegde waarde voor een vastgoedeigenaar?

In de vorige paragrafen is nader ingegaan op wat mixed use betekent en wat kansrijke mixed use functies zijn voor stadsdeelcentra. Om te kunnen bepalen wat de toegevoegde waarde is van deze functies in winkelcentra dient nader onderzocht te worden wanneer er sprake is van toegevoegde waarde. In deze paragraaf wordt de term toegevoegde waarde vanuit het perspectief van de vastgoedeigenaar bekeken. Hierbij zullen 'highest and best use' (paragraaf 3.3.1), rendement (paragraaf 3.3.2) en synergie met retail (paragraaf 3.3.3) centraal staan.

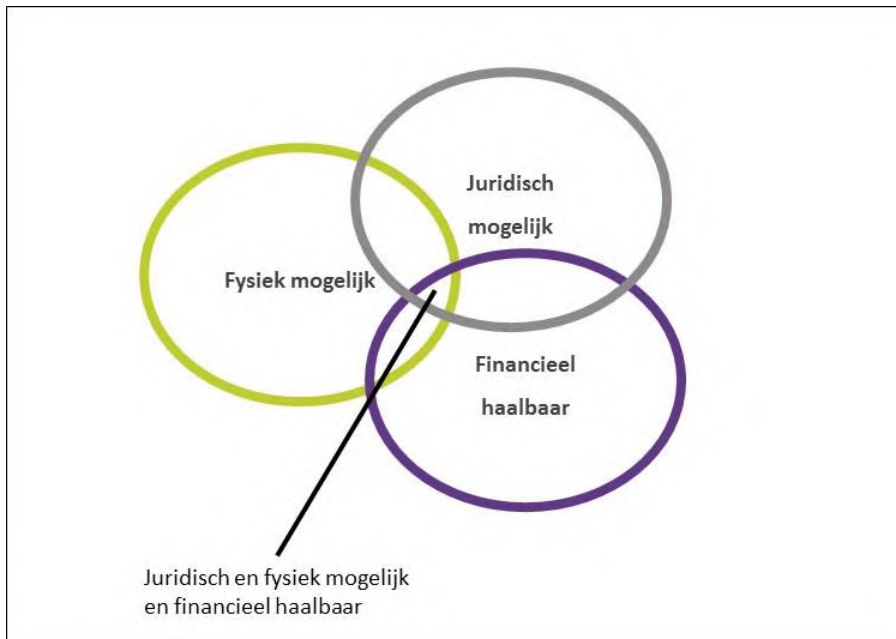
3.3.1 Highest and best use

De term 'highest and best use' is afkomstig uit de taxatieleer en wordt vaak gebruikt bij waardering- en gebruiksvraagstukken (Graaskamp, 1970) (Dotzour, Grissom, Liu, & Pearson, 1990) (Djajadiningrat, 2012) en kan gedefinieerd worden als het meest redelijke, waarschijnlijke en juridische toegestane gebruik van grond of een pand dat fysiek mogelijk en financieel haalbaar is en resulteert in de hoogste waarde (Berkhout & Roggeveen, 2017). Het principe 'highest and best use' stamt af van het gedachtegoed van Von Thünen (1826) en Ricardo (Dotzour, Grissom, Liu, & Pearson, 1990), waarbij het gebruik van de grond de uiteindelijke waarde bepaalt (Djajadiningrat, 2012). Ondanks dat het principe van 'highest and best use' een zeer belangrijke rol inneemt in de taxatieleer (Vandell & Carter, 2000), zijn er ook kritieken op onder andere het ontbreken van de waarde voor de maatschappij (1986) (Vandell & Carter, 2000), de potentiële tegenstellingen tussen het meest waarschijnlijke gebruik, het beste gebruik en het gebruik met de hoogste waarde (Hair, 1988) en de mate van subjectiviteit bij het afwegen van de verschillende elementen (Grissom, Crocker, & Lui, 1994) (Vandell & Carter, 2000). Aan de andere kant zijn er ook veel positieve kanttekeningen bij het principe 'highest and best use' geplaatst, zoals het belang van de juridische context in het 'highest and best use' gedachtegoed, dat er een relatie is tussen marktwaarde en 'highest and best use' en dat het gedachtegoed het besluitvormingsproces bij functievraagstukken ondersteunt (Grissom, Crocker, & Lui, 1994) (Vandell & Carter, 2000) (Dotzour, Grissom, Liu, & Pearson, 1990).

'Highest and best use' wordt als geschikte methode gezien wanneer het gaat om het waarderen en bepalen van alternatieve aanwendbaarheid van vastgoed (Boeve, 2002) (Mackay, 2013). 'Highest and best use' wordt in meer recentere literatuur gezien als een zoektocht naar de meest optimale combinatie van fysieke, juridische en locatie-eigenschappen die leidt naar een maximale waarde of maximaal rendement voor de vastgoedeigenaar (zie figuur 3.3.1.1) (Mackay, 2013) en voor de bepaling van de 'highest and best use' zijn de volgende criteria van belang (Berkhout & Roggeveen, 2017):

- Fysiek mogelijk, het onroerend goed moet de juiste grond en vorm hebben voor het beoogde gebruik;
- Juridisch mogelijk, het beoogde gebruik moet voldoen aan alle regelgeving (lokaal en landelijk), waaronder het bestemmingsplan;
- Financieel haalbaar -> het beoogde gebruik moet, nadat is aangetoond dat het fysiek en juridisch mogelijk is, resulteren in een rendement voor de vastgoedeigenaar rekening houdend met eventuele herontwikkelingskosten.

In de volgende paragraaf komt het rendement van de vastgoedeigenaar aan bod.



Figuur 3.3.1 – Het principe van 'highest and best use', (Rabianski, 2007), bewerkt door de auteur

3.3.2 Rendement

Financieel rendement

Een vastgoedeigenaar redeneert met name vanuit het financiële rendement dat gerealiseerd wordt met zijn vastgoed (Baaij, 2009) (Buitelaar, Pols, Van Amsterdam, Harbers, & Kronberger, 2009). Dit (totaal-) rendement bestaat uit twee componenten, namelijk het directe en indirecte rendement (Griemink & Wit, 2012). Het directe rendement betreft de netto huuropbrengsten in relatie tot gemiddeld geïnvesteerd vermogen (Van Gool, Jager, Theebe, & Weisz, 2013). Het indirecte rendement betreft de verandering in waarde van het object afgezet tegen het gemiddeld geïnvesteerd vermogen (Van Gool, Jager, Theebe, & Weisz, 2013). Functiemenging kan bijdragen aan het duurzame karakter van vastgoed (Jacobs, 1961) en duurzaam vastgoed heeft vaak de eigenschap dat het zijn waarde behoudt of een positieve waardeontwikkeling laat zien (Griemink & Wit, 2012).

Vanuit het beleggersperspectief zijn er diverse waarderingmethoden, zoals de BAR/NAR-methode, x-keer-de-huur-methode en diverse cashflowmodellen (discounted cashflow, netto contante waardemethode en internal rate of return methode) (Vink, 2012). Een nadere toelichting op deze modellen valt buiten de scope van dit onderzoek en is te vinden in Van Gool et al. (2013). Voor dit onderzoek wordt volstaan met de twee belangrijkste waarderingfactoren in deze modellen, namelijk de verwachte huurkomsten (oftewel de huurcomponent) en de kapitalisatiefactor / rendement (oftewel de waardecomponent) (Van Gool, Jager, Theebe, & Weisz, 2013).

3.3.3 Synergie

Naast een rendementseffect dat kan ontstaan door het toevoegen van mixed use functies, kan er ook indirect toegevoegde waarde ontstaan wanneer er sprake is van synergie met retail. Bij synergie kan een onderscheid gemaakt worden tussen locatie- en functionele synergie (Ecorys, 2004). Bij locatiesynergie gaat het vooral om indirecte voordelen van clusteren, zoals bijvoorbeeld het efficiënter gebruik van parkeerplaatsen (Van der Ven, 2008). Functionele synergie ontstaat wanneer

er sprake is direct voordeel van het clusteren van branches, zoals bijvoorbeeld wanneer clustering van meerdere branches zorgt voor meer bezoekers en daarmee voor een hogere omzet (Van der Ven, 2008). Ook kunnen bijvoorbeeld bewoners, medewerkers van bedrijven, consumenten en bezoekers van bijvoorbeeld leisurevoorzieningen dezelfde voorzieningen gebruiken, waardoor het draagvlak wordt vergroot (Buitelaar, Pols, Van Amsterdam, Harbers, & Kronberger, 2009).

Voor dit onderzoek zal functionele synergie van belang zijn, aangezien voor dit onderzoek relevant is of functies beter presteren wanneer ze gecombineerd worden dan dat deze solitair opereren (Van der Ven, 2008). Wanneer we het gedachtegoed volgen dat een huurder bereid is om meer huur te betalen wanneer de locatie hem in staat stelt om meer omzet en winstmarge te behalen (Van Duijn, Nozeman, & Roodhof, 2015), kan dit uiteindelijk ook de huurcomponent in vastgoedwaardering positief beïnvloeden.

Howard (1990) onderzocht de mate van functionele synergie tussen retail en leisure en maakte hiervoor onderscheid in 4 elementen van synergie, namelijk;

- 1) het vergroten van het verzorgingsgebied;
Een groter verzorgingsgebied leidt tot meer bezoekers en daarmee uiteindelijk meer omzet bij ondernemers (Van der Ven, 2008). Dit doet de vraag rijzen of het toevoegen van andere functies zorgt voor een groter verzorgingsgebied van het winkelcentrum en of daardoor synergievoordeel te behalen is.
- 2) een langere verblijfsduur;
Wanneer de verblijfsduur van bezoekers langer wordt, zal het aantal activiteiten dat de bezoeker onderneemt groter worden (Howard, 1990). Het is voor dit onderzoek de vraag of de bezoekers die georiënteerd zijn op winkelen, langer in een winkelcentrum verblijven wanneer er andere functies dan enkel retail aanwezig zijn.
- 3) hogere bestedingen;
Een belangrijk element van synergie is het bestedingsniveau in het gebied (Howard, 1990). Of het uitbreiden van de functiemix van een winkelcentrum leidt tot meer bestedingen in het winkelcentrum is van belang voor dit onderzoek.
- 4) meer herhalingsbezoeken.
Wanneer de bezoekfrequentie van mensen wordt verhoogd doordat zij gebruik maken van andere functies dan retail, kan dit de bekendheid met het centrum verhogen en zowel positief effect hebben op combinatiebezoeken als op herhalingsbezoeken (Beekers, 2000) (Van der Ven, 2008).

Voor dit onderzoek zullen deze elementen van functionele synergie meegenomen worden, aangezien functionele synergie ook van toepassing is op andere functies dan retail.

3.4 Conclusie

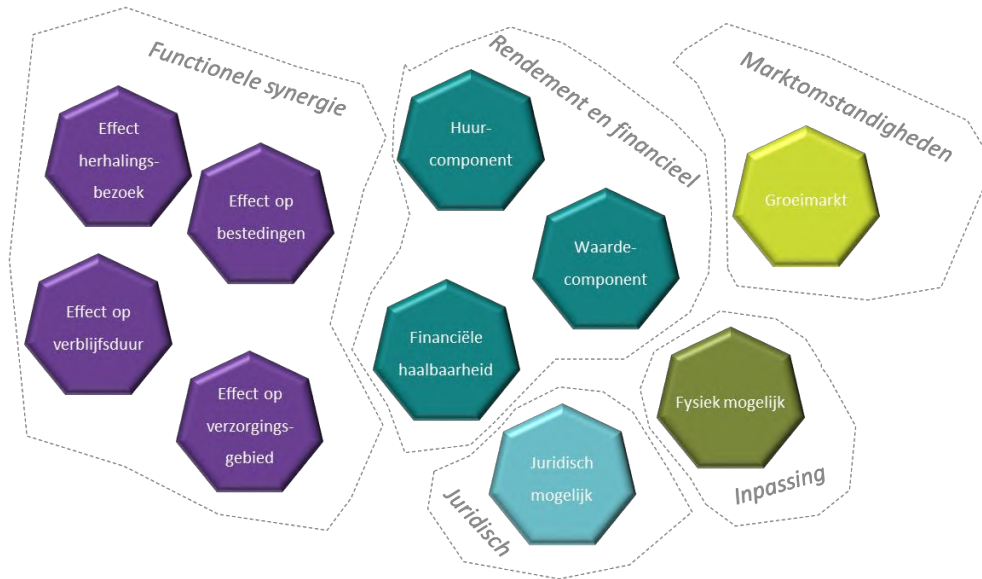
Het mengen van functies (oftewel mixed use) is geen nieuwe manier om aantrekkelijke gebieden te creëren en vandaag de dag wordt functiemenging vooral toegepast vanwege de behoefte van mensen om te werken en te wonen op dezelfde plaats, elkaar te ontmoeten, minder reistijd te hebben en onderdeel te zijn van een 'community' (Kozloff, 2005). Succesvolle mixed use gebieden integreren de behoeften van lokale gemeenschappen (Kozloff, 2005) (Hoffman, 2018) (Vlek & Frielink, 2015) en voorkomen conflicten tussen functies (Breheny, 1992).

Vanuit de literatuur bezien bieden diverse functies aanknopingspunten voor het creëren van functiemenging in winkelcentra. Eerstelijnszorg wordt momenteel getypeerd als een groeimarkt en het patiëntgeoriënteerd werken stuwt zorgaanbieders naar locaties dichterbij de patiënten (Popovec, 2015) (Baaij J. d., 2018). Daarnaast zijn er diverse parallellen tussen de locatiebepalende factoren van eerstelijnszorg en winkels. Ten aanzien van horeca wordt gesteld dat het aandeel in winkelgebieden en de bestedingen in deze horeca de afgelopen jaren sterk gegroeid is (Colliers, 2018). Veel van de (opnieuw) gevulde winkelmeters zijn met horeca ingevuld (Colliers, 2018). De markt voor kinderopvang vlakkt af, maar ondanks deze afvlakking zijn er parallellen tussen de locatiebepalende factoren in de kinderopvang en die van winkels, zoals bereikbaarheid, geografische ligging, imago en de nabijheid van samenwerkingspartners (Schoone & Van Tatenhove, 2012), waardoor een combinatie van winkels en kinderopvang mogelijk interessant is. Leisurefuncties, zoals bioscopen en fitnesscentra lijken een sterke meerwaarde hebben voor retail als het gaat om verblijfsduur, bestedingen en marketing (Howard, 1990). De kantorenmarkt wordt gekenmerkt door overaanbod en zal, met uitzondering van de locaties in de grote steden, vooral een vervangingsmarkt zijn (Buitelaar, Van den Berge, Van Dongen, Weterings, & Van Maarseveen, 2017). Vanuit kantoorgebruikers groeit echter de wens om in een gemengde omgeving te werken (NVM, 2018), maar het is de vraag of dit ook geldt voor de omgeving van stadsdeelcentra. (Van der Heijde P. , 2014). Over het algemeen is er sprake van schaarste van woningen in stedelijke gebieden (Beuzenberg, V.; Lustenhouwer, F.; Wassenberg, F., 2018) (Rabobank, 2018) en leidt het combineren van de woonfunctie met winkels tot onder andere meer levendigheid en meer bestedingen in winkels (Van der Heijde P. , 2018).

Met bovenstaande conclusies uit de literatuur is de tweede deelvraag, te weten: Wat betekent volgens de literatuur 'mixed use', in het bijzonder als het gaat om functiemix voor stadsdeelcentra? beantwoord.

In de literatuur is de potentiële meerwaarde van mixed use vaak onderzocht, maar hier is geen specifiek onderscheid gemaakt voor stadsdeelcentra en daarnaast wordt de meerwaarde van mixed use met name vanuit de gebruiker benaderd (Koster & Rouwendal, 2010) (Vlek & Frielink, 2015) (Shimmin, 2018) (Baaij J. d., 2018) (Hoffman, 2018) (Hoefnagel, 2018) (Hendriks, 1999). Vanuit de literatuur bieden 'highest and best use', rendement en synergie aanknopingspunten om meerwaarde voor de vastgoedeigenaar vast te kunnen stellen. Deze aspecten bieden aangevuld met de marktcontext van de diverse functies het voorlopig toetsingskader zoals weergegeven in figuur 3.4.

DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MIXED USE IN STADSDEELCENTRA



Figuur 3.4 – Voorlopig toetsingskader

Met dit voorlopig toetsingskader is de derde deelvraag, te weten: Welk geëigend toetsingskader vloeit voort uit de literatuur bij de beoordeling van de toegevoegde waarde van mixed use voor stadsdeelcentra vanuit eigenaarsperspectief? beantwoord.

Hoofdstuk 4 Onderzoeksmethode

In Hoofdstuk 3 is vanuit de literatuur een voorlopig toetsingskader ontworpen dat op zijn geldigheid en bruikbaarheid in de praktijk wordt beoordeeld. De wijze van beoordeling in de praktijk wordt in dit hoofdstuk besproken. Het toetsingskader wordt getoetst op volledigheid en op bevestiging van de voorlopige scores en de wijze waarop zal in dit hoofdstuk nader worden besproken. In paragraaf 4.1 wordt ingegaan op de Delphi-methode, waarna in paragraaf 4.2 het onderzoeksontwerp centraal staat. In paragraaf 4.3 wordt stilgestaan bij de respondenten van het onderzoek. Tenslotte wordt met paragraaf 4.4 dit hoofdstuk afgesloten door een korte reflectie op de online enquête en de interviews.

4.1 Delphi-methode

De Delphi-methode is een geschikte methode in situaties waarin inzichten en kennis verworven moeten worden (Baarda, et al., 2018). Het doel van het gebruik van de Delphi-methode is binnen een groep van experts consensus (lees; in elk geval een meerderheidsstandpunt) te krijgen (Kieft, 2011) en binnen dit onderzoek betekent dat concreet consensus over het toetsingskader. Enkele voordelen van de Delphi-methode zijn dat experts anoniem blijven en experts zonder gezichtsverlies hun mening kunnen bijstellen (Baarda, et al., 2018) (Kieft, 2011). Enkele nadelen van de Delphi-methode zijn dat door de gedwongen consensus er op een gegeven moment ongefundeerde gissingen worden gedaan en dat de methode veel eisen stelt aan de onderzoeker als begeleider (Kieft, 2011).

De eerste ronde zal bestaan uit een online enquête waarin meningen en argumenten worden geïnventariseerd. Concreet zal worden geïnventariseerd of het concept toetsingskader volledig is en zal worden beoordeeld of de elementen van het toetsingskader werken in de praktijk. Vervolgens zal het toetsingskader nader worden aangepast. Daarna zal de tweede ronde bestaan uit het face-to-face interviewen van de experts die in de eerste ronde online hebben gereageerd. In deze interviews zal getracht worden om consensus te bereiken over het toetsingskader en zal er gelegenheid zijn om nieuwe inzichten te inventariseren. In beide ronden zal dataverzameling plaatsvinden vanuit het perspectief van de expert. Met andere woorden, het toetsingskader zal besproken worden vanuit het perspectief dat de expert geconfronteerd wordt met leegstand in een stadsdeelcentrum en een keuze moet maken voor alternatieve functies dan retail.

De Delphi-methode bestaat conventioneel uit meerdere schriftelijke overlegmomenten om op een systematische manier opvattingen van de deelnemers vast te leggen om vervolgens overeenstemming te bereiken over mogelijke toekomstige ontwikkelingen (Kieft, 2011). Hierbij kunnen meerdere communicatiemiddelen, zoals een interview of enquête, ingezet worden (Kieft, 2011). Dit onderzoek bestaat in aanvang uit twee ronden (online enquête en interview), aangezien er voor de eerste ronde reeds een concept toetsingskader uit de literatuur is ontwikkeld. Dit concept toetsingskader fungeert derhalve als vertrekpunt voor de eerste ronde, waardoor er redelijkerwijs verwacht wordt dat er in twee ronden consensus bereikt wordt.

4.2 Onderzoeksontwerp

Zoals in de vorige paragraaf beschreven wordt het onderzoek gestart met een online enquête. Er wordt voor deze asynchrone onderzoeksmethode gekozen, omdat er hierdoor op efficiënte wijze

inzicht kan worden verkregen in het toetsingskader in voorbereiding op de interviews met de experts (Baarda, et al., 2018). Daarnaast is het een voordeel wanneer de respondent kan antwoorden wanneer het hem of haar uitkomt. Dit zorgt ervoor dat antwoorden meer accuraat zijn (Baarda, et al., 2018). De online enquête betreft een gestructureerd interview, waarbij alle vragen en de volgorde waarin de vragen aan bod komen vooraf worden bepaald. De opzet van de vragenlijst van de online enquête is opgenomen in Bijlage 3. Alvorens de online enquête wordt verstuurd naar de respondenten, zal deze worden getoetst door een expert op het gebied van functiemenging. Deze expert wordt gevraagd om feedback te geven op diverse thema's, zoals de opbouw van de enquête, duidelijkheid van de vragen, duidelijkheid van de antwoordopties en de werking van de digitale vragenlijst in het platform 'Google forms'.

Na de online enquête worden de respondenten 'face to face' geïnterviewd. Deze interviews zullen synchroon worden afgenomen. Een voordeel van synchrone interviews is dat dit met name geschikt is om dieper door te vragen en nieuwe inzichten te verwerven (Baarda, et al., 2018). Als nadeel van deze methode wordt de beperkte vrijheid voor de interviewer om vragen en onderwerpen aan te passen (Baarda, et al., 2018). Door de onderwerpen in de eerste ronde te toetsen en de vragenlijst voorafgaand aan de interviews te testen wordt dit nadeel ondervangen. De interviews zijn halfgestructureerd, waarbij een groot deel van de hoofd- en deelvragen vastliggen en er op onderwerpen doorgevraagd kan worden (zie Bijlage 4 voor het interviewschema).

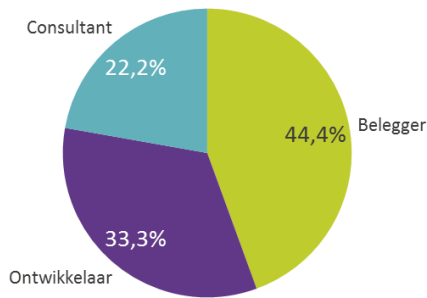
4.3. Expertpanel

De online enquête en het interview zal afgenomen worden bij een selecte groep respondenten en derhalve kunnen we spreken van een selecte steekproef (Baarda, et al., 2018). De respondenten worden geselecteerd op basis van de volgende hoofdkenmerken:

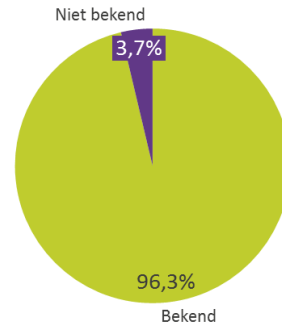
- 1) De respondenten dienen het perspectief van de vastgoedeigenaar te kennen. Hiermee wordt geborgd dat de respondenten de toegevoegde waarde van functiemenging vanuit het perspectief van de vastgoedeigenaar kunnen beoordelen;
- 2) De respondenten dienen een integraal beeld te hebben van potentiële effecten van functiemenging in stadsdeelcentra. Dit garandeert dat de respondenten een bredere ervaring hebben en hoogstwaarschijnlijk rendementsaspecten, juridische, financiële en fysieke haalbaarheidsaspecten en synergieaspecten met retail kunnen beoordelen;
- 3) De respondenten moeten ervaring hebben met minimaal een stadsdeelcentrum;
- 4) De respondenten moeten brede kennis hebben van de Nederlandse vastgoedmarkt, om vanuit meerdere functies te kunnen oordelen.
- 5) De onderzoekspopulatie moet naast vastgoedbeleggers ook uit consultants en vastgoedontwikkelaars bestaan, zodat de onderzoekspopulatie gevarieerd is.

In Nederland zijn in totaal 27 stadsdeelcentra (zie Bijlage 1) en daarvan zijn er diverse eigenaren die meerdere stadsdeelcentra bezitten. Voor dit onderzoek zijn in totaal negen respondenten benaderd die allen hebben meegewerkt aan dit onderzoek. De betrokken respondenten kennen (naar eigen zeggen) gezamenlijk meer dan zesennegentig procent van de Nederlandse stadsdeelcentra. De onderzoekspopulatie bestaat uit hoogopgeleide experts (zeven mannen en 2 vrouwen). In bijlage 2 is meer informatie te vinden over de bij dit onderzoek betrokken experts.

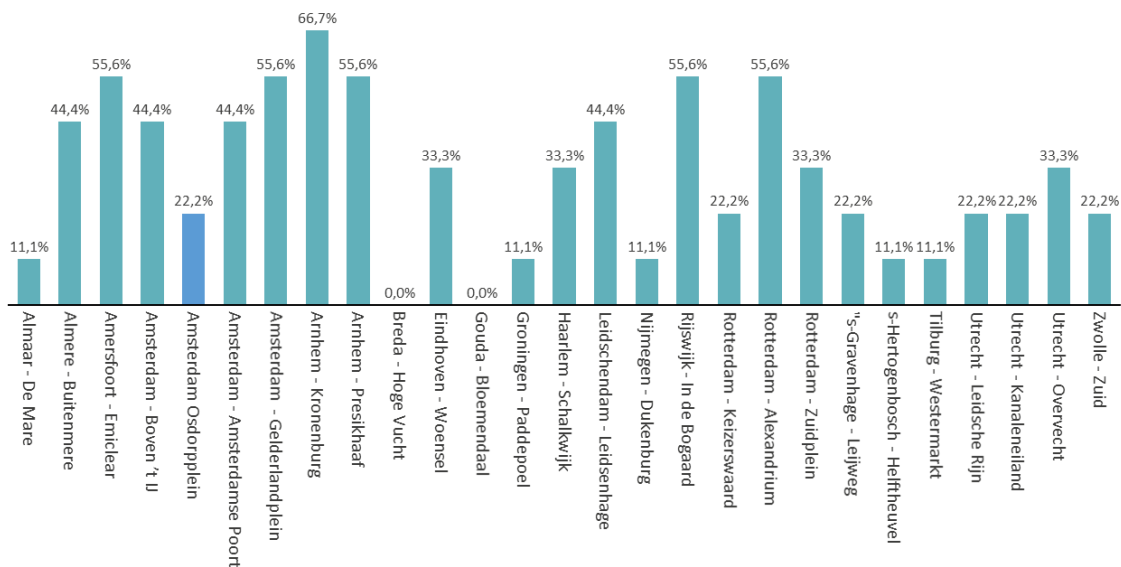
DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MIXED USE IN STADSDEELCENTRA



Tabel 4.2.1 - Beroepsmatige achtergrond respondenten



Tabel 4.2.2 – Aandeel van de Nederlandse stadsdeelcentra waarmee de groep respondenten bekend is



Tabel 4.2.3 - Percentage respondenten dat het specifieke stadsdeelcentrum kent vanuit eigenaarsperspectief

4.4 Reflectie online enquête en interviews

Alvorens de online enquête per e-mail aan de experts is toegestuurd, is deze vanuit gebruikersperspectief getoetst door de heer Kleemans. De heer Kleemans houdt zich als Business Development Manager bij Wereldhave bezig met creëren van functiemenging in winkelgebieden en kan derhalve als een expert op dit gebied aangemerkt worden. Zijn belangrijkste feedback was dat de scope van het onderzoek in de inleiding van de enquête nader moest worden gespecificeerd. Tevens was de layout van een tweetal vragen zeer onpraktisch, waardoor er antwoordmogelijkheden niet direct in beeld kwamen. Beide zaken zijn aangepast voordat de enquête naar de experts is gestuurd.

Vervolgens zijn de negen potentiële respondenten telefonisch benaderd voor deelname aan het onderzoek. Hieruit bleek dat een van de beoogde respondenten geen specifieke ervaring had met stadsdeelcentra en met name als consultant actief was in binnensteden. Derhalve is ervoor gekozen om een andere consultant te benaderen met ervaring in stadsdeelcentra. De negen potentiële respondenten hebben allemaal meegewerkt aan het onderzoek, waardoor de respons op de online enquête honderd procent was.

Het doel van de online enquête was het toetsen of het concept toetsingskader volledig is en of de elementen van het toetsingskader werken in de praktijk. De online enquête heeft enerzijds bevestigd dat het toetsingskader in de praktijk wordt gebruikt. Anderzijds blijkt uit de resultaten van de online enquête dat er ook enkele aanvullende toetsingscriteria worden gebruikt door de respondenten, waardoor aanpassing van het toetsingskader noodzakelijk was. De meerwaarde van daaropvolgende interviews is gelegen in het feit dat er consensus is bereikt over het aangepaste toetsingskader en er meer inzicht is verkregen in het gebruik van de toetsingscriteria. Daarnaast is meer inzicht verkregen in hoe de experts tegen functiemenging in het algemeen aankijken. Tevens is duidelijk geworden dat de experts onbewust toetsingscriteria gebruiken en dat dit niet in een gestructureerd raamwerk gebeurt. In het volgende hoofdstuk zal nader stil worden gestaan bij de resultaten van de online enquête en de interviews die daarop volgend zijn afgenomen.

Hoofdstuk 5 Resultaten

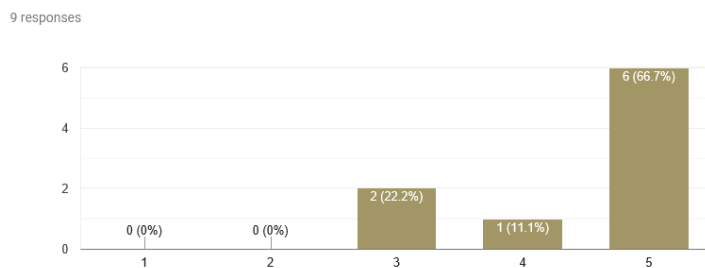
Nu de methode van onderzoek toegelicht is in Hoofdstuk 4 zullen in Hoofdstuk 5 de onderzoeksresultaten worden besproken. Allereerst worden in paragraaf 5.1 de resultaten van de online enquête toegelicht, waarbij met name het voorlopige toetsingskader getoetst is. In paragraaf 5.2 worden de resultaten van de interviews beschreven, waarmee er meer inzicht wordt verkregen in het toetsingskader en de toegevoegde waarde van functiemenging.

5.1 Ronde 1: Voorlopig toetsingskader voorgelegd aan de experts

Middels de online enquête is meer inzicht verkregen in het toetsingskader waarmee de toegevoegde waarde van functiemenging kan worden bepaald. Een samenvatting van de resultaten en de resultaten zijn opgenomen in Bijlage 5. In deze paragraaf wordt per toetsingscriterium nader stilgestaan bij de resultaten van de online enquête.

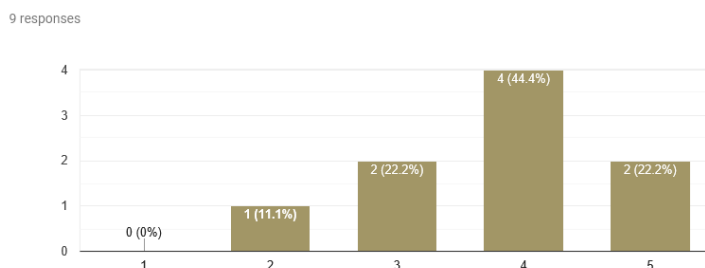
5.1.1. Criteria functionele synergie

Het effect dat functiemenging heeft op het verzorgingsgebied van een stadsdeelcentrum wordt vaak meegenomen als criterium om te bepalen op welke functie men zich gaat richten (zie figuur 5.1.1). Er bestaat geen volledige consensus, maar de meeste respondenten (zeven van de negen) geven aan dat zij bijna altijd of altijd kijken naar het effect van een bepaalde functie op het verzorgingsgebied.



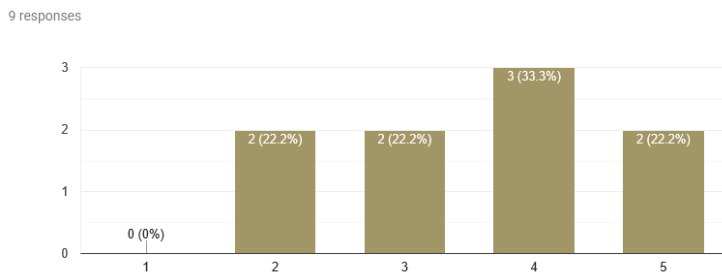
Figuur 5.1.1 – Aantal respondenten dat verzorgingsgebied als criterium gebruikt

Ook voor het criterium verblijfsduur geldt dat de respondenten dit ook vaak meewegen in hun besluitvorming bij functiemenging (zie figuur 5.1.2). Zes van de negen experts neemt het effect van een bepaalde functie op de verblijfsduur van bezoekers in een stadsdeelcentrum mee, terwijl twee experts dit gemiddeld vaak doen. Eén expert geeft aan dit bijna nooit mee te wegen in de keuze bij het toevoegen van een andere functie dan retail.



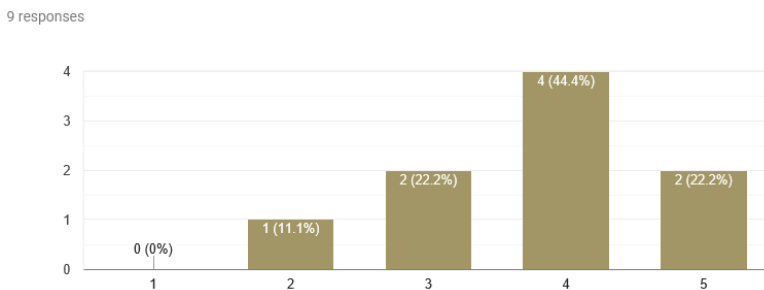
Figuur 5.1.2 – Aantal respondenten dat verblijfsduur als criterium gebruikt

Het effect op de bestedingen van bezoekers van een stadsdeelcentrum wordt bovengemiddeld vaak meegenomen in de besluitvorming om een bepaalde functie toe te voegen (zie figuur 5.1.3). Slechts twee respondenten nemen dit criterium soms mee, terwijl twee respondenten dit gemiddeld vaak doen en vijf respondenten bijna altijd of altijd het effect van bestedingen in het stadsdeelcentrum meewegen in de besluitvorming.



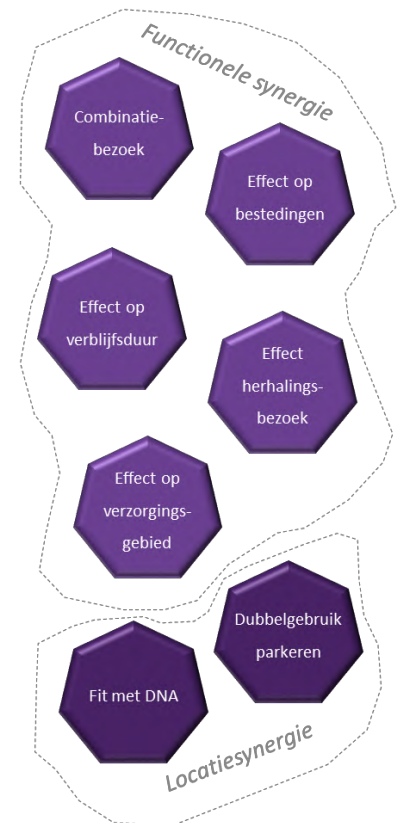
Figuur 5.1.3 – Aantal respondenten dat het effect op bestedingen als criterium gebruikt

Het effect van het toevoegen van een andere functie dan retail op de bezoekersaantallen wordt relatief vaak meegenomen (zie figuur 5.1.4). Slechts één respondent geeft aan dat hij dit bijna nooit meeneemt in zijn keuze om een bepaalde andere functie dan retail toe te voegen in een stadsdeelcentrum. Van de overige respondenten nemen twee experts bezoekersaantallen soms mee, terwijl de meerderheid van zes experts bijna altijd of altijd kijken naar het effect van functiemenging op bezoekersaantallen.



Figuur 5.1.4 – Aantal respondenten dat bezoekersaantallen als criterium gebruikt

Naast bovengenoemde aspecten van functionele synergie blijkt dat een overgrote meerderheid van de experts ook andere elementen van synergie meenemen. Een van deze elementen betreft de mate waarin combinatiebezoek optreedt. Dit wil zeggen dat wanneer een bezoeker bepaalde winkels of functies combineert bij het bezoek aan het stadsdeelcentrum. Tevens worden er twee elementen van locatiesynergie genoemd, te weten parkeerdruk en 'fit' met de DNA het gebied'. De helft van deze respondenten geeft aan dat zij kijken naar het effect van de andere functie(s) op het parkeren. Hierbij wordt met name gekeken naar het dubbelgebruik van parkeerplaatsen en de potentiële parkeerdruk die er ontstaat wanneer bezoekers op dezelfde tijd in het stadsdeelcentrum komen. Daarnaast wordt door één respondent aangegeven dat het DNA van het gebied als criterium wordt meegenomen om te bepalen welke functie past in het desbetreffende stadsdeelcentrum. De behoefte van lokale doelgroepen dient volgens deze respondent in ogenschouw genomen te worden. Als er lokaal geen behoefte is aan bepaalde functie dan zou deze ook niet toegevoegd moeten worden.

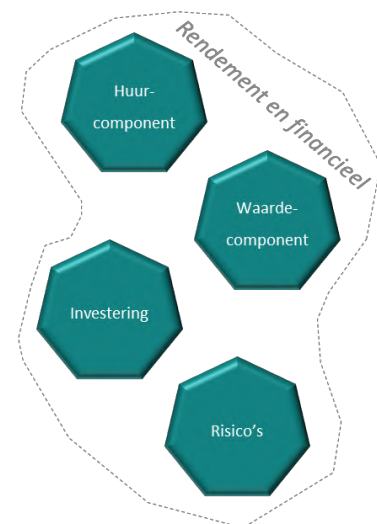


Figuur 5.1.5. – criteria synergie

Samenvattend kan gesteld worden dat combinatiebezoek, fit met DNA en dubbelgebruik parkeren als toetsingscriteria worden toegevoegd en dat de elementen van functionele en locatie-synergie uit figuur 5.1.5 meegenomen worden in de interviews.

5.1.2. Criteria rendement en financiële haalbaarheid

Voor bijna alle respondenten spelen rendementscriteria een rol bij de afweging om een bepaalde functie toe te voegen. De expert die rendement nooit gebruikt betreft een adviseur die deze afweging vooral laat maken door de betreffende vastgoedeigenaar. De respondenten noemen verschillende rendementscriteria, zoals het directe en indirecte rendement, de tienjaars internal rate of return. Wanneer er naar de opbouw van deze rendementscriteria wordt gekeken kan gesteld worden het feitelijk gaat over de in het theoretisch kader genoemde huur en de waardecomponent. In aanvulling hierop benoemen de meeste respondenten ook 'return on investment' als criterium dat zij gebruiken waardoor er naast de huurcomponent ook een investeringscomponent aan het toetsingskader moet worden toegevoegd. Verder wordt door twee respondenten het rendement afgewogen tegen de risico's die gepaard kunnen gaan met het toevoegen van een andere functie.

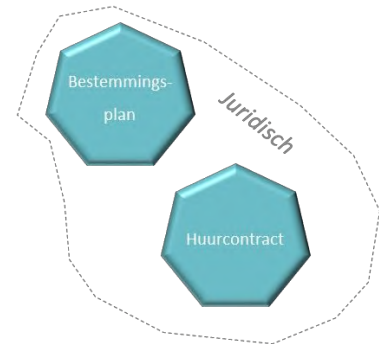


Figuur 5.1.6. – criteria rendement en financiële haalbaarheid

Vanuit de online enquête worden derhalve de criteria investering en risico's toegevoegd aan het toetsingskader en worden op het thema rendement en financiële haalbaarheid de criteria uit figuur 5.1.6) meegenomen in de interviews.

5.1.3. Criteria juridisch

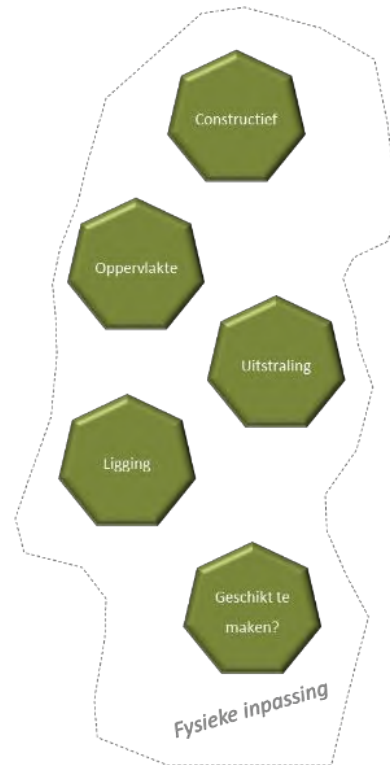
Veel van de respondenten (zeven van negen) neemt juridische aspecten mee in de overweging om over te gaan tot functiemenging. Al deze respondenten kijken naar het feit of een bepaalde functie planologisch mogelijk is door het bestemmingsplan te beoordelen. Daarbij wordt uitdrukkelijk aangegeven dat dit een belangrijk criterium is, maar dat het bestemmingsplan wel een ondergeschikte rol heeft in de planvormingsfase. Drie van deze respondenten kijken vervolgens ook naar het huurcontract dat gesloten kan worden met de desbetreffende ondernemer. Deze twee juridische elementen, die reeds vanuit de theorie naar voren zijn gekomen, (zie figuur 5.1.7) worden in de interviews meegenomen.



Figuur 5.1.7. – criteria juridisch

5.1.4. Criteria fysieke inpassing

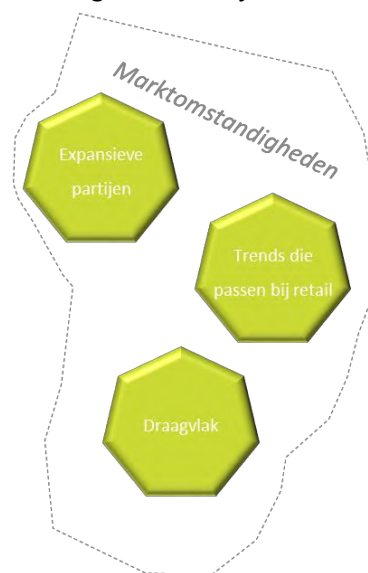
Acht van de negen respondenten beoordeelt de fysieke mogelijkheden van een pand alvorens gekeken wordt naar het toevoegen van een bepaalde functie in een stadsdeelcentrum. De resultaten van de online enquête hebben ervoor gezorgd dat het criterium 'fysieke inpassing' meer specifiek is gemaakt. Respondenten beoordelen namelijk oppervlakte, constructie, ligging en de uitstraling van een pand en derhalve zijn deze criteria toegevoegd. Verder benoemen de drie ontwikkelaars dat zij naast de bestaande fysieke kenmerken van een pand tevens beoordelen voor welke functies het pand geschikt te maken is door herontwikkeling. Samenvattend wordt gesteld dat de resultaten van de online enquête leiden tot vijf criteria waarmee de fysieke inpassingen van een functie worden beoordeeld (zie figuur 5.1.8) welke in de interviews nader aan bod zullen komen.



Figuur 5.1.8. – Criteria fysieke inpassing

5.1.5. Criteria marktperspectief

Alle respondenten kijken naar het marktperspectief van een betreffende functie alvorens zij besluiten deze te faciliteren in een stadsdeelcentrum. In de respons werden meerdere malen criteria aangehaald die terug te leiden zijn naar de beoordeling van het draagvlak van de functie. Zo werden het beoordelen van vraag en aanbod, of er voldoende omzet te behalen is, een effectmeting en de afzetmarkt van de functie in de omgeving van het stadsdeelcentrum genoemd. Bij de beoordeling van het draagvlak gaat het om het omzetspotentieel van de functie. Naast draagvlak wordt tevens gekeken naar trends en ontwikkelingen in de desbetreffende markt. Hiermee krijgt men meer gevoel bij de markt van de desbetreffende functie en is nader te bepalen of er sprake is van een lange- termijninvulling. Tevens zijn er twee respondenten die aangeven de commerciële relevantie van een functie te beoordelen en dit doen door te kijken naar het aantal expansieve partijen die aanwezig zijn in de desbetreffende markt.

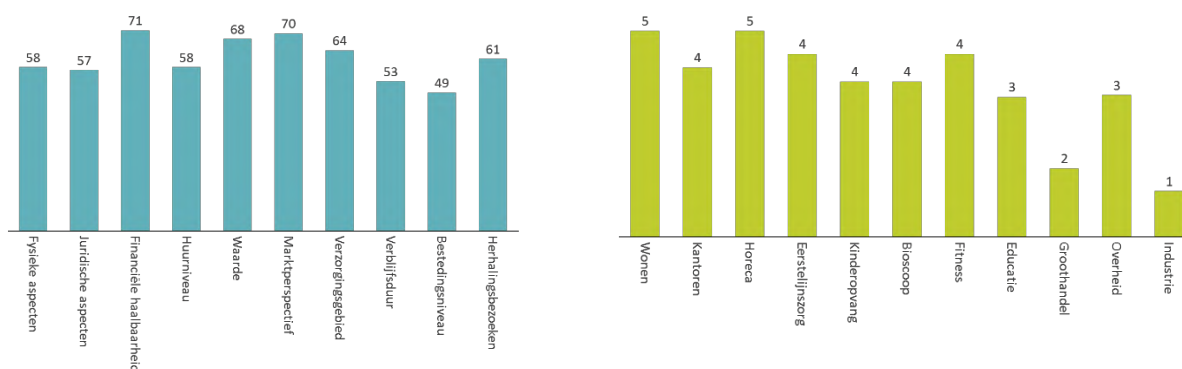


Figuur 5.1.9. – Criteria fysieke inpassing

In figuur 5.1.9 zijn de hiervoor genoemde criteria opgenomen die uit de online enquête naar voren zijn gekomen. De resultaten vanuit de enquête tonen, in tegenstelling tot de literatuur, niet aan dat de respondenten beoordelen of een bepaalde functie in een groeimarkt opereert. Dit wordt in de interview nader gevraagd aan de experts.

5.1.6. Weging criteria en functies

Middels de online enquête is aan de respondenten gevraagd hoe zwaar zij elk criterium uit het concept toetsingskader meewegen wanneer zij overgaan tot functiemenging in stadsdeelcentra. In tabel 5.1.10 is per criterium een gemiddeld antwoord op een schaal van nul tot honderd van de respondenten in kaart gebracht. Hieruit valt te concluderen dat financiële haalbaarheid, op de voet gevolgd door marktperspectief, gemiddeld genomen het zwaarste weegt bij de respondenten in de afweging om een andere functie dan retail toe te voegen aan het stadsdeelcentrum. Het effect van de andere functie op het bestedingsniveau daarentegen weegt het minst zwaar in deze afweging. Daarnaast toont tabel 5.1.10 aan dat de verschillen in weging tussen de criteria gering zijn.



Figuur 5.1.10. – Gemiddelde score van de mate van belangrijkheid per criterium (schaal van 0 – 100)

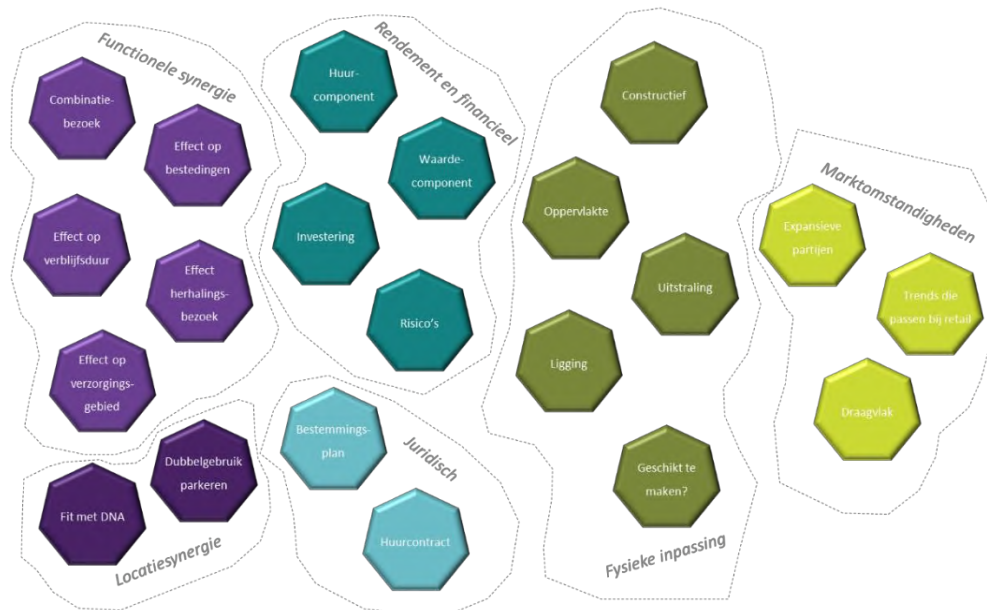
Figuur 5.1.11. – Gemiddelde score van de mate van kansrijkheid van de functie in een stadsdeelcentrum (schaal 1 – 5)

Tevens is in de online enquête gevraagd naar welke functies over het algemeen het beste passen binnen stadsdeelcentra (zie tabel 5.1.11 voor de resultaten). Hieruit kan geconcludeerd worden dat de functies die vanuit de theorie reeds zijn genoemd als kansrijk (zie paragraaf 3.2.2) ook door de experts als kansrijk worden gezien. Op de vraag of er nog andere functies kansrijk zijn in stadsdeelcentra zijn enkele functies, zoals hotel, bibliotheek, gemeenteloket en culturele functies benoemd³. Al deze functies zijn telkens slechts door één respondent genoemd.

5.1.7. Deelconclusie

Uit de online enquête is gebleken dat het toetsingskader vanuit de theorie niet volledig is. Het toetsingskader is uitgebreid. Zo werd onder het thema ‘functionele synergie’ het criterium combinatiebezoek toegevoegd en zijn er twee aspecten van locatiesynergie toegevoegd, te weten ‘fit met DNA’ en ‘dubbel gebruik parkeren. Wat betreft de financiële en rendementscriteria laten de resultaten uit de online enquête zien dat het bij financiële haalbaarheid met name gaat over het criterium ‘investering’ in aanvulling op de huur- en waarde-component en ook de risico’s van functiemenging in ogenschouw genomen moeten worden. Ook het criterium juridische haalbaarheid is nader gespecificeerd en laat de online enquête zien dat het hierbij met name gaat over de criteria bestemmingsplan en huurcontract. De experts hebben tevens meer nuance aangebracht bij het thema fysieke inpassing en aangegeven dat het vooral gaat over oppervlakte, constructie, uitstraling, ligging en dat ook altijd gekeken kan worden of een pand via herontwikkeling geschikt is te maken voor een gewenste functie. Opvallend genoeg toont de online enquête niet aan dat de experts bij het thema marktomstandigheden kijken naar of een bepaalde functie in een groeiemarkt opereert, maar daarentegen kijken zij wel naar of er expansieve partijen in de desbetreffende markt zijn, of andere functies voldoende draagvlak hebben op de beoogde locatie en of er trends in de markt van de andere functies zijn die aansluiten met retail. Het criterium ‘groeiemarkt’ wordt voorlopig dus buiten beschouwing gelaten in het toetsingskader en dit zal nader in de interviews worden getoetst. Hieronder wordt in figuur 5.1.12 het aangepast toetsingskader getoond.

³ Deze functies zijn niet verder in het onderzoek meegenomen, aangezien er tijdens de interviews geen consensus bleek te zijn over de kansrijkheid van deze functies en de respondenten die de desbetreffende functies noemden dat de functies die reeds in de literatuur genoemd worden meer kansrijk achten.



Figuur 5.1.12. – Aangepast toetsingskader n.a.v. de online enquête

Tenslotte kan gesteld worden dat er geen significante verschillen in weging van de hierboven genoemde criteria worden aangegeven door de experts. In het vervolg van dit onderzoek wordt elke criterium even zwaar meegewogen in de overweging om alternatieve functies toe te voegen. Tevens bevestigen de experts dat de zeven functies uit de literatuur, te weten wonen, kantoren, horeca, bioscoop, eerstelijnszorg, kinderopvang en fitnesscentra, als meest kansrijk worden gezien in stadsdeelcentra. In de volgende paragraaf wordt nader ingegaan op de resultaten van de interviews.

5.2 Ronde 2: Verdieping van het toetsingskader

Middels interviews is meer inzicht verkregen in het toetsingskader en is de toegevoegde waarde van de meest kansrijke functies voor stadsdeelcentra nader onderzocht. Een samenvatting van het interview is geanonimiseerd per respondent op te vragen bij de auteur. In deze paragraaf worden de resultaten nader toegelicht. Uit paragraaf 5.1. is gebleken dat de respondenten het toetsingskader verder hebben aangevuld met nieuwe criteria. In de interviews zijn derhalve alle toetsingscriteria opnieuw voorgelegd aan de experts en is nader ingegaan op deze criteria ten einde consensus te bereiken over de criteria en om meer inzicht te verwerven in het gebruik hiervan. Daarnaast is aan de experts gevraagd om de meest kansrijke functies uit paragraaf 5.1.6. te ordenen op basis van de toetsingscriteria, zodat er een uitspraak over de kansrijkheid per functie gedaan kan worden. In deze paragraaf wordt over volledige consensus gesproken wanneer acht tot negen respondenten het eens zijn. Wanneer vijf tot en zeven respondenten het eens zijn wordt gesproken over een meerderheid en wanneer minder dan 5 respondenten het eens is er sprake van verdeeldheid.

5.2.1 Visie op functiemenging

In de interviews hebben de experts hun visie op functiemenging in stadsdeelcentra gegeven. De experts hebben unaniem aangegeven dat functiemenging integraal onderdeel moet zijn van de strategie voor stadsdeelcentra en dat dit geen hype is. De drijfveer om over te gaan tot functiemenging moet niet zozeer in de huidige leegstand in de retail gezocht worden, maar in het creëren van meerwaarde voor de consument. Door meerdere bezoekdoelen voor de consument te creëren in stadsdeelcentra verwachten de experts dat er meer omzet gemaakt kan worden door de retailers wat uiteindelijk ook tot relatief hogere huren leidt. Daarnaast geven enkele experts aan dat zij aan dat consumenten steeds meer behoefte hebben aan elkaar te ontmoeten daar zijn de monofunctionele stadsdeelcentra momenteel niet aantrekkelijk genoeg voor.

“Door sociaal-demografische en technologische ontwikkelingen, zoals vergrijzing en online winkelen, is de fijnmazige winkelstructuur in het hart geraakt”. - Bart van Twillert

Een meerderheid van de experts verwacht dat stadsdeelcentra als categorie gaat verdwijnen en dat er binnen de stadsdeelcentra een tweedeling ontstaat. Bart van Twillert stelt dat “door sociaal-demografische en technologische ontwikkelingen, zoals vergrijzing en online winkelen, de fijnmazige winkelstructuur in het hart is geraakt”. De kleinere stadsdeelcentra zullen qua retailfunctie meer richting de wijkcentra afschalen en zich meer richten op de dagelijkse boodschappen, terwijl de grotere stadsdeelcentra zullen opschalen richting stadscentra met een breed retailaanbod. Deze tweedeling bepaalt ook welke functies er uiteindelijk aan het retailaanbod kunnen worden toegevoegd. Twee van de respondenten geven hierbij het voorbeeld van het stadsdeelcentrum Leidschehage wat momenteel herontwikkeld wordt tot ‘second downtown’ en naast retail ook andere functies krijgt zoals onder andere kantoren, hotel, horeca, leisure en een bioscoop. Daarnaast vinden zij het opschalen van stadsdeelcentra enkel relevant wanneer er demografische druk is, zoals in bijvoorbeeld de Randstad of de G4. Een van de respondenten benoemt hierbij het stadsdeelcentrum Presikhaaf als voorbeeld voor een winkelcentrum wat meer richting een wijkwinkelcentrum gaat op termijn.

5.2.2 Functionele en locatiesynergie

De mate waarin synergie ontstaat tussen retail en de andere functies is een belangrijk criterium dat bij functiemenging wordt beoordeeld. De respondenten beoordelen hierbij aspecten van zowel functionele als locatie-synergie (zie figuur 5.1.5).

Functionele synergie: effect op het verzorgingsgebied, bestedingen, verblijfsduur en de mate van combinatiebezoek

Er is consensus bereikt over de criteria die beoordeeld worden bij functionele synergie, te weten het effect op het verzorgingsgebied, bestedingen, verblijfsduur en de mate van combinatiebezoek. De respondenten geven aan dat deze toetsingscriteria zeer belangrijk zijn, maar dat deze momenteel nog nauwelijks gemeten worden. Vaak gebeurt de beoordeling derhalve op basis van intuïtie in plaats van op basis van harde data. Dit behelst dat de respondenten vanuit klantperspectief kijken naar welke bezoekdoelen een consument graag zou willen combineren. Een meerderheid van de experts geeft aan dat een horeca-functie vaak zorgt voor functionele

“Horeca zorgt, als bindende factor tussen retail en andere functies, bij uitstek voor meer functionele synergie.”. – Marc Majolee

synergie. Wel wordt door een meerderheid van de respondenten op drie manieren onderzoek gedaan naar de mate van functionele synergie. Ten eerste wordt door consumentenonderzoek navraag gedaan over het effect van nieuwe functies op het verzorgingsgebied, de bestedingen, de verblijfsduur en de mate van combinatiebezoek. Daarnaast voeren de respondenten veel gesprekken met ondernemers over de vier criteria van functionele synergie van de desbetreffende functie. Ten derde wordt door veel respondenten het concurrerend aanbod van de desbetreffende functie in het verzorgingsgebied beoordeeld.

Locatiesynergie: fit met DNA en dubbelgebruik parkeren

De respondenten zijn het daarnaast eens over de criteria van locatiesynergie, namelijk de mate waarin een bepaalde functie aansluit bij het DNA van het verzorgingsgebied en de mate waarin dubbelgebruik van parkeerplaatsen ontstaat.

Uit de interviews blijkt dat de respondenten met het 'DNA van het verzorgingsgebied' vooral doelen op de lokale doelgroepen en concurrerend aanbod in de nabije omgeving. De meerderheid geeft aan dat de doelgroepen in het lokale verzorgingsgebied leidend zijn in het toevoegen van andere functies. Door middel van doelgroepanalyse worden op basis van sociaal economische en culturele kenmerken bezoekersprofielen geschetst. Deze profielen kunnen vervolgens doorvertaald worden naar passend aanbod in het stadsdeelcentrum. Een van de respondenten gaf als voorbeeld aan dat zij met haar team middels een fietstocht door het verzorgingsgebied het lokale DNA beter leert kennen. Ook voeren de respondenten veelvuldig gesprekken met lokale ondernemers om het lokale DNA beter te begrijpen. Daarnaast biedt een analyse van concurrerende winkelgebieden in het verzorgingsgebied ook vaak inzicht in het lokale DNA.

De meeste respondenten benoemen bij het criterium 'dubbel gebruik parkeren' dat dit enerzijds een kans is om de parkeeropbrengsten te verhogen en anderzijds een bedreiging vormt als dit te veel parkeerdruk geeft. De wijze waarop de meeste respondenten dit toetsen is door globaal te kijken naar de overlap in openingstijden van de functie die kan worden toegevoegd in relatie tot retail. Daarnaast wordt ook gekeken naar hoeveel logistieke bewegingen een bepaalde functie met zich meebrengt met als doel om de bereikbaarheid van het stadsdeelcentrum goed te houden. Als voorbeeld werd genoemd dat een hotel relatief veel logistieke bewegingen met zich meebrengt ten opzichte van retail en dat hier goed naar gekeken moet worden om congestie te voorkomen.

5.2.3 Rendement en financiële haalbaarheid

Er is sprake van consensus onder de experts als het gaat om de beoordeling van waarde, huur, de eventuele investering en de risico's die gepaard gaat met functiemenging en dat deze onderdeel moeten zijn van het afwegingskader. Slechts één expert, zijnde een adviseur, geeft aan dat hij de beoordeling van genoemde aspecten vanuit zijn rol vaak aan de belegger of ontwikkelaar overlaat. Ten aanzien van de waarde- en huurcomponent en de investering is er onder de experts sprake van verdeeldheid als het gaat om de ratio's die worden gebruikt, zoals een 10-jaars internal rate of return, return on investment en een bruto aanvangsrendement. Wel is er sprake van consensus over de

"Sommige functies spreken langere huurtermijnen af dan de in de retail gebruikelijke 5 jaar. Dit zorgt voor meer continuïteit en dat zal uiteindelijk ook in de waarde-component tot uiting moeten komen." – Jorine de Soet

wijze waarop deze kengetallen worden gebruikt. Men vergelijkt met name de kengetallen op basis van diverse scenario's. Zo worden de kengetallen van een bepaalde functie vergeleken met die van de meest voor de hand liggende alternatieve aanwending of het scenario dat het pand geen invulling krijgt. Drie van de experts geven hierbij aan dat functiemenging vaak een defensieve strategie is, aangezien het vaak leidt tot een lagere waardering en huurinkomsten. Echter, geven zij ook aan dat huren en waardering van alternatieve functies steeds dichterbij die van retail komen te liggen en derhalve 'verkleuren' van functies steeds makkelijker wordt. Ten aanzien van de waarde-component stelt Jorine de Soet dat "sommige functies langere huurtermijnen afspreken dan de in de retail gebruikelijke 5 jaar. Dit zorgt voor meer continuïteit en dat zal uiteindelijk ook in de waarde-component tot uiting moeten komen". Soms wordt functiemenging gebruikt om huur en waarde toe te voegen. Als voorbeeld wordt door een expert het stadsdeelcentrum Gelderlandplein aangehaald, waar woningen, een hotel en kantoren hebben gezorgd voor een stijging van de huur- en waardecomponent.

"Taxateurs kijken nog zeer traditioneel naar functiemenging door naar huur en waardeverandering op unit-niveau te kijken, terwijl men meer zou moeten kijken naar wat de functie toevoegt aan een stadsdeelcentrum op lange termijn" – Pieter Polman

Ten aanzien van de typen risico's die de experts zien bij functiemenging valt op dat geen van de experts een bepaalde methodiek hanteren en is sprake van verdeeldheid over de typen risico's die genoemd worden. Wel kan er onderscheid gemaakt tussen risico's die de experts noemen. Een deel van deze risico's gaat gepaard met wederverhuren van leegstaand vastgoed en een deel met de risico's die te maken hebben met de herontwikkeling van het vastgoed om het geschikt te maken voor een alternatieve functie. In beide scenario's wordt het bestemmingsplan en het huurcontract door een meerderheid van de experts als risico genoemd. In paragraaf 4.6.4 zal hier nader op in worden gegaan. Bij wederverhuur van bestaand vastgoed wordt gekeken naar de achterliggende partij van de huurder en de bestemming van het gehuurde. Het gaat dan over zaken als grip op de soort exploitatie die in het gehuurde wordt gevoerd en de morele integriteit en financiële goedheid van de huurder, waarmee reputatie en financiële risico's worden beoordeeld. In het scenario dat een locatie middels herontwikkeling geschikt wordt gemaakt voor een alternatieve functie wordt flexibiliteit van de bouw beoordeeld, zodat er sprake is van alternatieve aanwendbaarheid. Ook wordt de vierjaarstermijn van gemeentelijke overheden als een risico gezien. Door de vaak lange doorlooptijden van mixed use ontwikkelingen kan een wisseling van het college van burgemeester en wethouders ervoor zorgen dat gemeentelijke medewerking wordt ingetrokken. Kenmerkend is dat alleen de drie ontwikkelaars het faserings- en afzetrisico benoemen, wat gezien de rol van de ontwikkelaar ook logisch is.

"Bij het wederverhuren van bestaand vastgoed met een andere functie is het natuurlijk wel de vraag welk risico je als vastgoedeigenaar daadwerkelijk loopt. Het gaat dan met name over een eventuele investering en reputatieschade." – Sander van Oss

5.2.4. Juridisch

Onder de experts is consensus bereikt over de juridische criteria. Zij beoordelen zowel of het bestemmingsplan toereikend is bij functiemenging als het huurcontract dat wordt gesloten.

De experts zijn unaniem van mening dat het bestemmingsplan niet als vertrekpunt van functiemenging gezien moet worden en dat het bestemmingsplan gewijzigd kan worden wanneer de beste invulling gekozen is. Twee respondenten benoemen dat het wel verstandig is om bij een noodzakelijke bestemmingsplanwijziging rekening te houden met een langere doorlooptijd en het risico dat de bestemming niet gewijzigd wordt. De experts zijn verdeeld over de mate waarin een bestemmingsplan flexibiliteit zou moeten bieden aan de vastgoedeigenaar. Enerzijds kan een flexibel bestemmingsplan duidelijkheid creëren voor de desbetreffende eigenaar en kan het transformeren van retailvastgoed stimuleren. Anderzijds wordt aangegeven dat de regierol van de gemeente noodzakelijk is om te voorkomen dat stadsdeelcentra te veel gaan concurreren met stadscentra of wijkcentra wanneer deze gaan opschalen of afschalen. Als voorbeeld van deze regierol van de gemeente wordt genoemd dat de gemeente Amsterdam restrictief beleid voert ten aanzien van het vestigen van hotels om verdere overlast van toerisme te voorkomen.

“Stadsdeelcentra zitten wat betreft branchering tussen binnensteden en wijkcentra in, waardoor het lastig kiezen is voor gemeenten wanneer functieverandering in een stadsdeelcentrum de binnenstad of het wijkcentrum raakt.”
– Boris van de Gijp

Een meerderheid van de experts geeft aan dat bij de beoordeling van het huurcontract naar dezelfde onderdelen wordt gekeken als bij retail, zoals onder andere het huurniveau, huurtermijn, zekerheden, de achterliggende partij en duurzaamheidsafspraken. Een meerderheid van de experts benoemen dat flexibiliteit een belangrijker thema wordt bij functiemenging. Echter, er bestaat verdeeldheid over de mate van flexibiliteit die gegeven kan worden aan de huurder. Een deel van de experts vindt het belangrijk dat de vastgoedeigenaar regie houdt in het daadwerkelijke gebruik om ‘ongewenste verkleuring’ van de functie te voorkomen. Enkele experts geven aan dat ondernemers de ruimte moet worden gegeven in de exploitatie, zodat partijen zich kunnen aanpassen in de tijd. Als voorbeeld wordt hierbij gegeven dat veel modepartijen een horecafunctie hebben toegevoegd aan de winkel om in te spelen op de behoefte van de consument.

5.2.5 Fysieke aspecten

Er bestaat consensus over de fysieke aspecten die de experts beoordelen bij functiemenging. Zij beoordelen dit door te kijken naar de benodigde oppervlakte, de gewenste ligging en de uitstraling van de functie. Ondanks dat constructie uit de online enquête naar voren is gekomen is hier geen consensus over bereikt.

Benodigde oppervlakte

Ten aanzien van de benodigde oppervlakte van een functie bestaat er consensus over het feit dat de experts gesprekken aangaan met marktpartijen om het programma van eisen van de desbetreffende functie vast te kunnen stellen. Een tweede stap die een meerderheid van de experts aangeeft is dat men vervolgens onderzoekt waar het beoogde oppervlakte in het stadsdeelcentrum beschikbaar is of waar deze oppervlakte te creëren is. Hieruit is af te leiden dat de experts niet per definitie leegstand als vertrekpunt nemen bij functiemenging. De ontwikkelaars geven daarnaast unaniem aan dat zij tevens ervaringscijfers gebruiken voordat zij met ondernemers in gesprek gaan en op basis van deze cijfers al een eerste verkenning van de inpasbaarheid doen.

Ligging in het centrum

Ondanks dat er de beoogde locatie van een andere functie dan retail door alle experts wordt beoordeeld, bestaat er verdeeldheid over welke zaken er specifiek afgewogen moeten worden. Zo wordt onder andere genoemd dat functies die als publiekstrekker gelden idealiter op een plek gesitueerd worden waardoor bezoekers ook echt door het stadsdeelcentrum moeten lopen. Hierdoor kunnen andere ondernemers optimaal profiteren van de bezoekersstroom. Andere zaken die werden genoemd zijn de mate waarin een bepaalde functie een introvert of extravert karakter heeft. Zo werd als voorbeeld genoemd dat een zorgfuncties vaak een introverte uitstraling hebben en derhalve eerder aan de randen van het centrum gesitueerd moet worden. Een ander voorbeeld dat werd genoemd is dat fitnesscentra vaak een extraverte uitstraling hebben en dat dit dichterbij retail gesitueerd kan worden om meer beleving voor de bezoeker te creëren. Een hieraan gerelateerd onderwerp zijn de openingstijden van functies, waarbij werd aangegeven dat functies met dezelfde openingstijden bij elkaar zouden moeten liggen. Door een expert werd genoemd dat avond-leisure bijvoorbeeld niet bij een entree van een stadsdeelcentrum gesitueerd moet worden, aangezien er hierdoor gedurende de openingstijden van de winkels een ongewenste uitstraling ontstaat. Tenslotte zijn ook de logistieke eisen van functies benoemd die mede bepalen waar een bepaalde functie het beste gesitueerd kan worden. Zo werd bijvoorbeeld aangegeven dat een hotel-functie veel logistieke bewegingen met zich meebrengt, waardoor hier bij het bepalen van een geschikte locatie rekening mee moet worden gehouden.

Constructief

Een meerderheid van de experts geeft aan dat de constructie eigenlijk niet specifiek beoordeeld wordt bij het bepalen welke andere functie dan retail toegevoegd zou moeten worden aan een stadsdeelcentrum. Zij zien de benodigde constructie als een belangrijke factor in de financiële haalbaarheid. De meerderheid van de experts geeft aan dat technisch feitelijk alles gemaakt kan worden, enkel zijn constructieve aanpassingen van zeer kostbaar waardoor de haalbaarheid onder druk kan komen te staan. Het criterium constructie wordt derhalve niet verder meegenomen in het toetsingskader.

“Constructief is feitelijk elke functie te realiseren en derhalve wordt dit aspect niet meegewogen in de keuze bij functiemenging. Wel bepaalt dit in belangrijke mate de financiële haalbaarheid.”
– Daan Tesselhoff

Uitstraling

De uitstraling van een bepaalde functie wordt door de meerderheid van de experts als belangrijkste fysieke aspect bestempeld. Als reden hiervoor wordt aangedragen dat de klantreis in stadsdeelcentra aantrekkelijk moet zijn. Stadsdeelcentra moeten aangename plekken worden om te ontmoeten. De Bijenkorf wordt hierbij als voorbeeld van een goede klantreis gegeven waarbij ondanks de verschillende branches en merken er wel consequent is omgegaan met uitstraling. Functies hoeven hierbij er niet allemaal hetzelfde uit te zien, maar de experts zijn het er wel over eens dat er een bepaald beeldkwaliteitsplan moet zijn waar functies aan moeten voldoen. Er bestaat verdeeldheid onder de experts over de basisgedachte dat voor een goede uitstraling van een stadsdeelcentrum functies zo veel mogelijk geclusterd (afzomen per functie) moeten worden.

Geschied maken via herontwikkeling

Wanneer de fysieke inpassing van een bepaalde functie op de thema's oppervlakte, ligging en uitstraling niet lukt, wordt door de meerderheid van de experts gekeken of via herontwikkeling van een deel van het stadsdeelcentrum het alsnog lukt om de functie te faciliteren. Dit onderzoek start vaak met een gebouw- en locatieanalyse om vervolgens een keuze te kunnen maken voor sloop, aan- of nieuwbouw of om binnen de bestaande contouren te werken. Daarna wordt er middels reken- en tekenwerk de haalbaarheid getoetst.

5.2.6 Markttechnische aspecten

Bij functiemenging in stadsdeelcentra is ten aanzien van markttechnische aspecten consensus bereikt en kijken de experts naar expansieve partijen, trends in de desbetreffende markt en naar het draagvlak voor de desbetreffende functie in het verzorgingsgebied. De experts zijn verdeeld over de wijze waarop moet worden meegewogen dat een bepaalde functie al dan niet in een groeiemarkt opereert. Derhalve zal dit criterium niet meer worden meegenomen in het toetsingskader.

De belangrijkste aspecten waar de experts markttechnisch naar kijken zijn de mate waarin er expansieve partijen zijn in de desbetreffende markt en of er trends zijn die aansluiten bij retail in stadsdeelcentra. Door bij functiemenging te focussen op deze twee aspecten is qua aanbod beter in te spelen op de actualiteit en uiteindelijk een aantrekkelijk aanbod van functies te creëren. Alle experts hanteren dezelfde werkwijze om op de hoogte te blijven van expansieve partijen. Zij voeren hiervoor namelijk stelselmatig gesprekken met functiespecifieke bureaus, zoals bijvoorbeeld een horeca-makelaar of een adviesbureau in de zorg. Twee experts geven aan dat zij ten aanzien van trends en expansieve partijen aanvullend kijken naar cases om specifieker te kunnen beoordelen. Als voorbeeld hierbij heeft een van de respondenten het zorgcentrum in stadsdeelcentrum Kanaleneiland in Utrecht bekeken alvorens zelf aan de slag te gaan met de verhuur aan eerstelijnszorgpartijen.

“In de beoordeling van het marktperspectief van bepaalde functies wordt meer focus gelegd op sterke expansieve partijen dan op draagvlakberekeningen”
– Bas Buvelot

De meerderheid van de experts beoordeelt het draagvlak van een bepaalde functie alvorens een functie wordt toegevoegd om de slagingskans te beoordelen. Dit gebeurt met name door in gesprekken met ondernemers te vragen naar de omzetverwachting en de verwachte exploitatiecijfers. Ook maakt een minderheid van de experts draagvlakberekeningen op basis van ervaringscijfers, waarbij wordt aangegeven dat dit voor sommige functies erg lastig is door het ontbreken van data of transparantie bij toekomstige ondernemers. Een expert gaf als voorbeeld dat hij bij de verhuur van een locatie aan een tandarts geen inzicht kreeg in de begrote financiële exploitatie. Enkele experts geven aan dat draagvlak van een functie niet per definitie leidend is in de keuze voor een bepaalde functie. Wanneer er concurrerend aanbod is in de omgeving is het marktperspectief van de functie op de lange termijn binnen het stadsdeelcentrum belangrijker dan de uitkomst van de draagvlakberekening. In een dergelijke afweging kijken de experts vooral naar wat de ideale plek is voor de desbetreffende functie. Dit kan overigens ook een manier zijn om het aantrekken van de functie te rechtvaardigen. Tenslotte geven enkele experts aan dat

draagvlakberekeningen belangrijker zijn bij startende ondernemers dan bij bijvoorbeeld bewezen formules.

De experts zijn verdeeld over het criterium 'groeimarkt' en niet alle experts kijken of een functie in een groeimarkt zit. Enkele experts geven aan wel degelijk te kijken naar groeimarkten en zelfs bij deze functies te starten op het moment dat functiemenging wordt overwogen. Als voorbeeld wordt genoemd dat woningen momenteel een groeimarkt is en derhalve vaak als eerste worden toegevoegd. Tevens wordt aangegeven dat per definitie voorzichtigheid geboden is bij krimpmarkten, omdat vraagtekens gezet kunnen worden bij de mate van duurzaamheid van dergelijke functies. Aan de andere kant geven enkele experts aan dat functies in een krimpmarkt weldegelijk heel interessant kunnen zijn voor een stadsdeelcentrum. Als voorbeeld wordt hierbij genoemd dat wanneer een stadsdeelcentrum geen aanbod heeft in bruin- en witgoed het een interessante optie is om Mediamarkt toe te voegen. Een van de experts beoordeelt helemaal niet of een functie opereert in een groei- of krimpmarkt en kijkt vooral naar de toekomstbestendigheid van een functie. Er is geen consensus bereikt over het criterium 'groeimarkt' en derhalve zal deze niet mee worden genomen in het toetsingskader.

5.2.7 Toegevoegde waarde van functiemenging

Naast het bereiken van consensus over het toetsingskader en het vergaren van onderliggende kennis over de hiervoor genoemde toetsingscriteria, hebben de experts inzicht gegeven in de toegevoegde waarde van functiemenging. Zij hebben van de zeven functies, die zowel vanuit de literatuur als vanuit de online enquête als meest kansrijk voor stadsdeelcentra zijn bestempeld, geordend op basis van de criteria uit het definitieve toetsingskader. In Bijlage 6 zijn de resultaten per respondent geanonimiseerd opgenomen en tabel 5.2.7 geeft een samenvatting van scores per hoofdcriterium van het toetsingskader. Bij het ordenen van de functies op de toetsingscriteria is lokale context achterwege gelaten en zijn de functies enkel op basis van de toetsingscriteria geordend. De criteria 'Fit met DNA', 'de investering' en 'geschikt te maken?' zijn derhalve buiten beschouwing gelaten. Rekening houden met de lokale context wordt door de experts als must gezien, maar dit geldt tevens voor het vestigen van een retailer.

Naar aanleiding van de ranking per criterium kan gesteld worden dat horeca het meest kansrijk is. Horeca scoort erg goed op alle deelgebieden. De experts vinden horeca de meeste synergie hebben met retail, makkelijk fysiek inpasbaar in stadsdeelcentra en daarnaast vinden zij de huidige marktomstandigheden erg gunstig. Na horeca is het toevoegen van woningen het meest kansrijk aangezien dit rendementstechnisch, financieel en juridisch (lees: vaak medewerking voor bestemmingsplanwijziging) vaak goed uitpakt. Qua fysieke inpassing en synergie met retail scoort een woonfunctie aanzienlijk minder. Vervolgens komt fitness op plek drie als het gaat om kansrijke functies. Fitness is volgens de experts redelijk makkelijk in te passen in stadsdeelcentra en zijn de huidige marktomstandigheden prima. Rendementstechnisch en financieel scoort fitness beduidend minder goed. Na fitness wordt het toevoegen van kantoren als kansrijk gezien. De experts zien veel synergie met retail, maar daarentegen wordt de fysieke inpassing als lastig gezien. Eerstelijnszorg wordt door de experts op plek vijf gezet, waarbij de fysieke inpassing juist als eenvoudig wordt bestempeld, maar daartegenover ook als functie met de minste synergie met retail wordt bestempeld. Als zesde wordt het toevoegen van een bioscoopfunctie genoemd. Ondanks dat de experts nog redelijk veel synergie met retail zien, scoort deze functie op drie criteria (juridisch,

rendement en financieel en fysieke inpassing) het slechtst. Tenslotte komt kinderdagopvang op plek zeven, waarbij de fysieke inpassing nog als redelijk wordt beoordeeld, maar de huidige marktomstandigheden het slechtst.

Totaal ranking functies			Ranking op basis van criteria:				
		(totaal score)	Marktomstandigheden	Fysieke inpassing	Rendement en financieel	Juridisch	Synergie
1	Horeca	(41,3)	1	1	2	2	1
2	Woningen	(69,4)	2	5	1	1	4
3	Fitnesscentrum	(75,7)	3	3	5	4	5
4	Kantoren	(77,4)	5	6	3	3	2
5	Eerstelijnszorg	(83,4)	4	2	4	5	7
6	Bioscoop	(93,8)	6	7	7	7	3
7	Kinderdagverblijf	(94,2)	7	4	6	6	6

Tabel 5.2.7. – Ranking kansrijkheid van functies op basis van toetsingscriteria

5.2.8 Conclusies praktijkonderzoek

Uit de interviews met de experts is gebleken dat er consensus is bereikt over het toetsingskader voor de beoordeling van functiemenging in stadsdeelcentra en is diepergaande kennis verkregen over het gebruik van de diverse criteria (zie hiervoor paragraaf 5.2.2 tot en met 5.2.6). In tabel 5.2.8 is het definitieve toetsingskader voor de beoordeling van functiemenging opgenomen en hiermee wordt de derde deelvraag van dit onderzoek, te weten welk geëigend toetsingskader vloeit voort uit de literatuur bij de beoordeling van de toegevoegde waarde van mixed use voor stadsdeelcentra vanuit eigenaarsperspectief, beantwoord vanuit de theorie en bevestigd vanuit de praktijk.

Ten opzichte van het concept-toetsingskader uit paragraaf 5.1.7, dat na de online enquête tot stand kwam, is er slechts een criterium, te weten ‘constructief’, uit het toetsingskader verwijderd. De experts bevestigden in de interviews unaniem dat constructief feitelijk alles realiseerbaar is en dat dit enkel de financiële haalbaarheid bepaalt. Derhalve zien de experts dit niet als een op zichzelf staand criterium in de keuze om een bepaalde functie toe te voegen, maar als onderdeel van de financiële haalbaarheid. Ten aanzien van het criterium ‘groeimarkt’ is tijdens de online enquête reeds vastgesteld dat de experts dit niet relevant vinden voor de keuze bij functiemenging. Dit is ook tijdens de interviews door de experts bevestigd, waardoor ook dit criterium niet wordt opgenomen in het definitieve toetsingskader.

DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MIXED USE IN STADSDEELCENTRA

HOOFDCRITERIA	Marktomstandigheden	Fysieke inpassing	Rendement en financieel	Juridisch	Synergie	
					Functioneel	Locatie
SUBCRITERIA	Expansieve partijen	Oppervlakte	Huurcomponent	Bestemmingsplan	Verzorgingsgebied	Dubbel gebruik parkeren
	Trends die passen bij retail	Uitstraling	Waardecomponent	Huurcontract	Combinatiebezoek	Fit met DNA
	Draagvlak	Ligging Geschikt te maken?	Investering Risiko's		Verblijfsduur Bestedingen Herhalingsbezoek	

Tabel 5.2.8. – Definitief toetsingskader voor de beoordeling van functiemenging

Tevens geeft het praktijkonderzoek antwoord op de vierde deelvraag van dit onderzoek, te weten: Welke toegevoegde waarde hebben de verschillende functies in stadsdeelcentra op grond van het ontworpen toetsingskader in het eigen empirisch onderzoek? De zeven functies die vanuit de literatuur als kansrijk zijn bestempeld voor stadsdeelcentra, worden tevens door de experts als meest kansrijk gezien. Daarnaast is van deze functies een ranking gemaakt en is per deelcriterium aangegeven hoe elke functie hierop scoort. In tabel 5.2.7 is derhalve per functie te zien op welke criteria waarde wordt toegevoegd voor een stadsdeelcentrum.

Hoofdstuk 6 Conclusie en aanbevelingen

Nu de resultaten van het praktijkonderzoek in hoofdstuk 5 aan bod zijn gekomen, wordt in dit hoofdstuk stilgestaan bij het antwoord op de hoofdvraag (paragraaf 6.1) en wordt er gereflecteerd op het onderzoek en het onderzoeksproces en worden er aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek (paragraaf 6.2).

6.1 Conclusies

De centrale vraag van dit onderzoek luidt:

Wat is de toegevoegde waarde van 'mixed use' voor stadsdeelcentra in Nederland?

De retail in de Nederlandse stadsdeelcentra staat door technologische en sociaal demografische ontwikkelingen onder druk, waardoor structurele leegstand is ontstaan. Het toevoegen van andere functies (oftewel: functiemenging) moet niet worden gezien als een hype, maar kan als integraal onderdeel van de strategie voor een stadsdeelcentrum zorgen voor een aantrekkelijk aanbod voor de consument. Daarbij wordt onderscheid gemaakt tussen de strategie voor grote en kleine stadsdeelcentra, waar qua aanbod respectievelijk opgeschaald (richting stadscentra) en afgeschaald (richting wijkcentra) moet worden. Enkele experts verwachten hierbij dat de categorie stadsdeelcentra uit de Nederlandse winkelhiërarchie gaat verdwijnen en dat enkel concentraties van verschillende functies toekomstigbestendig zullen zijn. Dit laatste is in lijn met de cumulatieve causatietheorie van Myrdal (1957) (zie paragraaf 2.1). Verder bedrukt een meerderheid van de experts dat de lokale context leidend is in de keuze voor een bepaalde functie.

De conclusie van dit onderzoek is dat de toegevoegde waarde van het toevoegen van andere functies dan retail kan worden beoordeeld op vijf hoofdthema's, namelijk synergie, rendement en financieel, juridisch, fysieke inpassing en marktomstandigheden. In volgorde van meeste naar minste toegevoegde waarde zijn de dat volgende functies: horeca, wonen, fitness, kantoren, eerstelijnszorg, bioscoop en kinderopvang. De vijf hoofdthema's op basis waarvan de toegevoegde waarde van een functie wordt bepaald worden hieronder toegelicht. Daarna wordt nader ingegaan op de belangrijkste kwalitatieve argumenten van de toegevoegde waarde per functie.

Synergie

Qua synergie wordt een onderscheid gemaakt tussen locatie- en functionele synergie die een functie kan brengen. Functionele synergie ontstaat wanneer een functie zorgt voor een groter verzorgingsgebied, hogere bestedingen, langere verblijfsduur of meer herhalings- en combinatiebezoek. Vastgoedeigenaren beoordelen die componenten nog te weinig op basis van harde data en acteren vooral op intuïtie. Wel voeren zij veel gesprekken met ondernemers over deze elementen om de intuïtie te staven en voeren zij daarnaast consumenten- en concurrentieonderzoek uit.

Bij functionele synergie gaat het over de fit met het DNA van het verzorgingsgebied en het dubbelgebruik van parkeerplaatsen. De fit met het lokale DNA wordt bepaald door analyse van de doelgroep en concurrerend aanbod. Bij het gebruik van parkeerplaatsen vooral wordt gekeken naar de overlap van openingstijden en de benodigde logistieke bewegingen van functies om congestie te voorkomen en opbrengsten te maximaliseren.

Rendement en financiële haalbaarheid

Ten aanzien van rendement en financiële haalbaarheid worden er diverse kengetallen gehanteerd om de toegevoegde waarde van functiemenging te bepalen. Functiemenging werd vaak, financieel gezien, bestempeld als 'defensief'. Echter, het rendement van retail komt steeds dichterbij het rendement van andere functies te liggen en bij leegstaand retailvastgoed dient er vooral gestuurd te worden op het rendement van de alternatieve aanwendbaarheid om vervolgens de beste functie voor een bepaalde locatie te bepalen.

Juridisch

Op juridisch vlak zijn er twee elementen die van belang zijn bij functiemenging, namelijk het huurcontract en het bestemmingsplan. Ten aanzien van het huurcontract worden bij andere functies in basis dezelfde zaken als bij retail in het huurcontract belangrijk gevonden. Wel worden flexibele huurcontracten steeds belangrijker. Hierdoor kunnen vastgoedeigenaren makkelijker het aanbod afstemmen op de wensen van de consument en kunnen ondernemers makkelijker starten met pilots. Het bestemmingsplan is bij functiemenging niet vertrekpunt, maar dit wordt gezien als een aspect dat gewijzigd kan worden wanneer een beoogde functie niet past binnen de vigerende bestemming.

Fysieke inpassing

De mate waarin functies inpasbaar zijn in stadsdeelcentra wordt op basis van drie onderwerpen beoordeeld. Ten eerste gaat het om de benodigde oppervlakte van een functie. Dit wordt op basis van gesprekken met ondernemers bepaald en tevens worden ervaringscijfers bekeken of een functie inpasbaar is. Ten tweede wordt qua fysieke inpassing gekeken naar de locatie (lees: ligging in het stadsdeelcentrum) voor een functie. Hierbij worden publiekstrekkingen zo veel als mogelijk op posities geplaatst, waardoor de passantenstroom zo veel mogelijk door het centrum gaat en andere ondernemers ook kunnen profiteren. Verder worden functies met dezelfde openingstijden bij elkaar gesitueerd. Functies met veel logistieke bewegingen of een introvert-karakter worden ook aan de zijkant van het stadsdeelcentrum geplaatst. Ten derde is bij functiemenging in stadsdeelcentra de uitstraling van de beoogde functie van belang. Om een optimale klantreis te creëren is het niet noodzakelijk dat iedere functie er hetzelfde uitziet, maar dient er wel een bepaald beeldkwaliteitsplan te zijn.

Marktomstandigheden








Om met functiemenging te profiteren wordt er wat betreft marktomstandigheden gekeken naar expansieve partijen, trends in een desbetreffende markt die aansluiten bij retail en naar het draagvlak dat een bepaalde functie heeft in het verzorgingsgebied. Door gesprekken met functiespecifieke experts te voeren wordt kennis vergaard over expansieve partijen en trends. Hierdoor kun je het aanbod in het stadsdeelcentrum beter afstemmen op de actualiteit. Door draagvlakberekeningen te maken of te beoordelen kan meer inzicht worden verkregen in exploitatie van een bepaalde functie. Hiervoor is wel een mate van transparantie van belang en dienen er voldoende data over de beoogde exploitatie beschikbaar te zijn.

Kwalitatieve argumenten van toegevoegde waarde per functie

In tabel 6.1 zijn de belangrijkste kwalitatieve argumenten per functie weergegeven die de toegevoegde waarde bepalen. In aanvulling op deze tabel wordt in deze alinea volstaan met de belangrijkste conclusies. De experts geven aan dat het toevoegen van horeca in stadsdeelcentra de meeste toegevoegde waarde heeft. Experts bestempelen de huurniveaus in de horeca nog als redelijk en benoemen dat er veel expansieve partijen op de markt zijn. Een expert geeft hierbij als

aandachtspunt dat enkele horecapartijen zijn overgenomen door private equity bedrijven, zoals bijvoorbeeld restaurantketen Loetje, wat naar zeggen vragen oproept over het duurzame karakter van deze expansie. Verder is een horecafunctie vaak eenvoudig inpasbaar en wordt horeca als verbindende factor gezien tussen diverse functies. Zo zorgt horeca er volgens een expert voor dat bezoekers naast het winkelbezoek een kop koffie blijven drinken in het stadsdeelcentrum of dat men eerder naar het centrum komt om te eten om vervolgens naar de bioscoop te gaan. Na horeca komt het toevoegen van woningen op de tweede plek volgens de experts. Ondanks de hoge investeringen die hier vaak mee gemoeid zijn, geven de experts aan dat gemeenten bestemmingsplantechnisch vaak wel mee willen werken aan een dergelijke opgave en er vaak wel ruimte is om bovenop stadsdeelcentra volume toe te voegen. De huidige marktomstandigheden en de waarde die met woningbouw toegevoegd kan worden, zijn tevens belangrijke aspecten volgens de experts. Qua synergie met retail zijn de experts ook positief al geeft een meerderheid aan dat de vaak kleine aantallen woningen niet voor een significant verschil zorgt in bijvoorbeeld bezoekers of bestedingen. Parkeren is wordt door een meerderheid van de experts wel als een uitdaging gezien, zowel de fysieke inpassing hiervan als een toenemende parkeerdruk. Opvallend is dat er onder de experts verdeeldheid is over de toegevoegde waarde van kantoren. Enkele experts geven aan dat kantoren enkel van toegevoegde waarde zijn in de grotere steden (G5), omdat hier demografische druk is. Ook wordt door enkele experts genoemd dat kleinere kantoren met een flexibel verhuurconcept niet enkel in de grotere steden haalbaar is. Tevens is opvallend te noemen dat het toevoegen van een bioscoop pas op plek zes staat. Ondanks dat de experts positieve effecten verwachten op synergieaspecten, zoals het vergoten van het verzorgingsgebied en een langere verblijfsduur, geven zij aan dat er slechts een beperkt aantal exploitanten in de Nederlandse markt actief zijn en dat er nog weinig locaties zijn waar marktruimte (lees: voldoende draagvlak) is om een gezonde exploitatie te hebben. Daarnaast geeft een meerderheid van de experts aan dat zijn het liefst geen eigenaar van een bioscoop zijn vanwege de vaak hoge investering en zeer beperkte alternatieve aanwendbaarheid.

DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MIXED USE IN STADSDEELCENTRA

Functies:	Kwalitatieve argumenten van de toegevoegde waarde:				
	Marktomstandigheden	Fysieke inpassing	Rendement en financieel	Juridisch	Synergie
 Horeca	<ul style="list-style-type: none"> • Veel expansieve partijen • Trend: private equity partijen stuwen expansie (duurzaam?) 	<ul style="list-style-type: none"> • Oppervlakte vaak in lijn met retail • Ligging vaak tussen retail 	<ul style="list-style-type: none"> • Huurniveau onder dat van retail, maar boven andere functies 	<ul style="list-style-type: none"> • Bestemmingsplan vaak toereikend 	<ul style="list-style-type: none"> • Zorgt voor veel combinatie-bezoek en extra bestedingen en verblijfsduur met/voor andere functies • Fit met lokale DNA is altijd te maken
 Woningen	<ul style="list-style-type: none"> • Momenteel veel vraag naar woningen door tekort aan nieuwbouwwoningen 	<ul style="list-style-type: none"> • Vaak mogelijk om verticaal toe te voegen 	<ul style="list-style-type: none"> • Waardetechnisch voegen woningen veel toe • Vaak hoge investering, maar beperkt (afzet-) risico 	<ul style="list-style-type: none"> • Bestemmingsaanpassing vaak noodzakelijk, maar vaak medewerking van gemeente 	<ul style="list-style-type: none"> • Positief effect op alle aspecten van functionele synergie, enkel zijn de aantallen vaak beperkt • Zorgt doorgaans voor veel parkeerdruk
 Fitnesscentrum	<ul style="list-style-type: none"> • Enkele grote expansieve partijen • Draagvlak relatief eenvoudig te bepalen 	<ul style="list-style-type: none"> • Relatief veel oppervlakte, maar qua ligging vaak op +1 of -1 inpasbaar • Hoge vloerbelasting cruciaal • Vaak prettige uitstraling (sportende mensen) 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoge investering 	<ul style="list-style-type: none"> • Vaak lange huurtermijn: 10jr 	<ul style="list-style-type: none"> • Nauwelijks effect op de omvang van het verzorgingsgebied • Nauwelijks extra parkeerdruk door andere piektijden dan retail
 Kantoren	<ul style="list-style-type: none"> • Met name gunstige marktomstandigheden in de grotere steden, daarbuiten vaak niet 	<ul style="list-style-type: none"> • Vaak verticaal in te passen • Voegt qua uitstraling vaak weinig toe aan retail 	<ul style="list-style-type: none"> • Rendement vooral afhankelijk van lokale markt 	<ul style="list-style-type: none"> • Bestemmingsaanpassing vaak noodzakelijk 	<ul style="list-style-type: none"> • Aanzienlijk effect op combinatie-bezoek, bestedingen en herhalingsbezoek doordat kantoor-gebruikers vaak boodschappen doen en lunchen in het centrum
 Eerstelijnszorg	<ul style="list-style-type: none"> • Groeimarkt door vergrijzing • Weinig expansieve partijen 	<ul style="list-style-type: none"> • Qua uitstraling vaak introvert, dus weinig toegevoegde waarde voor retail • Qua ligging vaak aan zijkant van centrum 	<ul style="list-style-type: none"> • Niet verrekenbare BTW • Vaak hoge investering om het casco op gewenst opleveringsniveau te krijgen 	<ul style="list-style-type: none"> • Vaak lange huurtermijn: 10jr 	<ul style="list-style-type: none"> • Doelgerichte functie, dus weinig effect op functionele synergie. • Qua lokale DNA zorgt eerstelijnszorg wel voor sociale inbedding
 Bioscoop	<ul style="list-style-type: none"> • Weinig partijen • Weinig 'witte vlekken' 	<ul style="list-style-type: none"> • Met groot volume is wel goede uitstraling te creëren • Qua oppervlakte en ligging zeer moeilijk inpasbaar 	<ul style="list-style-type: none"> • Groot risico door zeer beperkte alternatieve aanwendbaarheid 	<ul style="list-style-type: none"> • Bestemmingsplanwijziging vaak noodzakelijk, maar vaak lastig bij gemeente • Lang huurcontract, maar meeste experts bij voorkeur geen eigenaar 	<ul style="list-style-type: none"> • Positief effect op grootte verzorgingsgebied • Zorgt voor langere verblijfsduur • Nauwelijks extra parkeerdruk door andere piektijden dan retail
 Kinderdagverblijf	<ul style="list-style-type: none"> • Weinig tot geen expansieve partijen • Geen markttrends die aansluiten bij retail 	<ul style="list-style-type: none"> • Qua oppervlakte wel inpasbaar • Qua ligging is buitenruimte vereist en daardoor is inpassing lastig 	<ul style="list-style-type: none"> • Lage huurniveaus 	<ul style="list-style-type: none"> • Stabiele partijen waardoor er een relatief zekere huurstroombaan is 	<ul style="list-style-type: none"> • Doelgericht bezoek waardoor functionele synergie beperkt is.

Tabel 6.1. – Kwalitatieve argumenten van de toegevoegde waarde per functie

6.2 Reflectie en aanbevelingen

Reflectie op onderzoeksresultaten

Het vanuit de literatuur ontwikkelde en door experts beoordeelde toetsingskader kan door vastgoedeigenaren gebruikt worden als overzicht met thema's die in ogenschouw genomen moeten worden om de toegevoegde waarde van functiemenging in stadsdeelcentra te bepalen. Daarnaast bieden de resultaten van dit onderzoek inzicht in de wijze waarop de criteria beoordeeld kunnen worden. Het toetsingskader biedt daarentegen geen vastomlijnd stappenplan om de afwegingen bij functiemenging te maken.

De ranking met de meest kansrijke functies voor stadsdeelcentra biedt de vastgoedeigenaar een vertrekpunt om zijn onderzoek naar het toevoegen van andere functies dan retail te starten. Deze lijst dient echter niet als volledig beschouwd te worden. Daarnaast dient de lokale context altijd in ogenschouw genomen te worden om te bepalen welke functies het meest kansrijk zijn voor een bepaald stadsdeelcentrum.

Reflectie op onderzoeksproces

Het onderzoek is middels de Delphi-methode uitgevoerd en dit proces is conform verwachting verlopen. De online enquête zorgde voor een completer beeld van het toetsingskader en in de interviewronde is er consensus bereikt en meer inzicht verkregen over de criteria van het toetsingskader. Over de wijze waarop de criteria worden beoordeeld is echter geen consensus ontstaan. Een nadeel van deze methode is dat iedere respondent voorafgaand aan het interview de vragenlijst ingevuld moest hebben en dat het sturen van meerdere reminders als tijdrovend is ervaren door de onderzoeker. Daarnaast gaf een enkele respondent aan dat hij de vragen in de online enquête erg op hoofdlijnen vond. Dit was echter ook de insteek, want het doel was met name om het toetsingskader te completeren en tijdens het opvolgend interview dieper in te gaan op de onderwerpen uit de online enquête. De mogelijkheid voor een beperkte toelichting op de online enquête kan derhalve als nadeel van deze methode gezien worden.

Vervolgonderzoek

Dit onderzoek heeft, los van lokale context, aangetoond welke functies het meest interessant zijn en welke functie als eerste in ogenschouw genomen kunnen worden bij functiemenging in stadsdeelcentra. Vervolgonderzoek is nodig om per functie te bepalen wat de exacte effecten zijn op de beoordelingscriteria synergie, financieel en rendement, marktomstandigheden, juridisch en fysieke inpassing. Verder heeft een enkele respondent aangegeven dat het toetsingskader tevens gebruikt kan worden voor andere gebieden waar winkelleegstand structureel is geworden, zoals in veel middelgrote steden. Om dit te kunnen bevestigen is vervolgonderzoek noodzakelijk.

Bibliografie

- Alonso, W. (1964). *Location and land use: Toward a general theorie of land rent*. Cambridge: Harvard University Pr.
- Amo Onstitute of Sciences. (2019, januari 6). Opgeroepen op mei 12, 2019, van <https://www.juridischwoordenboek.nl>: <https://www.juridischwoordenboek.nl/zoek/kantoor>
- Atzema, O., Lambooy, J., & Rietbergen, T. W. (2009). *Ruimtelijke Econimosche Dynamiek: Kijk op bedrijfslocaties*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Aurand, A. (2010). Density, Housing types and mixed use: Smart tool for affordable Housing? *Urban Studies* 47(5), 1015-1036.
- Baaij. (2009). *Loon naar werken? Een onderzoek naar de rendementseffecten van het herontwikkelen van winkelcentra*. 's-Hertogenbosch.
- Baaij, J. d. (2018). [www.nrw.nl](http://nrw.nl/wp-content/uploads/2015/02/Column-Joost-de-Baaij-Zorgvastgoed-hart-van-de-wijk.pdf). Opgeroepen op januari 5, 2019, van <http://nrw.nl/wp-content/uploads/2015/02/Column-Joost-de-Baaij-Zorgvastgoed-hart-van-de-wijk.pdf>
- Baarda, B., Bakker, E., Boullart, A., Fischer, T. J., Peters, V., & Van der Velden, T. (2018). *Basisboek Kwalitatief onderzoek (4e druk)*. Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Beekers, G. (2000). Leisusre en retail natuurlijke bondgenoten in slag om consument. *Real Estate Magazine*, 11, 12-15.
- Berkhout, T., & Roggeveen, M. (2017). *Praktijkhandreiking Nederlandse Vastgoedtaxaties*. Nieuwegein: NVM.
- Beuzenberg, V., Lustenhouwer, F., & Wassenberg, F. (2018). *Spelers op de woningmarkt*. Den Haag: Platform31.
- Beuzenberg, V.; Lustenhouwer, F.; Wassenberg, F. (2018). *Spelers op de woningmarkt*. Den Haag: Platform31.
- Beyard, M., & Leonard, B. (2008, Augustus). Process before placemaking. *Urban Land*, 85 - 91.
- Boeve, G. (2002). De waardering van onroerende zaken. *Vastgoed Fiscaal*, 1-3.
- Bolt, E. (1995). *Produktvorming in de detailhandel: Handboek*. Utrecht: Winkelbeleggingen Nederland.
- Bolt, E. (2003). *Winkelvoorzieningen op waarde geschat: Theorie en praktijk*. Merkelbeek: Drukkerij Bakker.
- Braan, R. (2016). *De centrale plaatsentheorie van Walter Christaller: Een verkennend onderzoek naar de centraleplaatsentheorie op de structuur van het Nederlands winkellandschap*. Amsterdam: Amsterdam School of Real Estate.
- Breheny, M. (1992). *Sustainable development and urban form*. London: Pion.
- Brink, B. (2014). *Locatiestrategie en vliegwieleffecten van Primark vestigingen in Nederland*. Amsterdam: Amsterdam School of Real Estate.

- Brounen, D., & Huij, J. (2011, 19 maart). De woningmarkt bestaat niet. *Economisch Statistische Berichten*, 89(4426), 126-130.
- Brouwer, A., & Tool, B. (2018, juli). Diversiteit in de winkelstraat - Eenzijdig aanbod van winkels leidt tot meer winkelleegstand. *Real Estate Research Quarterly*, 12 - 20.
- Buitelaar, E., & Van Dongen, F. (2016). Toenemende kantorenleegstand: over divergentie tussen de gebruikers en beleggers. *TPEdigitaal*, 2, pp. 42-53.
- Buitelaar, E., Pols, L., Van Amsterdam, H., Harbers, A., & Kronberger, P. (2009). *Menging van wonen en werken*. Den Haag: Planbureau voor de Leefomgeving .
- Buitelaar, E., Van den Berge, M., Van Dongen, F., Weterings, A., & Van Maarseveen, R. (2017). *De toekomst van kantoren: Een scenariostudie naar de ruimtebehoefte*. Den Haag: PBL en CBS.
- Burton. (2000, October). The compact city: just or just compact? A preliminary analysis. *Urban Studies*, 37, 1969-2006.
- Butink, L. (2015, mei 1). Toekomst van de Nederlandse winkelstraat. *Agora Magazine*, pp. 52 - 54.
- CBRE. (2015, oktober 19). <https://www.cbre.nl>. Opgehaald van <http://nieuws.cbre.nl/sterk-horeca-aanbod-verhoogt-aantrekkingskracht-winkelcentra/>
- CBS. (2016, december 30). Opgeroepen op februari 3, 2019, van <https://www.cbs.nl/>: <https://www.ensie.nl/cbs>
- CBS. (2016, septemer 12). Opgehaald van <https://www.cbs.nl/>: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/37/pbl-cbs-prognose-groei-steden-zet-door>
- CBS. (2017). *Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2017*. Den Haag: NRIT Media.
- CBS. (2018, september 14). Opgeroepen op september 22, 2018, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/37/omzet-detailhandel-bijna-4-procent-hoger-in-juli>
- CBS. (2018, november 26). Opgeroepen op maart 1, 2019, van <https://www.cbs.nl/>: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/48/meer-omzet-fitnessbranche-in-2017>
- CBS. (2018, december 20). Opgehaald van <https://www.cbs.nl/>: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/51/ouderen-kopen-vaker-online>
- CBS. (20187, december 18). Opgehaald van <https://www.cbs.nl/>: <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/bevolkingspiramide>
- Centrum Gezondheid en Maatschappij en Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu. (2019, januari 13). <https://www.volksgezondheidenzorg.info>. Opgehaald van <https://www.volksgezondheidenzorg.info/volksgezondheidenzorginfo-cijfers-en-achtergronden>
- Christaller, W. (1933). *Die zentralen Orte in Süddeutschland. Eine ökonomisch-geographische Untersuchung über die Gesetzmäßigkeit der Verbreitung und Entwicklung der Siedlungen mit städtischen Funktionen*. Darmstadt: Jena.
- Colliers. (2018). Opgeroepen op oktober 13, 2018, van Retailtrends: <https://retailtrends.nl/news/pdf/54100>
- Cornet, S. (2002). Engelse leisure lessen. *Real Estate Magazine*, 23, 19-21.

- Coupland, A. (1997). *Reclaiming the city: Mixed-use development*. London: E&FN SPON.
- Cuppen, M. (2007, januari). *Eerstelijnsvastgoed - Een verkennend onderzoek naar huisvesting in de eerstelijnszorg*. Amsterdam: Amsterdam School of Real Estate.
- De Bakker, D., Batenburg, R., & Hopman, E. (2009). *Organisatorische samenwerkingsverbanden binnen de eerste lijn - een verkenning*. Utrecht: NIVEL.
- De Jong, M. (2017). *Vergrijzing en demografische krimp: Kans of bedreiging voor de detailhandel*. Zeist: Universiteit Utrecht.
- Dees, M. (2011, januari). Urbanisatie in Nederland zet onverminderd door. *Vastgoedjournaal*, 37.
- Djadiningrat, B. (2012). *De HBU bij leegstaande kantoren: Een waardebeoordeling*. Den Haag: TU Delft.
- DNB. (2015). *Overzicht financiële stabiliteit najaar 2015*. Amsterdam: De Nederlandsche Bank N.V.
- Dotzour, M., Grissom, T., Liu, C., & Pearson, T. (1990, Spring). Highest and best use: The evolving paradigm. *The journal of real estate research*, 5(1), pp. 17-32.
- Duijn, S., & Driessen, S. (2018, april). Opgehaald van https://www.abnamro.nl/https://www.abnamro.nl/nl/images/Content/Nieuw_Grootzakelijk/008_Sectoren_en_trends/007_Leisure/20180504___Een_rem_op_toerisme/Pdf_Visie_op_Sectoren_Leisure.pdf
- Dynamis. (2018). *Sprekende Cijfers Winkelmarkten 2018*. Utrecht: Dynamis.
- Ecorys. (2004). *Zeven keer meer leisurewaarde*. Rotterdam: Ecorys.
- Eijkelkamp, R. (2008). *Recreatieve detailhandel en de binnenstad: Een onderzoek naar de geschiktheid van de Nederlandse binnensteden voor de grootschaliger wordende detailhandel voor de komende vijftien jaar*. Nijmegen: Radboud Universiteit Nijmegen.
- Enk, W. v. (2010, mei). Grip op de mix. *PropertyNL*, pp. 44-47.
- Evers, D., & Pen, C. (2017). Van winkel naar kloppend centrum. *Service Magazine*, 23-26.
- Evers, D., Tennekes, J., & Van Dongen, F. (2014). *De bestendige binnenstad: Een verkenning van de leegstand, het leefklimaat, het voorzieningenniveau, het vestigingsklimaat en de economische structuur van de Nederlandse binnenstad*. Den Haag: PBL.
- Evers, D., Tennekes, J., & Van Dongen, F. (2015). *De veerkrachtige binnenstad*. Den Haag: PBL.
- Faludi, A., & Van der Valk, A. (1994). *Rule and order: Dutch planning doctrine in the twentieth century*. Dordrecht: Kluwer Academic.
- Fenger, E., & Gosen, M. (2002). De grenzeloze leisuremarkt verkend. *Recreatie en toerisme*, 6, 34-35.
- Flinterman, L., Groenewegen, L., & Verheij, R. (2018). *Zorglandschap en zorggebruik in een veranderende eerste lijn*. Utrecht: Nivel.
- Geurtjens, J. (2017). *De stad is halfleeg, maar is het glas halfvol? Een onderzoek naar de oorzaken en oplossingen van winkelleegstand binnen een*. Amsterdam: Amsterdam School of Real Estate.
- Glaeser, E., Kolko, J., & Saiz, A. (2001). Consumer City. *Journal of Economic Geography*, 1, 27-50.
- Gomez-Ibanez, J. (1991). A global view of automobile dependence. *Journal of the American planning*, 57, 376 - 379.

- Gool, P. v., Jager, P., Theebe, M., & Weis, R. (2013). *Onroerend goed als belegging*. Groningen: Noordhoff uitgevers.
- Graaskamp, J. (1970). *A guide to feasibility analysis*. Chicago: Society of Real Estate Appraisers.
- Graaskamp, J. (1986). *The need for redefinition and reform the appraisal process*. Cambridge: Lincoln Institute.
- Griemink, F., & Wit, J. (2012). *In welke omgeving ontstaat er functiemenging in een Solid?* Eindhoven: Eindhoven University of Technology.
- Grissom, T., Crocker, H., & Lui, H. (1994). *The search for a discipline: The philosophy and the paradigms*. Boston: American Real Estate Society.
- Hair, S. (1988, winter). What's the use? Most probable use versus highest and best use. *The Canadian appraiser*, pp. 18-22.
- Haringsma, J., Mastop, R., Ploegmaker, I., & Zandbergen, G. (2011, maart). De kwestie: Vergrijzing maakt miljoenen meters winkelruimte overbodig. *Vastgoedmarkt*, pp. 38-39.
- HBD. (2007). *2020: Vier scenario's voor de toekomst van de detailhandel*. Den Haag: HBD.
- HBD. (2011). *Het nieuwe winkelen*. Den Haag: Hoofdbedrijfschap Detailhandel.
- Hendriks, I. (1999). *Food for thought*. Utrecht: Amsterdam School of Real Estate.
- het ruimtegebruik (in m² verhuurbare vloeroppervlakte, vvo) per werknemer. (2019). *Stand van zaken commercieel vastgoed 2018: De Nederlandse markt voor kantoren, bedrijfsruimten en winkels*. Nieuwegein: NVM Business.
- Hoefnagel, R. (2018, april). *Nieuwe concepten geven kleur aan transformatie retailvastgoed*. Rotterdam: USP Marketing Consultancy B.V.
- Hoffman, J. (2018, February 20). Mixed-use centers, Part I: The economics of place-making. *Industry sector series*, pp. 1-4.
- Holle, R. (2018, september 25). Leisure vastgoed: een nieuwe maar onmisbare term in de sector. *Vastgoedjournaal*.
- Hospers, G. (2016). *Hoe houden we onze steden vitaal?* Stad en regio - Onderzoek op ooghoogte. Eschede: Stichting Stad en Regio.
- Howard, E. (1990). Development of ideas about leisure and retailing. *Leisure and retailing*.
- Huijsmans, S. (2018, februari). *Een gebiedsontwikkeling strategie voor de transformatie van monofunctioneel kantoorgebied naar een gemengde stadswijk*.
- ING. (2018, december 6). (T. Geijer, Redacteur) Opgeroepen op februari 3, 2019, van <https://www.ing.nl>: <https://www.ing.nl/zakelijk/kennis-over-de-economie/uw-sector/outlook/horeca.html>
- ING. (2018). Opgeroepen op maart 1, 2019, van <https://www.ing.nl>: <https://www.ing.nl/zakelijk/kennis-over-de-economie/uw-sector/leisure/trends-en-ontwikkelingen-leisure.html>
- InSites Consulting. (2018). *Bringing costumers to life*. Amsterdam.

- International Council of Shopping Centres. (2019). *Mixed-Use Properties: A Convenient Option for Shoppers*. New York: ICSC.
- IVBN. (2005). *Vastgoedmarkt en vergrijzing*. Amsterdam: STEC Groep.
- IVBN en NRW. (2017, mei). *Voorstel nieuwe segmentatie winkelgebieden*. Opgeroepen op oktober 14, 2018, van <http://retailand.nl/app/uploads/2017/08/Memo-Segmentatie-Winkelgebieden-2017.pdf>
- Jacobs, J. (1961). *The death and life of great American cities*. New York: Random House.
- Jansen, L., & Pluimers, B. (2001). Beleggers en leisurevoorzieningen. *Real Estate Magazine*, 17, 38-43.
- Kieft, M. (2011). *De Delphi-methode nader bekeken*. . Nijmegen: Samenspraak Advies Nijmegen.
- Klaver, G. (2016, July 15). Nu er steeds meer 65-plussers komen, gaan de omzetten in de non-food winkels in Nederland gestaag omlaag. *PropertyNL Magazine*, 7, pp. 22-23.
- Kock, S. (1996). *Huisvestingslasten geplande winkelcentra: Mag het ietsje meer zijn?* Delft: DUP.
- Koeneman, A. (2003). *Vermaak en het functioneren van winkelcentra*. Rijksuniversiteit Groningen, Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen, Groningen.
- Koster, R., & Rouwendal, J. (2010). *The impact of mixed use land on residential property values*. Amsterdam: VU Amsterdam; Tinbergen Institute.
- Kozloff, H. (2005, February). Refining mixed use. *Urban Land*, 92 - 98.
- Locatus. (2018, januari 11). Opgeroepen op mei 4, 2019, van <https://locatus.com>:
<https://locatus.com/blog/aantal-lege-winkelpanden-daalt-derde-jaar-op-rij/>
- Luman, R. (2015). *Trends en ontwikkelingen in stedelijke distributie*. Amsterdam: ING.
- Mackay, R. (2013). *Ontwikkelstrategie voor een distressed kantorenportefeuille: Een conceptueel model om tot de 'highest and best use' te komen*. Amsterdam: Amsterdam School of Real Estate.
- Marlet, G. (2016). De opkomst van de oude stad. *TPEdigitaal*, 2, 75-88.
- Miedema, R. (2018). *Van symptoombestrijding naar systeemverandering, Een verkennend onderzoek naar de toepassing van een flexibel winkelconcept in winkelcentra*. Den Haag.
- Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. (2019). *Cijfers over bouwen en wonen*. Den Haag: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties.
- Ministerie van Economische Zaken. (2015). *Retailagenda*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.
- Ministerie van Infrastructuur en Milieu. (2019, februari 2). Opgehaald van www.infomil.nl:
<https://www.infomil.nl/onderwerpen/ruimte/functies/horeca/voorbeelden-indeling/>
- Ministerie van Sociale zaken en Werkgelegenheid. (2018). *Cijfers kinderopvang derde kwartaal 2018*. Den Haag: Rijksoverheid. Opgeroepen op februari 10, 2019, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/kinderopvang/documenten/publicaties/2018/12/11/cijfers-kinderopvang-derde-kwartaal-2018>

- Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. (2018, maart 4). <https://www.rijksoverheid.nl>.
Opgehaald van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/kinderopvang/vraag-en-antwoord/soorten-kinderopvang>
- Molenaar, C. (2011). *Het einde van de winkels? De strijd om de klant*. Den Haag: Sdu Uitgevers BV.
- Myrdal, G. (1957). *Economic Theory And Underdeveloped Regions*. London: Gerald Duckworth & Co. Ltd.
- Nederland Rechtstaat. (2019, januari 11). Opgehaald van www.nederlandrechtsstaat.nl:
<https://www.nederlandrechtsstaat.nl/module/nlrs/script/viewer.asp?soort=commentaar&artikel=12>
- Nicolas, G. (2009). Walter Christaller from "exquisite corpse" to "corpse resuscitated". *S.A.P.I.E.N.S.*, 2 (2 (special issue)).
- Nozeman, E., Van der Post, W., & Langendoen, M. (2012). *Het Nederlandse winkellandschap in transitie*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- NVM. (2018). *De opkomst van flexibele kantoorconcepten. Hype of structurele verandering?* Nieuwegein: NVM Business.
- NVM. (2019). *Stand van zaken commercieel vastgoed 2018: De Nederlandse markt van kantoren bedrijfsruimten en winkels*. Nieuwegein: NVM Business.
- Ossokina, I. (2012). *Kantorenmarkt in historisch en toekomstig perspectief*. Den Haag: CPN.
- Ossokina, I., Sviták, J., Teulings, C., & Zwaneveld, P. (2016). *De vastgoedmarkt reageert marktconform: Overheidsingrijpen is soms nodig*. Den Haag: Centraal Planbureau.
- Ouwehand, A., & Haringsma, J. (2016). *Transitie van de Nederlandse winkelstructuur: Van waarde naar vitaliteit*. Amsterdam: Colliers International.
- PBL. (2015). Opgeroepen op maart 31, 2019, van <http://nvdemografie.nl>:
http://nvdemografie.nl/sites/default/files/3._andries_de_jong.pdf
- PBL. (2017, 11 20). Opgeroepen op mei 17, 2019, van <https://www.pbl.nl>:
<https://www.pbl.nl/infographic/leegstand-van-kantoren#gemnr=0&year=2017&type=kantoren>
- PBL en ASRE. (2012). *Gebiedsontwikkeling en commerciële vastgoedmarkten: Een institutionele analyse van het (over)aanbod van winkels en kantoren*. Den Haag: Uitgeverij PBL .
- Platform31. (2016). *Pilot Verlichte regels winkelgebieden*. Den Haag.
- Platform31; Detailhandel Nederland; Stedennetwerk G32. (2014). *Winkelgebied van de toekomst, Bouwstenen voor publiek-private samenwerking*. Den Haag: Platform31.
- Poel, E. (2001). *Leisure in ontwikkeling*. Amsterdam: Stichting voor Beleggings- en Vastgoedkunde.
- Popovec, J. (2015). Is There a Doctor in the Mall? Empty retail spaces make great locations for health care practices. *Healthcare Real Estate*.
- Posthuma, A. (1998). *Leisure binnen winkelcentra*. Den Haag: SDU.

- Postma, H. (2002). Het brancheren van winkelcentra is een van de meest boeiende onderdelen van het vak. *Vastgoedmarkt*, 62-63.
- Rabianski, J. (2007). Comments on the concept and definition of highest and best use. *Law and land*, 39-45.
- Rabobank. (2017, december 13). Opgeroepen op mei 4, 2019, van <https://www.rabobank.nl:https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/detail-en-groothandel/detailhandel-non-food/>
- Rabobank. (2018). (J. Klerx, Redacteur) Opgeroepen op februari 3, 2019, van [https://www.rabobank.nl: https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/horeca-en-recreatie](https://www.rabobank.nl:https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/horeca-en-recreatie)
- Rabobank. (2018). *Groeien dankzij leegstand*. Utrecht: Rabobank.
- Rabobank. (2019, januari). Opgehaald van <https://www.rabobank.nl:https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/horeca-en-recreatie/fitnesscentra>
- Retailnews. (2018, september 14). *Groei detailhandel schiet omhoog*. Opgeroepen op september 22, 2018, van <https://retailtrends.nl/news/52961/groei-detailhandel-schiet-omhoog>
- Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu en NIVEL. (2005). Op een lijn, Toekomstverkenningen eerstelijnszorg 2020.
- Robuust. (2007). *Eerste lijn in beeld, Goede praktijkvoorbeelden van samenwerking in Zuid Nederland*. Eindhoven: Robuust.
- Rodenburg, P. (2015). Toekomst bestendige retail. *Shopping Centre News*, 1, pp. 12 - 17.
- Roeters, A. (2017). *Een week in kaart (editie 1)*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau .
- Sardes. (2017). *Landelijke kwaliteitsmonitor kinderopvang*. Utrecht: Sardes.
- Schoone, H., & Van Tatenhove, J. (2012). Uit de kinderschoenen: Een verkennend onderzoek naar de professionaliteit van de huisvesting in de kinderopvang. *Service Magazine*, 35-37.
- Shimmin, I. (2018). *Health and wellness tenants create multiple synergies - Adding health and wellness to the mix of Australian centres encourages visits and adds value*. ICSC .
- Slob, J., & Van Tellingen, H. (2019). *De winkelleegstand is géén nationaal probleem en neemt sterk af: hier de feiten*. Amsterdam: Strabo. Opgeroepen op mei 4, 2019, van <https://strabo.nl/assets/uploads/documents/hoofdstuk%207%20winkelleegstand%20update%20april%202019.pdf>
- Sociaal en Cultureel Planbureau. (2018). *De sociale staat van Nederland 2018*. Den Haag.
- Sorenson, H. (2012, maart 20). Opgeroepen op april 7, 2019, van [http://shopperscientist.com: http://shopperscientist.com/resources/views-pdfs/Views_2012-03-20_Efficiency-Convenience.pdf](http://shopperscientist.com:http://shopperscientist.com/resources/views-pdfs/Views_2012-03-20_Efficiency-Convenience.pdf)
- Speetjens, J., & Van der Post, W. (sd). *Het Nederlandse winkellandschap in transi*.
- Stadszaken. (2017, september 19). Winkelleegstand middelgrote stad zet door. Vraagstimulering biedt geen soelaas, structurele oplossingen nodig. Opgehaald van <https://www.stadszaken.nl/economie/retail/1139/winkelleegstand-zet-door>

- Sutmuller, J. (2010, maart). Bedrijventerreinen voor. *Vitale stad*, 13, 38-41.
- Teuben, B. (2012). Huisvesting voor kinderopvang in een veranderde context. *Service Magazine*, 5-7.
- Thuiswinkel.org. (2019, maart 13). Opgeroepen op maart 29, 2019, van <https://www.thuiswinkel.org>: <https://www.thuiswinkel.org/nieuws/3992/nederlandse-consumenten-bestedden-23-7-miljard-online-in-2018>
- Tjoonk, S. (2015). *The resilient retail area: A research on the relation between resilience and branding*. Nijmegen: Radboud Universiteit.
- Tolman, D. (2014). *Fitnessbranche in Nederland, verdringen of verdrongen worden*. Rotterdam: Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Toorn Vrijthof, W. v. (1998). *Werk aan de winkel, de toekomst van de winkelmarkt 1995 - 2015*. Delft: Technische Universiteit Delft.
- Tordoir, P. (2012). *Waarde van locatie en ruimtelijke samenhang. Beschouwing en ontwikkeling van theorie*. Amsterdam: Amsterdam School of Real Estate.
- Van der Heijde, P. (2014). *Nieuwe centra in Nederland: Het krachten spel in de arena van de stedelijke ontwikkeling*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Van der Heijde, P. (2018, februari 28). Een nieuwe kans voor stadsdeelcentra: Winkelleegstand is vooral gestegen in stadsdeelcentra. De bouw van woningen in het verzorgingsgebied kan een oplossing bieden. *PropertyNL Magazine*, 2, 18-20. Opgeroepen op mei 19, 2019
- Van der Velden, E., & Van Gerwen, N. (2013). *Maak de binnenstad internetproof in Signalen uit de binnenstad jaarpublikatie 2013*. Boxtel: Platform Binnenstadsmanagement.
- Van der Ven, W. (2008, oktober 14). *Synergy between retail and leisure, A study of cinemas, casinos and bowling centers in retail areas*. Amsterdam: Amsterdam School of Real Estate.
- Van Duijn, M., Nozeman, E., & Roodhof, J. (2015). *Huisvestingslasten en omzet van retailondernemingen in Nederland*. Amsterdam: Amsterdam School of Real Estate.
- Van Duren, A., Hooft, T., & Van der Heijde, P. (2016). *Functioneren en toekomstperspectief stadsdeelcentra in Nederland*. Amsterdam: Bureau Stedelijke Planning.
- Van Gool, P. (2006). Samen in de kinderopvang: KIDafo. *Masterclass MRE*, 25-26.
- Van Gool, P., Jager, P., Theebe, M., & Weisz, R. (2013). *Onroerend goed als belegging*. Groningen: Noordhoff uitgevers.
- Van Rooijen, H., Heebels, B., Machielse, K., & Heeger, A. (2018). *De nieuwe binnenstad: Toekomst van de binnenstad in een tijd van big data en circulaire economie*. Den Haag: Platform31.
- Van Tellingen, H. (2018). *Waarom stenen winkels winnen en webwinkels verliezen*. Amsterdam: Strabo.
- Vandell, K., & Carter, C. (2000). *Graaskamp's concept of highest and best use*. New York: Springer Science+Business Media.
- Verhoef, G. (1996). *Commerciële niet-winkelvoorzieningen bij planmatig opgezette winkelprojecten: meer, minder of anders?* Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.

- Verschuren, P., & Doorewaard, H. (2015). *Het ontwerpen van een onderzoek*. Amsterdam: Boom Lemma uitgevers.
- Vink, A. (2012). *Van belevingswaarde naar beleggingswaarde: Een verkennend onderzoek naar de invloed van betekenisvolle consumentenbelevingswaarde van winkelcentra op de beleggingswaarde van winkelruimten in Nederlandse winkelcentra*. Utrecht: Amsterdam School of Real Estate.
- Vlek, J., & Frieling, W. (2015). De lokale kansen van middelgrote winkelcentra. *Service Magazine*, 39 - 42.
- Von Thünen, J. (1826). *Der isolirte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie. Wirtschaft & Finan.*
- Voss, J., & Zwijnenburg, O. (2018, januari 1). Opgeroepen op maart 24, 2019, van <https://www.rabobank.nl>: <https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/detail-en-groothandel/detailhandel-non-food/>
- Vreenegoor, P. (2011). *De belevingswaarde van de Nederlandse binnensteden*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Wesselink, J. (2001, juli). Kinderdagverblijf: Een interessante nichemarkt. *Vastgoedmarkt*, 29.
- Wijnen, G. (2015, juni). Uitdagingen in de huidige retailvastgoedmarkt. *Service Magazin*, pp. 45-47.
- Wikipedia. (2015, september 14). Opgeroepen op februari 16, 2019, van <https://nl.wikipedia.org>: [https://nl.wikipedia.org/wiki/Kinderopvang_\(Nederland\)](https://nl.wikipedia.org/wiki/Kinderopvang_(Nederland))
- Wikipedia. (2017, september 15). <https://nl.wikipedia.org>. Opgehaald van <https://nl.wikipedia.org/wiki/Centrale-plaatsentheorie>
- Wikipedia. (2018). www.wikipedia.org. Opgehaald van https://en.wikipedia.org/wiki/Mixed-use_development
- Wikipedia. (2019, maart 18). Opgeroepen op 12 5, 2019, van <https://nl.wikipedia.org>: <https://nl.wikipedia.org/wiki/Kantoor>
- Wittebrood, K. (2011). *Funciemenging: dood of leven voor stedelijke woonwijken? Een kwantitatieve studie naar de invloed van funciemenging op leefbaarheid en veiligheid in Haagse woonwijken*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Woltjer, H. (2015). *Op de winkel passen of werk aan de winkel? Een onderzoek naar de relatie tussen branches en de aantrekkingskracht van stadsdeelcentra in Nederland*. Utrecht: Amsterdam School of Real Estate.
- Zwetheul, E. (2009). *De voorkeuren van senioren voor wijkwinkelcentra: Op naar een betere afstemming van het wijkwinkelcentrum op 65-plusser*. Eindhoven: TU Eindhoven.

Bijlage 1 - Overzicht stadsdeelcentra Nederland

bron: Van Duren et al., 2016

WINKELCENTRUM		V.V.O. IN M ²	AANTAL VERKOOPPUNTEN	EIGENAAR
1	ALKMAAR - DE MARE	19.029	110 vkp	Diverse eigenaren
2	ALMERE – BUITENMERE	22.875	142	Syntrus Achmea Real Estate & Finance
3	AMERSFOORT – EMICLAER	11.839	80	Wereldhave
4	AMSTERDAM – AMSTERDAM BOVEN 'T IJ	37.723	169	Diverse eigenaren
5	AMSTERDAM – OSDORPPLEIN	22.333	173	Diverse eigenaren
6	AMSTERDAM – AMSTERDAMSE POORT	29.755	231	CBRE
7	AMSTERDAM - GELDERLANDPLEIN	17.854	102	Kroonenberg Groep
8	ARNHEM – KRONENBURG	22.769	124	Wereldhave
9	ARNHEM – PRESIKHAAF	16.908	84	Wereldhave
10	BREDA – HOGE VUCHT	11.357	66	ASR
11	EINDHOVEN – WOENSEL	32.248	171	Diverse eigenaren
12	GOUDA – BLOEMENDAAL	12.569	77	Diverse eigenaren
13	GRONINGEN - PADDEPOEL	12.607	89	Diverse eigenaren
14	HAARLEM - SCHALKWIJK	23.942	115	Diverse eigenaren
15	LEIDSCHENDAM - LEIDSENHAGE	48.538	199	Unibail Rodamco Westfield
16	NIJMEGEN - DUKENBURG	21.621	116	Diverse eigenaren
17	RIJSWIJK – IN DE BOGAARD	62.866	210	Diverse eigenaren
18	ROTTERDAM - KEIZERSWAARD	16.600	91	Diverse eigenaren
19	ROTTERDAM - ALEXANDRIUM	30.926	148	Diverse eigenaren
20	ROTTERDAM - ZUIDPLEIN	52.774	218	Diverse eigenaren
21	S-GRAVENHAGE - LEIJWEG	32.462	199	Syntrus Achmea Real Estate & Finance
22	'S-HERTOGENBOSCH – HELFTHEUVEL	12.871	98	Diverse eigenaren
23	TILBURG - WESTERMARKT	14.923	91	Diverse eigenaren
24	UTRECHT – LEIDSCHE RIJN CENTRUM	30.000	130	ASR
25	UTRECHT - KANALENEILAND	16.558	82	Urban Interest
26	UTRECHT - OVERVECHT	25.632	123	Diverse eigenaren
27	ZWOLLE - ZUID	10.776	76	Altera

Bijlage 2 - Overzicht experts



Boris van der Gijp
Director Commercial Real Estate bij Syntrus Achmea Real Estate & Finance

<https://www.linkedin.com/in/boris-van-der-gijp-b64bb611/>



Bus Buvelot
Director Asset Development bij CBRE Global Investors

<https://www.linkedin.com/in/bas-buvelot-a682905/>



Pieter Polman
Managing Director bij Wereldhave Netherlands

<https://www.linkedin.com/in/pieter-polman-a9a4a94/>



Fanny Ritt
Vastgoedontwikkelaar bij 3W Real Estate

<https://www.linkedin.com/in/fanny-ritt-009550/>



Sander van Oss
Developer / Founder bij NEOO

<https://www.linkedin.com/in/sander-van-oss-8b1a727/>



Jorine de Soet
Adviseur bij KIR, Kordaat in Ruimte

<https://www.linkedin.com/in/jorine-de-soet-48a3007/>



Daan Tesselhoff
Leasing Manager bij Wereldhave

<https://www.linkedin.com/in/daan-tesselhoff-451a711b/>



Bart van Twillert
Country Manager The Netherlands bij Unibail-Rodamco-Westfield

<https://www.linkedin.com/in/bart-van-twillert-a2599919/>



Marc Majolée

Eigenaar Majolee RetailVastgoedAdvies adviseur, consultant en (interim)
project- en procesmanagement

<https://www.linkedin.com/in/marcmajolee/>

Bijlage 3 - Vragenlijst online enquête

Introductie

Dit onderzoek wordt uitgevoerd door Jeroen Verwolf als afsluiting van zijn MSRE-studie aan de Amsterdam School of Real Estate. Jeroen werkt als Business Unit Manager bij Wereldhave Management Nederland B.V. en is in deze rol integraal verantwoordelijk voor vier winkelcentra in de Nederlandse portefeuille van Wereldhave. Twee van deze centra betreffen de stadsdeelcentra Kronenburg en Presikhaaf in Arnhem.

Waarom dit onderzoek?

Het winkellandschap in Nederland is de afgelopen jaren flink veranderd. De crisis van 2008, diverse faillissementen van grote winkelketens, de opkomst van online winkelen en demografische ontwikkelingen zoals onder andere vergrijzing hebben hun weerslag gehad op winkelgebieden. In de grote binnensteden van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht is de leegstand nog relatief makkelijk opgevangen (Geurtjens, 2017), maar in veel middelgrote winkelgebieden en in stadsdeelcentra is de leegstand enorm toegenomen (Wijnen, 2015). De schaalvergroting van retailers is gestagneerd en er zijn weinig nieuwe (Stadszaken, 2017) toetreders in de Nederlandse winkelmarkt die zich in stadsdeelcentra willen huisvesten. Dit doet de vraag rijzen of leegstaande winkelmeters in stadsdeelcentra ingevuld kunnen worden met andere functies, zoals bijvoorbeeld zorg, horeca, kantoren of woningen, zodat deze winkelcentra attractief en relevant blijven. Functiemenging draagt bij aan meer diversiteit en innovatie met als gevolg: een aantrekkelijker winkelgebied (Platform31, 2016). Bij een afnemend winkelaanbod zijn er twee opties, namelijk een kleiner centrum of een verbreding van het functiepakket creëren (Vlek & Frielink, 2015). In dit onderzoek zal de focus liggen op het laatste. Echter, het transformeren van detailhandel naar een andere functie brengt voor een vastgoedeigenaar vaak consequenties met zich mee als het gaat om waardeontwikkeling, huurprijs en huurzekerheid (Platform31; Detailhandel Nederland; Stedennetwerk G32, 2014).

Doel van het onderzoek en enquête

Dit onderzoek heeft als doel om een toetsingskader te ontwikkelen voor vastgoedeigenaren voor functiemenging in stadsdeelcentra. Middels deze online enquête wordt geïnventariseerd of het concept toetsingskader, dat is ontstaan vanuit de literatuur, volledig is en of dit in de praktijk gehanteerd wordt. Na deze online enquête wordt in een interview meer specifiek ingegaan op het toetsingskader. Als uitgangspunt voor het gehele onderzoek geldt dat een vastgoedeigenaar met leegstand wordt geconfronteerd en deze leegstand opnieuw wenst te verhuren aan een andere functie dan retail.

Onderzoeksresultaten

De onderzoeksresultaten zullen in rapportvorm met u gedeeld worden. Tevens zal het rapport opgenomen worden in de database van de Amsterdam School of Real Estate, waarmee de resultaten publiek toegankelijk zijn.

Praktische zaken

Dit onderzoek bestaat uit twee elementen, namelijk een online vragenlijst (welke u dadelijk kunt invullen) en een interview. Nadat het onderzoek volledig is afgerond zult u de resultaten per e-mail ontvangen.

DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MIXED USE IN STADSDEELCENTRA

Het invullen van deze vragenlijst kost u circa 5 minuten. Tijdens de beantwoording van de vragen kunt u op elk gewenst moment terug naar de eerder gegeven antwoorden om zaken aan te passen of aan te vullen.

THEMA		
Vraag		Doel van de vraag
ACHTERGRONDINFORMATIE		
1.	Naam: (bij voorkeur vooraf invullen door auteur)	
2.	Functie: (bij voorkeur vooraf invullen door auteur)	
3.	Welke stadsdeelcentra kent u vanuit het perspectief van de vastgoedeigenaar?	Toetsen of respondent voldoet aan criteria
4A.	Heeft u ervaring met het vestigen van functies anders dan detailhandel in een van deze stadsdeelcentra?	Toetsen of respondent voldoet aan criteria
4B.	Zo ja, welke functie(s) betreft dit?	Toetsen ervaring met mixed use
4C.	Wat is de aanleiding geweest voor het vestigen van deze andere functie(s)?	Toetsen of mixed use enkel vanuit leegstaand winkelvastgoed wordt ingezet
MIXED USE		
5.	Welke functies, anders dan detailhandel, passen volgens u goed in stadsdeelcentra: (keuzelijst incl. optie anders, namelijk..... maken)	Toetsen of de juiste functies zijn meegenomen in dit onderzoek
6.	Kunt u aangeven in welke mate (cijfer 1-5) de volgende functies, in algemene zin, passen in stadsdeelcentra? Antwoordopties: wonen, kantoren, horeca, eerstelijnszorg, bioscoop, fitness, educatie, groothandel, overheid, industrie	Toetsen of er generieke uitspraken gedaan kunnen worden over de 'fit' met retail
TOETSINGSCRITERIA		
7.	Welke criteria neemt u in ogenschouw als u overweegt om een ruimte in een stadsdeelcentrum te verhuren aan een andere functie dan retail?	Toetsen of er andere zaken worden genoemd dan het concept toetsingskader
8A.	Synergie met winkels: Beoordeelt u het effect van functiemenging op het verzorgingsgebied van het winkelcentrum alvorens u een beslissing neemt? (nooit – enkele keer – soms – vaak – altijd)	Toetsen of criterium wordt gebruikt en hoe dit criterium wordt beoordeeld
8B.	Beoordeelt u het effect van functiemenging op de verblijfsduur van de bezoekers van het winkelcentrum alvorens u een beslissing neemt? (nooit – enkele keer – soms – vaak – altijd)	
8C.	Weegt u het potentiële effect op het bestedingsniveau van bezoekers mee in uw beslissing om functiemenging toe te passen? (nooit – enkele keer – soms – vaak – altijd)	
8D.	Kijkt u naar het effect van functiemenging op het gemiddeld aantal bezoeken aan het winkelcentrum alvorens u over functiemenging besluit? (nooit – enkele keer – soms – vaak – altijd)	
8B.	Kijkt u nog naar andere aspecten van synergie met retail? (ja/nee)	Toetsen of er nog andere elementen van synergie in ogenschouw worden genomen

DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MIXED USE IN STADSDEELCENTRA

	Zo ja, welke? (tekstveld)	
9A.	Financiële aspecten (rendement en HBU): Spelen rendementscriteria een rol uw afweging om over te gaan tot functiemenging (mixed use)?	Toetsen of criterium wordt gebruikt en hoe dit criterium wordt beoordeeld
9B.	Zo ja, kunt u aangeven welke rendementscriteria u hiervoor gebruikt?	
9C.	Is financiële haalbaarheid een aspect dat u in overweging neemt voorafgaand aan de beslissing om functiemenging toe te passen?	Toetsen of criterium wordt gebruikt en hoe dit criterium wordt beoordeeld
9D.	Zo ja, welke financiële aspecten beoordeelt u?	Toetsen of criterium wordt gebruikt en hoe dit criterium wordt beoordeeld
10	Highest and best use: Highest en best use' wordt als geschikte methode gezien wanneer het gaat om het waarderen en bepalen van alternatieve aanwendbaarheid van vastgoed (Boeve, 2002) (Mackay, 2013). 'Highest and best use' wordt in meer recentere literatuur gezien als een zoektocht naar de meest optimale combinatie van financiële, fysieke en juridische eigenschappen die leidt naar een maximale waarde of maximaal rendement voor de vastgoedeigenaar. In de volgende vragen gaat het om deze laatste 2 eigenschappen.	Toetsen of criterium wordt gebruikt en hoe dit criterium wordt beoordeeld
10A.	Spelen juridische aspecten een rol bij uw afweging om over te gaan tot functiemenging?	
10B.	Zo ja, welke juridische afwegingen maakt u?	
10C.	Houdt u rekening met de fysieke mogelijkheden van een pand alvorens u functiemenging in overweging neemt?	
10D.	Zo ja, naar welke fysieke aspecten kijkt u dan?	
11A.	Marktperspectief: Kijkt u naar het marktperspectief van de desbetreffende functie alvorens u besluit om te verhuren aan een dergelijke andere functie dan retail?	Toetsen of criterium wordt gebruikt en hoe dit criterium wordt beoordeeld
11B.	Zo ja, welke aspecten van de desbetreffende markt bekijkt u?	
WEGING TOETSINGSCRITERIA		
12	Welke criteria wegen het zwaarst in het bepalen van welke functie, anders dan retail, wordt toegevoegd aan het stadsdeelcentrum? (per criterium gewicht aangeven op schaal 0 – 10)	Toetsen of er een bepaalde weging noodzakelijk is in het toetsingskader
AFSLUITING		
13.	Heeft u nog opmerkingen of vragen over dit onderzoek? (tekstveld)	

Bijlage 4 - Interviewschema / topiclijst

Centrale interviewvraag:

Welke toegevoegde waarde hebben de verschillende functies in middelgrote winkelcentra op grond van het ontworpen toetsingskader in het eigen empirisch onderzoek

- 1: Toetsing toetsingskader
- 2: Wat is de toegevoegde waarde van de verschillende functies

Introductie

Dit onderzoek heeft als doel om een toetsingskader te ontwikkelen voor vastgoedeigenaren voor functiemenging in stadsdeelcentra. We beschouwen een centrum als stadsdeelcentrum als deze tot de grote ondersteunende reguliere winkelgebieden in het stadsgewest behoort, en als het minstens 50 winkels telt en bij voorkeur minimaal 12.000 m² wvo (maar niet minder dan 10.000 m² wvo) meet. Dit interview zal worden opgenomen en zal in totaal circa 60 minuten duren. Nadat het audio-bestand is verwerkt in een tekstverslag wordt dit aan u toegestuurd om te borgen dat uw antwoord op een juiste manier wordt verwerkt.

Het eerste deel van het interview zal ik met name vragen stellen over het toetsingskader dat is ontstaan vanuit de literatuur en de antwoorden uit de enquête die je hebt ingevuld. Het tweede deel van de enquête vraag ik je om functies op diverse toetsingscriteria te beoordelen.

Halfgestructureerde vragen met topics:

1. **Kun je mij iets vertellen over hoe je vanuit jouw rol kijkt naar functiemenging in stadsdeelcentra?**
 - Structurele ontwikkeling of hype?
 - Uitgangspunt mixed use als gevolg van leegstand of onderdeel van strategie?
 - Zowel voor leegstaande winkels in bestaande centra (dus herinvulling), maar ook voor nieuw ontwikkelde centra?
 - Resultaat enquête: Verbreden aanbod voor de consument en in mindere mate de oplossing voor leegstand!
2. **Toetsingscriterium synergie**
(zwart = vanuit literatuur en bevestigd via enquête / rood is toegevoegd vanuit enquête)

Synergie	Functionele synergie (zorgt voor meer omzet)				Locatiesynergie (indirecte voordelen)		
	Groter verzorgingsgebied	Langer verblijfsduur	Hogere bestedingen	Meer herhalingsbezoeken	Combinatie-bezoek	Fit met DNA van het gebied	Dubbelgebruik parkeerplaatsen (potentie of voorkomen)
- Wijze van beoordeling van deze aspecten							
- Positieve ervaringen met functiemenging en synergie? (wat werkt wel?)							
- Negatieve ervaringen met functiemenging en synergie?(wat werkt niet?)							

3. Toetsingscriterium Rendement en financieel

(zwart = vanuit literatuur en bevestigd via enquête / rood is toegevoegd vanuit enquête)

Impact op rendement	Huur-component	Waarde-component	Investeringskosten-component (t.b.v. Return on Investment / Yield on Cost)	Risico's
- Return on Investment en 10-jrs IRR als criteria?				
- Werken met drempelwaarde qua rendement of werken met alternatieve aanwendbaarheid?				
- Wordt rendement van een functie afgezet tegen rendement van het totale winkelcentrum?				
- Hoe wordt risico van een functie meegewogen?				

4. Toetsingscriterium Juridisch

(zwart = vanuit literatuur en bevestigd via enquête / rood is toegevoegd vanuit enquête)

Highest and best use: Juridisch	Bestemmingsplan	Huurcontract
- weging elementen in het huurcontract (zwaar tot licht)		
- Bestemmingsplanwijziging		
- Bestemmingsplan in aanvang leidend als vertrekpunt of randvoorwaarde die gewijzigd kan worden?		

5. Toetsingscriterium fysieke aspecten

(zwart = vanuit literatuur en bevestigd via enquête / rood is toegevoegd vanuit enquête)

Highest and best use: Fysiek	Oppervlakte	Constructief	Ligging	Uitstraling	Via herontwikkeling geschikt te maken?
- Oppervlakte, constructief en ligging: Per functie bandbreedtes en eisen of obv vraag/aanbod					
- Beoordeling uitstraling					

6. Toetsingscriterium Marktperspectief

(zwart = vanuit literatuur en bevestigd via enquête / rood is toegevoegd vanuit enquête)

Marktperspectief	Groeimarkt	Expansieve partijen (huurders)	Trends in de desbetreffende markt	Draagvlak (omzetpotentieel van de nieuwe functie)
- Zoektocht expansieve partijen				
- Wat zijn interessante trends?				
- Draagvlakbepaling of -berekening				
- Omgang met concurrerende functies (in en buiten het centrum)				

7. Toetsingsschema in laten vullen: Ranking van de functies o.b.v. de toetsingscriteria

	Marktperspectief	Highest and best use			Impact op rendement		Synergie met retail			
		Groeimarkt ja of nee?	Fysiek mogelijk	Juridisch mogelijk	Financieel haalbaar	Huurcomponent	Waardecomponent	Groter verzorgingsgebied	Lageren verblijfsduur	Hogere bestedingen
Horeca										
Kinderdagverblijf										
Eerstelijnszorg										
Bioscoop										
Fitnesscentrum										
Woningen										
Kantoren										

8. Lokale markt als vertrekpunt voor nieuwe functies nemen?

- Profiel huidige bezoekers
- Profiel mensen in verzorgingsgebied
- Huidige aanbod in omgeving
- 'markt creëren'

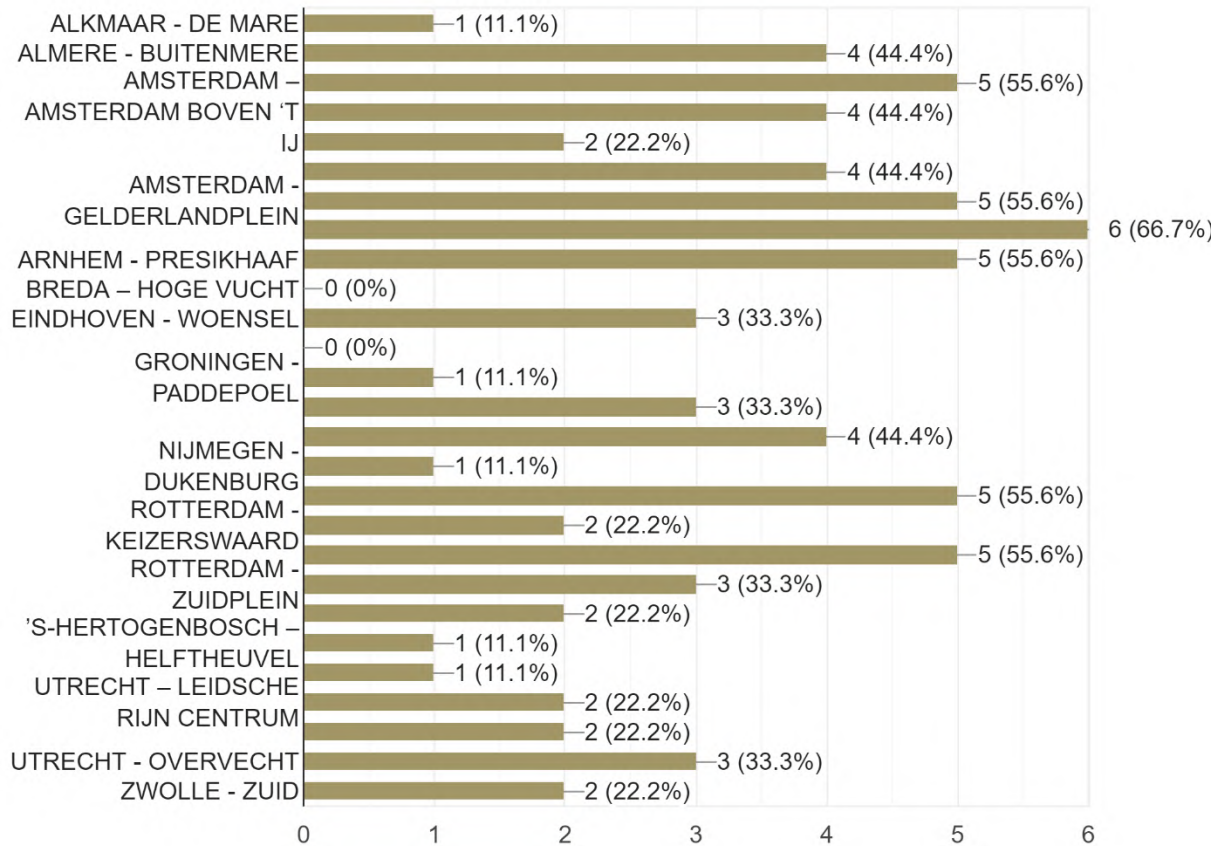
9. Heb ik zaken gemist of wilt u nog iets toevoegen?

Bijlage 5 - Samenvatting resultaten online enquête

Resultaten per respondent zijn op te vragen bij de auteur via jeroen.verwolf@gmail.com

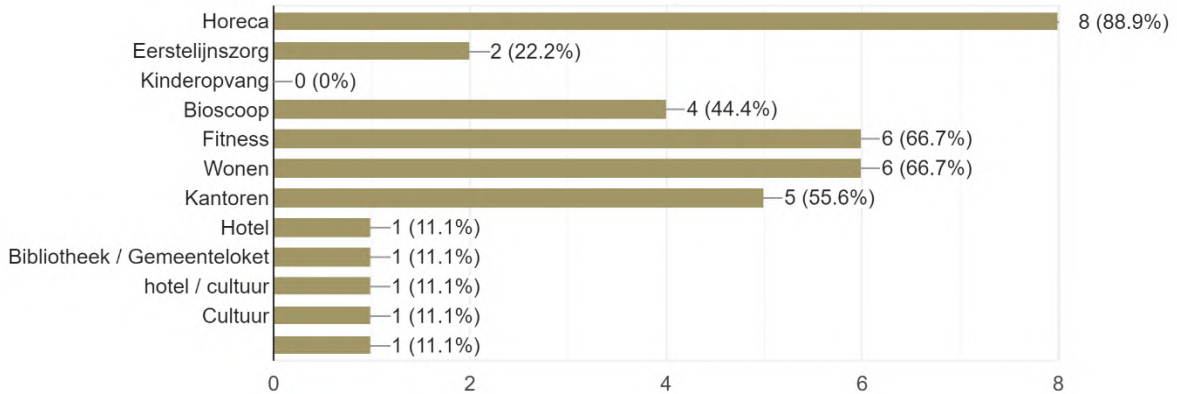
Welke stadsdeelcentra kent u vanuit het perspectief van de vastgoedeigenaar?

9 responses



Uw ervaring met het vestigen van andere functies dan retail in stadsdeelcentra is van belang voor dit o..., anders dan retail, heeft u ervaring?

9 responses



Wat is de aanleiding geweest voor het vestigen van deze andere functie(s)?

9 responses

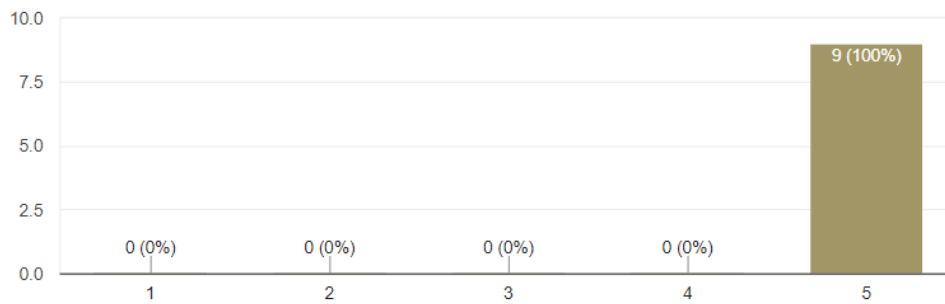
- Diversiteit, levendigheid, sociale veiligheid, oplossing leegstand
- Verbreden/verrijken aanbod; toevoegen bezoekdoelen consumenten
- aanvulling tot een compleet en geheel centrum voor de consument. tevens het verlengen van de verblijfsduur alsmede de frequentie van het bezoek.
- Monofunctionele locatie voldoen niet aan de wensen van de hedendaagse consument. Consument zijn op zoek waar zij op meerdere momenten van de dag terecht kunnen voor haar behoefte op dat moment. Dit kan zijn voor de wekelijkse boodschappen, maar bv ook voor een bioscoop bezoek incl horeca. Daarnaast zorgt het toevoegen van wonen aan stadsdeelcentra voor een toename van levendigheid en ook sociale veiligheid. Parkeergarage profiteren daarnaast in hun bezettingsgraad van deze multifunctionaliteit
- Het verbreden van de branche mix in het winkelcentrum om zo andere functies te kunnen aanbieden dan alleen retail.
- ontmoetingsfunctie en 'eten is het nieuwe winkelen'
- Mix van commerciële opportuniteit en visie op functioneren van het centrum
- Horeca is vaak zeer goed ondersteunend aan retail. Woningen is vaak goed voor de sociale controle, vanuit stedenbouwkundig oogpunt, voorzien in behoefte terplaatse en de gedachten van functiemenging werkt goed in een gebied. Fitness ook vaak goed aanvullend en beter te positioneren op verdieping.

Mixed use

Kunt u aangeven in welke mate de volgende functies, in algemene zin, passen in stadsdeelcentra?

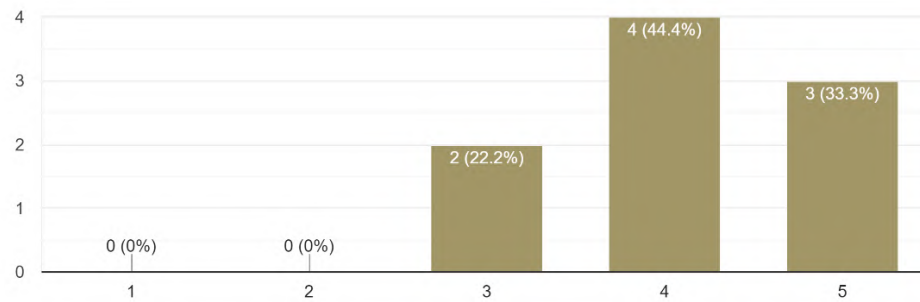
Wonen

9 responses



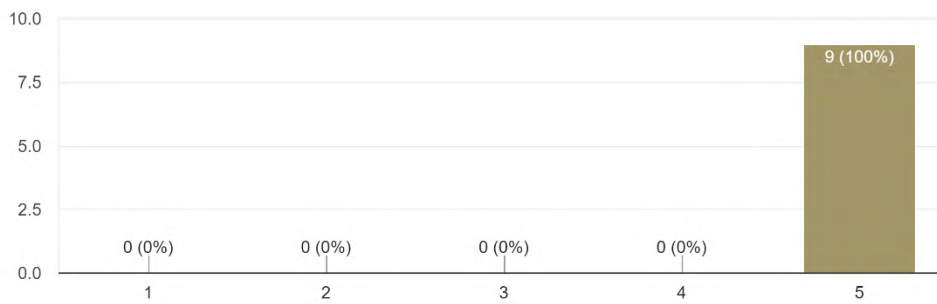
Kantoren

9 responses



Horeca

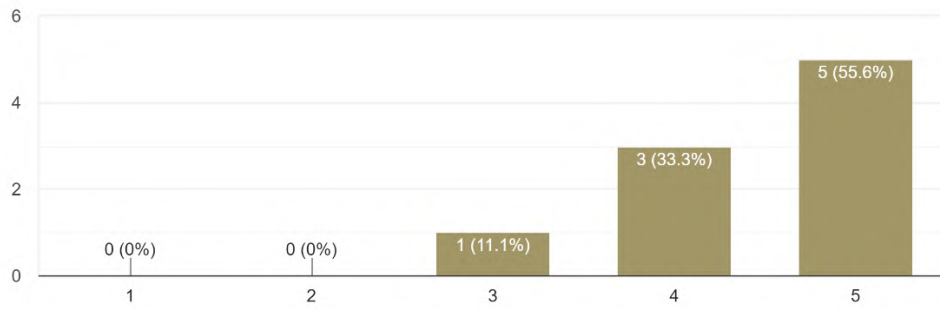
9 responses



DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MIXED USE IN STADSDEELCENTRA

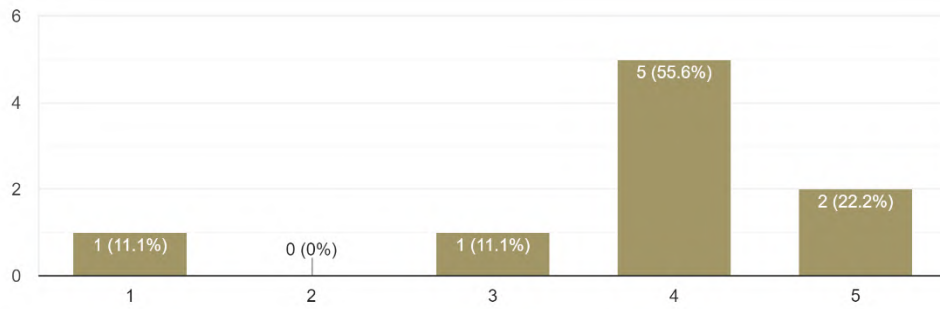
Eerstelijnszorg

9 responses



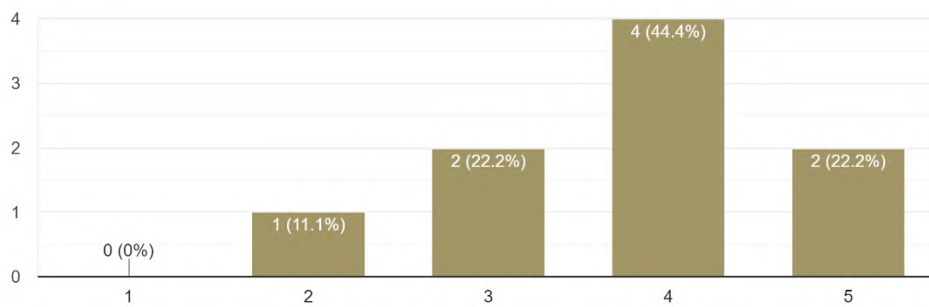
Kinderopvang

9 responses



Bioscoop

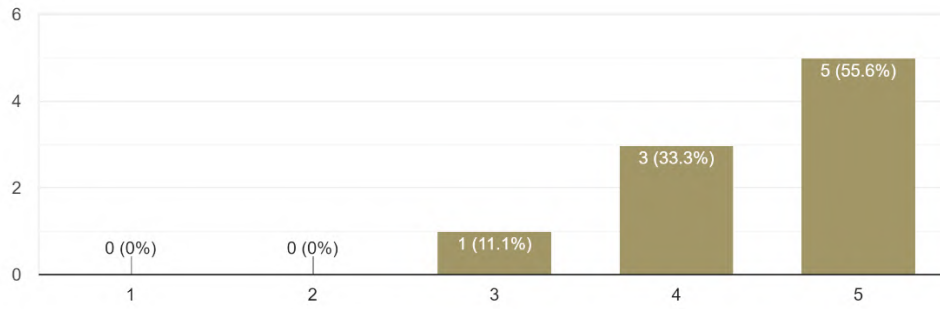
9 responses



DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MIXED USE IN STADSDEELCENTRA

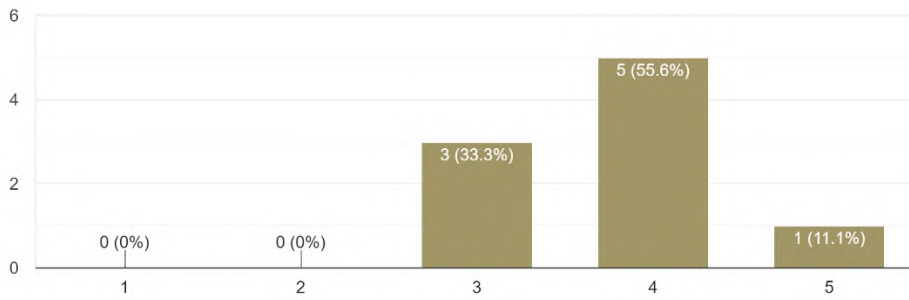
Fitness

9 responses



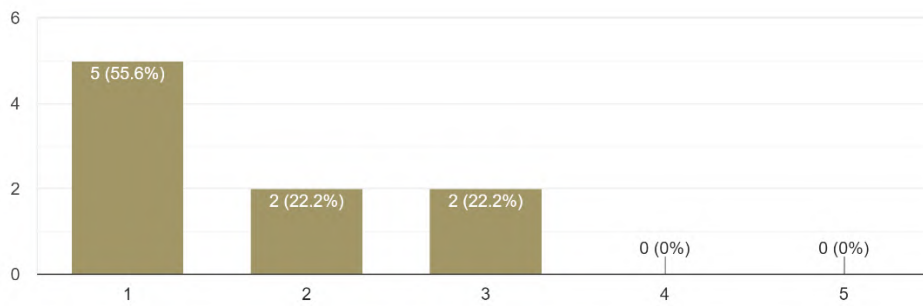
Educatie

9 responses



Groothandel

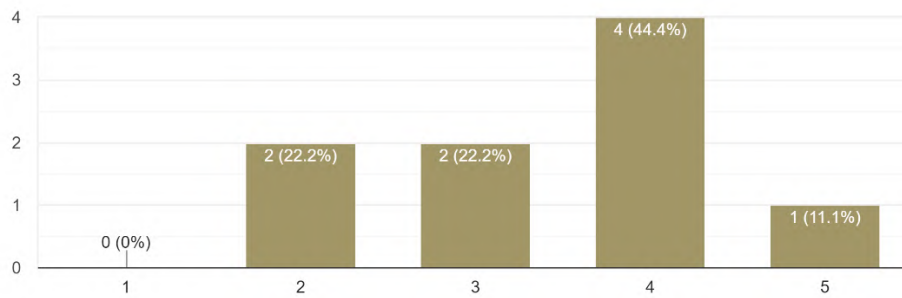
9 responses



DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MIXED USE IN STADSDEELCENTRA

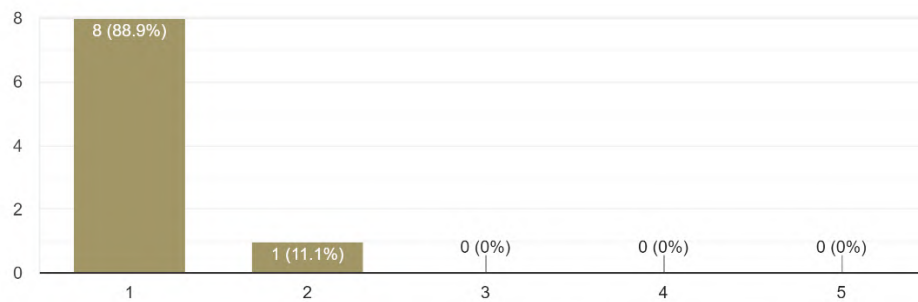
Overheid

9 responses



Industrie

9 responses



Welke andere functies dan retail vind u, in algemene zin, goed passen in stadsdeelcentra?

8 responses

Horeca, leisure, werken, wonen, zorg, sport (dansschool etc. waar ouders moeten wachten).

Naast voornoemde: cultuur

bibliotheek

Cultuur / maatschappelijke functies (bv bibliotheek) / hotel. Hierbij dient echter wel onderscheid gemaakt te worden naar de omvang en de verzorgingsrol van het stadsdeelcentrum. Hier is een groot onderscheid in te maken op basis van de lijst met centra. Alhoewel het geen voorziening is, is de inrichting van het openbaar gebied ook cruciaal. Dit moet uitnodigend / schoon / heel / veilig zijn, waardoor het ook kan dienen als een ontmoetingsplek in stadsdeelcentra

Leisure, health care, wonen en werken

wonen, overheid

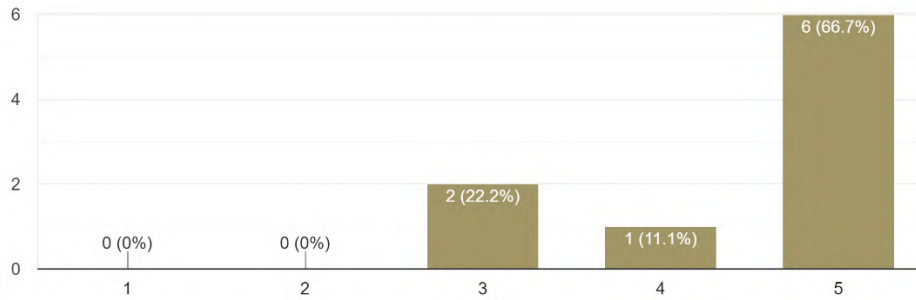
Cultuur en leisure

culturele voorzieningen als musea, galleries, yogastudio's, stilteruimte, groenvoorzieningen, gaming

Toetsingscriteria voor mixed use

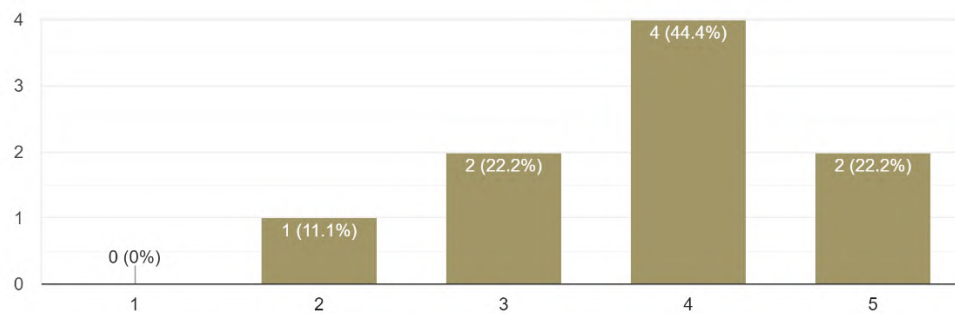
Beoordeelt u het effect van functiemenging op het verzorgingsgebied van het winkelcentrum alvorens u een beslissing neemt?

9 responses



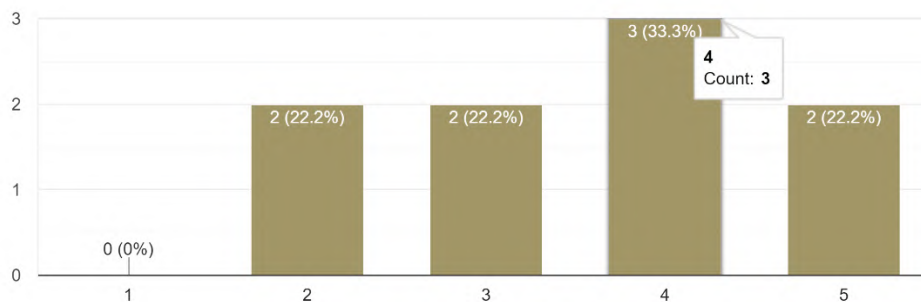
Beoordeelt u het effect van functiemenging op de verblijfsduur van de bezoekers van het winkelcentrum alvorens u een beslissing neemt?

9 responses



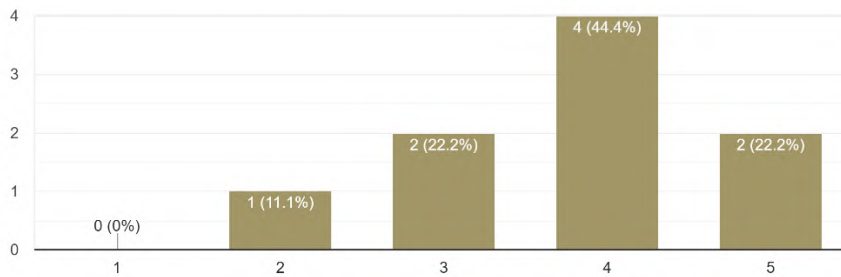
Weegt u het potentiële effect op het bestedingsniveau van bezoekers mee in uw beslissing om functiemenging toe te passen?

9 responses



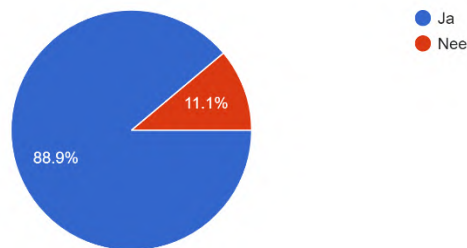
Kijkt u naar het effect van functiemenging op het gemiddeld aantal bezoeken aan het winkelcentrum alvorens u over functiemenging besluit?

9 responses



Kijkt u nog naar andere aspecten van synergie met retail?

9 responses



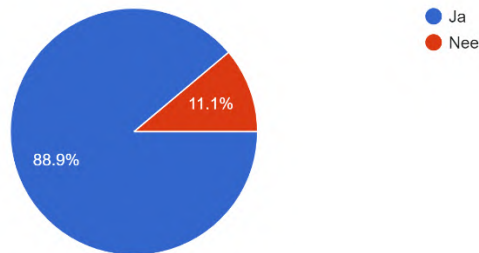
Zo ja, welke aspecten?

8 responses

- Gebruik van beschikbare parkeerplaatsen en potentie voor dubbelgebruik. Mogelijkheden in het bestemmingsplan.
- Gebruik parkeergarages: dubbel gebruik en (voorkomen) gelijktijdigheid
- aanvulling in de branche. bijvoorbeeld fitness icm fysio (samenwerking) of bios met horeca
- De kenmerken van de doelgroepen, waar hebben zij behoeften aan. De kenmerken van de locatie, wat is kenmerkend voor het DNA van het gebied als kan als USP in het retaildeel worden ingezet. We kijken daarnaast niet alleen maar een plek als winkelcentrum, maar beschouwen het als een multi-functioneel centrumgebied. Retail is hiervan een zeer belangrijk onderdeel maar niet alle functies hoeven ondersteunend te zijn aan retail, maar kunnen ook op zichzelf functioneren en bv een positief effect hebben op de bezettingsgraad van parkeergarage / waarde opstalrecht op de winkels
- De afweging om andere functies toe te voegen die een raakvlak hebben met retail draag bij aan een positief winkelklimaat. bijv: iemand die sportkleding nodig heeft die ook gebruik maakt van fitness of de fysio in het winkelcentrum. Een persoon die zich laat bijstaan door een diëtiste waarvoor in het winkelcentrum ook de juiste voedingsmiddelen te kopen zijn. Deze aspecten spelen mee in de overwegingen.
- belevingswaarde, uitstraling, combinatie parkeren
- Of het logistiek mogelijk is, bereikbaarheid, overlast etc.
- voor de hand liggend combinatiebezoek

Spelen rendementscriteria een rol in uw afweging om over te gaan tot functiemenging?

9 responses



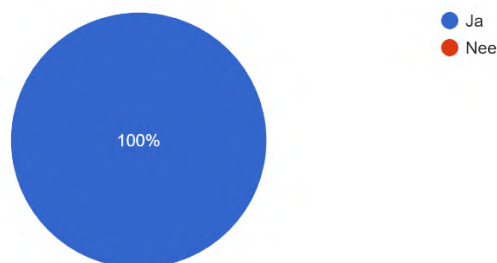
Zo ja, kunt u aangeven welke rendementscriteria u hiervoor gebruikt?

8 responses

- Afwegen van de rendementen van de verschillende opties in relatie tot de positieve kansen die een functie verder heeft.
- Impact (direct en indirect) op totale huurstream; benodigde CAPEX
- altijd de vraag stellen wat de alternatieve aanwendbaarheid is en dan het verschil in rendement berekenen. Keuze vervolgens maken op basis van meerdere factoren (rendement / bezoekfrequentie / verblijfsduur / aanbod etc.)
- IRR berekening over 10 jaarstermijn / Rendement op investering. Beide rendementscijfers moeten boven bepaalde drempelwaarde liggen die mede het risico in de investering op een juiste manier vertegenwoordigd
- Huurtermijn in combinatie met huurprijs en incentive. Andere functies kunnen veel al tekenen met andere voorwaarden. Het businessmodel wordt berekend op basis van andere uitgangspunten. Waar een huurtermijn een minder grote rol speelt dan huurprijs kan je anders naar je rendementen gaan kijken. Dit wordt tenslotte berekend over een langere huurtermijn.
- de rentabiliteit (IRR) van de unit (en dus, niet van het centrum).
- IRR, ROI
- Een vergelijking tussen rendement bij leegstand en bij invulling

Is financiële haalbaarheid een aspect dat u in overweging neemt voorafgaand aan de beslissing om functiemenging toe te passen?

9 responses



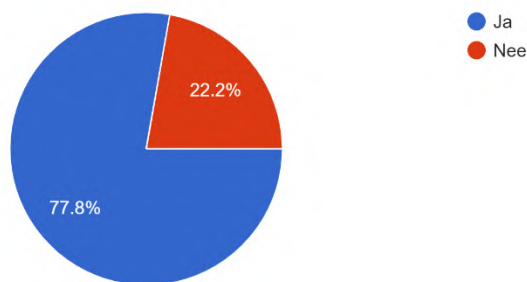
Zo ja, welke financiële aspecten beoordeelt u?

9 responses

Kosten, opbrengsten, tijd en risico's.
Return on Investment, IRR
redement irt totale rendement van het winkelcentrum.
oa Huurprijzen / risico's / effect op rendement / erfpacht / verduurzaming vastgoed / mogelijke investeringsruimte
BTW plichtig ja of nee. Betreft het nieuwbouw waardoor BTW-schade ontstaat. Alle aspecten dienen in kaart gebracht te worden om tot een goeie afweging te komen.
haalbaarheid/verdeling investeringen naar rol diverse partijen. Bv openbare ruimte voor overheid, panden voor vastgoed, evenementen voor ondernemers
Zie vorig antwoord
Investering, opbrengsten, cashflow effect
Kosten ten opzichte van opbrengsten

Spelen juridische aspecten een rol bij uw afweging om over te gaan tot functiemenging?

9 responses



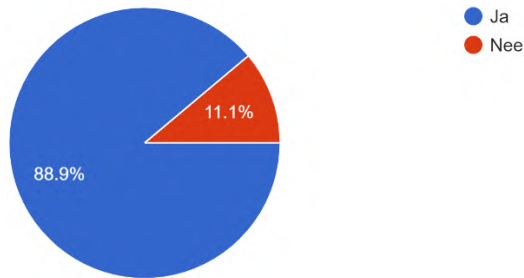
Zo ja, welke juridische afwegingen maakt u?

7 responses

bestemmingsplan, eigendom, huurcontracten etc.
Type huurcontract, duur contract, bestemmingsplan, evt. VVE beperkingen
bestemmingsplan
Spelen deels mee oa bestemmingsplanmogelijkheden, maar zijn ondergeschikt aan het totaalaanbod dat we op de locatie willen aanbieden
bestemmingsplan: keuzes voor max. vrijheid in een beperkt(er) gebied en daarbuiten juist minder en monofunctioneler mogelijkheden
Mogelijkheden planologisch, publiek-private afspraken die noodzakelijk zijn, grof verwerving, erfpacht, impact op milieu
Mag een functie wel ergens? en welke vergunningen zijn er nodig?

Houdt u rekening met de fysieke mogelijkheden van een pand alvorens u functiemenging in overweging neemt?

9 responses



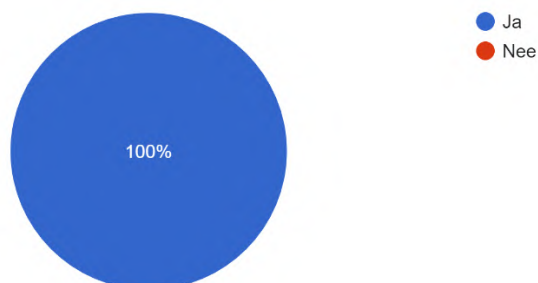
Zo ja, naar welke fysieke aspecten kijkt u dan?

8 responses

- Constructief, brandveiligheid, ruimtelijke aspecten etc.
- ligging, draagkracht, oppervlakte, uitstraling, tenant mix
- proberen nieuwbouw <10jr. te vermijden ivm btw schade
- Spelen deels mee (past het binnen het huidige vastgoed of is het vastgoed middels een herontwikkeling geschikt te maken)
- flexibiliteit bij afzet, verticale (beperkingen), hoogte vloeren etc.
- Hoogte, eisen vanuit brandveiligheid, energie
- Flexibiliteit vh pand, mogelijkheden tot uitbreiding/transformatie/sloop, onderhoud, impact op MJOB
- De pand moet aanpasbaar zijn bij de functie

Kijkt u naar het marktperspectief van de desbetreffende functie alvorens u besluit om te verhuren aan een dergelijke andere functie dan retail?

9 responses



Zo ja, welke aspecten van de desbetreffende markt bekijkt u?

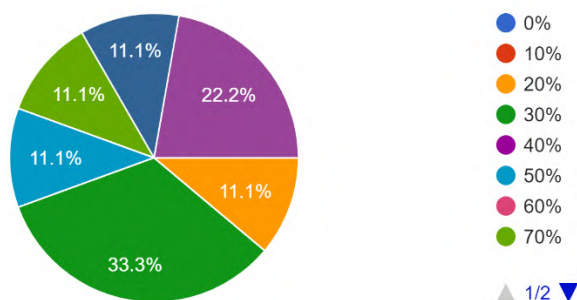
9 responses

Huidige mogelijkheden voor het vinden van gebruikers en de toekomstmogelijkheden.
vraag/aanbod, concurrerende locaties, huurwaarde
wat zijn de ontwikkelingen van de betreffende branche en welke patronen kan je herkennen.
Eerste aspect is uiteraard de retailmarkt zelf. Zijn er nog retailpartijen die willen instappen. Draagvlak is daarnaast het belangrijkste toetsingscriterium, oftewel als het een andere commerciële functie is er voldoende omzet aanwezig om te kunnen functioneren. Mbt andere functies (kantoren / woning) wordt er naar de vraag/aanbod markt gekeken. Culturele en maatschappelijke functies worden beoordeeld op de meerwaarde voor het centrum in combinatie met de financiële mogelijkheden en de financiële draagkracht van de instantie
Is de markt verzadigd of niet en welke aanbieders zitten er in de buurt. Wat zijn de kansen en risico's in het gebied. De bevolkingssamenstelling in het gebied. Op basis van deze aspecten kan je o.a. bepalen op welke functies je, je zou kunnen richten om zo een toegevoegde waarde te creëren in het gebied waar het centrum zich bevindt. Je dient je als winkelcentrum te onderscheiden.
effectmeting (omzet en uitwijkgedrag) op bestaand aanbod in het centrum of daarbuiten
Commerciële relevantie, bijdrage aan centrum
Afzetmarkt, concurrentie, alternatieve aanwendbaarheid
Vooraf of het een kortstondige hype is of het continuïteit en stabiliteit biedt, welke doelgroepen trekt het aan?

Weging toetsingscriteria

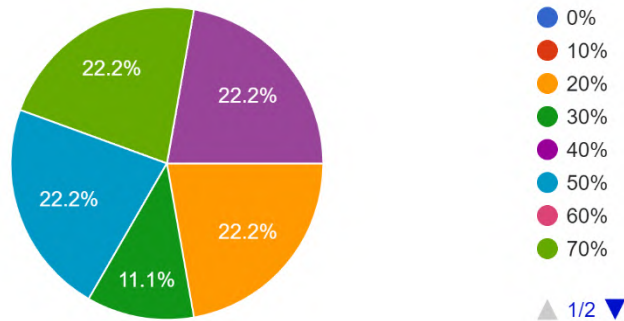
In welke mate wegen fysieke eigenschappen van de winkelruimte mee in uw overweging om functiemenging toe te passen?

9 responses



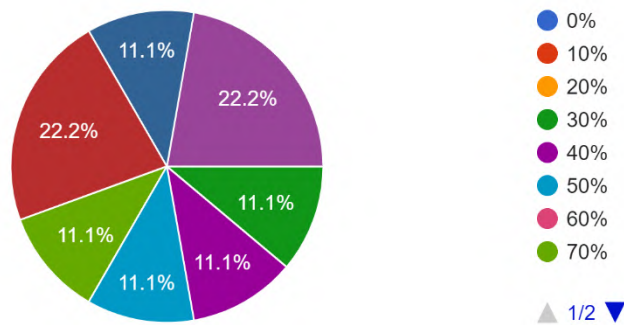
In welke mate wegen juridische aspecten mee in uw overweging om functiemenging toe te passen?

9 responses



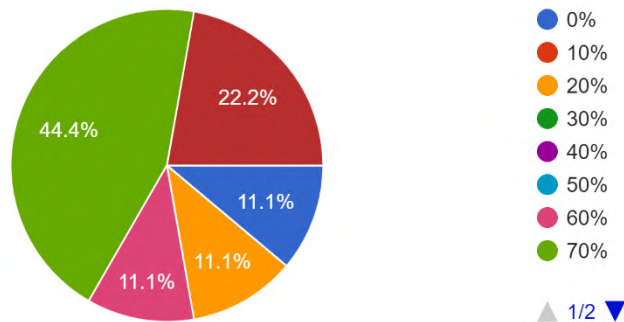
In welke mate weegt financiële haalbaarheid mee in uw overweging om functiemenging toe te passen?

9 responses



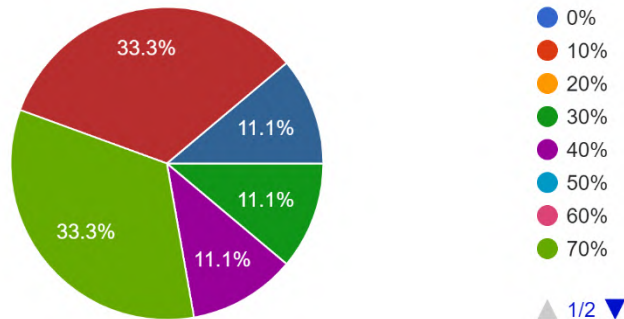
In welke mate weegt het te realiseren huurniveau mee in uw overweging om functiemenging toe te passen?

9 responses



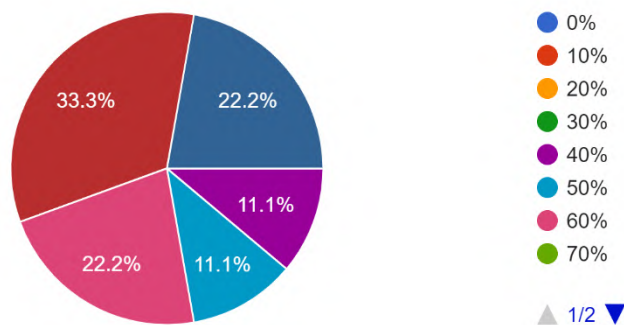
In welke mate weegt de waarde van het vastgoed mee in uw overweging om functiemenging toe te passen?

9 responses



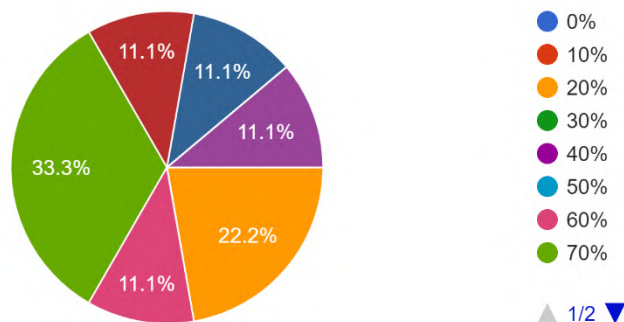
In welke mate weegt het marktperspectief van de nieuwe functie mee in uw overweging om functiemenging toe te passen?

9 responses



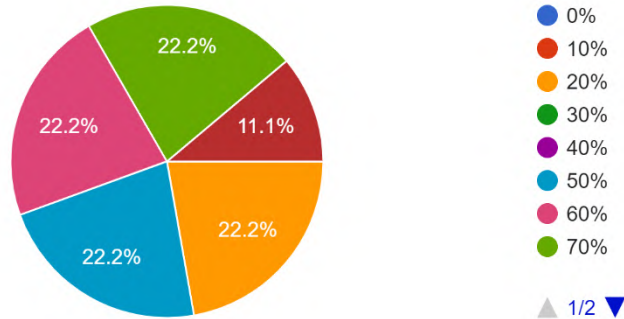
In welke mate weegt de impact van de nieuwe functie op het verzorgingsgebied mee in uw overweging om functiemenging toe te passen?

9 responses



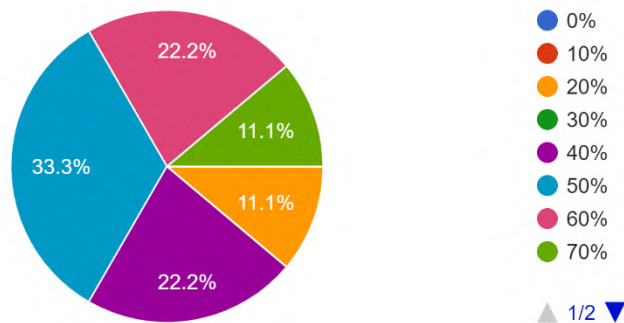
In welke mate weegt de impact op de verblijfsduur van bezoekers mee in uw overweging om functiemenging toe te passen?

9 responses



In welke mate weegt de impact op het bestedingsniveau van bezoekers mee in uw overweging om functiemenging toe te passen?

9 responses



In welke mate weegt de impact op herhalingsbezoeken van bezoekers mee in uw overweging om functiemenging toe te passen?

9 responses

