

Effectanalyse ontwikkeling Grote Markt (oostzijde)

Ruimtelijk-economische impact voor de stad Groningen

Opdrachtgever: Gemeente Groningen

ECORYS
Michel Briene
Marieke Janzen
Tis Kolen
Manfred Wienhoven

Rotterdam, 06 april 2005

ECORYS
Postbus 4175
3006 AD Rotterdam
Watermanweg 44
3067 GG Rotterdam

T 010 453 88 00
F 010 453 07 68
E netherlands@ecorys.com
W www.ecorys.nl
K.v.K. nr. 24316726

Inhoudsopgave

Voorwoord	5
Samenvatting	6
1 Inleiding	15
1.1 Achtergrond	15
1.2 Doel	16
1.3 Uitgangspunten en inkadering	16
1.4 Leeswijzer	17
2 De stad Groningen en haar binnenstad in economisch perspectief	18
2.1 Inleiding	18
2.2 Autonome ontwikkelingen in de stad Groningen	18
2.3 De binnenstad	21
2.4 Conclusies	22
3 Ontwikkeling Grote Markt nader bezien	23
3.1 Inleiding	23
3.2 Planbeschrijving	23
3.3 Doelgroepen en bereik	27
3.4 Relatie met andere plannen in Groningen	29
3.5 Gesprekken met de gebruikers, de Kamer van Koophandel en de Groninger City Club	33
3.6 Referentiebeelden	33
3.7 Conclusies	35
4 Ruimtelijk-functionele effecten	37
4.1 Inleiding	37
4.2 Ontwikkelingstrajecten oostzijde van de stad Groningen	37
4.3 Ruimtelijke en functionele opbouw centrumgebied in een nieuw perspectief	40
4.4 Commerciële invulling Oostkant Grote Markt	46
4.5 Conclusies	46
5 Economische effecten	46
5.1 Inleiding	46
5.2 Tijdelijke effecten gedurende de realisatiefase	46
5.3 Structurele effecten na opening HIGG	46

5.4	Effectanalyse ontwikkelingen Oude Boteringestraat	46
5.5	Overige uitstralingseffecten	46
5.6	Conclusies	46
	Bijlagen	46

Voorwoord

De Gemeente Groningen heeft plannen voor een herontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt. Het project betreft de ontwikkeling van een mix van culturele en commerciële functies. Trekker van het project is een nieuw cultureel centrum: Het Huis van Informatie en Geschiedenis Groningen (HIGG). Met de realisatie van het project ontstaat een belangrijke en aansprekende concentratie van hoogwaardige culturele en aanverwante voorzieningen.

De discussies over de plannen laaien momenteel fel op en hebben er toe geleid dat nog voor de zomer van 2005 een referendum wordt gehouden over de wenselijkheid van de beoogde ontwikkeling. Om het referendum te voeden en bij te dragen aan een afgewogen besluitvorming heeft de gemeente behoefte aan inzicht in de ruimtelijk-economische effecten van de beoogde ontwikkelingen op de binnenstad. ECORYS is gevraagd om deze effecten in beeld te brengen. In dit rapport worden de resultaten van de studie gepresenteerd.

De onderzoeksactiviteiten binnen ECORYS zijn uitgevoerd in de periode februari-maart 2005 door Michel Briene (projectleiding), Tis Kolen, Marieke Janzen en Manfred Wienhoven. Het onderzoek is uitgevoerd onder toezicht van een begeleidingscommissie bestaande uit:

- *Dhr. J. Cats, (Gemeente Groningen, Dienst Ruimtelijke Ordening en Economische Zaken);*
- *dhr. B. Popken (Gemeente Groningen, Dienst Ruimtelijke Ordening en Economische Zake) en*
- *dhr. F.H. van der Veer (Gemeente Groningen, Dienst Ruimtelijke Ordening en Economische Zaken).*

We danken de leden van de commissie voor hun adviezen bij de uitvoering van het onderzoek. De eindverantwoordelijkheid voor dit rapport berust volledig bij ECORYS.

Naast de leden van de begeleidingsgroep willen wij voor hun bijdrage aan het onderzoek ook een woord van dank uitspreken naar de heer van Twist van het Groninger Museum, de heer Pronk van Biblionet Groningen, de heer Venema van de Groninger City Club en de heren Hakvoort en Broersma van de Kamer van Koophandel Groningen.

Samenvatting

1. Aanleiding en doel

Plannen voor ontwikkeling oostzijde Grote Markt

De Gemeente Groningen heeft plannen voor de herontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt. Bedoeling is hier, met het oog op een aantrekkelijke dynamische Grote Markt en een echt, goed functionerend stadshart, een mix van culturele en commerciële functies te realiseren. Om dit te bereiken vindt een aantal ruimtelijke ingrepen aan de oostzijde van de Grote Markt en het gebied daarachter plaats. Deze ruimtelijke ingrepen zijn noodzakelijk om op de locatie waar thans de Naberparkeergarage gelegen is een nieuw cultureel centrum te realiseren dat als publiekstrekker voor dit gebied gaat functioneren: het Huis van Informatie en Geschiedenis Groningen (HIGG).

Inzicht in effecten wenselijk

De discussies over het al of niet realiseren van dit nieuwe culturele hart van de binnenstad van Groningen laaien momenteel fel op en hebben er toe geleid dat nog voor de zomer van 2005 een referendum wordt gehouden over de wenselijkheid van de beoogde ontwikkeling. Om het referendum te voeden en bij te dragen aan een afgewogen besluitvorming is inzicht nodig in de ruimtelijk functionele effecten en economische meerwaarde voor de stad Groningen. In voorliggende rapportage worden deze effecten gepresenteerd.

2. Toelichting plannen

De plannen

Het HIGG is een gezamenlijk initiatief van de Openbare Bibliotheek Groningen, het Groninger Museum en het Noordelijk Scheepvaartmuseum. De ontwikkeling voorziet aan de oostzijde van de Grote Markt in een gebouw van in totaal circa 18.000 m² en circa 80.000 m³, waarin naast het Centrum van Geschiedenis en de Openbare Bibliotheek als hoofdbewoners van het pand ook een tentoonstellingsruimte, een filmhuis en een congreszaal komen. In het HIGG participeren ook de Rijksuniversiteit en de Hanzehogeschool. Daarnaast zullen ook nog enkele andere ruimtelijke ingrepen aan de Grote Markt plaats vinden, zoals het herstel van de oorspronkelijke rooilijn, de realisatie van een ondergrondse parkeergarage, het realiseren van nieuwbouw (met onder andere horeca, detailhandel en wonen) en het creëren van een omsloten plein aan de achterzijde van de nieuwe bebouwing.

Een vernieuwend concept...

De samenwerking van de genoemde partijen betreft niet alleen een ruimtelijke samenwerkingsvorm (alles onder een dak), maar ook - en vooral - een functionele samenwerking die uniek is in zijn soort: uniek zowel in de regio als in geheel Nederland. Deze unieke vorm van samenwerken leidt tot een integratie van de collecties van de bibliotheek en musea, waarbij op thema informatie wordt aangeboden in de vorm van boeken, tijdschriften, kranten, digitale bronnen en dergelijke (de domeinen) en het gezamenlijk organiseren van activiteiten in daarvoor geschikte ruimten, als een tentoonstellingszaal, een congreszaal en een filmzaal (de programmering).

...dat inspeelt op de tijdgeest

Maar daarnaast stelt het HIGG ook de bibliotheek in staat om op een moderne wijze te kunnen voorzien in de informatiebehoefte van haar klanten. Een informatiebehoefte die door allerlei technologische ontwikkelingen er in de toekomst geheel anders zal uitzien dan thans het geval is. En het Groninger Museum krijgt door de realisatie van het HIGG ruimschoots de mogelijkheid om delen van haar bezit – die nu vanwege ruimtegebrek nog niet toegankelijk zijn voor het publiek - aan het publiek te presenteren.

Financiële aspecten

Belangrijke kosten voor de realisatie van de voorzieningen zijn onder andere de bouwkosten en de kosten voor aankoop en sloop van de benodigde opstallen in het gebied. Voor de financiering is het van belang dat de geplande commerciële voorzieningen en de parkeervoorzieningen een positieve bijdrage leveren aan de gemeentelijke grondexploitatie. De exploitatie van het HIGG is op uit zichzelf echter niet rendabel. Er zijn weliswaar inkomsten (o.a. uit sponsoring, horecavoorzieningen, entreegelden en de exploitatie van de congres- en vergaderfaciliteiten), maar deze zijn onvoldoende om de benodigde investeringen af te dekken. Het te verwachte tekort bedraagt circa €40 miljoen, waarvan €31,25 miljoen door de gemeente wordt gedekt. Voor het resterende tekort moet aanvullende dekking worden gezocht in de vorm van subsidies. Een tekort voor dit type voorzieningen is overigens niets bijzonders. Culturele voorzieningen in Nederland zijn doorgaans niet volledig exploitabel via de markt en worden meestal voor een deel gefinancierd uit publieke middelen.

3. Ruimtelijk-functionele effecten

Ontwikkeling Grote Markt zorgt voor nieuwe impuls

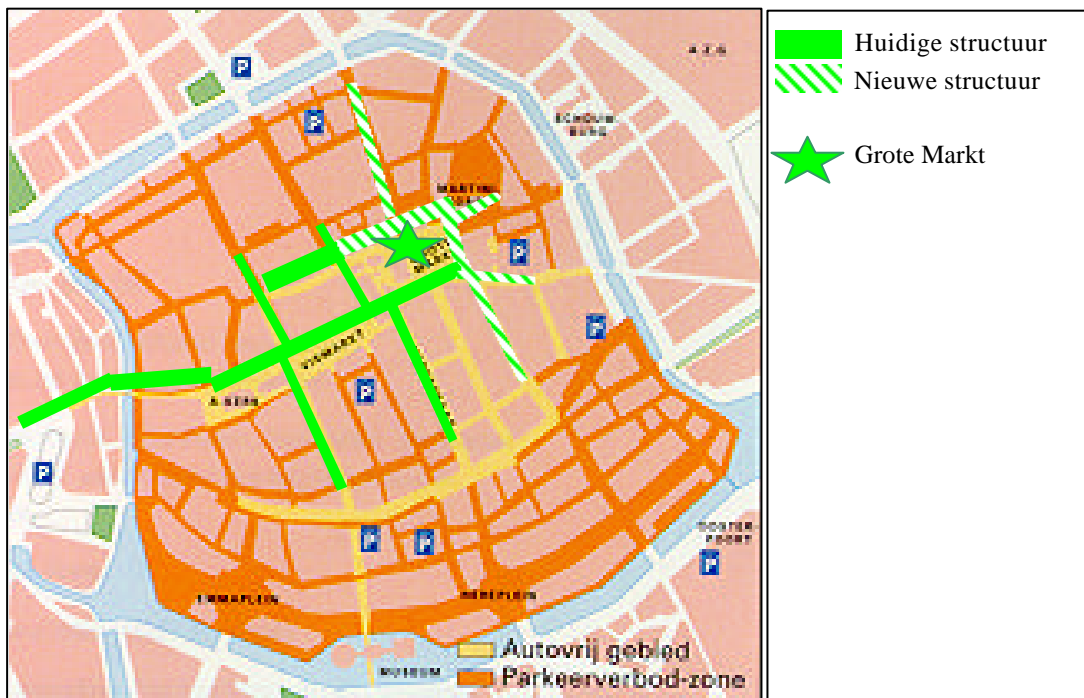
De afgelopen 10 jaar is het bezoekersaantal in de binnenstad met gemiddeld 1 miljoen bezoekers per jaar toegenomen. Van 20 à 25 miljoen eind jaren 90 tot circa 30 miljoen in de afgelopen jaren. De drijvende kracht achter deze ontwikkeling is een aantal grote projecten waaronder met name de realisatie van Westerhaven, het Waagstraatcomplex en het Groninger Museum. Om deze groei te kunnen continueren heeft de binnenstad nieuwe impulsen nodig. De ontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt past hierin. Gemiddeld geeft de binnenstadbezoeker €22 uit. Belangrijk is dat bezoekers van buitenaf dit gemiddelde op peil houden. Zonder nieuwe impulsen, die nieuwe bezoekers trekken, zal dit gemiddelde zakken met een navenant effect op de omzet in de binnenstad.

Ontwikkeling oostzijde Grote Markt zorgt voor nieuw evenwicht

Het centrumgebied van Groningen heeft door de realisatie van Westerhaven, het Waagstraatcomplex en het Groninger Museum een aantal ontwikkelingen gekend die zeer succesvol zijn geweest voor de beleving van de stad Groningen. Deze ontwikkelingen hebben – in ruimtelijk opzicht – ook hun keerzijde: de Grote Markt heeft haar historische en centrale functie als het ‘echte hart’ van de binnenstad enigszins verloren en de nadruk is verschoven in westelijke en zuidelijke richting. Hierdoor is de binnenstad enigszins uit haar evenwicht geraakt.

Vanuit die context bezien passen de plannen voor de oostzijde van de Grote Markt goed in het geformuleerde beleid en de daarbij behorende ambitie. Immers na de realisatie van Westerhaven, het Waagcomplex en het Groninger museum vormt de herontwikkeling van de oostkant van de Grote Markt een nieuwe impuls om de functie van het Groninger centrumgebied te versterken en nieuwe bezoekers te trekken. De voorgenomen plannen geven voorts een nieuwe impuls aan een verdere ontwikkeling van de oostzijde van de binnenstad en leiden er bovendien toe dat de Grote Markt haar centrale rol als ‘het echte stadshart’ weer terug krijgt. Zij gaat in toenemende mate fungeren als de spil van de binnenstad van waaruit de verschillende deelgebieden van het centrum bereikbaar zijn. Onderstaand kaartbeeld 1 illustreert dit en laat tevens zien dat ook de noordzijde van de Grote Markt door de realisatie van het HIGG een nieuwe impuls kan krijgen.

Kaart 1 Huidige en toekomstige structuur Binnenstad Groningen



Plannen voor oostzijde Grote Markt sluiten aan bij keten van ontwikkelingen

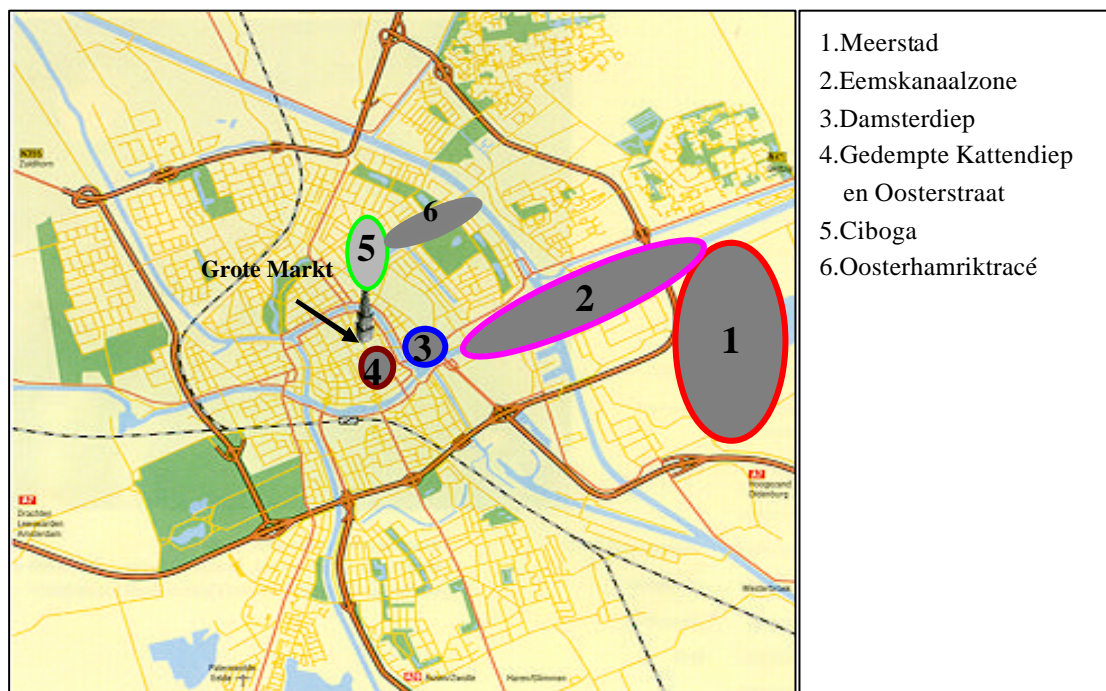
De impuls wordt verder nog versterkt door een reeks van ontwikkelingen aan de oostkant van de stad Groningen, waardoor dit deel van centrumgebied nieuw leven wordt ingeblazen (zie kaartbeeld 2). Relevant zijn de ontwikkeling van Meerstad, Eemskanaalzone, de parkeergarage Damsterdiep, Ciboga, Oosterhamriktracé en de extra

bezoekers die IKEA zal gaan trekken na de geplande uitbreiding en de bezoekers van het te realiseren Chinese warenhuis aan de Oosterstraat / Gedempte Kattendiep. Met de aanpak van de oostzijde van de Grote Markt wordt op deze ontwikkelingen ingespeeld en ervoor gezorgd dat de entree van de binnenstad aan de oostzijde aantrekkelijker wordt. De drempel om de binnenstad ook daadwerkelijk te bezoeken wordt hierdoor verlaagd, hetgeen tot uitdrukking komt in een toename van het bezoek. Globale ramingen gaan uit van een toename van het bezoekersaantal van circa 10% als gevolg van deze ontwikkelingen (inclusief HIGG).

Plannen bieden mogelijkheden voor versterking identiteit omliggende gebied

De nieuwe impulsen aan de oostkant van de Grote Markt betekenen tevens dat de oostkant van het Groningse centrumgebied veel meer een eigen identiteit krijgt. Cultuur en uitgaan vormen de belangrijkste identiteitsdragers voor dit gebied. Dit betekent tevens dat de functies die aan de oostwand van de Grote Markt gerealiseerd zullen gaan worden, gelieerd dienen te zijn aan deze identiteit. Op deze manier kunnen de functies elkaar versterken. Hierbij wordt met name gedacht aan een winkelvoorziening (bijvoorbeeld op het gebied van multimedia) die kan fungeren als extra trekker voor het gebied. Hierdoor geeft het plan invulling aan het versterken van de culturele infrastructuur in de culturele hoofdstad Groningen en daarmee aan de versterking van de concurrentiepositie van de binnenstad.

Kaart 2 Ligging van de ontwikkelingslocaties



4. Economische impact

Met de ontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt ontstaat een nieuw perspectief voor dit deel van de binnenstad. Er worden nieuwe bezoekerstromen gegenereerd die ook

uitstralen op de levendigheid in dit deel van de binnenstad. Dit verbeterd perspectief kan ook in economische zin worden geduid. Belangrijk daarbij is het onderscheid tussen tijdelijke effecten die samenhangen met de bouw van de plannen en structurele effecten op het moment dat de geplande voorzieningen in gebruik worden genomen.

Tijdelijke effecten gedurende realisatiefase: ca 510 tot 950 arbeidsjaren

Gedurende de realisatiefase van de plannen aan de oostzijde van de Grote Markt ontstaat tijdelijke werkgelegenheid bij met name de bouwnijverheid en allerlei aanverwante sectoren. Op basis van de verwachte stichtingskosten wordt het tijdelijke effect geschat op ca. 510 arbeidsjaren, oplopend tot ongeveer 950 als tevens rekening wordt gehouden met de effecten bij allerlei toeleverende bedrijven.

De mate waarin de stad Groningen hiervan profiteert hangt overigens sterk af van de mate waarin het lokale bedrijfsleven wordt ingeschakeld bij de realisatie van het project. Gelet op het brede aanbod van bedrijven in Groningen mag er echter van worden uitgegaan dat een fors deel van deze effecten lokaal zullen neerslaan. Via nieuwe uitgelokte investeringen aan bijvoorbeeld de noordzijde van de Grote Markt, kan de tijdelijke impuls overigens (op termijn) nog verder toenemen. Voorzichtigheidshalve is dit effect echter niet nader gekwantificeerd.

Structurele toename bezoek binnenstad: 350.000 tot 725.000 extra bezoeken

De structurele bijdrage van de plannen aan de economische ontwikkeling van de binnenstad wordt allereerst zichtbaar via de extra bezoeken aan de binnenstad. Dit extra bezoek is ingeschat op 350.000 tot 725.000 extra bezoeken per jaar (tabel 1). Een deel van dit bezoek houdt rechtstreeks verband met de geplande voorzieningen zelf, maar daarnaast dient vanwege de verhoogde levendigheid en aantrekkelijkheid ook rekening te worden gehouden met een uitstraling naar de binnenstad zonder dat de geplande voorzieningen zoals het HIGG ook daadwerkelijk worden bezocht.

De gehanteerde bandbreedte houdt met name verband met de mate waarin de ontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt kan dienen als katalysator voor de aanpak van de noordzijde. In de ambitievariant van het groeimodel wordt hiervan uitgegaan. Van invloed is tevens de mate waarin het geplande Centrum van Geschiedenis en de Filmzaal met een aantrekkelijke programmering kan inspelen op de beoogde doelgroep. In het basismodel is uitgegaan van een voorzichtige inschatting, maar in het groeimodel (zowel in de gematigde als in de ambitievariant) kan het aantal bezoeken bij een aantrekkelijke programmering en juiste marketing- en promotie inspanningen verder oplopen.

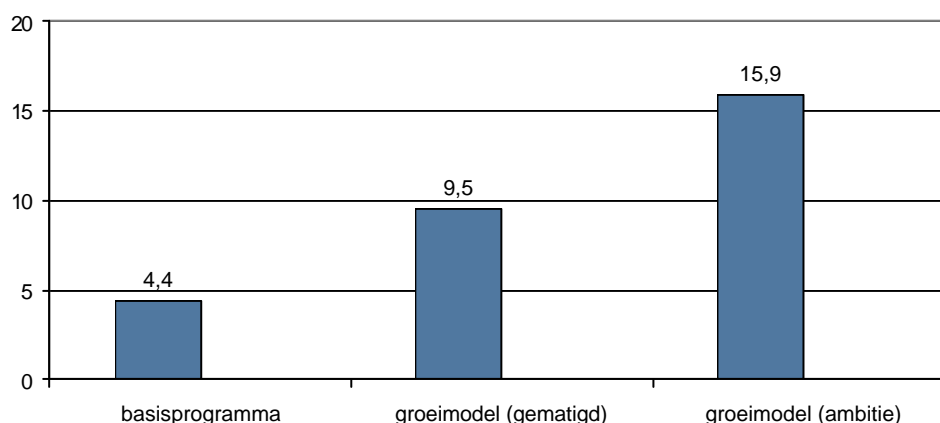
Tabel 1 Toename aantal bezoeken binnenstad na openstelling voorzieningen aan oostzijde Grote Markt

	Huidige bezoek	Toename bezoek		
		Basis programma	Groeimodel	
			Gematigd	Ambitie
1 Bibliotheek	750.000	+100.000	+100.000	+100.000
2 Centrum van Geschiedenis/ programmering	-	+150.000	+250.000	+250.000
3 Filmzaal	100.000	+75.000	+100.000	+100.000
4 Congressfaciliteit voor grootschalige bijeenkomsten	-	+25.000	+25.000	+25.000
5 Overig binnenstad	29,15 miljoen	-	+150.000	+250.000
Totaal	30 miljoen	+350.000	+625.000	+725.000

Jaarlijks terugkerende bestedingen 4,4 tot 15,9 miljoen euro

Op basis van de geraamde extra bezoeken als gevolg van de herontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt is vervolgens een doorvertaling gemaakt naar de bestedingsimpuls voor de binnenstad. Daarbij is per onderscheiden categorie gekeken naar het huidige bestedingspatroon en is vervolgens een doorvertaling gemaakt naar de voorliggende plannen. Uit de Detailhandelsmonitor 2003 blijkt bijvoorbeeld dat 11% van de bibliotheekbezoekers in Groningen tevens een aankoop verricht in winkels of andere gelegenheden in de buurt. Diegenen die iets uitgeven, besteden gemiddeld €39,-. Voor gebruikers van de congressfaciliteiten zal het bestedingbedrag per bezoeker overigens aanzienlijk hoger liggen en zullen ook de verblijfsaccommodaties profiteren. Het gemiddelde bestedingsbedrag voor alle bezoekers aan de binnenstad ligt op €22. Uitgaande van onder andere de genoemde bedragen komt de totale jaarlijkse bestedingsimpuls, afhankelijk van het gekozen scenario uit op een bedrag tussen de €4,4 en €15,9 miljoen per jaar. In de eerste jaren na opening van de voorzieningen kan de impuls hoger liggen, maar na verloop van tijd zijn uiteraard nieuwe inspanningen nodig om het bezoek op peil te houden. Een herontwikkeling van de noordzijde van de Grote Markt kan hierin voorzien.

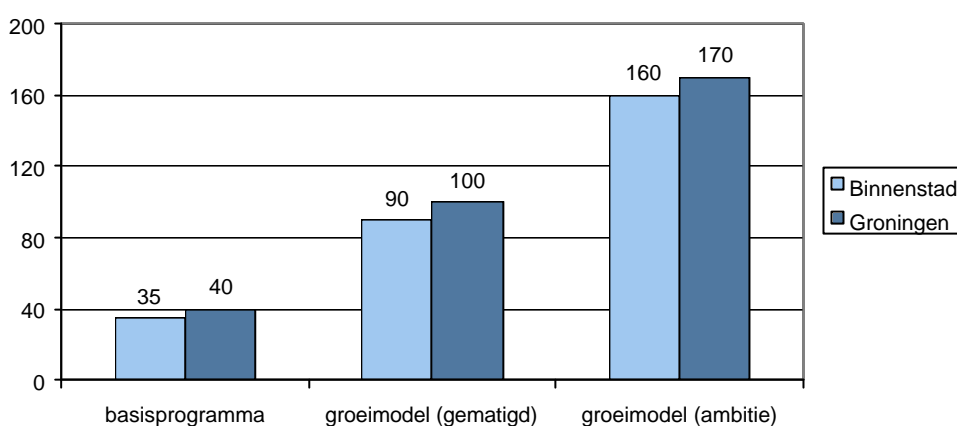
Figuur 1 Structurele bestedings impuls binnenstad per jaar na opening HIGG (in € miljoen)



Structurele werkgelegenheidseffecten

Maatgevend voor het effect in termen van werkgelegenheid zijn de verwachte bezoekersaantallen en hun bestedingen. Als hiermee rekening wordt gehouden komt het totale additionele werkgelegenheidseffect voor de binnenstad uit op circa 35 tot 160 arbeidsjaren. Voor Groningen als geheel is dit aantal iets hoger vanwege de effecten bij toeleverende bedrijven. Omdat met name in de horeca en de detailhandel relatief veel in deeltijd wordt gewerkt zal het werkgelegenheidseffect in werkzame personen hoger uitkomen.

Figuur 2 Structurele effecten na opening HIGG voor binnenstad en Groningen als geheel (arbeidsjaren)



Effecten ontwikkelingsperspectieven Oude Boteringestraat

In deze effecten is overigens nog geen rekening gehouden met de transformatie van de vrijkomende ruimte aan de Oude Boteringestraat. De Rijksuniversiteit heeft aangegeven belangstelling te hebben voor (her)huisvesting van haar activiteiten. Gedacht kan worden aan een kantoorachtige invulling, de uitbreiding van de UB of een (gedeeltelijk) verplaatsing van een faculteit. Afhankelijk van de uiteindelijke invulling zijn hiermee nog eens 20 tot 145 arbeidsjaren gemoeid. Deze zijn extra voor de binnenstad indien ervan uitgegaan wordt dat geen geschikte alternatieven aanwezig zijn, maar voor de stad als geheel gaat het met name om verplaatsing van activiteiten. Belangrijk is ook dat met een invulling van de Oude Boteringestraat met universitaire functies de Universiteit verankerd blijft in de binnenstad.

Overige uitstralingseffecten

Tenslotte dient nog een aantal andere (uitstralings)effecten te worden benoemd, die van belang zijn voor een goede en afgewogen beeldvorming over de genomen plannen. Deze effecten zijn echter minder eenvoudig te kwantificeren en moeilijk onder een noemer te brengen en om die reden alleen in kwalitatieve zin aangeduid. Relevant zijn:

- **Bijdrage aan culturele identiteit en diversiteit van Groningen**

De geplande voorzieningen in het project zijn deels cultureel van aard (denk aan de bibliotheekfunctie, de museale onderdelen en de activiteiten gericht op informatievoorziening). Alhoewel dergelijke voorzieningen ook in economisch opzicht belangrijk zijn (dit aspect is al bij de directe effecten meegenomen), dragen ze

ook bij aan de culturele identiteit en diversiteit van het gebied. Dit effect dient op zichzelf te worden gewaardeerd, maar is moeilijk in geld uit te drukken.

- **Creatieve industrie als nieuwe pijler van de stad**
Versterking van de culturele identiteit en diversiteit van de stad leidt ook tot een bredere economische basis van de stad. Daarmee wordt tevens een bijdrage geleverd als onderlegger voor de verdere ontwikkeling van de creatieve industrie als nieuwe economische pijler voor de stad. Juist van dit type activiteiten wordt verwacht dat een belangrijke spin-off kan uitgaan naar andere economische sectoren waarop een stad zich steeds meer kan onderscheiden van andere steden.
- **Katalysator voor (andere) investeringen in onroerend goed**
Realisatie van het project zal voor bepaalde typen activiteiten leiden tot een impulswerking voor vastgoedontwikkelingen en –investeringen in de directe omgeving. Het gebied wordt aantrekkelijker waardoor de waarde van onroerend goed stijgt, leegstand wordt teruggedrongen en mogelijkheden ontstaan voor aanvullende planontwikkeling. Ontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt kan in die zin ook een belangrijke impuls geven voor de verdere ontwikkeling van het omliggende gebied en de revitalisering van de noordwand.
- **Bijdrage aan een vitaal Groningen**
Via aanvullende bestedingen van bezoekers van de voorzieningen en de gebruikers van de voorziening (in bijvoorbeeld de horeca, detailhandel en andere voorzieningen in het omliggende gebied) en vanwege effecten bij toeleverende bedrijven in de directe omgeving, draagt het project ook bij aan een aantrekkelijke en levendige binnenstad. Vanwege de voorgenomen investeringen worden activiteiten mogelijk die anders wellicht geen bestaansrecht zouden hebben. Weliswaar komen deze effecten al voor een belangrijk deel tot uitdrukking in een toename van de bestedingen, maar via een verbreding van het aanbod in de binnenstad wordt tevens een bijdrage geleverd aan de versterking van het vestigingsklimaat.
- **Versterking toeristisch-recreatief potentieel van de regio**
Gebruikers van de nieuw te realiseren voorzieningen zullen niet alleen zorgen voor een extra bestedingsimpuls ter plaatse (dit is al meegenomen in de eerdere berekenen), maar ook voor een extra bestedingsimpuls in het omliggende gebied. Dit geeft een impuls aan het lokale voorzieningenniveau en zorgt voor extra omzet in de lokale detailhandel en horeca. Uitvoering van de projecten leidt tevens tot een verhoogde aantrekkelijkheid van de regio in totaliteit. Dit leidt tot extra bezoekers en derhalve tot extra omzet voor het bedrijfsleven in de regio.

5. Tenslotte

In het voorafgaande zijn de ruimtelijke functionele en economische effecten van de ontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt zichtbaar gemaakt. De analyse maakt duidelijk dat uitvoering van de plannen niet alleen zorgt voor een nieuwe impuls voor de oostzijde van de binnenstad, maar tevens een belangrijke bijdrage levert aan het herstel van de Grote Markt als “het echte stadshart”. Hierdoor wordt het evenwicht in de binnenstad hersteld. Ook in economische termen levert het project een structurele bijdrage aan de binnenstad. De bestedingsimpuls is substantieel terwijl er ook de nodige banen bijkomen. Realisatie van het project levert bovendien een bijdrage aan de versterking van het culturele klimaat en identiteit en daarmee indirect ook aan het

vestigingsklimaat. Vanwege de toenemende mate van vrijheid bij bedrijven in de vestigingsplaatskeuze kan een stad zich juist op deze aspecten steeds meer profileren.

Tenslotte moet worden benadrukt dat de plannen niet los kunnen worden gezien van de autonome ontwikkeling van Groningen. Ook in het verleden is immers geïnvesteerd in de binnenstad en is de centrumpositie van Groningen versterkt. Om hiermee rekening te houden zijn de effecten van het project afgezet tegen een situatie waarin het project niet wordt gerealiseerd. Denkbaar is dat in dat geval de noodzakelijk geachte levendigheid en betekenis van de oostzijde van de Grote Markt en het omliggende gebied veel minder tot ontwikkeling komt (met onder andere alsmat voortdurende en steeds sterker wordende negatieve gevolgen voor het aldaar gevestigde bedrijfsleven) en plannen die kunnen aanhaken op de gebiedsontwikkeling (denk ook aan de noordzijde van de Grote Markt) niet van de grond komen. Stilstand is wat dit betreft achteruitgang.

1 Inleiding

1.1 Achtergrond

De gemeente Groningen is reeds geruime tijd bezig met de planvoorbereiding voor de oostzijde van de Grote Markt. De gemeente wil hier een mix van culturele en commerciële functies realiseren met als hoofddoel een aantrekkelijke dynamische Grote Markt en een echt, goed functionerend stadshart. Om dit te bereiken zal een aantal ruimtelijke ingrepen aan de oostzijde van de Grote Markt en het gebied daarachter moeten plaatsvinden. Zo zal onder andere de Naberpassage verdwijnen, de parkeergarage zal plaats moeten maken voor een ondergrondse parkeergarage, de rooilijn aan de Grote Markt zal naar voren geschoven worden en er zal een nieuw stadsplein (de Nieuwe Markt) gerealiseerd worden. Deze ruimtelijke ingrepen zijn noodzakelijk om op de locatie waar thans onder andere de Naberparkeergarage gelegen is een nieuw cultureel centrum te realiseren dat als publiekstrekker voor dit gebied zal gaan functioneren: Het Huis van Informatie en Geschiedenis Groningen (HIGG).

Met de ontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt beoogt de gemeente tevens het evenwicht in haar centrumgebied te herstellen en een impuls te geven voor particuliere investeringen aan de noordwand van de Grote Markt. Een evenwicht dat in de afgelopen jaren/decennia verstoord is geweest door de ontwikkeling van de Westerhaven, het Waagcomplex en het Groninger Museum. Door deze ontwikkelingen hebben vooral de west- en zuidkant van het centrum van Groningen een sterke impuls gekregen. Deze impuls ging ten koste van de oostkant van het centrum.

Het streven naar een herstel van het evenwicht wordt extra kracht bijgezet door een keten van ontwikkelingen die momenteel aan de oostzijde van de stad plaats vinden, respectievelijk gepland zijn. Relevant zijn: de ontwikkeling van het nieuwe stadsdeel Meerstad, de Eemskanaalzone (met IKEA), de parkeergarage aan het Damsterdiep en de particuliere initiatieven aan het Gedempte Kattendiep en de Oosterstraat.

De discussies over het al of niet realiseren van dit nieuwe culturele hart van de binnenstad van Groningen laaien momenteel fel op en hebben er toe geleid dat nog voor de zomer van 2005 een referendum gehouden wordt omtrent de wenselijkheid van de beoogde ontwikkeling. Voordat het referendum wordt gehouden heeft de gemeente behoefte aan inzicht in de ruimtelijk-economische effecten van de beoogde ontwikkelingen op de binnenstad. Om die reden is ECORYS gevraagd hiervoor een studie te verrichten. In dit rapport worden de resultaten gepresenteerd.

1.2 Doel

De centrale probleemstelling voor het onderzoek luidt:

Wat is de ruimtelijke en economische meerwaarde voor de stad Groningen van de beoogde ontwikkelingen aan de oostzijde van de Grote Markt?

Bij de beantwoording van deze vraag, hebben de volgende concrete onderzoeksvragen als uitgangspunt gediend:

- 1) Hoe past de ontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt in de ruimtelijke en functionele samenstelling van de binnenstad en wat is de meerwaarde hiervan voor de binnenstad?
- 2) Wat levert de ontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt op aan nieuwe bezoekersaantallen voor de binnenstad en in hoeverre kunnen de andere deelgebieden van de binnenstad hiervan profiteren, waaronder de horeca- en winkelvoorzieningen zowel aan de Poelestraat als de Oosterstraat?
- 3) Wat is de economische impact van de ontwikkeling van het project voor de stad Groningen in termen van bestedingen en werkgelegenheid?
- 4) Welke projecten in Nederland zijn vergelijkbaar met de ontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt en welke bijdrage hebben die geleverd aan het ruimtelijk-economisch functioneren van de betreffende gemeenten waarin zij gelegen zijn?
- 5) Wat is de bijdrage aan de gemeentelijke (economische en culturele) beleidsdoelstellingen, marketingbeleid en stedelijk imago, ook vanuit de gedachte van de 'creatieve stad'?

1.3 Uitgangspunten en inkadering

Voor een goed begrip van de effecten van de voorliggende plannen voor de ontwikkeling van de Grote Markt kan een aantal algemene opmerkingen worden gemaakt die dienen als uitgangspunten van de effectanalyse en als inkadering van de resultaten.

- *Schaalniveau en effecten*
De omvang van de economische impact is afhankelijk van het schaalniveau dat in beschouwing wordt genomen. Wat additioneel is voor de binnenstad hoeft niet additioneel te zijn voor de stad als geheel. Met name is dit het geval wanneer het gaat over verplaatsing van functies binnen het stedelijk weefsel. Door de economische effecten op verschillende ruimtelijke schaalniveaus in kaart te brengen, wordt hiermee rekening gehouden. In het bijzonder gaat de aandacht daarbij uit naar de effecten van de ontwikkeling het HIGG voor de binnenstad en voor de stad Groningen.
- *Plannen in bredere context*
Bij het vaststellen van de ruimtelijk-economische effecten is het belangrijk om het project niet te beschouwen als een op zichzelf staand plan, maar ook te kijken naar de bredere context. Andere plannen kunnen het project versterken, maar er kan ook sprake zijn van onderlinge concurrentie. In de economische onderbouwing zal dit aspect worden meegenomen.

- *Stilstand is achteruitgang*
De plannen kunnen bovendien niet los worden gezien van de autonome ontwikkeling van Groningen. Om hiermee rekening te houden dienen de effecten van het project te worden afgezet tegen een situatie waarin het project niet wordt gerealiseerd. Denkbaar is dat in dat geval de noodzakelijk geachte levendigheid en betekenis van de oostzijde van de Grote Markt en het omliggende gebied veel minder tot ontwikkeling komt (met onder andere alsmaar voortdurende en steeds sterker wordende negatieve gevolgen voor het aldaar gevestigde bedrijfsleven) en plannen die kunnen aanhaken op de gebiedsontwikkeling (denk ook aan de noordzijde van de Grote markt) niet van de grond komen. In de beoordeling zullen deze aspecten worden meegenomen.

1.4 Leeswijzer

- Om de voorgenomen plannen in breder perspectief te plaatsen wordt in **hoofdstuk 2** allereerst ingegaan op een aantal belangrijke cijfers en kengetallen van de stad Groningen en haar binnenstad.
- In **hoofdstuk 3** wordt de invulling van de plannen nader beschreven. Dit hoofdstuk bevat een korte beschrijving van de planvorming aan de oostzijde van de Grote Markt. Daarnaast wordt ingegaan op de uniciteit van het project voor Noord-Nederland, de benodigde investeringskosten en de bijdrage die het project levert aan gemeentelijke beleidsdoelstellingen.
- **Hoofdstuk 4** plaatst de plannen in ruimer stedelijk perspectief. Gelet op het doel van de effectmeting zijn in dit hoofdstuk met name de ruimtelijk-functionele effecten op de binnenstad van belang. Ook komt in dit hoofdstuk de centrale rol van de Grote Markt en de te verwachten invloed van alle ontwikkelingen aan de oostkant van de stad (inclusief het HIGG) op de bezoekersaantallen van de binnenstad aan de orde.
- De economische effecten van het plan staan centraal in **hoofdstuk 5**. Er wordt gekeken naar de effecten die optreden tijdens de realisatie van het project (deze zijn tijdelijk van aard) en naar de structurele bijdrage die wordt geleverd nadat de geplande culturele en commerciële voorzieningen daadwerkelijk in gebruik zijn genomen. Aangegeven zal worden welke bestedingsimpulsen teweeg gebracht worden door de realisatie van het HIGG en welke werkgelegenheidseffecten dit met zich mee brengt.

Het rapport wordt voorafgegaan door een **samenvatting** met een overzicht van de belangrijkste onderzoeksresultaten. Technische aspecten, methodologische onderbouwingen en uitwerkingen zijn opgenomen in de **bijlagen**.

2 De stad Groningen en haar binnenstad in economisch perspectief

2.1 Inleiding

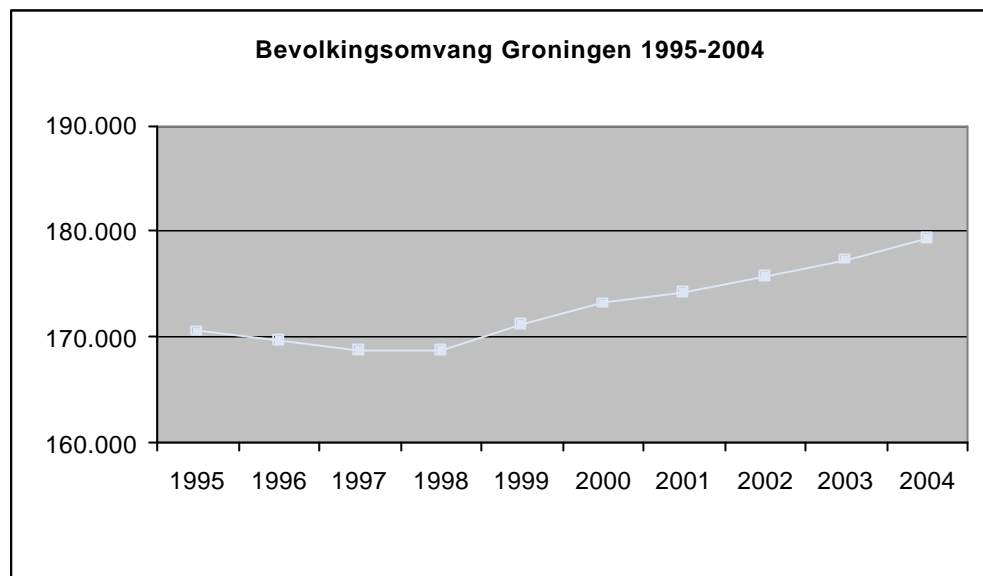
In dit hoofdstuk wordt kort stilgestaan bij enkele belangrijke kengetallen van de stad Groningen en haar binnenstad. Deze cijfers geven het omgevingskader aan, op basis waarvan de plannen rondom de oostzijde van de Grote Markt beoordeeld worden. Ingegaan wordt op bevolkingstrends, economische trends zoals werkgelegenheid en werkloosheid en het functioneren van de binnenstad.

2.2 Autonome ontwikkelingen in de stad Groningen

2.2.1 Bevolking

Groningen telt circa 180.000 inwoners en is daarmee goed voor ruim 31% van de totale bevolking in de provincie Groningen. De stad groeit nog steeds, voornamelijk door een positief migratiesaldo. Tussen 2003 en 2004 hebben ruim 13.500 mensen zich gevestigd in Groningen, terwijl ruim 12.000 mensen de stad hebben verlaten. Daarnaast heeft Groningen een klein geboorteoverschot. Opvallend aan de bevolkingsopbouw van Groningen is de omvangrijke groep 20-29 jarigen. Dit bevestigt het beeld van een echte studentenstad. Hierbij dient wel opgemerkt te worden dat de groep inwoners van 25-29 jaar kleiner wordt. Daarnaast groeit het aantal ouderen in Groningen. Dit als gevolg van een algemene vergrijzing.

Figuur 2.1 Bevolkingsontwikkeling



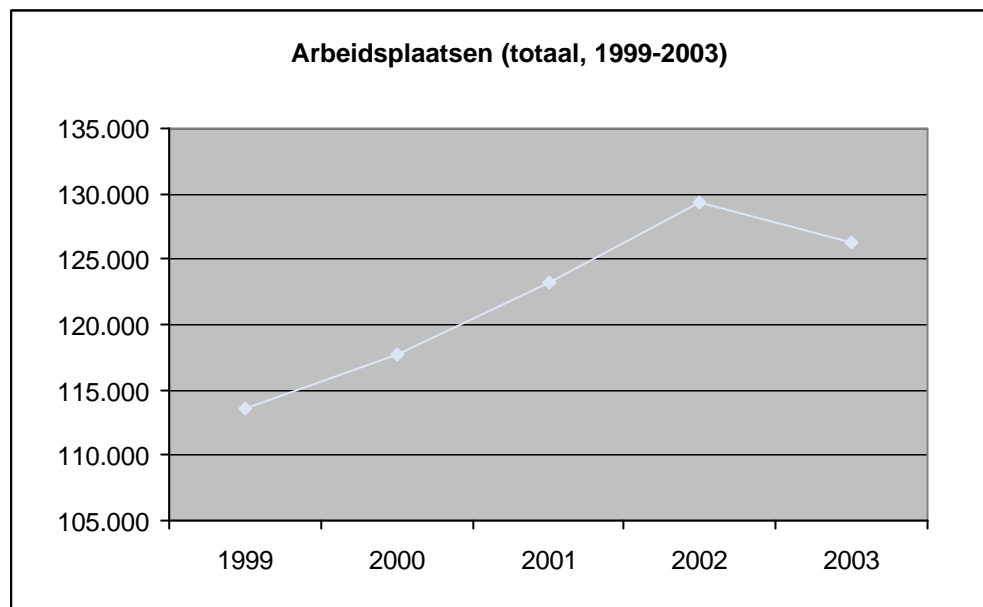
Bron: *Groningen economisch bekeken* – in woord en getal 2003

2.2.2 Bedrijvigheid en werkgelegenheid

Eind 2003 stond 15% van de beroepsbevolking van Groningen ingeschreven bij het Centrum voor Werk en Inkomen (CWI). Dit komt neer op ruim 12500 werklozen. Ten opzichte van 2002 is dit een stijging van 15%. In dezelfde periode steeg het percentage werklozen in Nederland met 21%. Hoewel het Groningse werkloosheidscijfer zich nog immer boven het Nederlandse gemiddelde bevindt, wordt het verschil tussen de twee steeds kleiner. Een andere positieve ontwikkeling is de afname van het aantal langdurig werklozen in Groningen. Landelijk gezien is juist sprake van een toename.

In de afgelopen periode is de totale werkgelegenheid in de regio licht gegroeid (figuur 2.2). Het aantal arbeidsplaatsen is gedurende een aantal jaar behoorlijk gestegen. Het laatste jaar lijkt de trend echter te breken. In het laatste jaar is de werkgelegenheid met 2,3% gedaald. Deze arbeidsplaatsen zijn terug te vinden bij ruim 8.500 bedrijven en organisaties. De relatieve banendichtheid is in Groningen behoorlijk hoog. In de stad bevinden zich 712 banen per 1000 inwoners. Ter vergelijking: In Tilburg is dit 502 en voor Nederland als geheel zelfs 467.

Figuur 2.2 Werkgelegenheidsontwikkeling



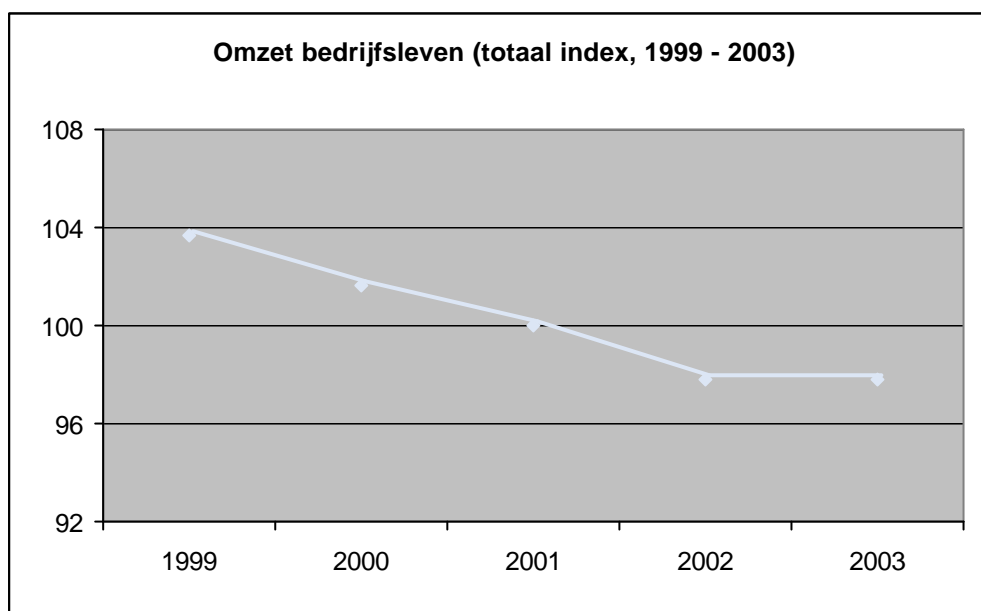
Bron: *Groningen economisch bekeken* – in woord en getal 2003

De dienstensector is in Groningen veruit de grootste sector. Bijna 87% van alle banen bevinden zich in deze sector. Dit ligt ruim boven het nationale gemiddelde. Binnen deze sector is de zakelijke dienstverlening met ruim 21% van het totaal aantal arbeidsplaatsen het grootst. Ook in deze sector is een afname van de werkgelegenheid zichtbaar.

Het aantal vestigingen van bedrijven is in Groningen tussen 2002 en 2003 licht gedaald. Ten opzichte van 1999 is echter nog altijd een stijging van 11% zichtbaar.

De omzet van de Groningse bedrijven laat een negatieve trend zien. Gelet op het feit dat de afzetprijzen gestegen zijn moet geconcludeerd worden dat het omzetvolume ook gedaald is in de afgelopen jaren. Als de omzetcijfers geïndexeerd worden met het jaar 2001 en op 100 wordt gesteld, is de omzet in 2003 nog geen 98. Het gaat hier om reële cijfers, gecorrigeerd voor inflatoire ontwikkelingen. De ontwikkelingen zijn weergegeven in figuur 2.3.

Figuur 2.3 Omzetontwikkeling bedrijfsleven



Bron: Groningen economisch bekeken – in woord en getal 2003

2.3 De binnenstad

De binnenstad van Groningen trekt momenteel circa 30 miljoen bezoekers. Over een langere periode bezien is er sprake van een toename van het bezoekersaantal. Hierbij valt echter wel op dat het bezoekersaantal sedert het jaar 2001 nauwelijks meer is toegenomen. Het stabiliseert zich op een niveau van circa 30 miljoen. Van de 30 miljoen bezoekers komt momenteel circa 58% uit de stad Groningen. In de hieronder staande tabel is de ontwikkeling van het aantal bezoekers zichtbaar gemaakt.

Tabel 2.1 Ontwikkeling aantal bezoekers en de omzet in de detailhandel in de binnenstad van Groningen

Jaar	Aantal Bezoekers (X miljoen)	Omzet detailhandel (x €miljoen)	Omzet van eigen inwoners	Omzet uit regio
1997	24	€ 482	46%	54%
1998	22	€ 447	52%	48%
1999	23	€ 495	49%	51%
2000	26	€ 522	52%	48%
2001	29	€ 622	48%	52%
2002	31	€ 775	44%	56%
2003	34	€ 908	41%	59%
2004	30	€ 757	51%	49%

De geconstateerde stabilisatie van het bezoekersaantal vertaalt zich ook in een enigszins constante omzetontwikkeling. Deze bedraagt thans circa €750 a €800 miljoen. Iets meer dan de helft hiervan is afkomstig van inwoners van de stad Groningen. Zo blijkt uit de Detailhandelsmonitor dat in 2004 het omzetaandeel van bezoekers uit Groningen zelf op

51% ligt¹. Uit de Detailhandelsmonitor blijkt eveneens dat het omzetaandeel in de binnenstad van Groningen dat afkomstig is van inwoners uit Groningen zelf in 2004 fors toegenomen is. De regionale aantrekkingskracht is in 2004 derhalve afgenomen.

Verwacht wordt dat de komende jaren – wanneer geen nieuwe investeringen in de binnenstad zullen plaats vinden – de regionale component in het omzetvolume zal afnemen. Binnensteden worden immers in toenemende mate uit recreatieve overwegingen bezocht en als gevolg daarvan is het voor binnensteden van groot belang steeds vernieuwingen te kunnen bieden. Vernieuwingen die inspelen op de hang naar belevenissen van de consument. Vernieuwingen die overigens in steeds mindere mate betrekking hebben op detailhandel (daarvoor kan men ook in de regio of op perifere locaties terecht) en in steeds meerdere mate op andere functies zoals bijvoorbeeld horeca, cultuur, leisure, enzovoorts. Met het toevoegen van deze nieuwe functies genereert men immers nieuwe bezoekmotieven, waarvan ook de detailhandel haar vruchten kan plukken.

2.4 Conclusies

- Groningen heeft circa 180.000 inwoners. Dit aantal is in de afgelopen jaren aanzienlijk toegenomen.
- Circa 15% van de Groningse beroepsbevolking staat ingeschreven bij het CWI. Dit is hoger dan het landelijk gemiddelde.
- De omzet van het Groningse bedrijfsleven laat een negatieve trend zien. In vergelijking met 2001 is de omzet in 2003 met zo'n 2% afgenomen.
- De binnenstad van Groningen trekt momenteel circa 30 miljoen bezoekers. Over het algemeen is dit aantal de afgelopen jaren toegenomen van 26 miljoen in het jaar 2000 tot 30 miljoen thans.
- Dit beeld komt ook naar voren in de ontwikkeling van de detailhandelsomzet in de binnenstad. In het jaar 2000 werd voor €520 miljoen omgezet. Thans ligt de omzet op een niveau van circa €750 à €800 miljoen.
- Ongeveer de helft van de bezoekers van de binnenstad van Groningen is afkomstig uit Groningen zelf.
- De angst bestaat dat wanneer in de binnenstad van Groningen geen nieuwe investeringen plaats vinden het bezoekersaantal zal gaan afnemen. Met name de regionale consument is in haar bezoekfrequentie sterk gevoelig voor vernieuwingen in de binnenstad.

¹ Uit deze verhoudingscijfers blijkt dat inwoners van de stad Groningen goed zijn voor 58% van het totaal aantal passanten in de binnenstad en goed zijn voor 51% van de omzet. Deze gegevens tonen voorts aan dat passanten die niet in de stad Groningen wonen relatief meer besteden dan inwoners van de stad Groningen.

3 Ontwikkeling Grote Markt nader bezien

3.1 Inleiding

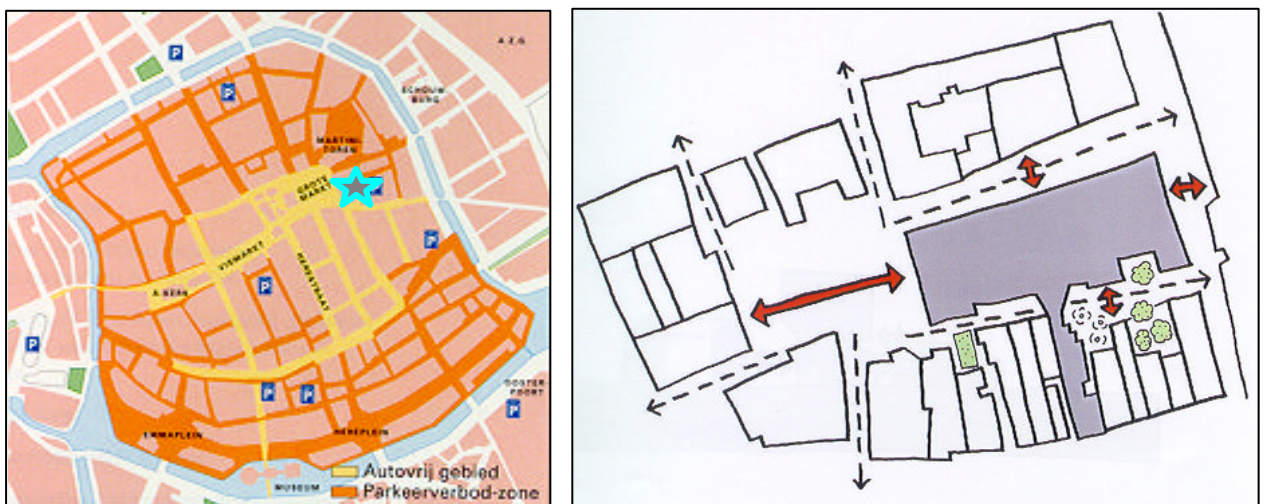
In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de nadere invulling en uitwerking van de plannen. Na een korte beschrijving van de planvorming aan de oostzijde van de Grote Markt wordt stil gestaan bij de uniciteit van het project en op de financiële aspecten van het project. Om de plannen in breder perspectief te plaatsen wordt vervolgens gekeken naar de relatie met andere plannen in Groningen en de door de gemeente geformuleerde beleidsdoelstellingen. Tevens wordt een vergelijking gemaakt met min of meer vergelijkbare projecten elders. Het hoofdstuk sluit af met een overzicht van de belangrijkste conclusies.

3.2 Planbeschrijving

3.2.1 Plannen – ruimtelijk

De plannen hebben betrekking op de oostzijde van de Grote Markt. De locatie is weergegeven met een blauwe ster op onderstaande kaart. Tevens is het voorlopig stedenbouwkundig plan weergegeven.

Kaart 3.1 Planlocatie en stedenbouwkundig plan



Momenteel bevindt zich op deze locatie een winkelpassage – de Naberpassage - en een bovengrondse parkeergarage uit de zeventiger jaren. Het gebied heeft een gesloten, kleinschalige en rommelige uitstraling en er is weinig relatie met het direct omliggende gebied. De aantrekkelijkheid en de verblijfswaarde zijn dan ook gering. In de Naberpassage zitten momenteel wat horecazaken, makelaars, een Huis & Hypotheek en er is sprake van wat leegstand. De parkeergarage omvat thans circa 230 parkeerplaatsen.

Gezien de centrale locatie - aan de Grote Markt in het hart van Groningen – is er de wens om de oostzijde van de Grote Markt weer aantrekkelijk te maken. Een nieuwe impuls is nodig om de balans in de binnenstad van Groningen te herstellen. Door investeringen elders in de binnenstad (zoals het Groninger Museum, het Waagcomplex en de Westerhaven), zijn looproutes en druktepatronen gewijzigd. Hiervan hebben onder meer de Vismarkt, de Folkingestraat en de west- en zuidkant van de Grote Markt geprofiteerd. Een nieuwe publiekstrekker aan de oostzijde van de Grote Markt kan de balans herstellen en wellicht een positieve uitstraling hebben op het direct omliggende gebied. In dit kader zijn ook andere plannen aan de oostzijde van Groningen relevant, zoals Meerstad, de Eemskanaalzone (met Ikea) en de parkeergarage aan het Damsterdiep, Ciboga. Van deze ontwikkelingen kan vervolgens de gehele zuidoosthoek van het centrum profijt hebben.

Op hoofdlijnen omvatten de plannen voor de oostzijde van de Grote Markt het volgende:

- Het herstellen van de *oorspronkelijke rooilijn*, waardoor de Grote Markt haar beslotenheid en intimiteit terugkrijgt;
- Het *realiseren van nieuwbouw en een plein* aan de achterzijde van de nieuwe bebouwing aan de oostzijde van de Grote Markt (de Nieuwe Markt).

In aanvulling hierop zijn stedenbouwkundige uitgangspunten opgesteld. Deze bevatten de volgende onderdelen:

- De *sloop* van de Naberpassage, de bovengrondse parkeergarage, het achterste deel van Filmhuis Images en de school aan de Schoolstraat.
- *Nieuwbouw* en een nieuw, omsloten *plein*. Het nieuwe gebouw omvat naar verwachting 18.000 m² en 80.000 m³ en is gemiddeld 33 meter hoog. Randvoorwaarden hierbij zijn:
 - Het gebouw moet op de begane grond wat betreft schaal, maat en verkaveling inspelen op de directe omgeving;
 - De foyer van het gebouw moet een verlenging zijn van de openbare ruimte en functioneren als openbaar verblijfsgebied;
 - Het geveloppervlak bestaat met name uit (semi)transparante materialen;
 - Het ‘daklandschap’ is openbare ruimte en bij voorkeur van buitenaf toegankelijk;
 - Het ‘daklandschap’ moet aansluiten op de skyline van Groningen.
- Realisatie van een ondergrondse parkeergarage.

Tevens is gedacht aan de sloop van de achterbouw van Vindicat. Deze ruimte wordt in het nieuwe gebouw – aan de voorzijde op verdieping – gecompenseerd. Ook voor Filmhuis Images wordt onderzocht hoe het in het nieuwe gebouw kan deelnemen. Voor

de nieuwbouw geldt dat zowel de architectuur als inrichting spraakmakend moeten zijn en dat het gebouw als een landmark voor de binnenstad van Groningen gaat fungeren.

Tabel 3.1 Overzicht van bestaande en nieuwe functies

Wat verdwijnt	Wat komt terug
Naberpassage	Nieuwbouw en een nieuw plein
Achterste deel Vindicat	Onderdeel van nieuwbouw (in onderzoek)
Achterste deel Filmhuis Images	Onderdeel van nieuwbouw (in onderzoek)
Bovengrondse parkeergarage (230 ppl)	Ondergrondse parkeergarage

Als belangrijke publiekstrekker voor het gebied, wordt gedacht aan het Huis van Informatie en Geschiedenis Groningen.

3.2.2 Wat is het Huis van Informatie en Geschiedenis Groningen?

Het Huis van Informatie en Geschiedenis Groningen (HIGG) is een initiatief van de Openbare Bibliotheek Groningen, het Groninger Museum en het Noordelijk Scheepvaartmuseum. Het concept betreft een integratie van de taken van de Openbare Bibliotheek en de presentatie van de historische collecties van de musea, rustend op twee pijlers:

1. *Domeinen*: Integratie van de collecties van de bibliotheek en musea, waarbij op thema informatie wordt aangeboden in de vorm van boeken, tijdschriften, kranten, digitale bronnen en dergelijke.
2. *Programming*: Het organiseren van activiteiten in daarvoor geschikte ruimten, als een tentoonstellingszaal, een congreszaal en filmzaal.

Het concept speelt in op de veranderende wijze waarop mensen zich (laten) informeren. Zo stellen de initiatiefnemers van het HIGG: ‘informatie moet kort, speels en liefst spectaculair worden aangeleverd. Behalve de behoefte aan infotainment en beleving speelt ook een rol, dat gedrukte informatie voor een deel vervangen wordt door internet en andere nieuwe media’². Dit vraagt om een vernieuwde aanpak om een breed publiek aan te spreken.

Naast de reeds bestaande initiatiefnemers hebben ook de Rijksuniversiteit Groningen (RUG) en de Hanzehogeschool inmiddels aangegeven betrokken te willen zijn bij de verdere uitwerking van het concept.

3.2.3 Plannen – de functies

Het HIGG bestaat uit twee kernfuncties, namelijk die van het Centrum van Geschiedenis (Groninger Museum en het Noordelijk Scheepvaartmuseum) en de Openbare Bibliotheek.

² Huis van Informatie en Geschiedenis Groningen (november 2004). Een initiatief van de Openbare Bibliotheek Groningen, het Groninger Museum en het Noordelijk Scheepvaartmuseum.

1. *Centrum van Geschiedenis* - Dit bestaat uit getoonde objecten uit de collecties van het Groninger Museum en het Noordelijk Scheepvaartmuseum. Er is sprake van een meerjarenprogramma (grote tentoonstellingen/projecten) en een korte termijnplanning (actuele onderwerpen).
2. *De Openbare Bibliotheek* - Bestaande uit de collecties (boeken, tijdschriften, kranten, cd's, dvd's en dergelijke), de bemiddeling (de bibliotheek als vraagbaak), toegankelijkheid (openbaar en vaak en lang open) en samenwerking met culturele en maatschappelijke instellingen.

Bovengenoemde functies worden in fysieke zin integraal per domein gepresenteerd. Andere geplande functies zijn een congreszaal, een filmzaal en een horecagelegenheid. Het voordeel van het HIGG is dat verschillende (participerende) instanties gezamenlijk voorzieningen als (film)zalen, horecavoorzieningen, tentoonstellingsruimtes en dergelijke kunnen exploiteren. Een inschatting van de benodigde ruimte van de verschillende functies is als volgt:

- Totaal gebouw – 18.000 m² (in totaal 80.000 m³)³
- Tentoonstellingsruimte – 1.250 m²
- Congreszaal – 400 tot 500 zitplaatsen
- Filmzaal – een aantal kleinere filmzalen
- Restaurant – als een 'newscafe' op de begane grond, open voor publiek en inhaken op het domein 'actualiteiten'.
- Ruimte voor overige diensten.

Tevens is in de plannen - door het herstellen van de oude rooilijn - ruimte voor 10.000 m² commerciële functies (detailhandel, dienstverlening, horeca en wonen) aan de oostzijde van de Grote Markt. Deze 10.000 m² is verdeeld over 4 bouwlagen. Ook Vindicat moet hierin haar verloren ruimte kunnen compenseren. In deze 10.000 m² is circa 3.000 m² gereserveerd voor Vindicat. Voor commerciële invullingen en voor de realisatie van woningen resteert derhalve circa 7.000 m².

3.2.4 Uniciteit van de plannen

Het HIGG is uniek in zijn soort. Volgens betrouwbare informatiebronnen zijn er tot nu toe in geheel Europa geen voorbeelden te noemen waar de samenwerking (in een vergaande gezamenlijke programmering) zo ver gaat als tussen de Openbare Bibliotheek, het Noordelijk Scheepvaartmuseum en het Groninger Museum. Wel is er een aantal andere voorbeelden te noemen van samenwerking (cultuurverzamelgebouwen), doch hier gaat de samenwerking niet verder dan een gezamenlijke huisvesting. In paragraaf 3.5 wordt hier nader op terug gekomen.

Het HIGG speelt in op de zich wijzigende voorkeuren van de consument, door middel van een nieuwe vorm van presentatie en integratie van collecties. Flexibiliteit speelt hierbij een belangrijke rol, omdat steeds gezocht wordt naar actuele thema's en activiteiten. Nieuwe media worden hierbij omarmd, waardoor het HIGG als kennis- en

³ Bron: Startnotitie Grote Markt oostzijde (december 2004). Gemeente Groningen.

overlegplatform op verschillende schaalniveaus kan functioneren (zoals via chatboxen) van lokaal tot internationaal.

3.2.5 Financiële aspecten

Door de initiatiefnemers van het project is een eerste globale kostenraming en exploitatiebegroting opgesteld. Belangrijke kostenposten daarbij zijn onder andere de aankoop en sloop van de benodigde opstallen in het gebied en de bouw- en realisatiekosten van de geplande voorzieningen (waaronder het HIGG, de parkeergarage en de commerciële voorzieningen).

Voor de financiering is het van belang dat de geplande commerciële voorzieningen een positieve bijdrage zullen leveren aan de exploitatie. Hetzelfde geldt voor de geplande parkeervoorzieningen. De exploitatie van het HIGG is op zichzelf echter niet rendabel. Er is weliswaar sprake van inkomsten (denk bijvoorbeeld aan de horecavoorzieningen, entreegelden en inkomsten uit exploitatie van de congres- en vergaderfaciliteiten), maar deze zijn onvoldoende om de benodigde investeringen af te dekken. Uitgaande van de eerder opgestelde ramingen bedraagt het te verwachte tekort circa €40 miljoen waarvoor aanvullende dekking moet worden gezocht. Van deze €40 miljoen wordt €31,25 miljoen door de gemeente gedekt. Voor het resterende gedeelte moet aanvullende dekking worden gezocht in de vorm van subsidies en dergelijke. Het optreden van een tekort voor culturele voorzieningen is overigens niets bijzonders. Culturele voorzieningen in Nederland zijn doorgaans niet volledig exploitabel via de markt en leunen meestal voor een deel op een bijdrage uit publieke middelen.

3.3 Doelgroepen en bereik

Cultuur als nieuwe pijler

Steden zijn zich in toenemende mate bewust van de rol die cultuur speelt in de economische ontwikkeling van de stad. De wijze waarop mensen met elkaar omgaan heeft immers niet alleen een sociale dimensie, maar ook economische consequenties, waarbij een sterke ondernemingsgeest en veel sociale contacten de economische groei stimuleren. Vanuit de vraag bezien zijn creatieve ondernemers daarbij op zoek naar een stimulerende omgeving met veel onderlinge creatieve interactie en uitwisseling, waarbij wonen, werken en leren met elkaar vervlochten zijn. Door het creëren van ontmoetingsplaatsen voor interactie wordt dit gestimuleerd. Realisatie van het HIGG biedt in dit geval niet alleen een nieuw en ruimer toekomstperspectief voor de deelnemende partijen en instanties in de zin dat bundeling van activiteiten hen in staat stelt in te spelen op de veranderende wensen en eisen van de consument, maar met de bibliotheek als cultureel centrum op een centraal gelegen locatie in de stad Groningen ontstaan tevens kansen voor uitbreiding van andere cultuuruitingen.

Creatieve sector als groeisector

De creatieve economie wordt bovendien gezien als een van de belangrijkste groeisectoren van de economie. Tot de creatieve industrie worden bedrijven gerekend als reclamebureaus, film- en videobedrijven, software ontwikkelaars, uitgevers, enz. Maar ook culturele functies zoals die zijn vertegenwoordigd in het HIGG worden tot de

creatieve industrie gerekend. Creatieve industrie en alles wat daaruit volgt, levert een belangrijke bijdrage aan de werkgelegenheid. Zo is uit een onderzoek van TNO in opdracht van de Kamer van Koophandel Amsterdam en de gemeente Amsterdam gebleken dat 1 op de 10 banen die in de periode 1996 tot en met 2002 in Amsterdam werden vergeven voortkwamen uit de creatieve industrie. Verwacht wordt dat de creatieve industrie in de toekomst een belangrijke rol zal gaan spelen in de innovatie van allerlei bedrijfsprocessen.

Ook in de noordelijke provincies maakt de creatieve industrie een belangrijke groei door en is het een belangrijke peiler onder de regionale economie. Uit een onderzoek van ETIN-adviseurs dat in opdracht van VNO-NCW Noord is verricht is gebleken dat het gehele bedrijfsleven in de noordelijke regio profiteert van deze sterk groeiende sector.

Specifieke doelgroepen

Het HIGG is bedoeld voor een brede doelgroep, met diverse interesses en van verschillende leeftijden. Een brede doelgroep wordt aangesproken door een groot en divers aanbod van actuele onderwerpen te presenteren; specifieke doelgroepen worden bereikt door een op maat gesneden programmering. In de programmering zitten eenmalige activiteiten, maar ook terugkerende thema's als de jaarlijkse (kinder)boekenweek, het museumweekend of de open monumentendag. De bezoekers zijn in verschillende segmenten te verdelen; belangrijke onderscheidende factoren zijn:

- *Frequentie en gebruik* : Van bezoekers die iedere dag komen voor kranten, tijdschriften en sociale contacten (bibliotheek als huiskamer) en bezoekers die eens per twee/drie weken komen, tot bezoekers die onregelmatig binnenlopen met een specifieke vraag.
- *Leeftijd*: De jeugd, studenten, senioren en jong volwassenen zijn belangrijke doelgroepen. Jongeren (vanaf circa 14 jaar) haken daarentegen af.
- *Doelgroepen met gemeenschappelijke kenmerken zoals bijvoorbeeld* 'digibeten' die cursussen volgen, ondernemers die op zoek zijn naar informatie, allochtonen met specifieke vragen, liefhebbers van klassieke muziek die introductiecursussen volgen, et cetera.
- *Interesse in geschiedenis*: Onder te verdelen naar algemene interesse, meer dan gemiddelde belangstelling voor geschiedenis en leerlingen en studenten.

Daarnaast kan het HIGG een rol spelen in cultuur- en mediaeducatie, als aanbieder van cursussen en het versterken van het cultureel bewustzijn en de cultuurparticipatie. Het bereik van het HIGG is groot, onder meer omdat het als voorbeeld voor andere bibliotheken en musea kan fungeren. Dit is belangrijk in de profilering en naamsbekendheid van het HIGG.

Omvang en herkomst bezoek

De meeste bezoekers zullen echter naar verwachting uit de stad Groningen en de directe regio komen. Dit geldt vooral voor de bibliotheek die circa 80% van haar ledenbestand haalt uit de gemeente Groningen en haar directe omgeving. Voor het Huis van Geschiedenis ligt dat anders. Deze zal circa 50% van haar bezoekers trekken uit andere landsdelen dan Noord-Nederland.

Het totaal aantal bezoekers wordt door de initiatiefnemers ingeschat op circa 1 miljoen per jaar. Het betreft hier een voorzichtige schatting. Afhankelijk van een succesvolle programmering kan dit aantal hoger zijn, doch - wetende dat het Groninger Museum circa 250.000 tot 300.000 bezoekers per jaar trekt – zal dit aantal maximaal circa 1,1 à 1,2 miljoen bezoekers bedragen. In deze aantallen zijn overigens ook de huidige bezoekers aan onder andere de bibliotheek meegenomen. Vanuit economisch perspectief gaat het echter met name om het extra bezoek. In hoofdstuk 5 komt dit aspect verder aan de orde bij de verdere uitwerking van de economische effecten.

3.4 Relatie met andere plannen in Groningen

In deze paragraaf wordt kort stilgestaan bij de verschillende beleidsnota's zoals die recentelijk door de gemeente zijn uitgebracht. Aangegeven wordt in hoeverre de plannen voor de oostzijde van de Grote Markt hierin passen en in hoeverre zij een bijdrage zullen leveren aan de betreffende beleidsdoelstellingen.

3.4.1 Achtergrond beleid

Sinds eind jaren 90 zijn verschillende beleidsstukken gepresenteerd, waarin de bezorgdheid over het Groninger stadshart wordt uitgesproken⁴. In 1987 werd de binnenstad van Groningen in het Structuurplan 1987 aangewezen als intensiveringsgebied. Het project Binnenstad Beter heeft in de daaropvolgende jaren een aantal ingrepen in de binnenstad tot gevolg gehad, met als doel een nieuwe impuls voor de binnenstad om haar concurrentiepositie te versterken. Belangrijk aspect in deze is het dilemma van de gewenste groei en ontwikkeling van de stad tegenover de historische karakteristiek van het stadshart⁵. Binnenstad Beter heeft een belangrijke rol gespeeld in het verkrijgen van draagvlak voor een aantal ingrepen in de binnenstad, waaronder:

- Het autovrij maken van straten in de binnenstad;
- Het herinrichten van straten;
- De realisatie van het nieuwe Waagstraatcomplex (met wonen, winkels en kantoren);
- De aanleg van parkeergarages.

3.4.2 Ambities voor de toekomst

De ambities voor Groningen zijn in 1998 weergegeven in de Stadsvisie⁶. De nota 'Van nu naar straks' van begin dit jaar is hier een aanvulling op. Het streefbeeld voor Groningen in 2010 blijft hierin echter onveranderd:

'een regio met een stad waarin alle doelgroepen zich kunnen ontpoelen naar eigen voorkeur en leefstijl. Een stad waar we trots op zijn, waar we een band met elkaar hebben. Een stad waarin iedereen zich kan laten horen en gehoord worden. In ruimtelijk opzicht vraagt dat om een bruisende, veelzijdige en

⁴ Het Structuurplan 1987, Ruimte voor Ruimte 1988 en Plan van Aanpak voor de Binnenstad 1990.

⁵ Bron: Binnenstad Beter. Een nieuw hart voor Groningen vanuit 24 gezichtspunten (mei 1997). Gemeente Groningen.

⁶ Bron: Van nu naar straks. Fysieke pijler (januari 2005). Gemeente Groningen.

inspirerende binnenstad, een groei naar 180.000 inwoners en 135.000 arbeidsplaatsen, een stad die goed bereikbaar is, met verbindingzones van ruimtelijke kwaliteit’.

Ook onveranderd is het streven naar een complete en compacte stad, waarin voorzieningen voor wonen, werken, winkelen en recreëren zijn gehuisvest. Om hier zoveel mogelijk aan tegemoet te komen, zijn binnen het stedelijke netwerk gebieden aangewezen, waar mogelijkheden zijn voor hoogwaardige woon- en werklocaties met bijzondere, innovatieve concepten.

Kaart 3.2 Aandachtsgebieden beleidsinzet



Bron: Van nu naar straks. Fysieke pijler (januari 2005). Gemeente Groningen.

Binnen het stedelijke netwerk wordt gestreefd naar het intensief benutten van de stedelijke ruimte en functiemenging. De gemeente heeft voor de komende jaren prioriteit gelegd bij het twee ‘banden’ (zie bovenstaande figuur), namelijk

- Binnenstad – Damsterdiep/Eemskanaalzone – Meerstad
- Ciboga – AZG – Europaweg/Sontweg – Europaweg

In deze zones worden de komende jaren de opgaven met betrekking tot centrumstedelijk wonen en werken gerealiseerd en wordt getracht de binnenstad levendig en aantrekkelijk te houden (projecten Grote Markt en Damsterdiep). Tevens wordt hiermee de verbinding tussen het nieuwe leef- en werkmilieu Meerstad en de stad versterkt.

De ontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt past in deze eerste band. In de nota ‘Van nu naar straks’ staat ook vermeld dat de Grote Markt het echte stadshart is, waar alle routes samenkomen en dat de Grote Markt ‘het podium is voor een scala aan functies zoals werken, ontspanning en cultuur’. De herontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt past hier goed in en kan tegelijkertijd de verblijfsduur van bezoekers aan de binnenstad verlengen. De transformatie (realiseren van een parkeergarage en een herinrichting van de openbare ruimte) van het Damsterdiep is van groot belang, om een betere verbinding te realiseren tussen de binnenstad en de Sontweg/ Europapark.

Naast deze overkoepelende beleidsnota, zijn er ook sectorale nota's. In dit onderzoek zijn met name de nota's 'Economisch Business Plan', 'Detailhandel en leisure in de stad Groningen'⁷ van belang en de cultuurnota 'In het oog, in het hart'⁸.

3.4.3 Economische ambities

In de nota 'Economisch Business Plan. Stad aan de slag' uit 2004 is een aantal ambities verwoord met betrekking tot de economische ontwikkeling van Groningen. De drie doelen zijn als volgt:

- Economische structuur versterken en Groningen laten uitgroeien tot een nationaal en internationaal concurrerend economisch kerngebied.
- Werkgelegenheid laten groeien met 25.000 arbeidsplaatsen ten opzichte van 1999.
- De werkloosheid terugbrengen tot het landelijk gemiddelde.

In deze nota wordt geconstateerd dat toerisme aan belang wint binnen het economisch profiel van Groningen. Om deze groei verder te kunnen benutten is onder meer een eenduidige en samenhangende promotie en marketing noodzakelijk.

De plannen aan de oostzijde van de Grote Markt kunnen onder meer een rol spelen in de creatie van nieuwe werkgelegenheid en het trekken van extra bezoekers. In dit opzicht passen de plannen binnen de economische ambities. Zo is in het actieprogramma voor toerisme aangegeven dat er verschillende maatregelen worden genomen om het toeristisch bezoek te bevorderen, de gasten langer te laten verblijven en een hoger economisch rendement en meer werkgelegenheid te creëren.

Een aantrekkelijke en complete stad is bovendien in toenemende mate een belangrijke vestigingsplaatsfactor. In die zin levert het project ook indirect een bijdrage aan het versterken van de concurrentiepositie van Groningen.

3.4.4 Detailhandel en leisure in de stad Groningen

In de nota van september 2001 is een beleidskoers uitgezet voor detailhandel en leisure naar typen locaties:

- a) *Binnenstad en bronpunten*: inzetten op de binnenstad en bronpunten. Voorbeelden van die bronpunten zijn Ciboga, Damsterdiep en de Westerhaven.
- b) In de *tweede ring* (rondom de binnenstad) is plaats voor wat grootschaliger, publieksintensieve functies. De Sontweg en het Stationsgebied-zuid zijn (mogelijke) ontwikkelingslocaties in deze ring.
- c) *Verspreide clusters* voor doelgericht bezochte en publieksexstensieve functies. Hierbij horen de locaties Euroborg, Martiniplaza, Hoendiep/Peizerweg, Kardinge en Reitdiepshaven.

⁷ Detailhandel en leisure in de stad Groningen. Op maat gesneden aanbod voor de toekomst (september 2001). Gemeente Groningen.

⁸ In het oog, het hart. Cultuurbeleid in Groningen, 2005 – 2008 (2004). Gemeente Groningen.

- d) *Buurt en wijkcentra* voor zorg en gemak.
- e) *Traffic centra* voor dagelijkse momentaankopen en
- f) *overig* (bouwmarkten, tuincentra en autoboulevard).

Voor de binnenstad wordt met name ingezet op een kwaliteitsverbreding, een oriëntatie op kleinschalige winkels, versterking van de ruimtelijke structuur, het versterken van de bereikbaarheid (met name via het OV), een verbetering van de aansluiting tussen de bronpunten en winkelgebieden in de binnenstad, meer promotie, het oprichten van een ‘fonds’ voor zogenoemde ‘zwarte gaten’ en het ontwikkelen van een plan voor de Grote Markt. Tevens wordt er gezocht naar meer diversiteit van functies.

3.4.5 Cultuurbeleid in de stad Groningen

Cultuur is belangrijk voor een stad, want zo stelt de nota ‘In het oog, in het hart’: ‘een aantrekkelijk, boeiend en verrassend cultuurklimaat biedt ook kansen op het economische vlak: juist daardoor trekt de stad in toenemende mate bezoekers die voor korte of langere tijd zelf willen ervaren waarom de stad Groningen zo’n aantrekkelijk imago heeft’. Kortom, de culturele sector is van belang voor de stedelijke economie. Zo bleek dat de bezoekers van de tentoonstelling Repin in het Groninger Museum circa €15 miljoen hebben besteed in de stad en de bezoekers van Noorderslag €1,5 miljoen. Daarnaast spelen kunst en architectuur een belangrijke rol voor het leefklimaat en de leefbaarheid.

De doelstellingen voor het cultuurbeleid voor de komende jaren in de stad Groningen zijn als volgt:

1. Versterken van de culturele infrastructuur van de stad;
2. Versterken deelname aan cultuur;
3. Kansen bieden aan nieuw talent.

Kernvoorzieningen op dit vlak zijn de Oosterpoort, de Stadsschouwburg, de Openbare Bibliotheek, het Groninger Museum, het Kunstencentrum en het Centrum Beeldende Kunst. Vanuit het cultuurbeleid wordt gestreefd naar het in stand houden van een gevarieerd kunstaanbod van hoge kwaliteit, voor zoveel mogelijk mensen toegankelijk.

De plannen voor het HIGG passen goed binnen de versterking van de culturele infrastructuur van de stad. Daarnaast past de ontwikkeling bij het imago van Groningen als cultuur- en studentenstad. De plannen voor het HIGG zijn dan ook beleidsmatig goed in te passen. Het plan zal leiden tot een intensivering van de stedelijke functies zowel in de band binnenstad – Damsterdiep – Eemskanaalzone en Meerstad als in de band Ciboga – AZG – Europaweg/ Sontweg - Europaweg. In beide banden krijgt de Grote Markt een functie als scharnierpunt. Tevens geeft het plan invulling aan het ‘versterken van de culturele infrastructuur’ in de culturele hoofdstad Groningen en kan het een bijdrage leveren aan het aantal bezoekers aan de binnenstad van Groningen.

3.5 Gesprekken met de gebruikers, de Kamer van Koophandel en de Groninger City Club

Binnen het kader van dit onderzoek zijn tevens gesprekken gevoerd met Biblionet Groningen, het Groninger Museum, de Kamer van Koophandel en de Groninger City Club (GCC). Uit deze gesprekken is unaniem naar voren gekomen dat de oostkant van de Grote Markt een impuls nodig heeft. Het HIGG zou hierin kunnen voorzien. Voorts kwam naar voren dat het geraamde bezoekersaantal voor het HIGG wel eens hoger zou kunnen zijn dan de geraamde 1 miljoen. Een sterke gezamenlijke programmering zou tot meer bezoekers kunnen leiden.

Toch worden vanuit de Kamer van Koophandel en vanuit de Groninger City Club wel een aantal kanttekeningen respectievelijk voorwaarden voor een succesvolle ontwikkeling geplaatst. Genoemd worden hierbij:

- Een traffic generende compensatie voor de leegkomende locatie van de bibliotheek aan de Oude Boteringestraat.
- Een haalbaarheidsonderzoek naar het functioneren van het HIGG.
- Het HIGG moet multifunctioneler worden; de programmering is nog te beperkt.
- De ondergrondse parkeergarage dient een omvang te krijgen van 800 tot 1.000 plaatsen.
- Er dient een integrale visie te komen voor een totale ontwikkeling van zowel de noord- als de oostzijde van de Grote Markt.

3.6 Referentiebeelden

Om de plannen in breder perspectief te plaatsen wordt in navolgende een vergelijking gemaakt met min of meer vergelijkbare projecten.

De Witte Dame in Eindhoven

De Witte Dame in het centrum van Eindhoven is een unieke, multifunctionele congres- en expositielocatie in het hart van Eindhoven. De Witte Dame trekt momenteel circa 1 miljoen bezoekers. Projectontwikkelaar IBC, Design Academy en de bibliotheek zijn eigenaar van het gebouw. Het monumentale fabrieksgebouw van 1930 is beeldbepalend voor het stadshart en een markant voorbeeld van herbestemming van industrieel erfgoed. De Witte Dame is een bijzondere locatie voor bijzondere evenementen.

In de Witte Dame zijn de volgende functies gehuisvest:

- Philips Design;
- Design Academy;
- Openbare bibliotheek;
- De kunstinstelling MU art foundation;
- Kunstuitlen Krabbedans;
- Mezzo;
- Winkels (aan de plint);
- Horeca en
- een parkeergarage.

De Witte Dame beschikt over een aantal ruimten die geschikt zijn voor evenementen. Daarbij is te denken aan lezingen, seminars, symposia, workshops, vergaderingen, recepties, productpresentaties en dergelijke.

Over de effecten die de realisatie van de Witte Dame in Eindhoven heeft opgeleverd voor de binnenstad zijn geen kwantitatieve gegevens beschikbaar. Wel is men ervan overtuigd dat de ontwikkeling van de Witte Dame, vanuit de filosofie van de multifunctionele binnenstad, een goede ontwikkeling is geweest⁹. Van enige uitstraling op haar omgeving zijn geen harde gegevens bekend. Wel heeft men de indruk dat in de nabijgelegen Willemslaan meer betere restaurants zijn gekomen

In een interview met het Limburgs Dagblad in juni 2004 stelt de directeur van de Bibliotheek in Eindhoven dat de exploitatie van de Witte Dame geen problemen oplevert. Naast de vaste huurinkomsten komt er geld binnen door de verhuur van openbare ruimtes als de congressaal, auditorium, enz. Toch is – zes jaar na opening – de Witte Dame nog steeds niet het bruisende culturele hart dat het zou moeten zijn. Met name wordt dit veroorzaakt door het feit dat de *samenwerking* tussen de partijen nog ver te zoeken is.

Centrale Bibliotheek op het Oosterdokseiland in Amsterdam

De grootse openbare bibliotheek van Nederland verrijst de komende jaren op het Oosterdokseiland in Amsterdam. De bibliotheek ‘nieuwe’ stijl moet in 2007 klaar zijn en kost €88 miljoen. De nieuwe centrale bibliotheek wordt gebouwd omdat de huidige aan de Prinsengracht veel te klein is. Dat gebouw kan het toenemend aantal bezoekers niet meer aan en de faciliteiten schieten te kort. Zo heeft de huidige bibliotheek 300 plaatsen waar de toekomstige twaalfhonderd plaatsen biedt. De helft daarvan heeft een internetaansluiting. De bibliotheek krijgt ook een auditorium, er komt een tentoonstellingsruimte, een leescafé en worden cursussen aangeboden. De uitleen en het terugbrengen van de boeken gaat in het vervolg helemaal automatisch. Het ontwerp van Jo Coenen bestaat uit drie terraslagen waarvan het totale oppervlak 27.500 vierkante meter is. Onder het gebouw komt een parkeergarage. De bibliotheek gaat zeven dagen per week open. Dit plan laat goed zien welke ontwikkelingen momenteel spelen binnen de bibliotheeksector en hoe andere steden hierop inspelen. Het HIGG speelt goed in op deze ontwikkelingen en kan eveneens een voortrekkersrol vervullen voor het Noorden van het land.

CODA Apeldoorn

In 2004 is CODA in Apeldoorn geopend. De koepelnaam CODA beschrijft wat er bijeengebracht is in één organisatie en binnen één gebouw: Cultuur Onder Dak Apeldoorn. Door de gezamenlijke huisvesting van het Apeldoorns Museum (voorheen het Historisch Museum Apeldoorn en het Van Reekum Museum voor moderne - en hedendaagse kunst), het Apeldoorns Archief en Bibliotheek Apeldoorn, is een voor Nederland vrij unieke combinatie ontstaan van bibliotheek, museum en archief. In dit ‘cultuurwarenhuis’ is van alles te vinden tot ‘lering en vermaak’ op het gebied van cultuur, kunst en geschiedenis. Bij CODA zijn 170 medewerkers en 150 vrijwilligers werkzaam.

⁹ Met name de bibliotheek heeft een sterk aantrekkende werking voor de Eindhovense binnenstad. Overigens blijkt ook in andere steden dat bibliotheken grote publiekstrekkers zijn. In diverse steden worden daarom bibliotheken aan de rand van de binnenstad aangetroffen.

De kerndoelstelling van CODA is om een veelzijdig cultureel, educatief en informatief aanbod te realiseren. Het nieuwe instituut wordt een kennis - en informatiecentrum in de meest brede zin van het woord. Waar vroeger op drie plaatsen in de stad voor informatie aangeklopt moest worden over een bepaald thema, kunnen bezoekers nu terecht op één locatie. Uitgangspunt is een zo optimale synergie te realiseren op het terrein van producten en diensten om daarmee grotere publieksstromen te realiseren en een samenhang aan te brengen tussen de onderdelen zodat de som meer is dan de delen. Voor bijna alle inwoners van Apeldoorn was de bibliotheek al een onderdeel van hun culturele leven. De bekendheid met het museum en zeker ook het archief was veel minder groot. De brede cultuurprogrammering van CODA biedt nieuwe perspectieven voor oude en nieuwe klanten.

Naast de genoemde functies is in CODA tevens ruimte beschikbaar voor lezingen, cursussen, presentaties, vergaderingen en grote bijeenkomsten tot 150 personen. Ook is er een CODA-winkel (met boeken over kunst en (regionale) geschiedenis, catalogi van tentoonstellingen, kunst- en designartikelen, etc.) en een CODA café, waar bibliotheek- en museumbezoekers terecht kunnen. Daarnaast is er een sfeervol binnenplein gerealiseerd, het zogenaamd Cultuurkwartier, dat in direct verbinding staat met het Huis van Schoone Kunsten (waar het centrum voor Kunsteducatie Apeldoorn, een podium voor muziek, dance, theater, literatuur en film en het Centrum Beeldende Kunst Gelderland gevestigd zijn) en waar evenementen kunnen worden gehouden.

3.7 Conclusies

- *Voorliggend concept vernieuwend*
De plannen voorzien in de realisatie van een aantrekkelijk mix van culturele en commerciële voorzieningen aan de oostzijde van de Grote Markt. Een belangrijke trekker in de plannen is het HIGG. Deze voorziening is tot op heden uniek in haar soort en speelt in op de wijzigende voorkeuren van de consument, door middel van een nieuwe vorm van presentatie en integratie van collecties. Flexibiliteit speelt hierbij een belangrijke rol, omdat steeds gezocht wordt naar actuele thema's en activiteiten en optimaal gebruik wordt gemaakt van allerlei nieuwe media.
- *Plannen passen in geformuleerde beleidsdoelstellingen en ambities*
De plannen voor de oostzijde van de Grote Markt passen goed in het geformuleerde beleid en de daarbij behorende ambities. Het plan zal leiden tot een intensivering van de stedelijke functies in de band binnenstad – Damsterdiep – Eemskanaalzone en Meerstad. Tevens geeft het plan invulling aan het 'versterken van de culturele infrastructuur' en de creatieve industrie in de stad Groningen en daarmee aan de versterking van de concurrentiepositie van de stad Groningen en haar binnenstad.
- *Gesprekken met belanghebbenden*
Uit gesprekken met belanghebbenden is duidelijk naar voren gekomen dat de oostkant van de Grote Markt een impuls behoeft. Het HIGG kan hierin voorzien. Kamer van Koophandel en de Groninger City Club stellen echter wel randvoorwaarden bij de realisatie van het HIGG.

- *Referentie projecten*

Uit onderzoek naar referentieprojecten is duidelijk naar voren gekomen dat er op dit moment in Nederland geen projecten zijn die – in hun samenwerking – vergelijkbaar zijn met het HIGG. Wel komt naar voren dat bibliotheken grote publiekstrekkingen voor binnensteden zijn en momenteel sprake is van een tendens om de activiteiten van bibliotheken te verbreden.

4 Ruimtelijk-functionele effecten

4.1 Inleiding

De planvorming rondom de oostzijde van de Grote Markt in Groningen wordt in dit hoofdstuk in een ruimer stedelijk perspectief geplaatst. Aan de orde komen:

- De betekenis van Grote Markt voor het geheel aan ontwikkelingen aan de oostzijde van de stad.
- De betekenis van de Grote Markt voor het gehele centrumgebied.

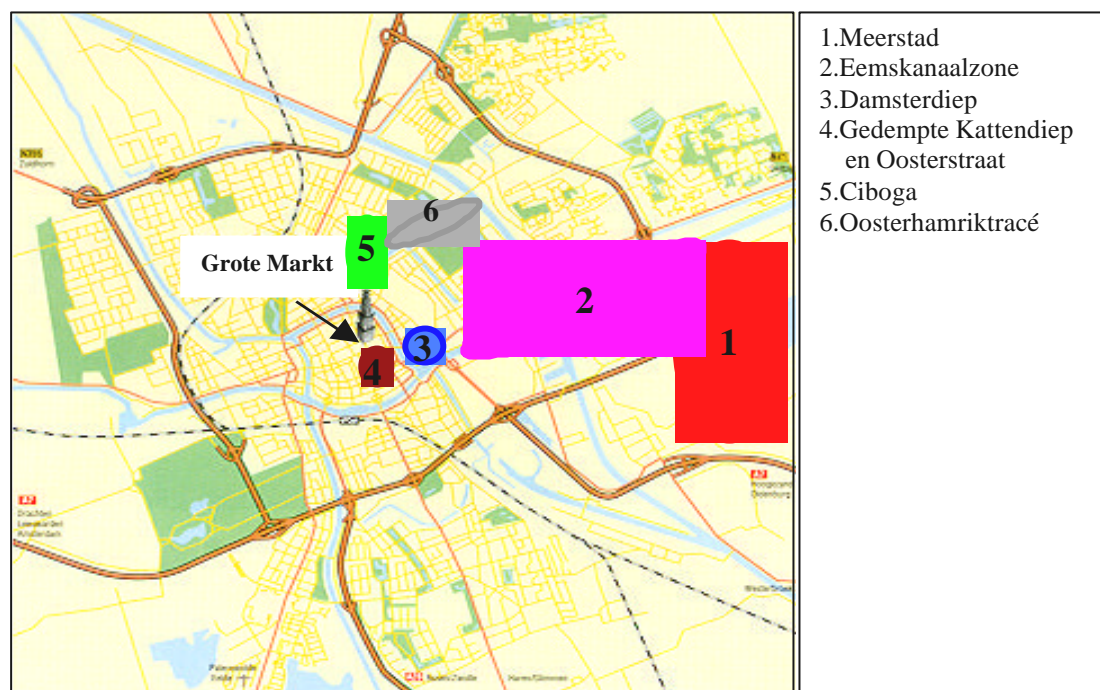
Voorts wordt aangegeven hoeveel bezoekers de binnenstad van Groningen extra zal gaan trekken als gevolg van deze ontwikkelingen.

4.2 Ontwikkelingstrajecten oostzijde van de stad Groningen

De ontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt staat niet op zich zelf, maar vormt onderdeel van een keten van nieuwe plannen in het oostelijk deel van de stad. Mede als gevolg van deze beoogde ontwikkelingen gloort er nieuw perspectief voor het oostelijk deel van de binnenstad, dat door de ontwikkelingen van de Westerhaven, het Waagcomplex en het Groninger Museum in ontwikkeling is achter gebleven. Tot deze keten van nieuwe ontwikkelingen behoren - naast het noordelijk van de binnenstad gelegen Ciboga terrein - het nieuwe stadsdeel Meerstad, de Eemskanaalzone (met IKEA), de parkeergarage aan het Damsterdiep, het Oosterhamriktracé en de particuliere initiatieven aan het Gedempte Kattendiep en de Oosterstraat.

Op kaart 4.1 zijn deze ontwikkelingen schematisch aangegeven. Na de kaart volgt een toelichting per ontwikkelingslocatie.

Kaart 4.1 Ligging van de ontwikkelingslocaties



Meerstad

Meerstad¹⁰ is de belangrijkste uitbreidingslocatie voor woningen voor de stad Groningen. Meerstad (in totaal circa 4.000 hectare) komt tot ontwikkeling aan de oostkant van Groningen tussen Groningen, Engelbert en Harkstede.

De volgende ontwikkelingen staan gepland¹¹:

- De bouw van 8.000 woningen (tot 10.000 woningen op termijn);
- De aanleg van een meer van circa 650 hectare, voor recreatie, waterberging en waterbuffering;
- De ontwikkeling van natuurterreinen die Meerstad met Midden-Groningen en het Hunzedal verbinden;
- Het gebied zal ruim opgezet worden met alle voordelen van het ‘buiten wonen’;
- De bedrijventerreinen worden dusdanig ingericht dat er een aantrekkelijke verbinding ontstaat tussen de buiten- en de binnenstad.

In december 2004 is het Concept-Masterplan 2004 voor Meerstad vastgesteld.

Eemskanaalzone

Voor de Eemskanaalzone is een Ontwikkelingsvisie opgesteld, waarin een aantal ontwikkelingsmogelijkheden is aangegeven voor de korte, middellange en lange termijn. Belangrijke pijler voor deze visie is dat de Eemskanaalzone een veilige en aantrekkelijke

¹⁰ De gemeenten Groningen en Slochteren, de provincie Groningen, het waterschap Hunze en Aa's, het ministerie van LNV en de Dienst Landelijk Gebied hebben op 7 maart 2001 een overeenkomst getekend voor de realisatie van Meerstad.

¹¹ Bron: www.meerstad-groningen.com

route wordt tussen de stad Groningen en Meerstad. Het gebied wordt momenteel gekenmerkt door bedrijvigheid en de aanwezigheid van waterwegen.

De ambitie is het gebied in delen te transformeren van een bedrijven- en industrieterrein, naar een centrumstedelijk gebied met wonen, werken en voorzieningen. Tevens wordt getracht het water – het Eemskanaal – meer zichtbaar te maken. Momenteel wordt er gewerkt aan een van de grootste IKEA's van Nederland. De huidige IKEA verplaatst hiervoor naar de Veemarkthallen, iets ten zuiden van de huidige locatie en breidt uit tot 29.000 m². De verwachting is dat de bezoekersaantallen daardoor zullen stijgen van 1,4 naar 2 miljoen.

Tevens is gestart met woningbouw op de Houtunielocatie. In de Ontwikkelingsvisie wordt gesproken over 2.500 woningen. Verder is van belang dat er in de Eemskanaalzone twee nieuwe bruggen staan gepland. De Berlagebrug over het Eemskanaal en de Sontbrug over het Winschoterdiep. Hierdoor wordt zowel de oost-west (Sontweg – Driebondsweg) als de noord-zuid verbinding (Damsterdiep – Sontweg) in het gebied versterkt.

Damsterdiep

Ook het Damsterdiep is strategisch gelegen tussen de ontwikkelingslocaties aan de oostzijde van de stad Groningen en de binnenstad anderzijds. De gemeente Groningen is dan ook voornemens een parkeergarage aan het Damsterdiep te realiseren. Dit wordt een nieuw bronpunt aan de rand van de binnenstad.

Gedempte Kattendiep en Oosterstraat

In deze delen van de binnenstad vindt een aantal particuliere initiatieven plaats voor ontwikkeling en herontwikkeling. Een voorbeeld is een project van de Ni Hao Group in de Oosterboog, op de hoek van de Oosterstraat en het Gedempte Kattendiep, naast het Holland Casino. Ni Hao heeft hier circa 3.700 m² gehuurd voor een wokrestaurant (1.500 m²), een Chinees warehouse (circa 2.200 m²) met onder andere een toko, een Chinese healthclub en kleinere Chinese winkels¹². Ook zal in de Oosterstraat een nieuwe, grote ANWB winkel (750 m²) geopend worden.

Ciboga

De planvorming op het Ciboga terrein behelst onder andere de bouw van circa 900 woningen/appartementen. Naast deze woningen zal er ook een grote ondergrondse parkeergarage gebouwd worden, die dienst zal gaan doen als bronpunt voor binnenstadsbezoek. Daarnaast zal ook een beperkt aantal winkels gebouwd worden (3.500 m²). Middels de ruimtelijke inrichting van het gebied wordt een betere koppeling met de binnenstad gerealiseerd.

Oosterhamriktracé

In de ontwikkelingsvisie voor het Oosterhamriktracé zijn plannen opgenomen voor de nieuwbouw van ongeveer 1.100 woningen en de ontwikkeling van bedrijfsruimte in het gebied tussen de oostelijke ringweg, de Kapteynbrug, de Vinkenstraat en de Oosterhamrikkade. Allereerst wordt er gewerkt aan het openstellen van de busbaan in het tracé voor personeel van het AZG en AZG-gerelateerde bedrijven op het toekomstige

¹² Bron: Property.nl (september 2004).

Bodenterrein. Later komt de bouw van nieuwe bruggen over het Van Starckenborghkanaal aan de orde.

Toename bezoekersaantal binnenstad

De investeringen in Meerstad, de Eemskanaalzone, het Damsterdiep en Ciboga leiden tot een intensiever gebruik van de binnenstad. Globale berekeningen geven aan dat het bezoekersaantal dat thans circa 30 miljoen bedraagt als gevolg van deze nieuwe ontwikkelingen en als gevolg van de beoogde herontwikkeling van de oostkant van de Grote Markt zou kunnen toenemen met zo'n 10%¹³. In die toename is overigens het effect van het HIGG verdisconteerd.

4.3 Ruimtelijke en functionele opbouw centrumgebied in een nieuw perspectief

In deze paragraaf wordt de ruimtelijke en functionele opbouw van de binnenstad beschreven. Tevens wordt aangegeven welke veranderingen hierin zullen optreden als gevolg van de plannen aan de oostzijde van de Grote Markt.

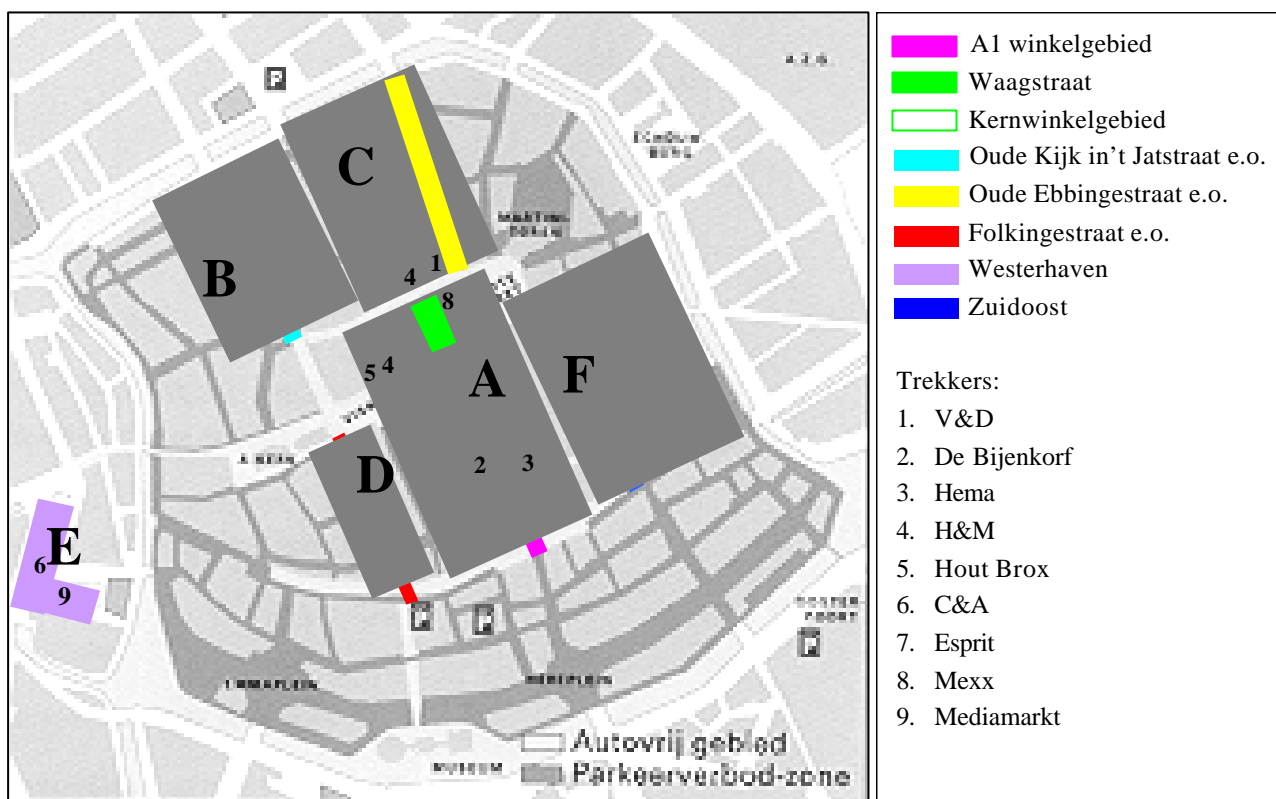
4.3.1 Het centrumgebied naar locatietypologieën

Voor het centrumgebied is op onderstaande kaart aangegeven wat het A1 winkelgebied is en welke trekkers hierin zijn gevestigd. Zoals op de kaart is te zien kan het centrumgebied worden ingedeeld in verschillende deelgebieden, met een eigen karakter¹⁴.

¹³ De berekeningen die hieraan ten grondslag hebben gelegen zijn gebaseerd op het te verwachten bezoek in het HIGG, te verwachten bevolkingsaantallen in de nieuwbouwlocaties, bezoekfrequenties in de binnenstad, e.d. (Bron: Detailhandelsmonitor Groningen 2004), combinatiebezoek IKEA, enz.

¹⁴ Hierbij wordt de onderverdeling van deelgebieden aangehouden, zoals deze is gehanteerd door BRO in het rapport: Gebiedsprofielen binnenstad (april 2004). Gemeente Groningen.

Kaart 4.2 Centrumgebied Groningen naar deelgebieden en locatie van trekkers



Deelgebied A - Herestraat, Waagstraat, Grote Markt en Vismarkt: Kernwinkelgebied

In het kernwinkelgebied zijn de meeste winkels gevestigd. Belangrijke aanwezigen zijn de warenhuizen en de bekende nationale en internationale formules (zoals H&M, Esprit, Mexx, Vero Moda en Mango). Er is sprake van een hoge filialisering. In de Waagstraat is sprake van een gemiddeld tot hoger marktsegment, in de Herestraat ligt dit gemiddeld wat lager. Op de Grote Markt en de Vismarkt zijn regelmatig warenmarkten.

Deelgebied B - Oude Kijk in't Jatstraat e.o.: Hoogwaardig dwaalmilieu

In dit gebied is sprake van een menging van detailhandel en andere functies. In zowel de Oude Kijk in't Jatstraat als in de Zwanestraat zijn relatief veel (bijzondere) speciaalzaken aanwezig en weinig filiaalbedrijven. Met name in de Zwanestraat zijn relatief veel modische speciaalzaken aanwezig in een wat hoger marktsegment.

Deelgebied C – Oude Ebbingestraat e.o.: Prijsvriendelijk doelgericht aanloopgebied

Het betreft hier een aanloopstraat grenzend aan de Grote Markt vanuit noordelijke richting. Aan de Oude Ebbingestraat is een mengeling van functies aanwezig, met een vrij sterke nadruk op de bruin- & witgoedbranche. De straat heeft een wisselende uitstraling en de meeste van de aanwezige functies hebben een prijsvriendelijk karakter.

Deelgebied D – Folkingestraat e.o.: Multicultureel dwaalmilieu

De Folkingestraat heeft een exotisch, kleinschalig en trendy karakter. Sinds de bouw van het Groninger Museum (en een bijbehorende brug over de Verbindingskanaalzone) is het is een drukke aanloopstraat naar de binnenstad geworden, vanaf het Centraal Station.

Deelgebied E – Westerhaven e.o.: Grootschalig doelgericht kopen

Het betreft een recent planmatig ontwikkelde concentratie van grootschalige detailhandel aan de westzijde van de binnenstad. Het aanbod bevindt zich met name in het laag-midden segment en belangrijke aanwezigen zijn Mediamarkt, C&A, Intersport, Toy's R Us en Villa Happ. Mede gezien de aanwezigheid van de parkeergarage, functioneert de Westerhaven als een bronpunt voor de westzijde van de binnenstad.

Deelgebied F – Zuidoost e.o.: Multifunctioneel aanloopgebied

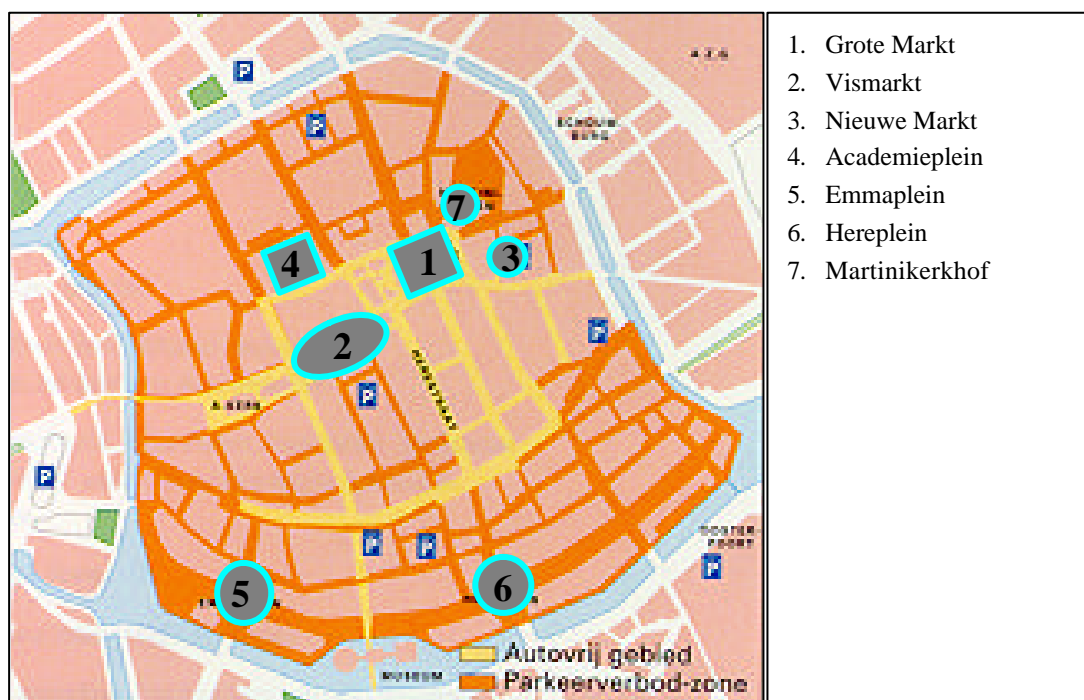
Dit betreft een zeer divers gebied, met een aantal (sterke) winkels en uitgaansgelegenheden. De Oosterstraat kenmerkt zich meer als een winkelstraat, de Poelestraat en Peperstraat hebben relatief veel horeca en nachthoreca (vooral voor studenten). In dit deel van de binnenstad zijn relatief weinig filiaalbedrijven. Belangrijke aanwezige in dit gebied is het Casino en tevens de plannen voor het Chinese warenhuis, restaurant en de ANWB winkel zijn van belang. De Steentilstraat ligt ten zuiden van de Oosterstraat en legt een link naar het Damsterdiep. Momenteel is hier vrij doelgericht bezocht winkelaanbod en wat horeca aanwezig.

Door de ontwikkelingen aan de oostzijde van de Grote Markt kan naast het 'uitgaan' de culturele identiteit van dit gebied sterk toenemen. Als zodanig wordt dan een 'thans nog ontbrekende' identiteit toegevoegd. De binnenstad van Groningen krijgt hiermee opnieuw een bezoeks-motief.

4.3.2 De pleinenstructuur

Op de onderstaande kaart is de pleinenstructuur in de binnenstad van Groningen weergegeven. Tevens is hierin het nieuw te vormen stadsplein de 'Nieuwe Markt' opgenomen.

Kaart 4.3 Huidige pleinenstructuur en geplande Nieuwe Markt



De Grote Markt ligt in het hart van Groningen en huisvest een aantal belangrijke functies waaronder het Stadhuis, winkels, horeca en banken. Tevens is er een aantal keren per weekmarkt en wordt het plein gebruikt als evenementenplein.

Figuur 4.1 Impressie Grote Markt



De verschillende zijden van de Grote Markt hebben elk een eigen karakter. De west- en zuidzijde van de Grote Markt bestaan uit karakteristieke historische panden. De noord- en oostzijde van de Grote Markt zijn weder opgebouwd na WOII.

De Vismarkt

Eveneens een zeer belangrijk plein, waar ook meerdere keren per week markt wordt gehouden. De Vismarkt wordt aan de westzijde begrensd door de A-kerk en de Korenbeurs (hierin zit een Albert Heijn). De Vismarkt en omgeving heeft na de realisatie van de brug bij het Groninger Museum een nieuwe impuls gekregen. H&M zal hier op korte termijn – naast Hout-Brox – een tweede vestiging openen.

De Nieuwe Markt

Dit wordt het nieuwe plein aan de oostzijde van de Grote Markt. Volgens de plannen wordt het een kleinschalig, intiem en besloten plein, waar de verblijfswaarde een belangrijke rol speelt. Het plein is gelokaliseerd op het einde van de oost-west as langs de zuidzijde van de Grote Markt. Cultuur, uitgaan, informatie en informatieoverdracht¹⁵ worden de functionele dragers van het nieuwe plein.

Academieplein

Het plein is vrij kleinschalig en wordt gedomineerd door de aanwezigheid van de Universiteits Bibliotheek en de Academie.

¹⁵ In samenwerking met KPN.

Emmaplein en Hereplein

Deze twee pleinen hebben vooral een functie als verkeersregulators en zijn in dit opzicht iets minder relevant als verblijfspleinen in de binnenstad.

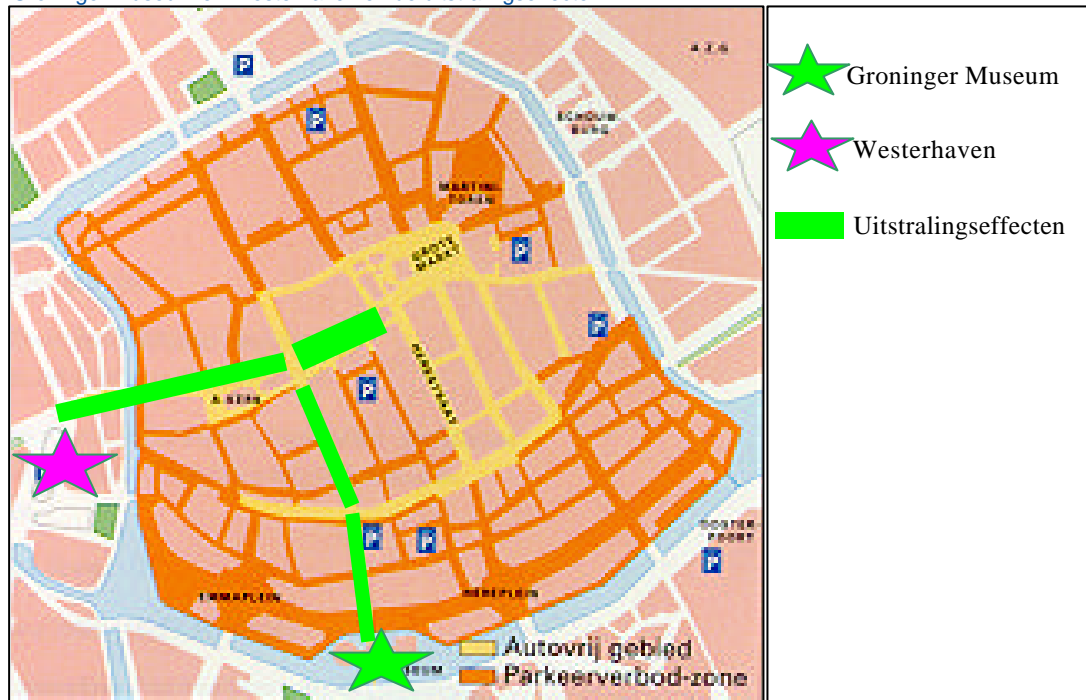
Martinikerkhof

Een klein, intiem, besloten, groen plein, verscholen achter de Martinikerk, omringd door grotendeels historische bebouwing.

4.3.3 Positionering Westerhaven en Groninger Museum

Zowel de Westerhaven als het Groninger Museum (in combinatie met de brug bij het station) - beide ankerpunten van de Groningse binnenstad - hebben nieuwe bezoekersstromen teweeg gebracht. Zo heeft enerzijds de ontwikkeling van grootschalige detailhandel op Westerhaven nieuwe perspectieven geschapen voor de Vismarkt als verbindingszone tussen de Grote Markt en Westerhaven en heeft anderzijds de realisatie van het Groninger Museum tot nieuwe perspectieven geleid voor de Folkingestraat als verbindingszone tussen het station, respectievelijk het Groninger Museum en de Vismarkt/Grote Markt. De ligging van deze twee ankerpunten is weergegeven op onderstaande kaart evenals hun uitstraling op de omgeving.

Kaart 4.4 Groninger Museum en Westerhaven en de uitstralingseffecten



4.3.4 Bronpunten

Op onderstaande kaart zijn de belangrijkste bronpunten (parkeren, stations voor openbaar vervoer en dergelijke) weergegeven in de binnenstad van Groningen.

Kaart 4.5 Bronpunten – parkeren en transferia

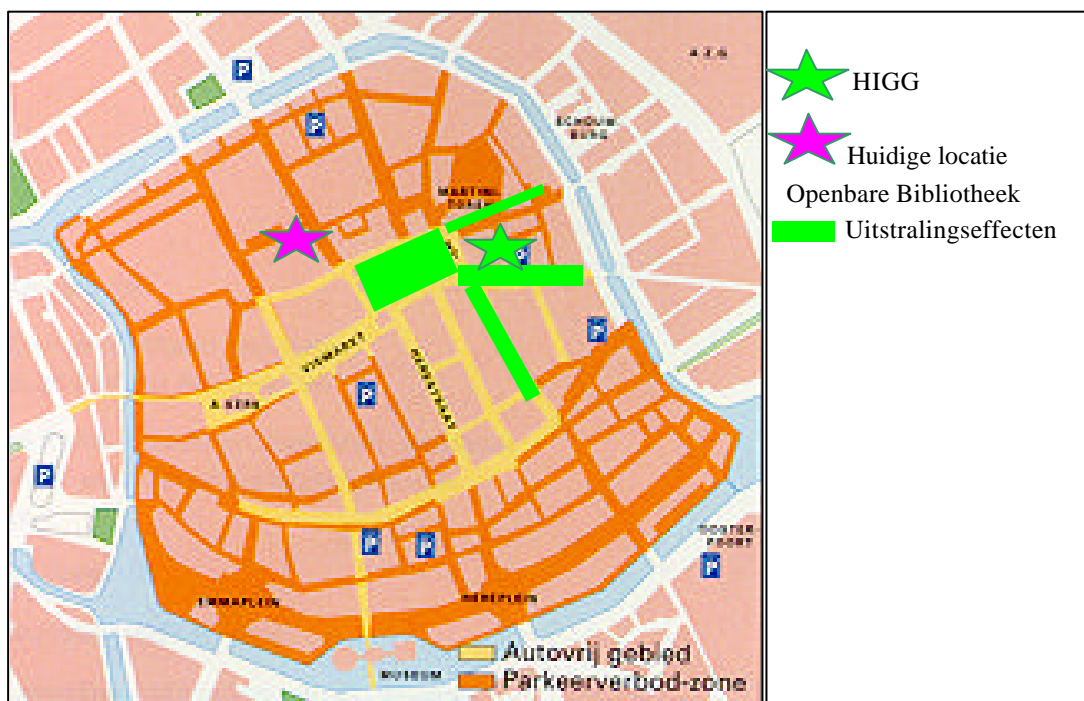


Het HIGG zal aan de oostzijde van de Grote Markt worden gerealiseerd, inclusief een ondergrondse parkeergarage (als vervanging van de parkeergarage achter de Naberpassage). Dit betekent dat de oostkant van de Grote Markt als bronpunt voor centrumbezoek sterk in waarde zal stijgen. Bronpunten zijn immers van groot belang voor het ontstaan van looproutes. Met name voor bezoekers van de binnenstad die vanaf de oostkant het centrum benaderen is deze parkeergarage (maar ook die aan het Damsterdiep) van groot belang.

4.3.5 Effecten op ruimtelijke structuur

De realisatie van het HIGG en alle andere ontwikkelingen aan de oostkant van het centrum zijn van groot belang voor een verdere ontwikkeling van de oostkant van het centrumgebied. Dit zal uitstralingseffecten hebben naar de direct omliggende omgeving, omdat de spanningsbogen tussen trekkers zich zullen wijzigen. Met name de Grote Markt (ook de noordzijde), de Oosterstraat, St. Janstraat en de Poelestraat kunnen van meer bezoekersstromen profiteren. Hierbij dient wel in beschouwing te worden genomen dat de bezoekers van de Openbare Bibliotheek (die momenteel in de Oude Boteringestraat is gevestigd) zullen verplaatsen naar de nieuwe locatie. Wat de effecten hiervan zullen zijn op de Oude Boteringestraat (en de noord-westzijde van de Grote Markt) is afhankelijk van wat er op deze locatie gaat gebeuren.

Kaart 4.6 Uitstralingseffecten HIGG op directe omgeving



Door de realisatie van het HIGG ontstaan er nieuwe spanningsbogen op de reeds bestaande Noord-Zuid spanningsboog.

- Tussen het HIGG en het kernwinkelgebied (Grote Markt, Waagstraat en Herestraat);

- Tussen het HIGG, de Vismarkt en de Westerhaven (een versterking van de westelijke as);
- Op een hoger schaalniveau in oostelijke richting (IKEA, Eemskanaalzone, Damsterdiep en oostzijde binnenstad).

Dit betekent dat de Grote Markt – zeker wanneer ook de noordzijde van de Grote Markt tot ontwikkeling gaat komen - haar centrale positie in het binnenstedelijke weefsel weer terug gaat krijgen. Een positie die zij thans met de realisatie van Westerhaven, het Waagcomplex en het Groninger Museum verloren dreigt te raken. In het onderstaande schema is – bij realisatie van zowel de oost- als de noordkant van de Grote Markt - de nieuwe centrale positionering van de Grote Markt schematisch weergegeven.

Kaart 4.7 Huidige en toekomstige structuur Binnenstad Groningen



Duidelijk zichtbaar in bovenstaande tekening is ook het belang van een ontwikkeling van de noordzijde van de Grote Markt.

4.4 Commerciële invulling Oostkant Grote Markt

Door de ruimtelijke ingrepen aan de oostkant van de Grote Markt ontstaan (in combinatie met de realisatie van een grote ondergrondse parkeergarage en het nieuwe plein) nieuwe mogelijkheden voor commerciële functies. Deze zijn met name gelocaliseerd aan het front van de Grote Markt. In totaal is hier 10.000 m² oppervlakte beschikbaar voor aanvullende functies. Van deze 10.000 m² zal circa 3.300 m² gebruikt worden voor Vindicat, zodat circa 6.700 m² resteert voor commerciële invulling. Deze additionele ruimte is verdeeld over 4 verdiepingen. Met name de derde verdieping leent zich minder voor commerciële functies. Invulling met woningen ligt hier zeer voor de hand.

Voor de begane grond en de 1^e verdieping kan derhalve gedacht worden aan detailhandel, dienstverlening en horeca.

Functies die voor deze locatie in aanmerking zouden kunnen komen en aansluiten bij de identiteit van het gebied, zoals deze zal gaan ontstaan na realisatie van het HIGG, zijn:

- Op het gebied van detailhandel:
 - Een multi-media winkel zoals bijvoorbeeld Donner in Rotterdam of het Franse FNAC;
 - Een groot warenhuis als bijvoorbeeld Bijenkorf, Kaufhof, e.d.
 - Life-style warenhuis;
 - Brand stores als bijvoorbeeld een Sony store, Nike store;
 - CD-winkel (geen schijfjesverkoper maar een entertainmentwinkel);
 - Reisbureau gericht op exotische reizen;
- Op het gebied van horeca:
 - Een themarestaurant;
 - Internetcafé.

Opgemerkt zij hierbij echter dat het de voorkeur verdient om de invulling van de commerciële ruimten te streven naar *een* grootschalige publiekstrekker. Grootschalige retailfuncties genereren aanzienlijk meer aantrekkingskracht dan een verzameling van min of meer kleinschalige, willekeurige functies.

4.5 Conclusies

- Met de herontwikkeling van de oostkant van de Grote Markt reikt de keten van ontwikkelingen aan de oostkant van de stad Groningen (Meerstad, Eemskanaalzone, Damsterdiep) tot in de binnenstad. In dit kader is het HIGG een 'stepping stone' in deze as tot aan hartje centrum (de Grote Markt).
- De realisatie van deze keten van ontwikkelingen leidt (inclusief de bezoekersaantallen voor het HIGG) tot een toename van het aantal bezoekers in de binnenstad van circa 10%.
- Door de herontwikkeling van de oostkant van de Grote Markt zal het zuidoostelijk deel van de binnenstad van Groningen zich vooral onderscheiden door haar functies als het culturele hart en uitgaanscentrum van Groningen. Het te realiseren plein (de Nieuwe Markt) zal ook deze identiteit krijgen. Daarnaast zullen ook informatie en informatieoverdracht de kenmerken zijn van de Nieuwe Markt.
- Door de realisatie van de oostzijde van de Grote Markt en daaraan gekoppeld een eventuele herinvulling van de noordzijde komt de Grote Markt opnieuw centraal in de Groningse binnenstad te liggen. Zij krijgt daarmee *haar historische en haar spilfunctie* weer terug. Vanuit de Grote Markt zijn vervolgens alle deelgebieden van de binnenstad bereikbaar.
- Na realisatie van de oostzijde van de Grote Markt ontstaan er mogelijkheden voor toevoeging van commerciële functies. Voorkeur gaat hierbij uit naar invulling met

een grootschalige publiekstrekker. Hierbij kan op het gebied van detailhandel gedacht worden aan een multi-media winkel, een (life-style) warenhuis, multi-brandstore, en dergelijke. Op het gebied van horeca wordt de meeste toegevoegde waarde bereikt met thema horeca.

5 Economische effecten

5.1 Inleiding

Met de realisatie van de oostzijde van de Grote Markt ontstaat een nieuw perspectief voor dit deel van de binnenstad. Het HIGG genereert nieuwe bezoekerstromen en zorgt voor nieuwe levendigheid aan de oostzijde van de Grote Markt. Dit verbeterd perspectief kan ook in economische zin worden geduid. Daarbij kan een nader onderscheid gemaakt worden tussen tijdelijke effecten gedurende de realisatiefase en structurele effecten op moment dat het HIGG en de overige geplande voorzieningen in gebruik worden genomen. Omdat de tijdelijke effecten op zich niet zoveel zeggen richten we de aandacht vooral op de structurele effecten met een permanent karakter voor de binnenstad van Groningen.

De structurele effecten kunnen zowel in termen van productiewaarde (omzet), toegevoegde waarde (handelsmarges) en werkgelegenheid worden weergegeven. De omzet zegt daarbij minder dan de resulterende werkgelegenheid en toegevoegde waarde. Immers, de waarde van een sector wordt niet zozeer bepaald door grote omzetvolumes, maar meer door ‘wat ervan blijft hangen’. De belangrijkste indicatoren hiervoor zijn de werkgelegenheid en toegevoegde waarde.

De structurele effecten kunnen in relatie tot dit project verder worden opgesplitst in:

- Direct en afgeleide effecten
- Uitstralingseffecten
- Indirecte effecten
- Overige (uitstralings)effecten

Om de economische bijdrage van het project zichtbaar te maken dient tenslotte een vertaling te worden gemaakt van bruto naar netto effecten. Om deze vertaling te kunnen maken kijken we per projectonderdeel naar de mate van additionaliteit. Relevant in dit verband is onder andere in hoeverre sprake is van verplaatsing van activiteiten (al in de regio gevestigde activiteiten die verhuizen naar een nieuwe locatie binnen het plangebied) en in welke mate substitutie-effecten (economische effecten bij begunstigden die ten koste gaan van een persoon of organisatie die buiten de interventie valt) optreden.

In het navolgende worden de effecten van het HIGG toegelicht. Bij de bepaling van de effecten wordt uitgegaan van volledige realisatie van het HIGG.

5.2 Tijdelijke effecten gedurende de realisatiefase

Gedurende de realisatiefase van het HIGG ontstaat tijdelijke werkgelegenheid bij met name de bouwnijverheid en allerlei aanverwante sectoren. Maatgevend voor de omvang van deze tijdelijke effecten is de uiteindelijke aanneemsom. Investerings die betrekking hebben op de aankoop van bestaande opstallen en eventuele grondverwerving leiden niet rechtstreeks tot een impuls voor de lokale economie, maar zorgen alleen voor een overdracht van de huidige naar de nieuwe eigenaren van het gebied.

De tijdelijke werkgelegenheid als direct gevolg van de ontwikkeling van het HIGG en het omliggend gebied wordt op basis van het verwachte investeringsvolume geschat op circa 510 arbeidsjaren. Indien tevens rekening wordt gehouden met de effecten bij toeleverende bedrijven komt de totale tijdelijke werkgelegenheid uit op ongeveer 950 arbeidsjaren. De mate waarin de stad Groningen profiteert van deze werkgelegenheidsimpuls hangt sterk af van de mate waarin het lokale bedrijfsleven wordt ingeschakeld bij de bouw van het project. Gelet op het brede aanbod van bedrijven in Groningen mag er echter van worden uitgegaan dat een fors deel van deze effecten lokaal zullen neerslaan. Via nieuwe uitgelokte investeringen aan bijvoorbeeld de noordzijde van de Grote Markt, kan de tijdelijke impuls overigens (op termijn) nog toenemen. In deze studie is dit effect voorzichtigheidshalve niet nader gekwantificeerd.

5.3 Structurele effecten na opening HIGG

De structurele economische betekenis wordt zichtbaar via de bestedingen van bezoekers en andere gebruikers van het project en door afgeleide bestedingen door deze personen elders in de (binnen)stad en de regio. Deze bestedingen zijn niet tijdelijk van aard, maar leveren een structurele bijdrage aan de lokale en regionale economie. Vertrekpunt daarbij zijn de verwachte bezoekers na realisatie van de voorzieningen. De mate waarin het project erin slaagt deze (deels) nieuwe bezoekersstromen op gang te brengen is in dit geval dus maatgevend voor de economische effecten die optreden.

5.3.1 Structurele toename bezoek binnenstad

In het HIGG wordt een aantal functies ondergebracht. Naast de twee hoofdbewoners, te weten de Centrale Bibliotheek en het Centrum voor Geschiedenis, wordt gedacht aan een tweetal aanvullende publiekstrekkingen, namelijk een filmhuis en een middelgrote congresruimte. Voor deze functies is een prognose opgesteld van (de toename van) het aantal bezoekers na realisatie van de mix van culturele en commerciële functies aan de oostzijde van de Grote Markt. Naast dit bezoek dat dus rechtstreeks verband houdt met de geplande voorzieningen zelf, is verkend hoeveel extra bezoeken aan de binnenstad plaats zullen vinden vanwege de verhoogde levendigheid en aantrekkelijkheid van het gebied zonder dat de geplande voorzieningen zoals het HIGG ook daadwerkelijk worden bezocht.

Tabel 5.1 geeft een overzicht van het verwachte extra bezoek na openstelling van de voorzieningen aan de oostzijde van de Grote Markt. Voor de binnenstad gaat het dan in totaal om **350.000 tot 725.000 extra bezoeken per jaar**. De gehanteerde bandbreedte

houdt met name verband met de mate waarin de ontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt kan dienen als katalysator voor de aanpak van de noordzijde. In de ambitievariant van het groeimodel wordt hiervan uitgegaan. Van invloed is tevens de mate waarin het geplande Centrum van Geschiedenis en de Filmzaal met een aantrekkelijke programmering kan inspelen op de beoogde doelgroep. In het basismodel is uitgegaan van een voorzichtige inschatting, maar in het groeimodel (zowel in de gematigde als in de ambitievariant) kan het aantal bezoeken bij een aantrekkelijke programmering en juiste marketing- en promotie inspanningen verder oplopen.

Tabel 5.1 Toename aantal bezoeken binnenstad na openstelling voorzieningen aan oostzijde Grote Markt

	Huidige bezoek	Toename bezoek		
		Basis programma	Groeimodel Gematigd	Ambitie
1 Bibliotheek	750.000	+100.000	+100.000	+100.000
2 Centrum van Geschiedenis/ programmering	-	+150.000	+250.000	+250.000
3 Filmzaal	100.000	+75.000	+100.000	+100.000
4 Congresfaciliteit voor grootschalige bijeenkomsten	-	+25.000	+25.000	+25.000
5 Overig binnenstad	29,15 miljoen	-	+150.000	+250.000
Totaal	30 miljoen	+350.000	+625.000	+725.000

Een toelichting bij de bezoekprognose volgt hieronder.

- *Bibliotheek*

De Centrale Bibliotheek neemt in de organisatie van het Huis een centrale positie in. Deze bevindt zich momenteel ook al in het centrum van Groningen, aan de Oude Boteringestraat, en is in de huidige situatie goed voor ongeveer 750.000 bezoeken op jaarbasis. Naast leden bezoeken ook niet-leden regelmatig de Centrale Bibliotheek, bijvoorbeeld om een krant of tijdschrift te lezen, een lezing bij te wonen of gewoon een kop koffie te drinken in het leescafé. De Centrale Bibliotheek heeft bovendien een belangrijke bovenregionale functie. Een aanzienlijk deel van de leden is afkomstig van buiten de stad en maken gebruik van de bibliotheekvoorzieningen in het centrum van Groningen omdat zij in Groningen werken of vanwege de veel grotere mogelijkheden die de stadsbibliotheek biedt ten opzichte van de voorziening in hun eigen woonplaats. Verwacht wordt dat op de nieuwe locatie (onder andere vanwege het bredere aanbod en de synergie met andere functies) circa 100.000 bibliotheek-bezoeken extra per jaar gerealiseerd zullen worden.

- *Centrum voor geschiedenis*

Een tweede hoofdbewoner van het HIGG is het Centrum voor Geschiedenis, dat een sleutelrol vervult als het gaat om het tonen van voorwerpen uit de cultuurhistorische collecties van het Groninger Museum en het Noordelijk Scheepvaartmuseum. Het Centrum zal zich onder meer richten op het organiseren van tentoonstellingen rond historische verhalen, welke geïntegreerd worden met het aanbod van de bibliotheek en terug zijn te vinden in de zogenaamde domeinen. Daarnaast verzorgt het Centrum

wisselende tentoonstellingen, waarbij gedacht kan worden aan zowel grote(re) tentoonstellingen rondom bijzondere thema's als om kleinere tentoonstellingen gericht op meer actuele onderwerpen. Verwacht wordt dat het Centrum na opening jaarlijks ongeveer 150.000 tot 250.000 bezoekers zal trekken. Deze bezoekers zijn als extra aangemerkt omdat de geplande voorzieningen in de huidige vorm niet bestaan en de collecties waarvan gebruik wordt gemaakt op dit moment eigenlijk niet publiek toegankelijk zijn.

- *Filmzaal*

In het HIGG is voorzien in een filmzaal. Images Groningen heeft al aangegeven te willen participeren in het HIGG om hiermee reeds bestaande plannen voor uitbreiding te kunnen realiseren. Dientengevolge wordt rekening gehouden met een uitbreiding van het bioscoopaanbod in de binnenstad met circa 300 stoelen. Bedoeling is dat het filmhuis aanbod zich ook op bredere doelgroepen (o.a. ouderen) gaat richten en daardoor ook in de middaguren voorstellingen kan verzorgen (zoals bijvoorbeeld documentaires). Als gevolg hiervan neemt het bezoekersaantal aan Images Groningen naar verwachting toe van 100.000 nu tot jaarlijks circa 175.000 à 200.000 bezoekers.

- *Congresfaciliteit*

Het HIGG voorziet tevens in de dringende behoefte aan een 300+ zaal voor openbare debatten en congressen. Het HIGG kan hierdoor in de toekomst ook dienen als podium voor congressen en initiatieven die passen in de doelstelling van het Huis en op dit moment nog niet in Groningen plaats vinden. Verwacht wordt dat de vergader- en congresvoorzieningen jaarlijks circa 25.000 bezoekers trekt.

- *Overig binnenstad*

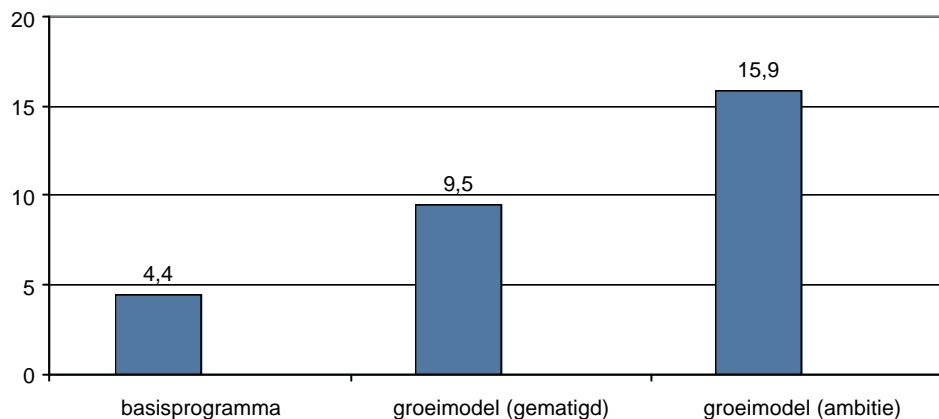
Met de realisatie van het HIGG gloort er nieuw perspectief voor het oostelijk deel van de binnenstad, dat als gevolg van de verwachte positieve uitstraling op het verblijfsklimaat meer dan voorheen uitnodigt om te bezoeken. Naast bezoekers aan de 'bewoners' van het HIGG zelf worden dan mogelijk ook nieuwe bezoekerstromen op gang gebracht die (althans voor een deel) aan het HIGG zullen zijn toe te schrijven. Het basisprogramma gaat er vanuit dat geen significant effect optreedt. In het groeimodel wordt aangenomen dat door een succesvolle ontwikkeling van het HIGG als nieuwe grote trekker voor de binnenstad het voor investeerders mogelijk wordt ook de noordzijde van de Grote Markt verder te ontwikkelen. De meerwaarde van het HIGG is vervolgens vastgesteld op basis van verwachtingen ten aanzien van het effect op de frequentie van het bezoek aan de binnenstad. In het gematigd groeimodel leidt dit ertoe dat ten opzichte van de autonome ontwikkeling ruim 150.000 bezoekers extra aan de binnenstad verwacht worden. In de ambitievariant wordt verwacht dat dit aantal verder kan oplopen tot ruim 250.000.

5.3.2 Jaarlijks terugkerende bestedingen

Op basis van de geraamde extra bezoeken als gevolg van de herontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt is vervolgens een doorvertaling gemaakt naar de bestedingsimpuls voor de binnenstad. Daarbij is per onderscheiden categorie gekeken

naar het huidige bestedingspatroon. Vervolgens is een doorvertaling gemaakt naar de voorliggende plannen. Uit de Detailhandesmonitor 2003 blijkt bijvoorbeeld dat 11% van de bibliotheekbezoekers in Groningen tevens een aankoop verricht in winkels of andere gelegenheden in de buurt. Diegenen die iets uitgeven, besteden gemiddeld €39,-. Voor gebruikers van de congresfaciliteiten ligt het bestedingbedrag per bezoeker overigens aanzienlijk hoger en profiteren ook de verblijfsaccommodaties. Het gemiddelde bestedingsbedrag voor alle bezoekers aan de binnenstad ligt op €22. Uitgaande van onder andere de genoemde bedragen komt de totale jaarlijkse bestedingsimpuls, afhankelijk van het gekozen scenario uit op een bedrag tussen de **€4,4 en €15,9 miljoen per jaar**. In de eerste jaren na opening van de voorzieningen kan de impuls hoger liggen, maar na verloop van tijd zijn uiteraard nieuwe inspanningen nodig om het bezoek op peil te houden. Een herontwikkeling van de noordzijde van de Grote Markt kan hierin voorzien.

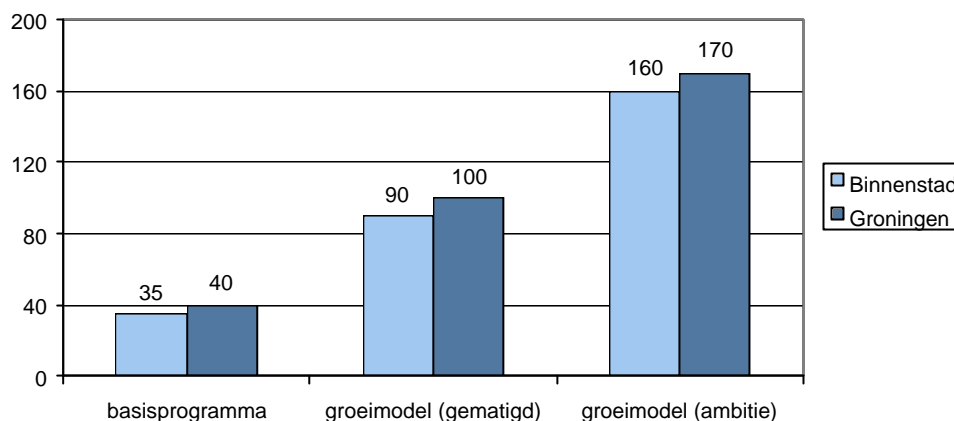
Figuur 5.1 Structurele bestedingsimpuls binnenstad na opening HIGG (in € miljoen)



5.3.3 Structurele werkgelegenheidseffecten

Maatgevend voor het effect in termen van werkgelegenheid zijn de verwachte bezoekersaantallen en hun bestedingen. Als hiermee rekening wordt gehouden komt het totale additionele werkgelegenheidseffect voor de binnenstad uit op **circa 35 tot 160 arbeidsjaren**. Voor Groningen als geheel is dit aantal iets hoger vanwege de effecten bij toeleverende bedrijven. Omdat met name in de horeca en de detailhandel relatief veel in deeltijd wordt gewerkt zal het werkgelegenheidseffect in werkzame personen hoger uitkomen.

Figuur 5.2 Structurele effecten na opening HIGG voor binnenstad en Groningen als geheel (arbeidsjaren)



5.4 Effectanalyse ontwikkelingen Oude Boteringestraat

Tot zover is overigens nog geen rekening gehouden met de transformatie van de vrijkomende ruimte aan de Oude Boteringestraat. Doordat de Centrale Bibliotheek ondergebracht zal worden in het HIGG komt ruimte vrij aan de Oude Boteringestraat. Ruimte die mogelijkheden biedt voor vestiging van nieuwe functies in de binnenstad. Gedacht kan worden aan een kantoorachtige invulling, de uitbreiding van de UB of een (gedeeltelijk) verplaatsing van een faculteit (zie kader 5.1). Afhankelijk van de uiteindelijke invulling zijn hiermee nog eens **20 tot 145 arbeidsjaren** gemoeid. Deze zijn extra voor de binnenstad indien ervan uitgegaan wordt dat geen geschikte alternatieven aanwezig zijn, maar voor de stad als geheel gaat het met name om verplaatsing van activiteiten. Belangrijk is ook dat met een invulling van de Oude Boteringestraat met universitaire functies de Universiteit verankerd blijft in de binnenstad.

Kader 5.1 Verkenning ontwikkelingsrichtingen Oude Boteringestraat

Kantoorlocatie

Met de verplaatsing van de Centrale Bibliotheek komt ca. 7.500 m² bvo vrij in de binnenstad. Onderstaand wordt de situatie verkend waarbij het pand aan de Oude Boteringestraat een bestemming krijgt als kantoorlocatie. Daarbij wordt verondersteld dat er een vraag is naar kantoorruimte op een dergelijke locatie midden in het centrum van de stad. Uitgaande van 35 m² bvo per arbeidsplaats zou het leeggekomen pand bij ontwikkeling langs deze richting circa 200 personen kantoorpersoneel kunnen huisvesten (145 arbeidsplaatsen). Echter, alhoewel dit een belangrijk effect voor de binnenstad is, mag redelijkerwijs worden aangenomen dat slechts een deel daarvan als additioneel voor Groningen beschouwd moet worden. De mate van additionaliteit hangt in sterke mate af van de beschikbaarheid van alternatieven. Voor zover nu te overzien zijn deze alternatieven zeker in de binnenstad niet altijd aanwezig. Voor Groningen als geheel geldt dit veel mindere mate.

Uitbreiding UB

Een tweede denklijn is dat de ruimte die vrijkomt (deels) benut wordt voor uitbreiding van de eveneens in het centrum gelegen Universiteitsbibliotheek. Alhoewel in dit geval het economisch effect naar verwachting minder omvangrijk is dan bij een ontwikkeling als kantoorlocatie, heeft deze ontwikkeling het voordeel dat een groter potentieel aan studenten aan de binnenstad wordt gebonden. Dit zorgt niet alleen voor levendigheid in de binnenstad, maar leidt ook tot additionele bestedingen in met name de horeca. Voor de binnenstad in totaal wordt rekening gehouden met circa 20 extra arbeidsplaatsen (inclusief ondersteunend bibliotheekpersoneel). Voor Groningen als geheel is het effect neutraal. Indien er geen uitbreidingscapaciteit in de binnenstad beschikbaar is, wordt naar verwachting immers uitgeweken naar een locatie elders in de stad. Ook in dat geval zullen bestedingen in de directe omgeving plaatsvinden.

Faculteit RuG

De Rijksuniversiteit heeft aangegeven belangstelling te hebben voor (her)huisvesting van haar activiteiten. Verplaatsing van een van de faculteiten van de universiteit naar de binnenstad behoort vanuit dit perspectief tot de mogelijkheden. In dat geval neemt eveneens het aantal studenten toe dat gebonden wordt aan de binnenstad, maar belangrijker is de herhuisvesting van een deel van het universiteitspersoneel naar de binnenstad. Indicatief wordt dit effect geraamd op ca. 100 arbeidsplaatsen.

5.5 Overige uitstralingseffecten

Tenslotte dient nog een aantal andere (uitstralings)effecten te worden benoemd, die van belang zijn voor een goede en afgewogen beeldvorming over de genomen plannen. Deze effecten zijn echter minder eenvoudig te kwantificeren en moeilijk onder een noemer te brengen en om die reden alleen in kwalitatieve zin aangeduid. Relevant zijn:

- *Bijdrage aan culturele identiteit en diversiteit van Groningen*
De geplande voorzieningen in het project zijn deels cultureel van aard (denk aan de bibliotheekfunctie, de museale onderdelen en de activiteiten gericht op informatievoorziening). Alhoewel dergelijke voorzieningen ook in economisch opzicht belangrijk zijn (dit aspect is al bij de directe effecten meegenomen), dragen ze ook bij aan de culturele identiteit en diversiteit van het gebied. Dit effect dient op zichzelf te worden gewaardeerd, maar is moeilijk in geld uit te drukken.
- *Creatieve industrie als nieuwe pijler van de stad*
Versterking van de culturele identiteit en diversiteit van de stad leidt ook tot een bredere economische basis van de stad. Daarmee wordt tevens een bijdrage geleverd als onderlegger voor de verdere ontwikkeling van de creatieve industrie als nieuwe economische pijler voor de stad. Juist van dit type activiteiten wordt verwacht dat een belangrijke spin-off kan uitgaan naar andere economische sectoren waarop een stad zich steeds meer kan onderscheiden van andere steden.

- *Katalysator voor (andere) investeringen in onroerend goed*
Realisatie van het project zal voor bepaalde typen activiteiten leiden tot een impulswerking voor vastgoedontwikkelingen en –investeringen in de directe omgeving. Het gebied wordt aantrekkelijker waardoor de waarde van onroerend goed stijgt, leegstand wordt teruggedrongen en mogelijkheden ontstaan voor aanvullende planontwikkeling. Ontwikkeling van de oostzijde van de Grote Markt kan in die zin ook een belangrijke impuls geven voor de verdere ontwikkeling van het omliggende gebied en de revitalisering van de noordwand.
- *Bijdrage aan een vitaal Groningen*
Via aanvullende bestedingen van bezoekers van de voorzieningen en de gebruikers van de voorziening (in bijvoorbeeld de horeca, detailhandel en andere voorzieningen in het omliggende gebied) en vanwege effecten bij toeleverende bedrijven in de directe omgeving, draagt het project ook bij aan een aantrekkelijke en levendige binnenstad. Vanwege de voorgenomen investeringen worden activiteiten mogelijk die anders wellicht geen bestaansrecht zouden hebben. Weliswaar komen deze effecten al voor een belangrijk deel tot uitdrukking in een toename van de bestedingen, maar via een verbreding van het aanbod in de binnenstad wordt tevens een bijdrage geleverd aan de versterking van het vestigingsklimaat.
- *Versterking toeristisch-recreatief potentieel van de regio*
Gebruikers van de nieuw te realiseren voorzieningen zullen niet alleen zorgen voor een extra bestedingsimpuls ter plaatse (dit is al meegenomen in de eerdere berekenen), maar ook voor een extra bestedingsimpuls in het omliggende gebied. Dit geeft een impuls aan het lokale voorzieningenniveau en zorgt voor extra omzet in de lokale detailhandel en horeca. Uitvoering van de projecten leidt tevens tot een verhoogde aantrekkelijkheid van de regio in totaliteit. Dit leidt tot extra bezoekers en derhalve tot extra omzet voor het bedrijfsleven in de regio.

5.6 Conclusies

Dit hoofdstuk sluit af met een totaaloverzicht van de geraamde economische effecten die optreden naar aanleiding van de realisatie van het HIGG. Vanuit het perspectief van de binnenstad zorgt het HIGG en de aanvullende voorzieningen voor circa 35 tot maximaal 160 extra voltijdbanen. Door het optreden van indirecte effecten bij toeleveranciers en inkomenseffecten komt het werkgelegenheidseffect voor Groningen iets hoger uit, namelijk 40 tot maximaal 170 arbeidsplaatsen. Onderstaande tabellen geven een samenvatting van het effect op de bestedingen en werkgelegenheid, vanuit het perspectief van de binnenstad (tabel 5.2) en vanuit het perspectief van Groningen als geheel (tabel 5.3).

Tabel 5.2 Bijdrage HIGG bestedingen en werkgelegenheid in de binnenstad

	Bestedingen (x €miljoen)	Werkgelegenheid (voltijdbanen)			Totaal
		Direct	Afgeleid	Indirect*	
Bibliotheek	0,2	1	1	0	2
Centrum van Geschiedenis	2,0 - 3,4	7 - 13	14 - 25	0	21 - 38
Filmzaal	0,7 - 0,9	6 - 8	2 - 3	0	8 - 11
Congresfaciliteit	1,5	1	3	0	4
Overig binnenstad	0 - 9,9	n.v.t.	0 - 105	0	0 - 105
Totaal	4,4 - 15,9	15-23	20-137	0	35 - 160

* Indirecte effecten bij toeleveranciers en inkomenseffecten worden verwacht voornamelijk buiten de binnenstad (elders in Groningen) neer te slaan.

Tabel 5.3 Additionele werkgelegenheidseffecten vanuit perspectief van de binnenstad en totaal Groningen (voltijdbanen)

	Binnenstad	Groningen
HIGG	35 - 55	40 - 60
Overig binnenstad	0 - 105	0 - 110
Totaal	35 - 160	40 - 170

Geraadpleegde bronnen

Binnenstad beter. Een nieuw hart voor Groningen vanuit 24 gezichtspunten (mei 1997). Gemeente Groningen.

Detailhandel en leisure in de stad Groningen. Op maat gesneden aanbod voor de toekomst (september 2001). Gemeente Groningen.

Detailhandelsmonitor 2004. Gemeente Groningen (januari 2005). Goudappel Coffeng, Deventer.

Economisch Business Plan. Stad aan de slag (juni 2004). Gemeente Groningen.

Effectmeting 2002 (2003). Er gaat niets boven Groningen. Rijksuniversiteit Groningen.

Folkingestraat Groningen. De metamorfose van een straat die nergens heen ging. Geografie, januari 2002. Auteur: Jan Jacob Trip, van OTB, TU Delft.

Gebiedsprofielen binnenstad. Gemeente Groningen (april 2004). BRO, Vught.

Goed op weg. De voortgang van het verkeersbeleid in de gemeente Groningen (2003). Gemeente Groningen.

Huis van Informatie en Geschiedenis Groningen (november 2004). Een initiatief van de Openbare Bibliotheek Groningen, het Groninger Museum en het Noordelijk Scheepvaartmuseum.

Ikea: De nieuwe poort van Groningen (januari 2005). Mark Julsing.

In het oog, in het hart. Cultuurbeleid in Groningen, 2005-2008 (juni 2004). Bestaande uit de volgende onderdelen: Nota van aanbieding, Deel I (doelstellingen en keuzes), Deel II (toelichting en verantwoording) en Deel III (bijlage). Gemeente Groningen.

Startnotitie Grote Markt oostzijde (3 december 2004). Gemeente Groningen.

Uitwerking gebiedsprofiel Binnenstad-Zuidoost. Gemeente Groningen (april 2004). BRO, Vught.

Van nu naar straks. Fysieke pijler (januari 2005). Gemeente Groningen.

Winkelpassantentellingen. Groningen-centrum Oost 2004. Locatus, Woerden.

Bijlagen

Bijlage 1 Begrippenlijst

Afschrijvingen	De berekende waardevermindering van vaste activa (zoals machines, gebouwen, software en andere duurzame productiemiddelen) die worden ingezet in het productieproces, voor zover die vermindering het gevolg is van normale technische slijtage, economische veroudering of verzekerbare schade.
Arbeidsinkomensquote	Het aandeel van de lonen in de toegevoegde waarde in een economie. Het verloop van de arbeidsinkomensquote is een indicator voor de ontwikkeling van de winstgevendheid van bedrijven; een stijging van de arbeidsinkomensquote duidt op een lagere winstgevendheid.
Arbeidsjaar	De gemiddelde contractuele arbeidsduur van een voltijdsbaan van werknemers op jaarbasis.
Basisprijzen	Wordt gebruikt als waardering voor de toegevoegde waarde. De waardering tegen basisprijzen gaat uit van de prijs die de producent uiteindelijk overhoudt, dus exclusief handels- en vervoersmarges van derden en exclusief het saldo van productgebonden belastingen en productgebonden subsidies.
Belastingen	Door de overheid opgelegde, verplichte heffingen, zonder een direct aanwijsbare tegenprestatie, die dienen ter dekking van overheidsuitgaven.
Beroepsbevolking	Alle personen van 15-64 jaar die tenminste twaalf uur per week werken of actief dergelijk werk zoeken.
Binnenlands product	Het totale inkomen dat door middel van productie in Nederland is gevormd. Het is daarmee gelijk aan de som van de toegevoegde waarden van alle bedrijfstakken. Wordt meestal bruto gebruikt en uitgedrukt in marktprijzen.

Bruto productiewaarde	De marktwaarde van de afgezette goederen en diensten, vermeerderd met de waarde van de goederen die aan de voorraad zijn toegevoegd.
Bruto toegevoegde waarde	Toegevoegde waarde inclusief afschrijvingen.
Consumptieve bestedingen	De goederen en diensten die gebruikt worden voor rechtstreekse bevrediging van individuele of collectieve behoeften
Geregistreeerde werkloosheid	Mensen zonder werk (of met werk van minder dan twaalf uur per week) die bij een arbeidsbureau staan ingeschreven en direct beschikbaar zijn voor een baan van minstens twaalf uur per week.
Marktprijzen	De waardering tegen marktprijzen is de prijs die de afnemer betaalt, dus inclusief handels- en vervoersmarges en de belastingen op productie en invoer, en exclusief de subsidies op productie en invoer. Wordt vooral gebruikt als waardering voor de toegevoegde waarde en het binnenlands product.
Multiplier	Vermenigvuldigingsfactor die de mate van doorwerking of uitstraling weergeeft. Een multiplier van bijvoorbeeld 1,5 geeft aan dat er behalve het oorspronkelijke directe effect ter grootte van 1, nog een additioneel indirect effect van 0,5 optreedt.
Nationaal inkomen	Alle inkomens die Nederlandse ingezetenen ontvangen op grond van hun deelname aan een (binnen- of buitenlands) productieproces, dan wel op grond van hun bezit van vermogenstitels, obligaties, leningen en spaartegoeden. Deze inkomens omvatten, onder andere, de beloning van werknemers, belastingen en subsidies op productie en invoer, rente, dividenden en niet-uitgekeerde winsten. Is gelijk aan de som van de primaire inkomens van alle sectoren. Het kan ook worden berekend als het binnenlands product plus de per saldo uit het buitenland ontvangen lonen, rente, dividenden etc. Dit wordt uitgedrukt in marktprijzen.
Nationaal product	De totale toegevoegde waarde die in Nederland wordt voortgebracht, plus de per saldo uit het buitenland ontvangen primaire inkomens. Is in waarde gelijk aan het nationaal inkomen. De reële verandering ervan is exclusief de invloed van de ruilvoetverandering, dit in tegenstelling tot de reële verandering van het nationaal inkomen.

Productiewaarde

De marktwaarde van de afgezette goederen en diensten, vermeerderd met de waarde van de goederen die aan de voorraad zijn toegevoegd.

Bijlage 2 Toelichting raming bestedingsimpuls

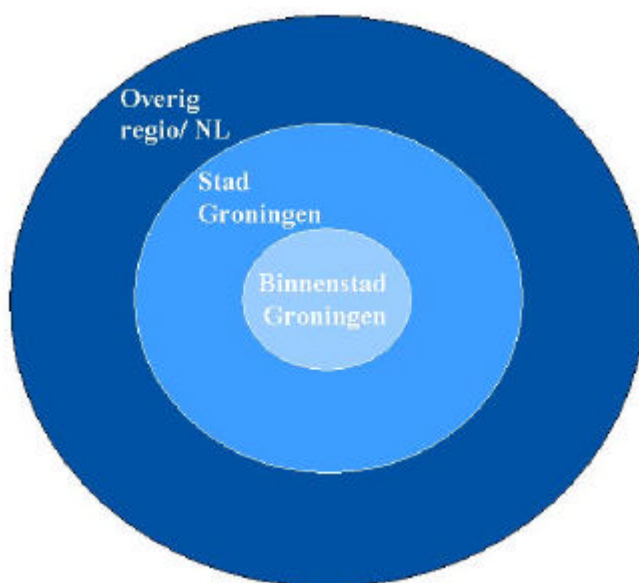
Deze bijlage bevat:

- een nadere omschrijving van de gehanteerde regio-indeling ten behoeve van het bepalen van de economische effecten van het HIGG;
- een overzicht van en toelichting op de belangrijkste overwegingen bij de raming van de bestedingsimpuls.

Regio-indeling

De omvang van de economische impact is afhankelijk van het schaalniveau dat in beschouwing wordt genomen. Wat additioneel is voor de binnenstad is immers niet altijd additioneel voor de stad Groningen. Op hier rekening mee te houden wordt een drietal ruimtelijke schaalniveaus gehanteerd: de binnenstad, de lokale economie en de regionale/nationale economie. Onderstaande figuur geeft dit schematisch weer.

Regio-indeling economische effecten ontwikkeling oostzijde Grote Markt



Economische effecten gekwantificeerd

Hoe de economische effecten van beleid in kaart kunnen worden gebracht, is onderwerp geweest van het Onderzoeksprogramma Economische Effecten van Infrastructuur (OEEI)¹⁶. Dit onderzoeksprogramma richtte zich specifiek op het in kaart brengen van de economische effecten van grootschalige (transport-) infrastructuur. De basisprincipes van

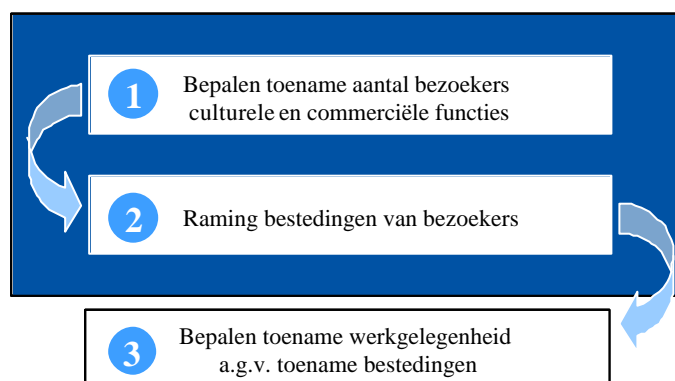
¹⁶ Tegenwoordig: Overzicht Effecten Infrastructuur (OEI).

deze systematiek kunnen echter ook worden toegepast bij het berekenen van de economische effecten van andersoortige projecten.

Uitgangspunt van de systematiek is dat regionaal-economische ontwikkeling uiteindelijk altijd wordt bepaald door ontwikkeling van het regionaal bedrijfsleven. Economische effecten van beleidsprogramma's en -maatregelen leiden bij bedrijven tot onder meer kostenvoordelen, additionele uitbreidings- en vervangingsinvesteringen, vergroting van het marktgebied, een beter imago e.d. die op hun beurt (kunnen) leiden tot een vergroting van de omzet, het bedrijfsresultaat en uiteindelijk de werkgelegenheid.

Met de investeringen wordt nieuwe culturele en commerciële functies aan het centrumgebied toegevoegd. Het gevolg hiervan is een toename van het aantal bezoekers en/of toename van de bestedingen per bezoeker. Toename van het aantal bezoekers en hun bestedingen leiden tot directe economische effecten in termen van omzet- en winststijgingen en extra werkgelegenheid bij genoemde functies en bij allerlei andere bedrijven (o.a. detailhandel, tankstations, bezoekerscentra e.d.) waar de extra bezoekers hun geld besteden.

Voor het bepalen van de economische effecten van de ontwikkeling aan de oostzijde van de Grote Markt in Groningen zijn de volgende stappen doorlopen:



Deze bijlage gaat met name in op de eerste twee stappen uit de figuur (blauw gemarkeerd). Daarbij worden in het hierna volgende de belangrijkste overwegingen ten aanzien van de geprognosticeerde bezoekersaantallen en de daarvan afgeleide bestedingsimpuls nader uitgewerkt. De doorvertaling naar werkgelegenheid (stap 3) is relatief eenvoudig te maken met behulp van productie- en arbeidsmarktstatistieken uit de Nationale Rekeningen, regio-specifieke gegevens over de productiestructuur en overige sectorinformatie. Voor een toelichting bij de indirecte economische effecten wordt verwezen naar bijlage 3.

Stap 1: Raming bezoekersaantallen

Bij de raming van de bezoekersaantallen kan een onderscheid gemaakt worden tussen enerzijds bezoekers aan het HIGG zelf en anderzijds afgeleide effecten in termen van bezoekersaantallen vanwege het nieuw perspectief dat gloort voor het oostelijk deel van de binnenstad. Dit betekent dat naast een raming van de bezoekers aan de verschillende functies die het HIGG onderscheid tevens ingeschat dient te worden hoeveel extra (of

behouden) bezoekers na realisatie van het HIGG jaarlijks extra met de beoogde ontwikkeling voor de binnenstad wordt uitgelokt. Op de verwachte effecten van het project in termen van bezoekersaantallen wordt in het hierna volgende ingegaan.

Bezoekers HIGG

- **Centrale Bibliotheek**¹⁷. De Centrale Bibliotheek trekt in de huidige situatie jaarlijks zo'n 750.000 bezoeken. Tweederde daarvan (500.000) is aan lenen gerelateerd. De resterende bezoeken (250.000) komen voor rekening van niet-leden, die de bibliotheek bijvoorbeeld bezoeken om een krant of tijdschrift te lezen, het digitaal station bezoeken, een lezing bijwonen of gewoon een kop koffie komen drinken in het leescafé. Naast inwoners van de stad zelf heeft de bibliotheek ook een duidelijk (boven)regionale functie. Zo is circa 30% van de volwassen leden afkomstig van buiten de stad, die voor de bibliotheek kiezen omdat zij in Groningen werken of omdat zij gebruik willen maken van de veel grotere mogelijkheden die de stadsbibliotheek biedt ten opzichte van hun eigen woonplaats. Verwacht wordt dat het aantal bibliotheekbezoeken aan de Centrale Bibliotheek (als een van de hoofdbewoners van het HIGG) op de nieuwe locatie verder zal toenemen met circa 100.000 per jaar.
- **Centrum voor Geschiedenis**¹⁸. Het Centrum voor Geschiedenis vervult een sleutelrol als het gaat om het tonen van voorwerpen uit de cultuurhistorische collecties van het Groninger Museum en het Noordelijk Scheepvaartmuseum. Deze tentoonstellingen rond historische verhalen, die verdeeld over de verschillende ruimtes van het HIGG worden ondergebracht, worden geïntegreerd met het aanbod van de bibliotheek en zijn terug te vinden in de zogenaamde domeinen. Min of meer los hiervan staan de wisselende tentoonstellingen die door het Centrum verzorgd zullen worden, waarbij gedacht kan worden aan zowel grote(re) tentoonstellingen rondom bijzondere thema's als om kleinere tentoonstellingen gericht op meer actuele onderwerpen. Het aantal bezoekers aan het Centrum wordt ingeschat op jaarlijks 150.000 tot maximaal 250.000, waarvan naar schatting de helft afkomstig is uit de drie noordelijke provincies en de rest uit overig Nederland. De bezoeken aan de bibliotheek, het Noordelijk Scheepvaartmuseum en aan historische tentoonstellingen in het Groninger Museum worden in dit geval als maatgevend beschouwd.
- **Filmzaal**. In het HIGG is voorzien in een filmzaal. Images Groningen heeft al aangegeven te willen participeren in het HIGG om hiermee reeds bestaande plannen voor uitbreiding te kunnen realiseren. Dientengevolge wordt rekening gehouden met een uitbreiding van bioscoopaanbod in de binnenstad met circa 300 stoelen. Bedoeling is dat het filmhuis aanbod zich ook op bredere doelgroepen (o.a. ouderen) gaat richten en daardoor ook in de middaguren voorstellingen kan verzorgen (zoals bijvoorbeeld documentaires). Op basis van specifieke gegevens omtrent het bioscoopbezoek in Nederland van de Nederlandse Federatie voor de Cinematografie

¹⁷ Bron: Huis van Informatie en Geschiedenis Groningen.

¹⁸ Idem.

(NFC) wordt ervan uitgegaan dat een stoelbezetting van gemiddeld 80%¹⁹ voor het filmhuis tot de mogelijkheden behoort. Daarmee neemt het bezoekersaantal aan Images Groningen naar verwachting toe van 100.000 nu tot jaarlijks circa 175.000 à 200.000 bezoekers.

- **Congresruimte.** Het HIGG-concept voorziet tevens in de dringende behoefte aan een 300+ zaal voor openbare debatten en congressen²⁰. Verwacht wordt dat het Huis in de toekomst kan dienen als podium voor congressen en initiatieven die passen in de doelstelling van het Huis en op dit moment nog niet in Groningen plaats vinden. Gegevens over het gebruik van de voorziening en de omvang van het bezoek zijn afgeleid uit een recent verschenen onderzoek naar de ontwikkelingen in de sector van externe bijeenkomsten²¹. Uit dit rapport komt een gemiddelde stoelbezetting voor bijeenkomsten van 20% naar voren, zodat rekening wordt gehouden met ca. 25.000 bezoekers op jaarbasis. Uit hetzelfde onderzoek komt naar voren dat gemiddeld circa 90% van de bezoekers afkomstig is uit de eigen regio en het resterende deel afkomstig is uit overig Nederland of het buitenland. Met name vanwege de relatie met de universiteit wordt voor het HIGG een regionaal aandeel van 80% verondersteld. Afhankelijk van de herkomst van de bezoekers dient verder rekening gehouden te worden met het eventueel gepaard gaan van het bezoek aan een congres of debat met een overnachting in een lokale logiesaccommodatie. Daarbij wordt verondersteld dat 1% van de bezoekers uit de eigen regio ook overnacht in de Groninger binnenstad. Van de bezoekers van buiten de regio is aangenomen dat 10% het verblijf combineert met een overnachting.

Overig bezoek

- **Uitstraling op koopstromen.** Met de realisatie van het HIGG gloort er nieuw perspectief voor het oostelijk deel van de binnenstad. Ontwikkeling van het HIGG heeft mogelijk een positieve uitstraling op het verblijfsklimaat in de binnenstad, dat meer dan voorheen uitnodigt om dit deel van de stad te bezoeken. Naast bezoekers aan de ‘bewoners’ van het HIGG worden dan mogelijk ook nieuwe bezoekerstromen op gang gebracht die (althans voor een deel) aan het HIGG zullen zijn toe te schrijven. De meerwaarde van het HIGG is vervolgens vastgesteld op basis van verwachtingen ten aanzien van het effect op de frequentie van het bezoek aan de binnenstad²². In het gematigde groeimodel leidt dit ertoe dat ten opzichte van de autonome ontwikkeling ruim 150.000 bezoekers extra aan de binnenstad verwacht worden. In de ambitievariant loopt dit op tot ruim 250.000.

Samenvattend overzicht bezoekersaantallen

In het voorgaande is een inschatting gemaakt van wat de beoogde ontwikkeling oplevert aan bezoeken per jaar. Onderstaande tabel vat dit samen.

¹⁹ Op basis van gemiddelde stoelbezetting bioscopen provincie Groningen/ Gemeente Groningen, Nederlandse Federatie voor de Cinematografie (2004).

²⁰ Bron: Huis van Informatie en Geschiedenis Groningen.

²¹ Kennis van Zalen 3, NRIT (2002).

²² Bron: Detailhandelsmonitor 2004, Goudappel Coffeng (2005).

Tabel 0.1 Samenvattend overzicht bezoekersaantallen

	Huidige bezoek	Toename bezoek		
		Basis programma	Groeimodel	
			Gematigd	Ambitie
1 Bibliotheek	750.000	+100.000	+100.000	+100.000
2 Centrum van Geschiedenis/ programmering	-	+150.000	+250.000	+250.000
3 Filmzaal	100.000	+75.000	+100.000	+100.000
4 Congresfaciliteit voor grootschalige bijeenkomsten	-	+25.000	+25.000	+25.000
5 Overig binnenstad	29,15 miljoen	-	+150.000	+250.000
Totaal	30 miljoen	+350.000	+625.000	+725.000

Stap 2: Bepalen van toename van bestedingen van bezoekers

Maatgevend voor de afgeleide economische impact is de omvang van de bestedingsimpuls die ten gevolge van de realisatie van het HIGG teweeg wordt gebracht. Op basis van gegevens over de gemiddelde besteding per bezoeker kan de toename van de bestedingen als gevolg van het additionele bezoek aan de voorzieningen in de binnenstad en/of de stad bepaald worden. Bepalend voor de gemiddelde uitgaven per dag zijn onder andere de verblijfsduur (één- of meerdaags) en het bezoekmotief (toeristisch-recreatief, zakelijk). Bij de afleiding van de bestedingsimpuls is zoveel mogelijk rekening gehouden met deze diversiteit.

Bestedingen HIGG

- **Centrale Bibliotheek.** Uitgegaan wordt van 100.000 extra bezoekers in de nieuwe situatie. Handhaving van het huidige aandeel van het aantal bezoeken door leden in het totale aantal bezoeken aan de Centrale Bibliotheek en de frequentie van bezoek, betekent 4.500 nieuwe leden. Uitgaande van gemiddeld 15,5 euro²³ worden de extra inkomsten voor de bibliotheek geschat op 0,1 miljoen euro. Naast inkomsten voor de bibliotheek vinden aanvullende bestedingen plaats in de horecavoorzieningen. Om dit effect kwantitatief te duiden, is op basis van beschikbaar onderzoek naar de samenhang tussen functies een inschatting gemaakt van de afgeleide bestedingen van bezoekers. Ervan uitgaande dat gemiddeld 11% van bezoekers aan de bibliotheek voor of na het bibliotheekbezoek uitgaven doet in winkels of een horecagelegenheid²⁴, komen de gemiddelde bestedingen per bibliotheekbezoeker op 4,5 euro per²⁵. Rekening houdende met het feit dat ongeveer eenderde van de bezoekers toch wel uitgaven doet in de binnenstad (ook al zou de bibliotheek naar een andere locatie gaan)²⁶, wordt de afgeleide bestedingsimpuls voor de horeca geraamd op 0,1 miljoen euro.

²³ Bron: Vereniging van Openbare Bibliotheken (VOB).

²⁴ Bron: Detailhandelsmonitor 2003, Gemeente Groningen.

²⁵ Bron: Idem.

²⁶ Bron: Idem.

- **Centrum voor Geschiedenis.** De gemiddelde deelnamekosten voor museumbezoek bedragen 4 euro per persoon²⁷. Uitgaande van de geraamde bezoekers die het centrum voor geschiedenis trekt, bedragen de inkomsten uit kaartverkoop circa 0,6 miljoen euro. Evenals als voor de bibliotheek zullen ook hier echter additionele bestedingen in de lokale horeca plaatsvinden. Uitgegaan wordt dat 50% van de bezoekers aan het centrum tevens de binnenstad bezoekt en aldaar uitgaven doet²⁸. Gemiddeld per persoon wordt dan 6 euro²⁹ uitgegeven. Daarnaast wordt verondersteld dat 10% van de bezoekers het bezoek combineert met een overnachting in Groningen. Gemiddeld voor de provincie Groningen besteden verblijfstoeristen in hotels 68 euro per dag³⁰. Vanwege het duurdere hotelsegment wordt echter rekening gehouden met gemiddeld 100 euro per dag. De totale afgeleide bestedingsimpuls uit het bezoek aan het centrum voor geschiedenis wordt daarmee geraamd op circa 2 tot 3,4 miljoen euro.
- **Filmzaal.** Het bioscoopbezoek in Nederland heeft zich de laatste jaren gunstig ontwikkeld. Op basis van een verkenning behoort een toename van het bioscoopbezoek in Groningen met 75.000 tot 100.000 bezoekers tot de mogelijkheden. Uitgegaan wordt van gemiddeld 6,3 euro per persoon aan inkomsten uit recette³¹ voor het filmhuis, totaal circa 0,5 tot 0,6 miljoen euro. Daarnaast wordt ervan uitgegaan dat 50% van de bezoekers aan het filmhuis tevens een horecagelegenheid in de binnenstad bezoekt³². De consumptieve uitgaven per persoon bedragen in dit geval gemiddeld 6 euro per persoon³³, zodat de afgeleide bestedingsimpuls van het bezoek aan het filmhuis voor Groningen geschat wordt op 0,2 tot 0,3 miljoen euro.
- **Congresruimte.** Uitgaande van 25.000 deelnemers aan congressen en gemiddeld 46 euro aan inkomsten per persoon³⁴, worden de inkomsten uit de organisatie van congressen geschat op ruim 1 miljoen euro. Naast uitgaven ten behoeve van deelname aan congressen worden overdag ook elders in de stad bestedingen gepleegd, terwijl ook logiesverstrekkers zullen profiteren van de toename van het aantal bezoekers dat de stad aandoet. Bij een gemiddelde bestedingen van 11 euro per persoon per dag³⁵ en eventueel bijkomende kosten voor overnachting ter hoogte van 125 euro per overnachting³⁶, komt de afgeleide bestedingsimpuls uit congresdeelname uit op 0,3 miljoen euro.

²⁷ Bron: Toerisme, recreatie en vrije tijd op waarde geschat!, NRIT (2004), Dagrecreatie 2001/02, CBS (2004).

²⁸ Gebaseerd op: Pret, zonder en met: een onderzoek naar de samenhang tussen leisurevoorzieningen, detailhandel en horeca in de binnenstad van middelgrote steden, BRO (2001).

²⁹ Bron: Dagrecreatie 2001/02, CBS (2004).

³⁰ Bron: Consumentenonderzoek Toerisme 2003, Toerdata Noord (2004).

³¹ Bron: Statistieken Nederlandse Federatie voor de Cinematografie, NFC (2005).

³² Gebaseerd op: Pret, zonder en met: een onderzoek naar de samenhang tussen leisurevoorzieningen, detailhandel en horeca in de binnenstad van middelgrote steden, BRO (2001).

³³ Bron: Dagrecreatie 2001/02, CBS (2004).

³⁴ Inschatting ECORYS, op basis van prijszetting congresaccommodaties.

³⁵ Inschatting ECORYS, op basis van referentieprojecten (o.a. Stedenmonitor Toerisme, Bouwhuis Zoetermeer, Cultureel Kwartier aan de Vaart).

³⁶ Inschatting ECORYS, op basis van prijszetting hotelaccommodaties.

Overige bestedingen

- **Uitstraling op koopstromen.** Zoals eerder aangegeven wordt bij een groeimodel ingeschat dat ten gevolge van de ontwikkeling van het HIGG 150.000 tot 250.000 extra bezoekers naar de binnenstad worden getrokken. Bij een gemiddeld besteed bedrag van respectievelijk 22 en 24 euro per persoon³⁷ wordt het bestedingseffect voor de binnenstad dat aan het HIGG is toe te schrijven ingeschat op 3,5 tot 9,9 miljoen euro.

Samenvattend overzicht bestedingen

Onderstaande tabel geeft een totaaloverzicht van de bestedingen.

Tabel 0.2 Samenvattend overzicht bestedingen (in € miljoen)

	Toename bestedingen		
	Basis programma	Groeimodel	
		Gematigd	Ambitie
1 Bibliotheek	0,2	0,2	0,2
2 Centrum van Geschiedenis	2,0	3,4	3,4
3 Filmzaal	0,7	0,9	0,9
4 Congresfaciliteit	1,5	1,5	1,5
5 Overig binnenstad	0,0	3,5	9,9
Totaal	4,4	9,5	15,9

³⁷ Inschatting ECORYS, op basis van Detailhandelsmonitor 2004, Goudappel Coffeng (2005).

Bijlage 3 Toelichting IO-analyse

Wat is een input output tabel

Een input output tabel geeft een gedetailleerde beschrijving van de goederen en dienstenstromen in een regio of land welke verband houden met het productieproces. Door zijn vorm kan een input output tabel zowel horizontaal als verticaal worden gelezen. Op de regels van de tabel wordt namelijk een overzicht gegeven van de goederen en dienstenstromen vanuit de onderscheiden sectoren ("output"), terwijl de kolommen inzicht geven in de goederen en dienstenstromen naar de sectoren ("input").

De output of afzet van elke sector omvat de intermediaire leveringen (tussenproducten van sector naar sector) en de finale leveringen (uitvoer, consumptie, investeringen en voorraadvorming). De input of kostenzijde omvat de door andere sectoren geleverde intermediaire goederen en de primaire kosten (invoer, afschrijvingen, indirecte belastingen minus subsidies, lonen en salarissen en overig inkomen). Aldus verschaft de input output tabel voor de economische sectoren van het gebied waarop de tabel betrekking heeft, een volledig overzicht van de afzet en kostenstructuur.

Uitwerking van een voorbeeld

Ter verduidelijking van het voorgaande is hieronder een fictieve regionale I/O tabel weergegeven. Deze, in vergelijking met de werkelijkheid sterk vereenvoudigde, regionale tabel ziet er als volgt uit:

Tabel 0.3 Illustratie: toepassing I/O-tabel

Sectoren	(1) leveringen aan:				(2) Totaal intermediair	(3) Finale levering	(4) Productie Totaal
	a	b	c	d			
(1) Levering van:							
a	10	12	14	7	43	57	100
b	8	9	0	3	2010	30	50
c	3	4	10	9	26	14	40
d	2	1	10	1	14	31	45
(2) Subtotaal	23	26	34	20	103	132	235
(3) Invoer	27	14	0	15	56		
(4) Toegevoegde waarde	50	10	6	10	76		
(5) Totale productie	100	50	40	45	235		

De leveringen van een sector in de regio bestaan uit de leveringen aan sectoren a t/m d in dezelfde regio ofwel de intermediaire leveringen (kolom (1)) en leveringen aan de finale vraag in de regio en daarbuiten (kolom (3)). De intermediaire leveringen zijn die leveringen die in de toegeleverde sector mede als input dienen voor de voortbrenging van het eindproduct. Zo levert bijvoorbeeld sector a 10 eenheden aan zichzelf (de interne leveringen), 12 eenheden aan b, 14 aan c en tot slot 7 eenheden aan sector d. Het totaal van de intermediaire leveringen van sector a bedraagt 43 (kolom (2)). De finale

leveringen (kolom (3)) zijn die goederen en diensten die het eindproduct vormen van het totale productieproces per sector. De finale leveringen kunnen bestaan uit:

- consumptiegoederen voor de gezinshuishoudingen in de regio;
- investeringsgoederen voor de bedrijven in de regio;
- export, onderverdeeld in export naar overig Nederland en het buitenland;
- goederen, geleverd aan de overheid in de regio;
- en tot slot kunnen er mutaties in de voorraadvorming plaatsvinden.

De totale productie van een sector (kolom (4)) bestaat dan uit het totaal van de intermediaire en de finale leveringen. De kostenstructuur van een sector, weergegeven door de kolommen van de sectoren, bestaat uit:

- de leveringen van grondstoffen en halffabrikaten door de sectoren in de regio, hieronder zijn eveneens de interne leveringen begrepen;
- de primaire kostencategorieën bestaande uit: de invoer van goederen onderverdeeld in invoer vanuit andere regio's (regel (3)) en de toegevoegde waarde (regel (4)), welke onderverdeeld kan worden in de kostencomponenten lonen en salarissen (inclusief de sociale lasten), het winstinkomen en de afschrijvingen.

Het totaal van alle kostencomponenten is per sector vermeld op regel (5). Het totaal van de inputs is gelijk aan de omvang van de totale productie. Per sector geldt, dat het totaal van de kostencomponenten (de inputs) gelijk is aan het totaal van de afzetcomponenten (de outputs). De productie van alle sectoren tezamen vormt de totale productie in de economie. In het voorbeeld is dit gelijk aan 235 eenheden.

Toepassingsmogelijkheden

Indien men erin slaagt voor elk van de onderscheiden sectoren gegevens te verzamelen over:

- intermediaire kosten (leveringen door andere sectoren),
- intermediaire leveringen (aan andere sectoren),
- primaire kosten, en
- finale leveringen,

dan beschikt men over een kwantitatieve set van gegevens van de betreffende economie die zich uitstekend leent voor een beschrijvende analyse van de structuur en de ontwikkeling van het economisch proces.

Een belangrijke toepassingsmogelijkheid van de input output tabel berust daarnaast op de verbanden die er bestaan tussen de omvang van de finale productie van één bepaalde sector en de productie omvang van alle sectoren welke door het leveren van intermediaire goederen bijdragen in de totstandkoming van de productie van eerst bedoelde sector. Meer in het bijzonder is het dan op basis hiervan mogelijk de effecten na te gaan van een bestedingsimpuls in de vorm van bijvoorbeeld een stijging van de vraag naar investeringsgoederen, voor de gehele economie. Een toeneming van de vraag heeft immers niet alleen een direct effect op de productie van een bepaalde sector maar daarnaast door de vereiste toeleveringen ook indirecte effecten in alle mogelijke andere

sectoren. Ook deze sectoren zijn op hun beurt afhankelijk van (weer andere) sectoren, die eveneens toelieferingen nodig hebben, etc., etc.. De indirecte effecten worden wel steeds kleiner zodat het gehele proces tot een einde komt. De som van alle indirecte effecten vormt het totale indirecte effect 1. De extra toeneming van de vraag in alle mogelijke sectoren wordt doorwerking genoemd. Dankzij dit doorwerkingseffect leidt een extra besteding van 1 euro tot een totale stijging van de economische transacties met meer dan 1 euro. De verhouding tussen het uiteindelijk effect en de impuls heet multiplier.

Een multiplier is dus een vermenigvuldigingsfactor die de mate van doorwerking of uitstraling weergeeft. Een multiplier met een waarde van bijvoorbeeld 1,5 geeft aan dat er behalve het oorspronkelijke directe effect ter grootte van 1, nog een additioneel indirect effect van 0,5 optreedt. De effecten kunnen daarbij zijn uitgedrukt in termen van werkgelegenheid (er is dan sprake van een werkgelegenheidsmultiplier) doch ook in termen van bijvoorbeeld productie, import en toegevoegde waarde.

Deze multipliers kunnen van sector tot sector verschillen. In sectoren waarin veel wordt ingevoerd of de winstopslag hoog is, is de multiplier relatief laag. Naarmate de economie van een regio een meer "open" karakter heeft, zal de verwevenheid met sectoren buiten de regio sterker zijn. Een belangrijk deel van de indirecte effecten van een bepaalde impuls zal dan, zoals dat heet, "weglekken" naar andere regio's. Een verandering van de omvang van de productie van een bepaalde sector heeft dan weinig of zelfs hoegenaamd geen doorwerkingseffecten op de productieomvang in de andere sectoren van de betreffende regio. Met andere woorden de productiemultipliers zullen niet hoog zijn.

Het voorgaande betekent derhalve dat door input output analyse zicht kan worden gegeven op de directe en indirecte effecten van een bestedingsimpuls in termen van productie, werkgelegenheid en toegevoegde waarde.