

# Economisch binnenstedelijk onderzoek Groningen 2019



Bureau Louter



SWECO



## Aanleiding

Met circa 233.000 inwoners is Groningen de grootste gemeente van het noorden en zelfs de vijfde grootste gemeente van Nederland.

De aantrekkelijkheid en aantrekkingskracht van de binnenstad van Groningen is voor een belangrijk deel bepalend voor de aantrekkelijkheid van de hele regio waarin Groningen zich bevindt. Veel factoren zijn van invloed op het economische functioneren van de binnenstad met al haar voorzieningen. De toename van online winkelen, de toenemende bezoekersdruk en steeds hogere huurprijzen zorgen voor een constante zoektocht naar een gezond evenwicht.

## Economisch functioneren

In dit onderzoek is gekeken naar het economisch functioneren van de binnenstad van Groningen. Hierbij wordt gekeken naar de ontwikkeling van de detailhandel en de horeca, maar ook naar de ontwikkeling van bijvoorbeeld wonen en werken. Bovendien is aan meer dan 5.500 mensen in de binnenstad hun mening gevraagd over verschillende aspecten van het centrum, zoals de reden van bezoek, de uitgaven en waardering. Al deze onderwerpen komen aan de orde. Deze samenvatting beschrijft de belangrijkste uitkomsten en conclusies van het onderzoek. Voor gedetailleerde

achtergrondinformatie bij deze uitkomsten zijn uitgebreide deelrapporten beschikbaar.

## Leeswijzer

Hoofdstuk 1 start met een blik op de trends en ontwikkelingen op het gebied van horeca, retail en toerisme. Vervolgens geeft hoofdstuk 2 de belangrijkste resultaten uit de interviews met bezoekers in de binnenstad. In hoofdstuk 3 worden de functies van de stad beschreven. Tot slot geven we in hoofdstuk 4 een aantal conclusies over het hele rapport.



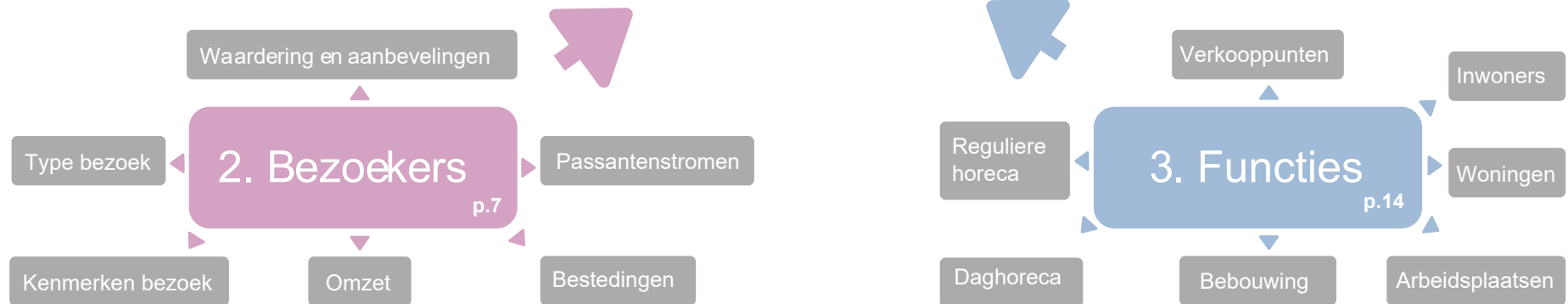
Wanneer je het document online of in PDF bekijkt kun je op het hoofdstuk naar keuze klikken om er direct heen te gaan. Wanneer je op het huisje klikt dat onder iedere pagina geplaatst is ga je weer terug naar het overzicht.

# Overzicht

## 1. Trends en ontwikkelingen p.4



## Binnenstad



## 4. Conclusies p.19



# 1. Algemene trends en ontwikkelingen

## Inleiding

Met welke ontwikkelingen heeft het centrum van Groningen te maken? Welke trends komen op de binnenstad van Groningen af? De eisen en wensen van consumenten veranderen razendsnel en ook de functies in de binnensteden moeten zich hier continue op aanpassen. Welke effecten heeft bijvoorbeeld het online winkelen op binnensteden? Past het winkelaanbod van de binnenstad nog bij de wensen van haar bezoekers? En welke rol heeft de binnenstad voor het wonen en werken? Om deze vragen beantwoord te krijgen is de eerste stap om de trends en ontwikkelingen op het gebied van horeca, retail en toerisme in beeld te brengen.

### Horeca

De horeca doet het de afgelopen jaren erg goed in Nederland. De branche groeit en dit resulteert in een tekort aan personeel. De sector maakt een verandering door en gaat mee met haar tijd. Aan het huidige aanbod worden innovatieve concepten zoals koffiebars, foodtrucks en slimme combinaties met retail toegevoegd. Consumenten zijn op zoek naar onderscheidende concepten, die duurzaam, prijsbewust en gemakkelijk zijn. Horeca zet ook flink in op klantbinding via social media.

## Trends en ontwikkelingen in de horeca

### Groei van de branche:



### Horeca waar de consument opzoek naar is:



### Klantbinding:



### Nieuwe ondernemers:



### Hotels



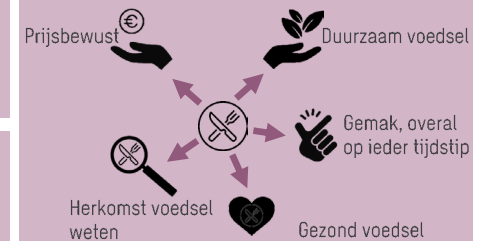
Meer aanbod en overnachtingen door binnenlandse en buitenlandse toeristen



Groningen: 300 adressen  
Amsterdam: 21.000 adressen

### Restaurants

#### De consument is/wil:



### Café's



Lokaal café als ontmoetingsplek is verleden tijd



Koffiebars



Foodtrucks etc.



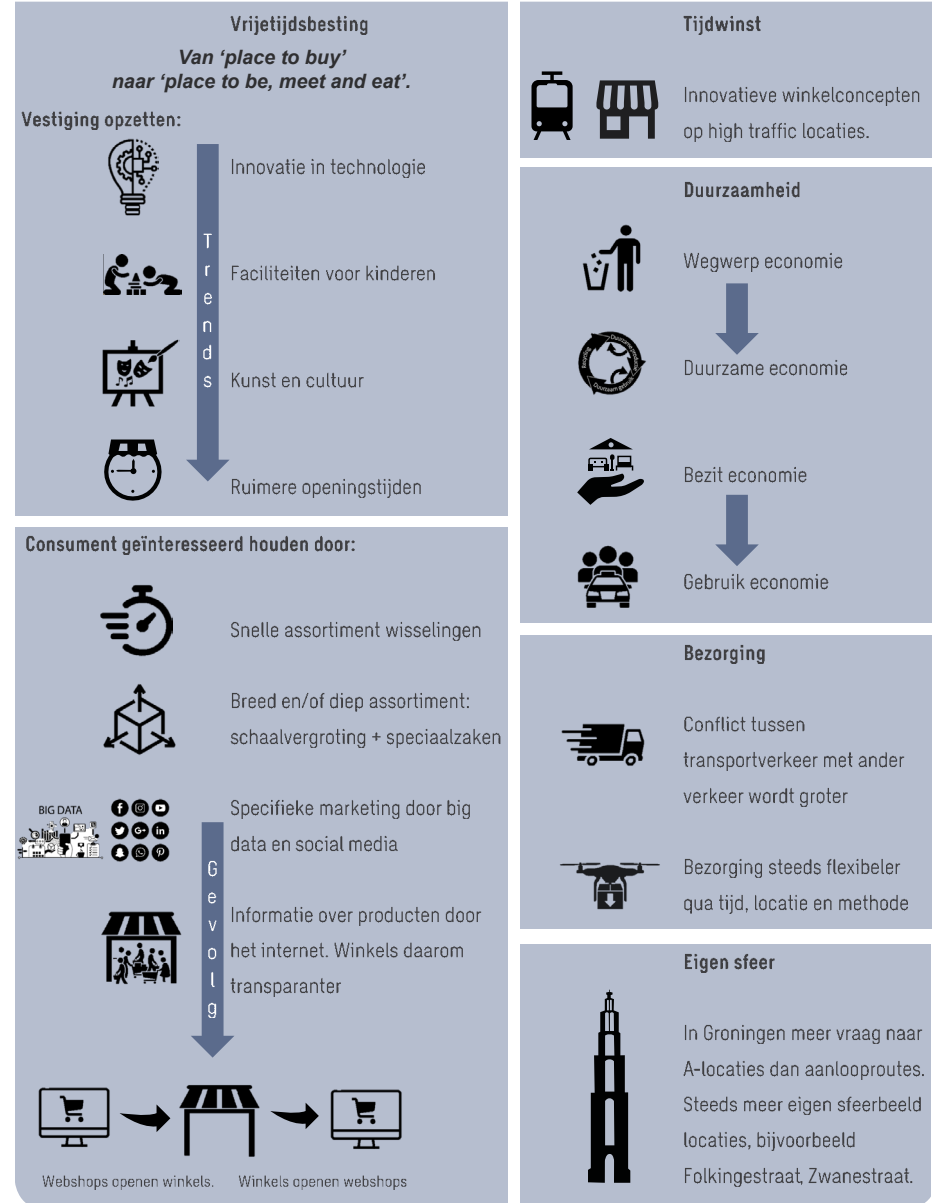
Winkels voegen eet- en drinkmogelijkheden toe.  
Moment, afzetmarkt en plek zijn belangrijk.



## Retail

In de retail is een aantal grote veranderingen zichtbaar. De sector verandert van een wegwerpeconomie naar een duurzame economie en van een economie gericht op bezit naar een economie gericht op gebruik. Winkels focussen aan de ene kant op snelheid en gemak. Consumenten bestellen steeds vaker online en laten hun producten bezorgen, zodat zij tijd over houden. Aan de andere kant specialiseren winkels zich op het kunnen aanbieden van een complete winkelervaring. Hierin worden slimme combinaties gevonden met technologie, kunst en horeca.

## Trends en ontwikkelingen in de retail



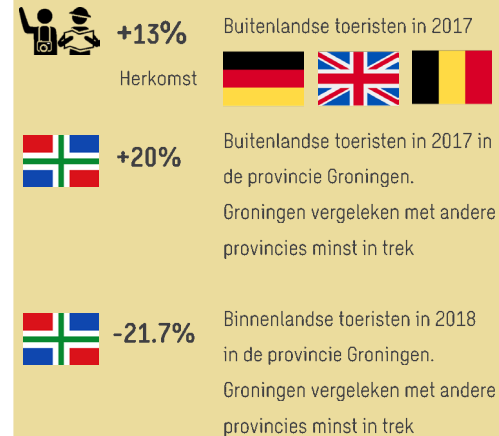
## Toerisme

Toerisme is nationaal gezien een sector in groei. Groningen profiteert hier echter het minste van van alle provincies. Er is ook positief nieuws. Hoewel er relatief minder toeristen komen, zijn de bestedingen van toeristen wel hoger dan in Nederland gemiddeld.

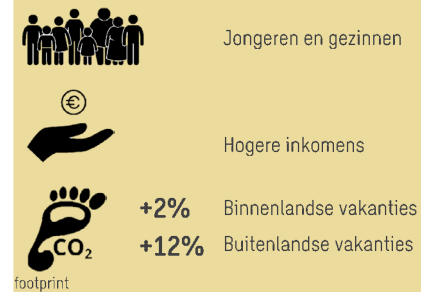
Door de groeiende welvaart gaan steeds meer Nederlanders naar het buitenland op vakantie. Dit betreft met name jongeren en gezinnen. Populaire plekken om te bezoeken moeten onderscheidend zijn. Vakantiegangers zijn op zoek naar persoonlijke ervaringen en nieuwe inzichten tegen een goede prijs. Reizen worden vaak via verschillende sites aangekocht voor de goedkoopste deals. De concurrentie tussen bestemmingen is groot.

## Trends en ontwikkelingen in het toerisme

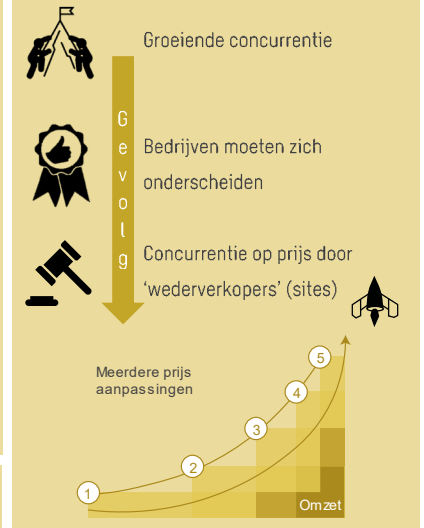
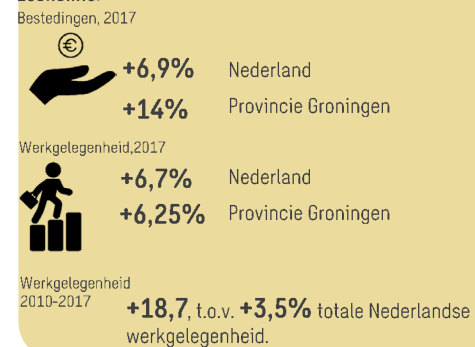
### Toename/afname toeristen:



### Vaker op vakantie:



### Economie:



## 2. Kenmerken bezoek(ers)

### Inleiding

In 2019 zijn er gedurende het hele jaar meer dan 5.500 enquêtes uitgevoerd in de binnenstad van Groningen. Er is in dit onderzoek voor het eerst een onderscheid gemaakt tussen vijf subdoelgroepen die de binnenstad bezoeken: dagrecreanten, verblijfstoeristen, binnenstadbewoners, werknemers en overige binnenstadbezoekers. De definities van de verschillende groepen zijn te vinden in de tabel hiernaast.

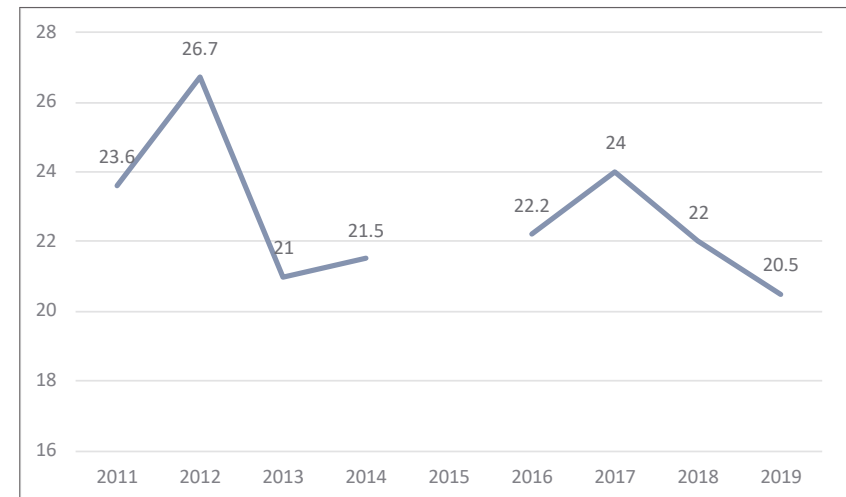
Tabel 1. Beschrijving subdoelgroepen in de binnenstad

Subdoelgroep	Beschrijving
Binnenstad-bewoner	lemand die in de binnenstad van Groningen woont.
Werknemer	lemand die werkt bij een bedrijf of instelling in de binnenstad.
Verblijfstoerist	lemand met een recreatief bezoekmotief die in de binnenstad overnacht.
Dagrecreant	lemand die voor een dagje uit naar Groningen komt en verder woont dan de gemeenten die om Groningen liggen.
Binnenstad-bezoeker	lemand die woont in de gemeente Groningen (maar niet in de binnenstad), of in de gemeenten die om Groningen heen liggen.

### Passantenstromen

In totaal hebben in 2019 tussen de 19,5 en 21,5 miljoen bezoekers de binnenstad bezocht. Dit aantal ligt iets lager dan in de berekeningen in voorgaande jaren. Hierbij moet opgemerkt worden dat in voorgaande jaren een andere methodiek is toegepast (op basis van wifi/bluetooth connecties). Deze methodiek is als gevolg van de aangescherpte privacywetgeving niet meer mogelijk. Over het jaar 2015 zijn geen gegevens beschikbaar.

Figuur 1. Bezoekers binnenstad in miljoenen



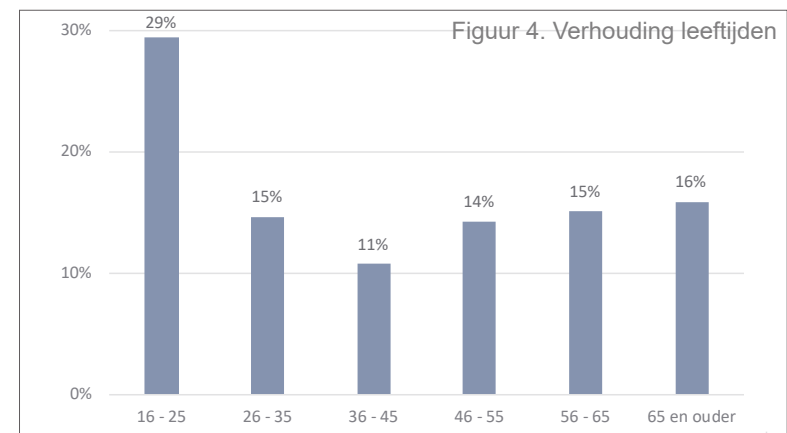
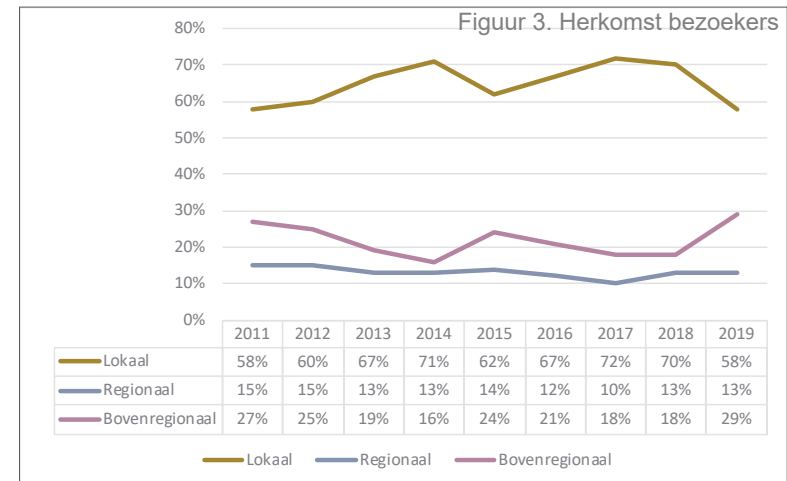
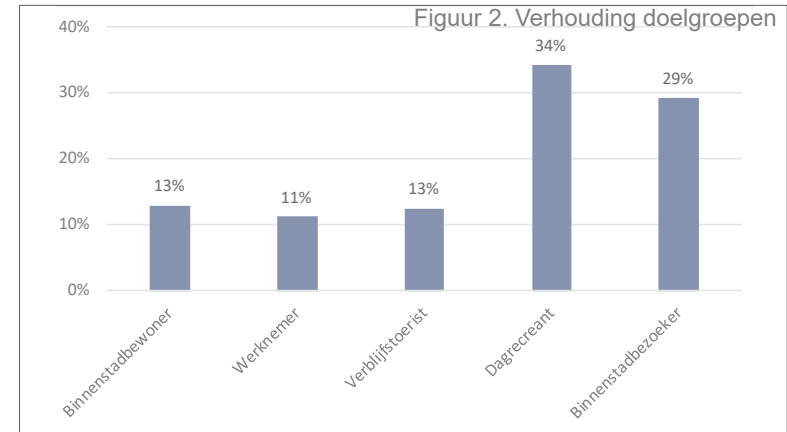
## Type bezoek

Dagrecreanten en binnenstadbezoekers vormen de grootste groep. Wat betreft de dagrecreanten komt ongeveer twee derde uit Nederland en een derde uit Duitsland.

Groningen heeft een grote aantrekkingskracht op zowel bezoekers van verder weg als op mensen uit het omliggende gebied. Ten opzichte van voorgaand onderzoek zien we een stijging van het aandeel bezoekers van verder weg en een daling van het aandeel lokale bezoekers (uit de stad zelf). Dit wordt mogelijk beïnvloed door een andere spreiding van enquêtedagen over het jaar ten opzichte van voorgaand onderzoek.

De grootste leeftijdscategorie in alle doelgroepen is de groep 16-25 jaar. Dit past in het imago van Groningen als jonge en dynamische (studenten)stad. Vooral onder inwoners van de binnenstad is het aandeel jongeren (tot 25 jaar) groot, veroorzaakt door het grote aantal studenten dat in de binnenstad woont.

Kijken we naar de samenstelling waarin men de stad bezoekt, dan zien we dat toeristisch-recreatieve bezoekers de binnenstad relatief vaak met hun partner en zonder kinderen bezoeken.





## Kenmerken bezoek

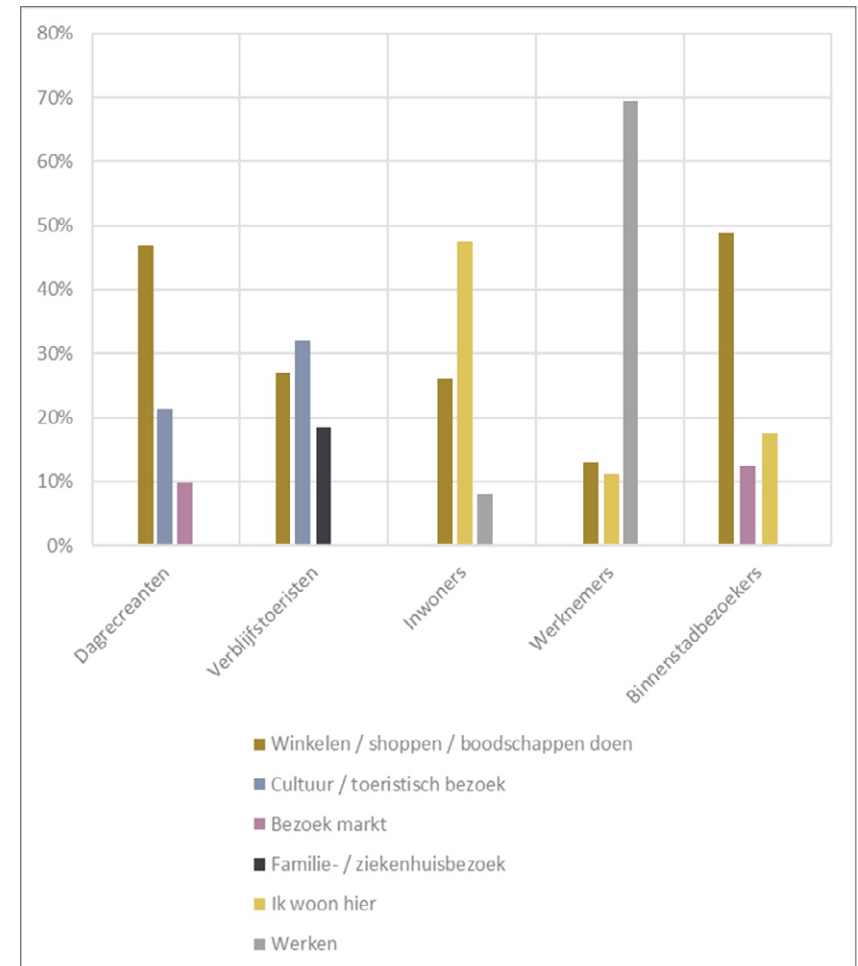
De belangrijkste activiteiten die in de Groninger binnenstad ondernomen worden zijn (recreatief) winkelen en boodschappen doen. Daarbij bezoeken alle doelgroepen ook veelvuldig de horeca. Een zesde van de dagrecreanten en verblijfstoeristen combineert een bezoek aan de binnenstad met een bezoek aan de provincie.

Veel bezoekers komen met de auto naar de binnenstad. Dit geldt niet alleen voor recreatieve bezoekers, maar ook voor werknemers. Verblijfstoeristen maken nauwelijks gebruik van een P+R. Het aandeel dat de fiets gebruikt lijkt gedaald. Dit wordt echter veroorzaakt door een groter aandeel dagrecreanten en verblijfstoeristen in de respons. Deze doelgroep maakt minder gebruik van de fiets. Voor binnenstadbezoekers en werknemers is de fiets wel de meest gebruikte modaliteit.

Verblijfstoeristen verblijven relatief vaker bij vrienden of familie dan blijkt uit voorgaand onderzoek. Men verblijft doorgaans langer in de stad bij familie/vrienden in vergelijking met bijvoorbeeld een verblijf in een hotel. Dit heeft dan ook effect op de gemiddelde verblijfsduur van verblijfstoeristen, die is gestegen naar 3,8 nachten (3,3 nachten in

2017). Toch overnachten de meeste verblijfstoeristen nog altijd in een hotel of pension. De tevredenheid over de accommodatie is met een ruime 8 goed.

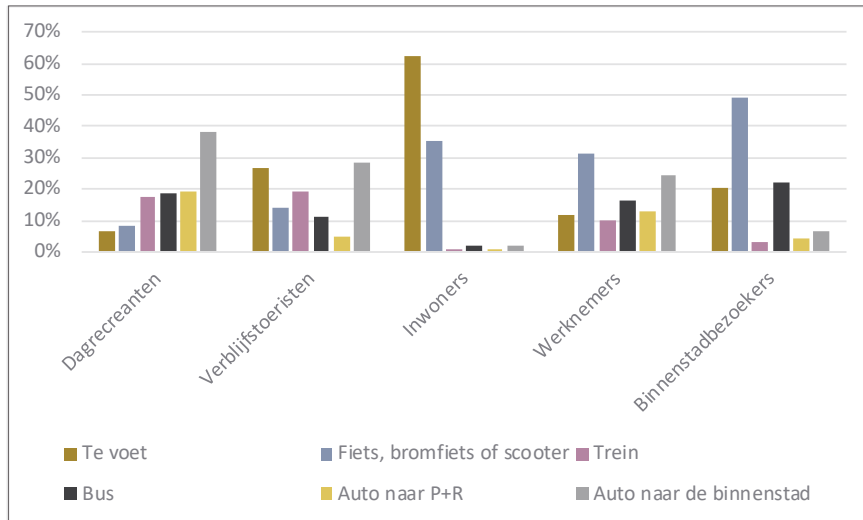
Figuur 5. Belangrijkste bezoeken



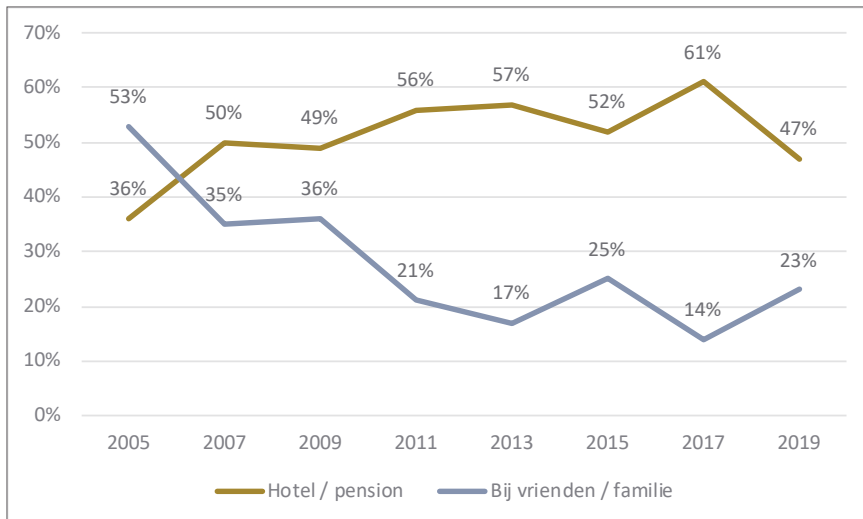
## Waardering en aanbevelingen

De binnenstad van Groningen wordt met een 8,0 goed gewaardeerd. Een hoge waardering krijgen met name aspecten die te maken hebben met sfeer en vermaak, zoals winkels. Een relatief lagere waardering is er voor het parkeren in de stad. De bereikbaarheid, de parkeermogelijkheden en de parkeertarieven behoren tot de laagst gewaardeerde onderdelen van de stad. Wat opvalt is dat de waardering voor alle aspecten is gestegen ten opzichte van voorgaande meting. In veel gevallen is de waardering zelfs nog niet eerder zo hoog geweest.

Figuur 6. Vervoerswijze



Figuur 7 Overnachtingslocatie verblijfsstoeristen



Een aantal ondervraagden geeft aan voorzieningen te missen in de binnenstad. Enerzijds worden de grotere ketens gemist, zoals V&D, Bijenkorf, Starbucks, Action en Lush. Aan de andere kant is er ook behoefte aan niche-formules of concepten, zoals vegetarische restaurants. Op het gebied van de openbare ruimte is er de wens naar meer capaciteit voor (fiets)parkeren en een aantrekkelijkere omgeving door meer groen en minder zwerfvuil.



Tabel 2. Waardering van aspecten

Waardering	2016	2017	2018	2019
Sfeer en gezelligheid	8	7,8	7,9	8,4
Service, gastvrijheid	7,5	7,4	7,4	8
Winkelaanbod	7,5	7,6	7,6	7,9
Winkelkwaliteit	7,5	7,4	7,5	7,8
Schoon en net	7,2	7,2	7,1	7,4
Stallingmogelijkheid	6,3	6,4	6,6	6,8
Bereikbaarheid (auto)	6,4	6,2	5,8	6,6
Parkeermogelijkheid	6,3	6,1	6	6,5
Parkeertarieven	5,1	5,1	5,2	5,4

### Missende concepten



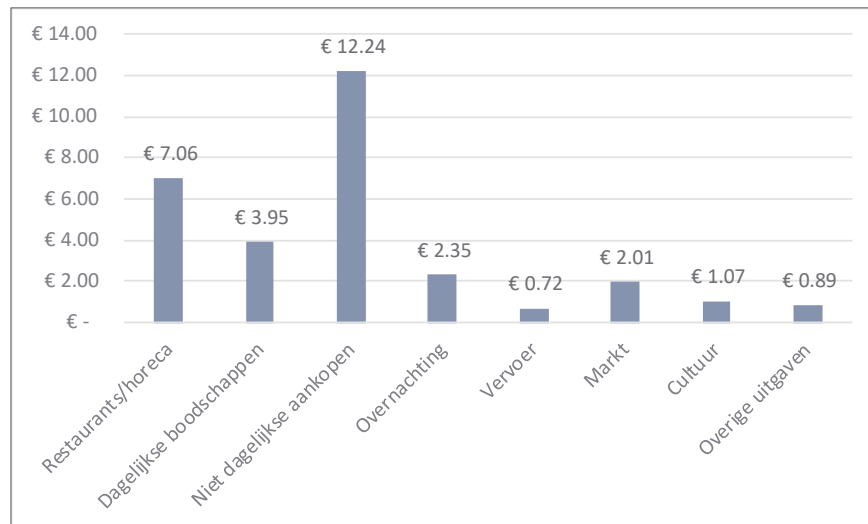
### Wat mist u verder nog?



## Bestedingen

Bezoekers aan de binnenstad geven gemiddeld € 30,28 per persoon per dag uit. Dit is een gewogen gemiddelde voor alle doelgroepen gezamenlijk. De grootste bestedingscategorieën zijn niet dagelijkse aankopen en restaurants en horeca.

Figuur 8. Bestedingscategorieën



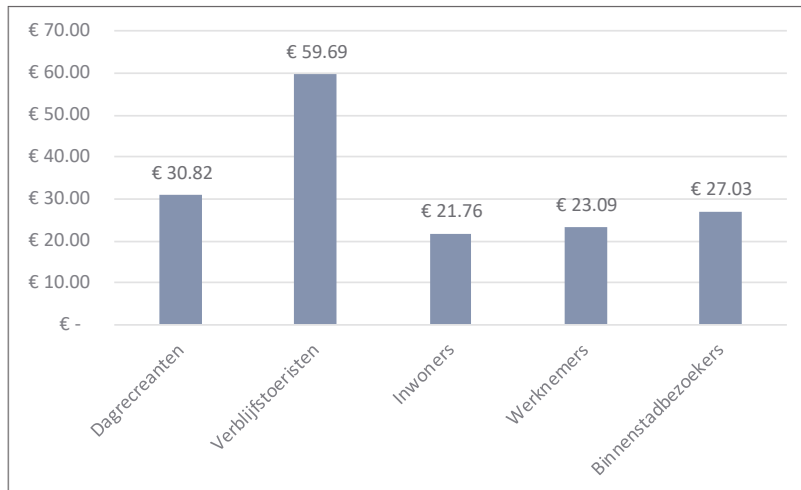
Verblijfstoeristen besteden het meeste tijdens hun bezoek aan Groningen. Dit is zelfs bijna twee keer zo veel als de doelgroep dagrecreanten. Dit wordt veroorzaakt door de extra bestedingen aan overnachting. Inwoners en werknemers besteden het minste van alle doelgroepen, maar nog steeds meer dan € 20,- per persoon.

De bestedingen van verblijfstoeristen laten sinds 2015 een dalende trend zien. Ten opzichte van 2017 zijn de gemiddelde bestedingen in 2019 met ongeveer € 8,- gedaald. Deze daling wordt voor een groot deel veroorzaakt door een daling van de gemiddelde bestedingen aan overnachting. Hieraan ten grondslag is het grotere aandeel verblijfstoeristen dat bij familie/vrienden overnacht en het kleinere aandeel dat overnacht in een hotel/pension. Ook de gemiddelde besteding in de horeca is lager dan in 2017. Wel zien we een gemiddeld hogere besteding in winkels in de binnenstad.



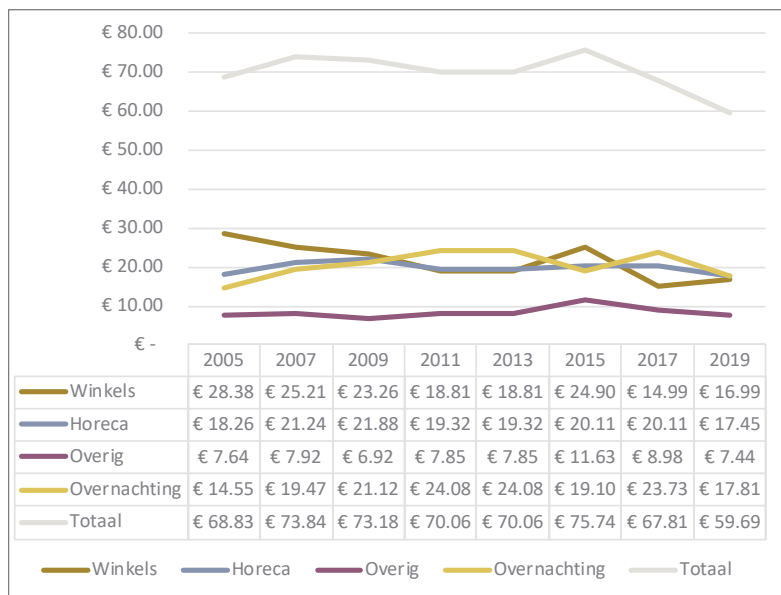
## Omzet

Figuur 9. Bestedingen doelgroepen

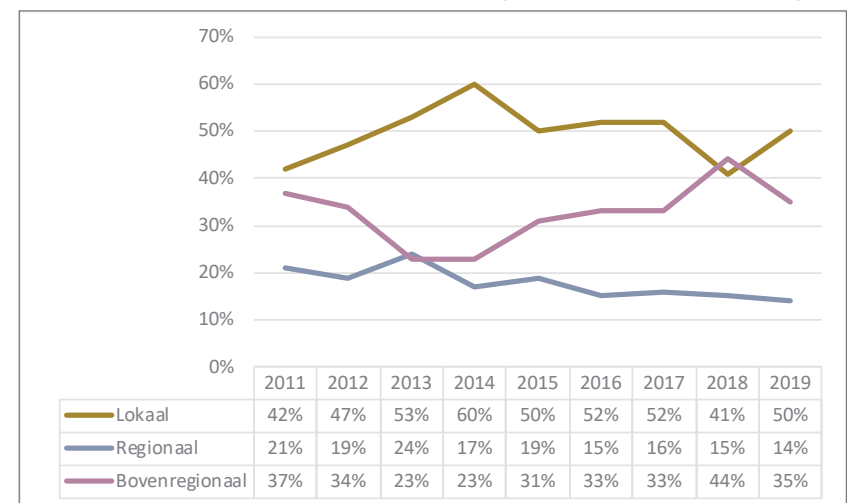


Kijken we naar de Nederlandse herkomst van bestedingen, dan zien we dat het aandeel van bestedingen van mensen met een lokale herkomst (Groningen stad) is toegenomen ten opzichte van 2018 en weer richting het niveau is gestegen van de jaren ervoor. Het aandeel van bezoekers met regionale herkomst is gelijk gebleven. De bestedingen van de bezoekers met bovenregionale herkomst is gedaald ten opzichte van 2018. De verhoudingen zijn in 2019 vergelijkbaar met de resultaten van 2016 en 2017.

Figuur 10. Bestedingen verblijfstoeristen



Figuur 11. Herkomst bestedingen



### 3. Functies

#### Inleiding

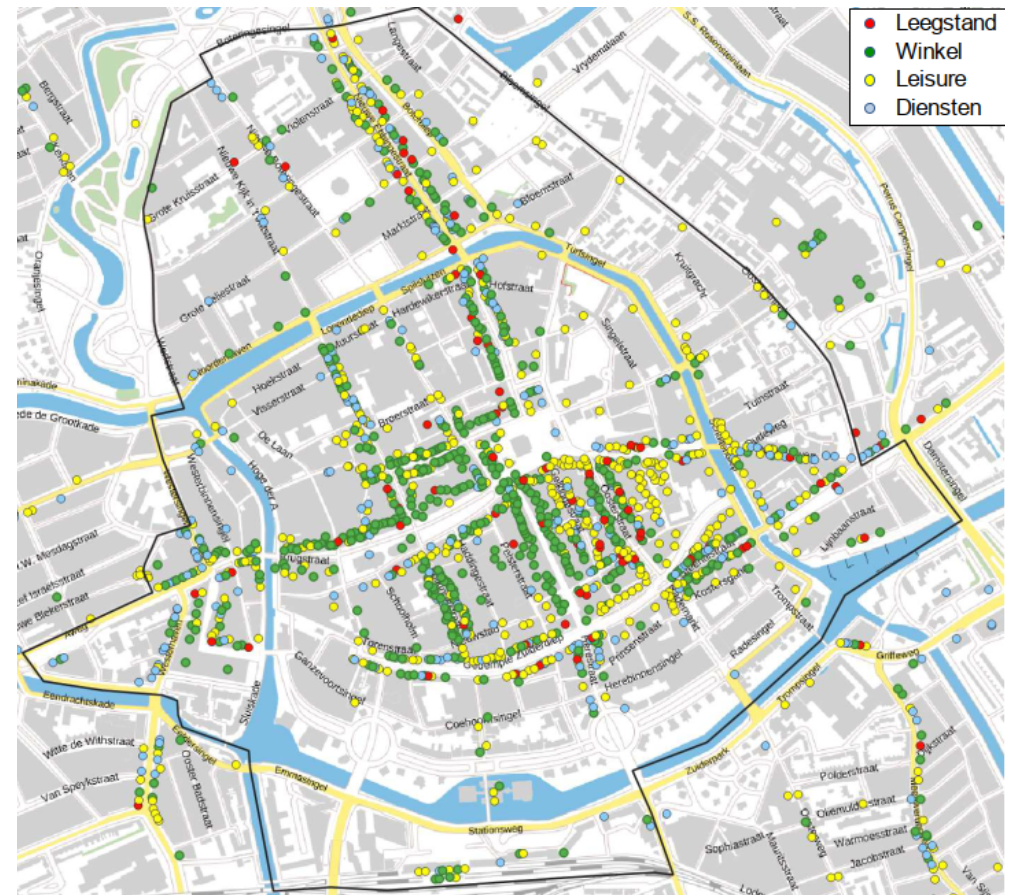
De binnenstad wordt mede gevormd door de functies die de stad aanbiedt. We zoomen hier in op hoe deze economische functies in de binnenstad zich hebben ontwikkeld. Hierbij wordt de vergelijking gemaakt met 'Overig Groningen'. Dit is de huidige gemeente Groningen, maar dan zonder de binnenstad.

#### Verkooppunten

In nevenstaande afbeelding wordt weergegeven waar concentraties van bepaalde verkooppunten zich bevinden. We onderscheiden hierin leegstand, winkels, leisure en diensten. Bij winkels gaat het om fysieke verkooppunten van goederen. Onder 'leisure' vallen vrijetijdsactiviteiten. Dat zijn bijvoorbeeld cafés, restaurants, Lunchrooms en fastfood restaurants, maar ook fitnesscentra. Bij diensten bedoelen we verkooppunten met directe persoonlijke contacten met consumenten, maar niet om de verkoop van op het verkooppunt opgeslagen goederen. Hierbij kun je denken aan kappers, schoonheidsspecialisten, reparatiebedrijven/ambachtelijke bedrijven, bankfilialen, makelaarskantoren en uitzendbureaus. Wat betreft winkels zien we een concentratie in de Herestraat en aan de Vismarkt. De meeste locaties die leisure aanbieden zijn te

vinden aan de Grote Markt en de Peperstraat en omgeving. Verkooppunten die diensten aanbieden zijn redelijk verspreid over de binnenstad en niet duidelijk geclusterd.

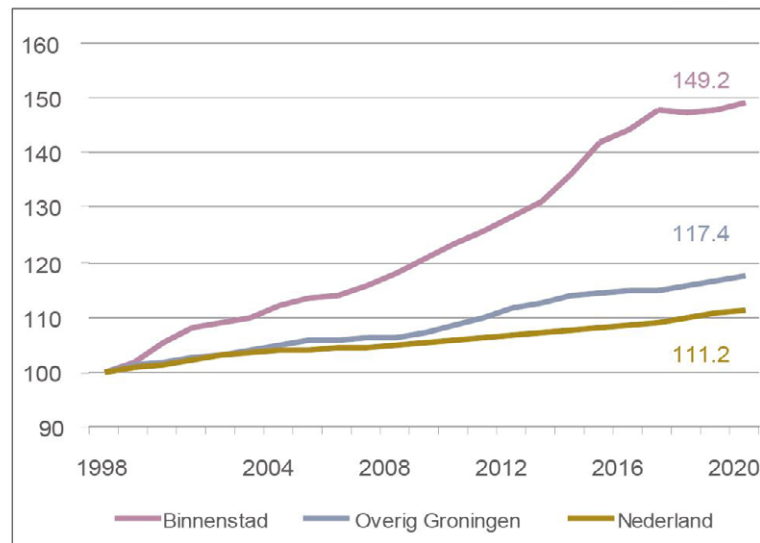
Figuur 12. Locatie verkooppunten



## Inwoners

Het aantal inwoners in de binnenstad is in de periode 1998-2020 met 49% toegenomen. Er wonen nu bijna 23 duizend mensen. In Overig Groningen bedroeg de groei ruim 17% (in de totale gemeente 20%) en nationaal 11%.

Figuur 13. Aantal inwoners (1998=1)

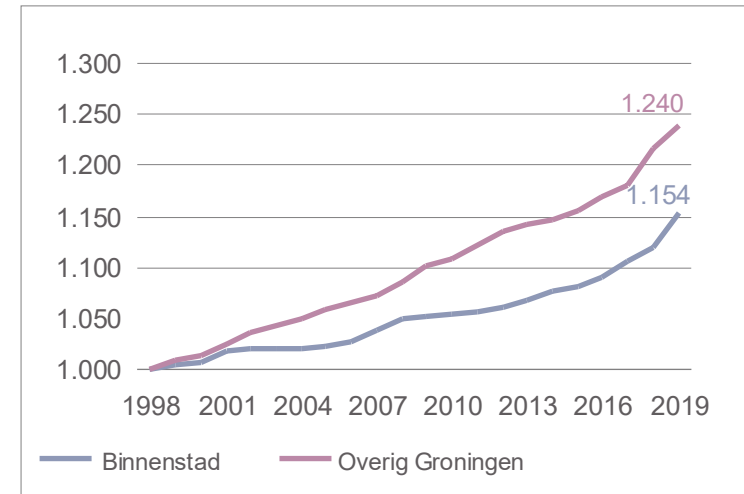


## Woningen en vloeroppervlak

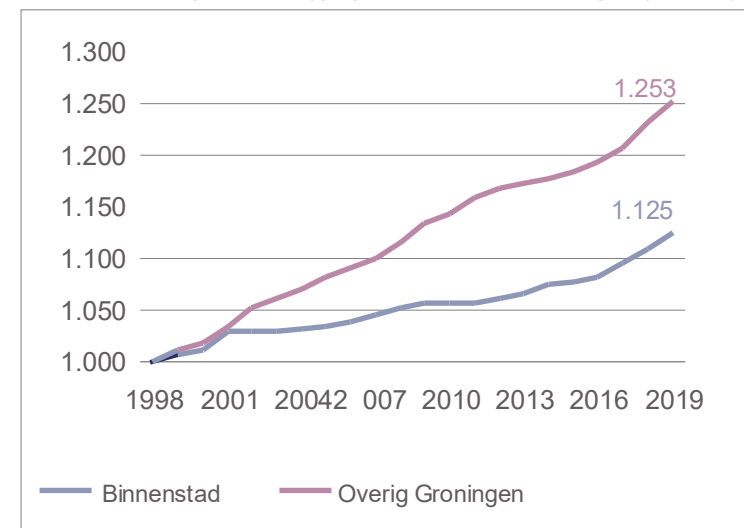
Het aantal woningen is in de Binnenstad minder sterk gegroeid dan in Overig Groningen. Dat geldt ook voor het vloeroppervlak. Opvallend is dat het aantal inwoners juist duidelijk sterker is gegroeid in de Binnenstad dan in Overig Groningen. Een mogelijke verklaring is dat een steeds groter deel van de woningen gebruikt is gaan worden

voor kamerverhuur aan studenten, waardoor het aantal inwoners per woning is toegenomen.

Figuur 14. Stijging aantal woningen (1998=1)



Figuur 15. Stijging vloeroppervlak woningen (1998=1)

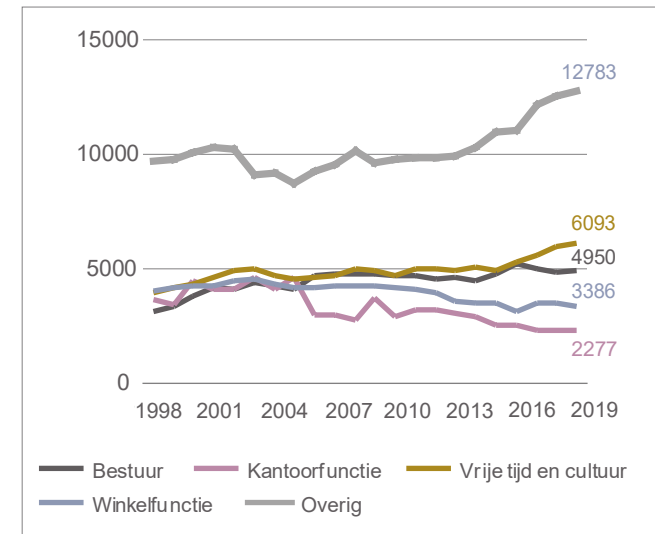


## Arbeitsplaatsen

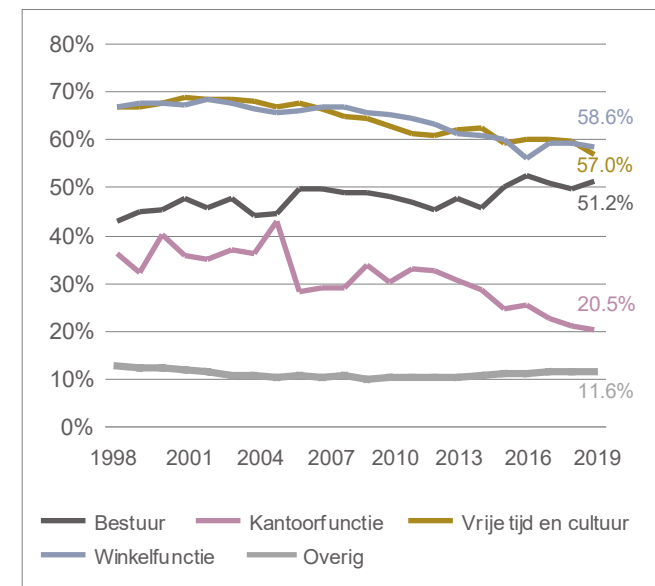
Het aantal arbeidsplaatsen in de Binnenstad is van 1998 tot 2019 met circa 20% toegenomen. Het aantal arbeidsplaatsen in Overig Groningen is echter nog sterker gegroeid. Het aandeel arbeidsplaatsen van de binnenstad op het totaal is ongeveer 20%.

Er zijn vier specifieke, brede 'binnenstadsectoren' afgebakend: bestuur, kantoor, vrije tijd en cultuur en winkels. Er is ook een categorie voor overige functies. In absolute zin levert de 'overige bedrijvigheid' de meeste arbeidsplaatsen in de Binnenstad. Het aandeel van de Binnenstad in de totale gemeentelijke werkgelegenheid is voor de 'overige bedrijvigheid' echter duidelijk lager dan voor de vier 'binnenstadsectoren'. De werkgelegenheid groeit in de sectoren vrije tijd en cultuur; en bestuur. De werkgelegenheid daalt daarentegen met betrekking tot de kantoorfunctie en de winkelfunctie. Alleen de bestuursfunctie in de binnenstad wint aan werkgelegenheid in verhouding tot de groei in de gemeente.

Figuur 16. Het totaal aantal arbeidsplaatsen



Figuur 17. Aandeel arbeidsplaatsen van de binnenstad in de gemeente





## Bebouwing

Het vloeroppervlak van verblijfsobjecten ligt in de Binnenstad in 2019 16% hoger dan in 1998. De kantoorfunctie en de winkelfunctie leveren het grootste deel van de vierkante meters vloeroppervlak (anders dan wonen) in de Binnenstad, op ruime afstand gevolgd door de bijeenkomstfunctie en de onderwijsfunctie. De logiesfunctie (voornamelijk hotels) en de industriefunctie leveren nog enige bijdrage aan het vloeroppervlak niet-wonen, maar de gezondheidszorgfunctie en de sportfunctie nauwelijks. De laatste jaren is het aandeel van de bijeenkomstfunctie en de logiesfunctie wat toegenomen.

Figuur 18. Stijging vloeroppervlak verblijfsobjecten

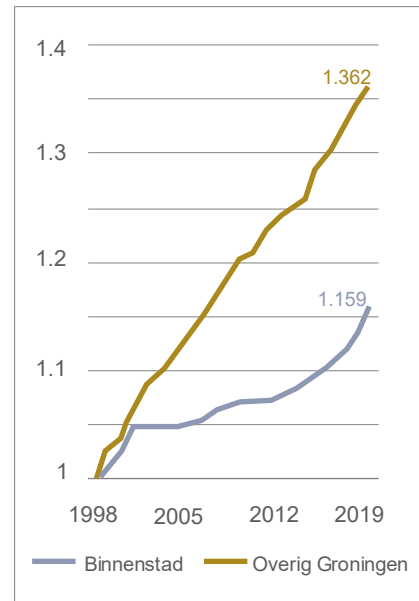


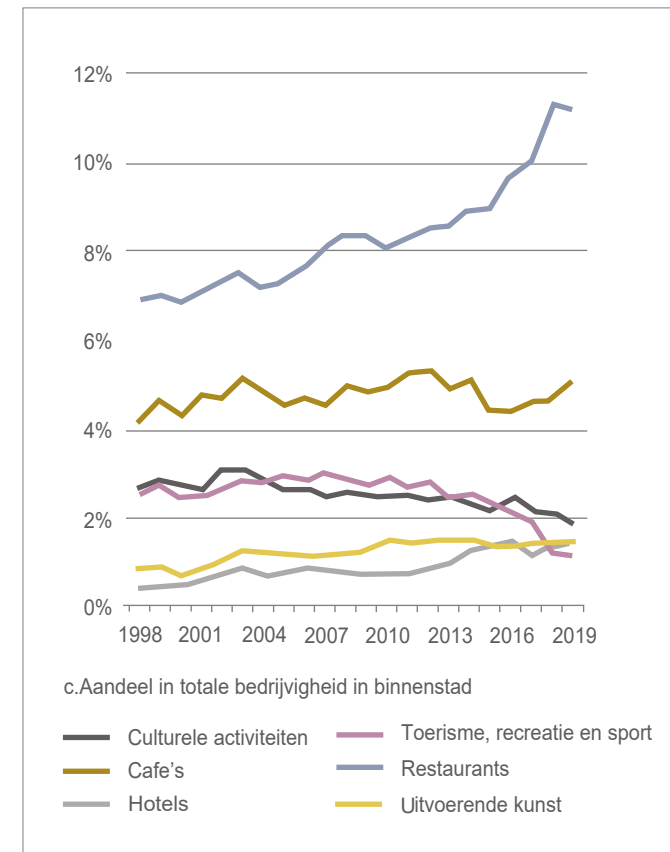
Table 3. Aandeel vloeroppervlak naar functie

Functie	2019
Bijeenkomst	15.4%
Logies	6.1%
Winkel	25.7%
Kantoor	30.3%
Onderwijs	14.9%
Zorg	1.6%
Sport	0.7%
Industrie	5.4%

## Reguliere horeca

Restaurants, hotels, culturele activiteiten en vooral cafés hebben een bovengemiddelde oriëntatie op de binnenstad. Hotels en restaurants zijn een duidelijke groeimarkt. Samen levert de horeca (hotels, restaurants en cafés) bijna 18% van de werkgelegenheid in de Binnenstad.

Figuur 19. Aandeel totale bedrijvigheid in binnenstad(1998=1)



c.Aandeel in totale bedrijvigheid in binnenstad

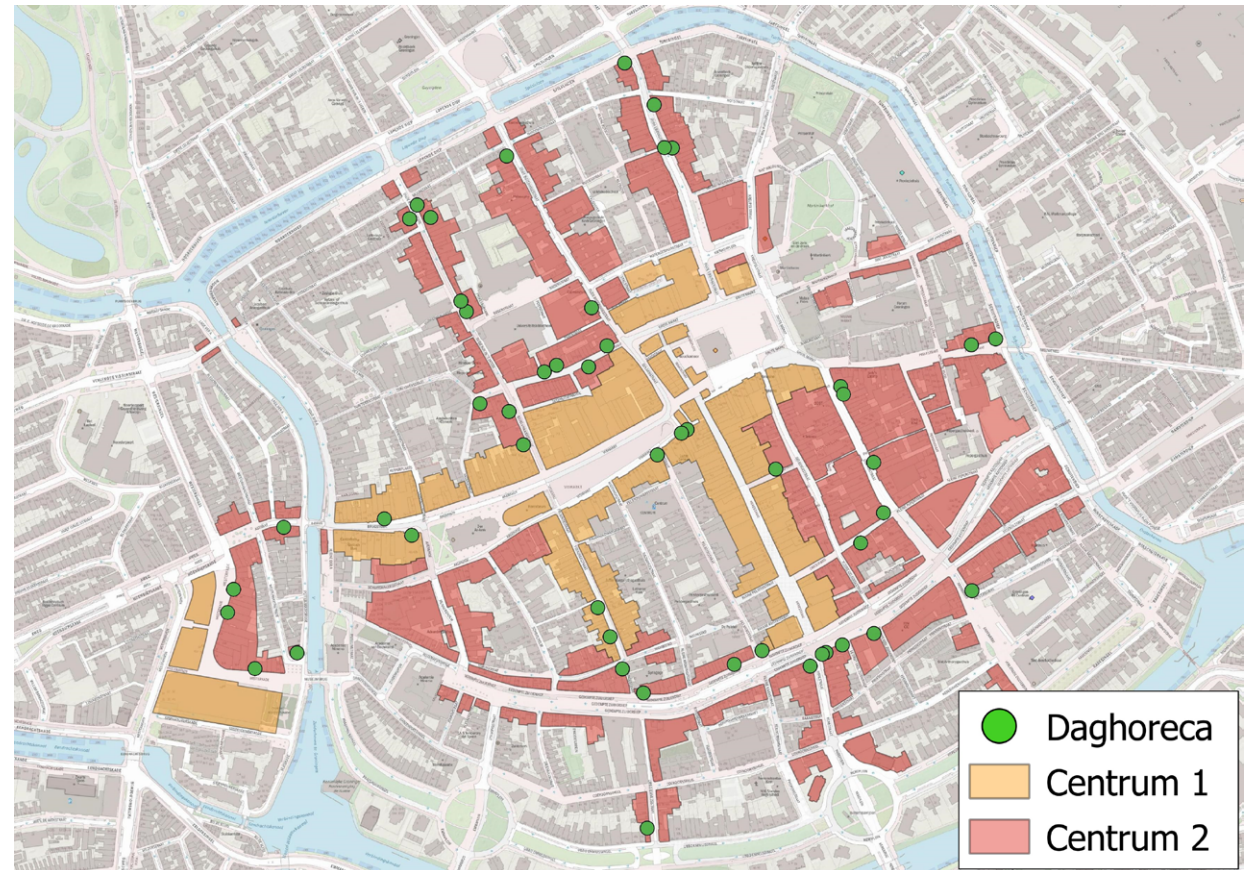
- Culturele activiteiten
- Cafés
- Hotels
- Toerisme, recreatie en sport
- Restaurants
- Uitvoerende kunst



## Daghoreca

Onder daghoreca worden horecabedrijven verstaan die ondersteunend zijn aan detailhandel. Zij zijn in hoofdzaak gericht op het verstrekken van kleinere maaltijden, geringe eetwaren en zwak-, en niet-alcoholische dranken, en zij mogen alleen open zijn gedurende de openingstijden, die volgens de winkeltijdenwet zijn toegestaan. Dit betekent dat daghoreca minimaal vier dagen per week ten minste vanaf 11.00 uur 's ochtends geopend is. Daarmee verschilt daghoreca van reguliere horeca. Daghoreca komt veel voor in Groningen. Er zijn inmiddels 49 daghoreca locaties in de binnenstad, en de verwachting is dat dit aantal zal groeien.

Figuur 20. Locaties daghoreca



## Conclusies

- Groningen is de grootste stad van het noorden en heeft een belangrijke economische functie voor de regio. En binnen de stad heeft ook de binnenstad een enorme aantrekkingskracht op mensen die er willen wonen, die er hun werk hebben of die er om recreatieve doeleinden op bezoek zijn. Bezoekers komen vanuit alle delen van het land en het buitenland op Groningen af. Ieder met zijn of haar eigen motief, voor iedereen heeft de binnenstad van Groningen een andere waarde en een andere beleving. Groningen trekt ook veel buitenlandse bezoekers. Met name Duitse toeristen en dagrecreanten weten Groningen goed te vinden.
- Wel zien we een afname in het totaal aantal bezoekers van zo'n 22 miljoen in 2018 naar 20,5 miljoen in 2019. Wat betreft binnenlands toerisme en toerisme uit de overige landen kan Groningen nog flink groeien. Groningen ontvangt namelijk de minste toeristen van alle provincies in Nederland.
- Bezoekers komen naar Groningen omdat zij de sfeer en gezelligheid van de stad waarderen. Op plek twee staat service en gastvrijheid. Dit sluit goed aan op de trend die we zien dat consumenten meer op zoek zijn naar hoogwaardige beleving tijdens hun bezoek. Deze trend zal doorzetten, waarmee Groningen zich dus ook in de toekomst goed kan blijven profileren op dit sterke punt.
- Het valt op dat horeca geen hoofdreden is voor bezoekers om de stad te bezoeken. Dit neemt niet weg dat horeca een essentiële functie heeft in de verhoging van de belevingswaarde van de binnenstad. Veel bezoekers combineren hun bezoek aan winkels in de binnenstad met een bezoek aan de horeca en de waardering voor het aanbod van horeca is groot (8,3). Ook vormt horeca de op één-na-grootste bestedingscategorie onder de bezoekers. Horeca heeft een duidelijke cluster in de binnenstad en draagt aanzienlijk bij aan de werkgelegenheid. In Groningen ontstaan steeds meer innovatieve concepten waarbij horeca op een slimme manier gecombineerd wordt met retail.
- De gemiddelde uitgaven per persoon liggen rond de 30 euro per dag en zijn in lijn met het niveau van voorgaande jaren.



Deze uitgaven worden voornamelijk besteed aan overnachting en niet-dagelijkse aankopen. De uitgaven van verblijfstoeristen zijn gedaald als gevolg van lagere gemiddelde bestedingen aan overnachtingen. Toeristen gaan bewuster op reis en verblijven bijvoorbeeld steeds vaker bij vrienden of familie. De meeste verblijfstoeristen overnachten overigens nog steeds in een hotel of pension in de stad.

- De binnenstad biedt bijna 20% van het totaal aantal arbeidsplaatsen aan. In de sectoren bestuur, vrije tijd en cultuur en retail is dit zelfs meer dan 50%. Het aantal arbeidsplaatsen in winkels daalt echter al jaren. Dit sluit aan op de trend dat internetwinkelen belangrijker aan het worden is.
- Het aantal woningen is gegroeid, maar het aantal inwoners is nog sneller gegroeid. Dit duidt op meer bewoners per huishouden. Dit kan verklaart worden door een toename van het aantal studenten in de periode 1998-2019. Naast wonen is het grootste gedeelte van het vloeroppervlak bestemd voor

kantoren en winkels.

- Al met al wordt Groningen goed gewaardeerd door haar bezoekers. Waarderingen zijn in veel gevallen nog niet eerder zo hoog geweest. Groningen ontvangt hoge waarderingen voor sfeer en gezelligheid, en voor service en gastvrijheid. De lagere waarderingen zijn gerelateerd aan autobereikbaarheid. Dit is inherent aan de krappe ruimte in een grotere binnenstad als Groningen.



## COLOFON

**TITEL:** Economisch binnenstedelijk onderzoek Groningen 2019

**PROJECTNUMMER:** 364633

**DATUM:** 10-04-2020

**OPGESTELD DOOR:** Tim Verver, Daniël Peereboom, Peter Louter  
en Pim van Eikeren

**E-MAIL ADRES:** [tim.verver@sweco.nl](mailto:tim.verver@sweco.nl), [peter@bureaulouter.nl](mailto:peter@bureaulouter.nl)

**CONTACT:**

**SWECO NEDERLAND B.V.**

Rozenburglaan 11

9727 DL Groningen

Postbus 7057

9701 JB Groningen

[www.sweco.nl](http://www.sweco.nl)

**Bureau Louter**

Rotterdamseweg 183c

2629 HD Delft

Telefoon: 015-2682556

[www.bureaulouter.nl](http://www.bureaulouter.nl)





Folkingsstraat III - Stella Dekker Fotografie