

Kennis en vrije tijd binnen bereik

Studie naar locatiefactoren en bereikbaarheid van de kenniseconomie en de vrijetijdseconomie

Datum	December 2008
Kenmerk	XW0001/Zdn/4008
Eerste versie	1 ^e versie

Universiteit Twente
Faculteit Management en Bestuur
Opleiding Public Administration
Track Management Economics & Law

Documentatiepagina

Opdrachtgever(s)	Universiteit Twente
Titel rapport	Kennis en vrije tijd binnen bereik Studie naar locatiefactoren en bereikbaarheid van kenniseconomie en vrijetijdseconomie
Kenmerk	XW0001/Zdn/4008
Datum publicatie	30 december 2008
Projectteam opdrachtgever(s)	G.J. Hospers, P. de Vries, J. Hoogeland
Projectteam Goudappel Coffeng	N. Zondag
Projectomschrijving	Onderzoek in het kader van een masterthesis naar bereikbaarheid van locaties van kenniseconomie en vrijetijdseconomie op basis van een literatuurstudie en een casestudy.
Trefwoorden	Bereikbaarheid, vestigingsfactoren, kenniseconomie, vrijetijdseconomie

Ten geleide

Het rapport dat voor u ligt is het resultaat van een periode van een half jaar hard werken aan een boeiende opdracht. Het onderzoek betreft een masterthesis in het kader van mijn masterstudie Public Administration aan de universiteit van Twente en is uitgevoerd bij het onderzoeks- en adviesbureau Goudappel Coffeng BV.

Middels dit voorwoord wil ik de personen bedanken die er mede voor hebben zorg gedragen dat ondergetekende met goed gevolg zijn afstudeerscriptie heeft afgerond. Gedurende het proces dat ruim een half jaar geduurd heeft, heeft een aantal mensen mij op constructieve wijze geholpen om uiteindelijk dit resultaat te bereiken. In de eerste plaats zijn dat de collega's van de afdeling Verkeersarchitectuur Midden van Goudappel Coffeng en in het bijzonder mijn directe begeleider Jasper Hoogeland. De leuke en interessante gesprekken en de uitstekende sfeer binnen het bureau hebben ervoor gezorgd dat ik de periode als afstudeerder als erg prettig heb ervaren.

Ook de begeleiding vanuit de universiteit Twente in de persoon van Gert-Jan Hospers wil ik hier graag noemen. Zijn uitermate rustige en ontspannen manier van begeleiden en meedenken hebben mij enkele malen goed vooruit geholpen. Ook Piet de Vries, tweede begeleider/beoordelaar, heeft ervoor mede gezorgd dat enkele punten zijn aangescherpt en genuanceerd, waarvoor dank.

Naast input vanuit Goudappel Coffeng en universiteit Twente is er ook vanuit diverse instanties waar ik interviews afgenomen heb veel informatie aangeleverd, waarvoor mijn dank.

Het spreekt tot slot voor zich dat ik mijn familie, vriendin en (studie)vrienden hartelijk wil danken voor het mogelijk maken van de fijne studietijd.

Deventer, december 2008,

Niels Zondag

Samenvatting

In 2006 zijn voor elf regio's netwerkanalyses opgesteld om te zorgen voor een betere afstemming tussen netwerken en modaliteiten om bereikbaarheidsproblemen aan te pakken. Dit rapport is een uitwerking en verdieping hiervan, omdat op lager schaalniveau wordt onderzocht wat voor twee sectoren, te weten kenniseconomie en vrijetijdseconomie de belangrijkste vestigingsfactoren zijn. Daartoe is antwoord gegeven op de vraag wat de relevante indicatoren zijn voor de bereikbaarheid van de functies kenniseconomie en vrijetijdseconomie in de stad Deventer en wat is de waarde hiervan voor betrokken partijen in de genoemde sectoren.

Op basis van de behaviorale vestigingsleer is voor de sector kenniseconomie door middel van een literatuurstudie in beeld gebracht welke factoren van belang zijn. Vervolgens is met behulp van een casestudy onderzocht in hoeverre dit beeld uit de literatuur overeenkomt met de praktijk. Ook voor de vrijetijdseconomie is een literatuurstudie uitgevoerd. De casestudy die gericht is op grote evenementen en vaste attractiepunten laat zien welke bereikbaarheidsproblemen deze sector in Deventer kent en of dit overeen komt met het beeld dat na de literatuurstudie naar voren komt.

De resultaten van de literatuurstudie voor de kenniseconomie laten zien dat een scala aan vestigingsfactoren een rol speelt. De meest belangrijke factoren komen ook in de casestudy terug. Dit zijn:

- bereikbaarheid per auto en openbaar vervoer;
- parkeren;
- imago en representativiteit;
- beschikbaarheid van adequaat opgeleid personeel.

De resultaten van het literatuuronderzoek en de casestudy naar factoren van de vrijetijdseconomie sluiten minder goed op elkaar aan. De vaste attractiepunten (zoals sport- en ontspanningscentra) in Deventer kennen geen grote knelpunten qua bereikbaarheid. De evenementen lossen knelpunten met alle betrokken actoren gezamenlijk op, waarbij wordt vastgehouden aan een methodiek die in de literatuur wordt aangedragen. Voldoende additionele parkeergelegenheid, beïnvloeding van de vervoerswijzekeuze en een uitstekende ontsluiting per openbaar vervoer zijn de sleutelwoorden.

Beslissingnemers nemen locatiebeslissingen voor een belangrijk deel op gevoel. Dit onderzoek laat zien welke indicatoren van belang zijn voor een bepaalde onderneming, maar biedt daarnaast ook handvatten om deze informatie op een rationele wijze te beoordelen. Door middel van bijvoorbeeld bereikbaarheidskaarten kan voor zowel de kenniseconomie als de vrijetijdseconomie aangetoond worden welke locatie met het oog op reistijd van personeel of bezoekers het meest ideaal is. Niet alleen bereikbaarheid, maar ook economische potenties en vastgoedwaarde kunnen op deze wijze in beeld worden gebracht.

Abstract

To harness accessibility problems network analysis have been realized in 2006 for eleven districts in the Netherlands, to ensure a better harmonization between networks and modalities. This research is based on these network analysis and should be regarded as a result and deepening. Research is done on a lower scale level for two sectors, which are regarded as the most important factors determining the location of a business i.e. the knowledge based economy and the leisure economy. To this end, this research states the most relevant indicators for accessibility with regard to the knowledge based economy and leisure economy in the city of Deventer, and subsequently indicates the added value for the involved actors in above mentioned sectors.

A literature study is performed on knowledge based economy based on the behavioristic establishment business theory. This study identifies the factors which are of most importance. As a next step a case study research is done, to check whether the results from the literature study corresponds to the practice results.

Also for the leisure economy, a literature study has been carried out. The case study is aimed at large events and fixed attraction points, and indicates which accessibility problems this sector has in the city of Deventer. A subsequent verification is done on the results from the literature study and case study.

The results of the literature study, on knowledge based economy, show a range of factors which determine the business location. The most important factors return in the case study, i.e.:

- accessibility by car and public transport;
- parking possibilities;
- image and representativeness;
- availability of adequately trained personnel.

The results from the literature study and case study for leisure economy do not fully match. The fixed attraction points (e.g. sports and leisure and entertainment centers) in Deventer have no large bottlenecks with regard to accessibility. The events solve bottlenecks jointly with the involved actors strictly in accordance with theoretical methods. Key to the success here is sufficient additional parking space, influence on the traveling choice of car drivers and traveling by public transport.

Decision makers base location decisions predominantly on intuition. However this research identifies which indicators are of interest for certain companies, but moreover offers handles to assess and judge the information on a rational manner. For example by means of the accessibility maps, herewith it is possible for both the knowledge based economy as the leisure economy to determine the ideal location in light of traveling time for staff and/or visitors. Not only accessibility, but also the economic potential and real estate value can be depicted this way.

Inhoud

1	Inleiding.....	1
1.1	Achtergrond en aanleiding.....	1
1.1.1	Nota Mobiliteit.....	1
1.1.2	Netwerkanalyses.....	2
1.2	Selectie van functies.....	2
1.3	Belang bereikbaarheid.....	4
1.4	Theoretisch kader	4
1.4.1	Zakelijke dienstverlening	4
1.4.2	Vrijtijdseconomie.....	6
1.4.3	Doel literatuurstudie.....	7
1.5	Leeswijzer	7
2	Onderzoeksopzet	8
2.1	Probleemstelling	8
2.1.1	Doelstelling en relevantie.....	8
2.1.2	Centrale vraagstelling.....	8
2.1.3	Onderzoeksvragen	9
2.2	Onderzoeksopzet en afbakening	9
3	Literatuuronderzoek	12
3.1	Inleiding.....	12
3.2	Kenniseconomie.....	13
3.2.1	De term Kenniseconomie	13
3.2.2	Locatietheorieën	14
3.2.3	Clustertheorie.....	19
3.2.4	Feitelijke gegevens en gevoel.....	20
3.2.5	Conclusies kenniseconomie	21
3.3	Vrijtijdseconomie.....	22
3.3.1	Vrijtijdseconomie algemeen	22
3.3.2	Betrokken partijen.....	23
3.3.3	Maatregelen.....	27
3.3.4	Conclusie vrijetijdseconomie.....	30
3.4	Combinatie kenniseconomie en vrijetijdseconomie	31
3.4.1	Theorie Florida.....	31
3.4.2	Talent, Technologie, Tolerantie	31
3.4.3	Beleid	31
3.5	Conclusie	32
4	De beleidspraktijk.....	33
4.1	Nationaal, regionaal en lokaal beleid.....	33
4.1.1	Handhaving door bestemmingsplan	33
4.1.2	ABC-locatiebeleid	34
4.1.3	Nota Ruimte.....	35

4.2	Beleid Deventer.....	38
4.2.1	Kenniseconomie.....	38
4.2.2	Vrijetijdseconomie.....	41
4.3	Conclusie.....	42
5	Empirisch onderzoek	43
5.1	Inleiding.....	43
5.2	Te onderzoeken instellingen.....	43
5.3	Deskresearch.....	44
5.3.1	Kenniseconomie.....	44
5.3.2	Vrijetijdseconomie.....	46
5.3.3	Combinatie kenniseconomie en vrijetijdseconomie	49
5.4	Geïnterviewde instellingen.....	50
5.4.1	Kenniseconomie.....	50
5.4.2	Vrijetijdseconomie.....	54
6	Confrontatie	56
6.1	Documentstudie en interviews	56
6.1.1	Kenniseconomie.....	56
6.1.2	Vrijetijdseconomie.....	58
6.1.3	Creative class.....	60
6.2	Casestudy	61
6.2.1	Kenniseconomie.....	61
6.2.2	Vrijetijdseconomie.....	63
6.3	Overeenkomsten en verschillen	64
6.3.1	Kenniseconomie.....	64
6.3.2	Vrijetijdseconomie.....	65
7	Conclusies en aanbevelingen	67
7.1	Conclusies.....	67
7.2	Aanbevelingen.....	69
7.2.1	Bedrijven en instellingen	69
7.2.2	Overheid	71
7.2.3	Vervolgonderzoek.....	72
Literatuur.....		74
Boeken en rapporten		74
Internet.....		76
Interviews.....		78
Archief De Stentor.....		78
Bijlagen.....		79
Algemene informatie Deventer kenniseconomie en vrijetijdseconomie.....		80
Schema interviews.....		85

1

Inleiding

In dit hoofdstuk wordt een inleiding gegeven op het onderzoek naar locatiebereikbaarheid. Er wordt een beeld geschetst van de achtergrond en de aanleiding tot het onderzoek en ook wordt beargumenteerd hoe tot de keuze van de te onderzoeken functies is gekomen. Hieruit vloeit vervolgens een theoretisch kader voort.

Ter afsluiting van de master Public Administration dient een masterthesis geschreven te worden ter verkrijging van de masterdegree. Het voorliggend onderzoek is hiervan het resultaat. Het valt binnen de track Management, Economics and Law. Deze thesis tracht een beeld te schetsen van de factoren die een rol spelen bij de vestiging van bedrijf van kenniseconomie en vrijetijdseconomie. Daartoe wordt ingegaan op een breed scala aan factoren dat een rol speelt bij de vestiging van een bedrijf of instelling op een bepaalde locatie, maar wordt in het hoofdstuk waar de conclusies gepresenteerd worden voornamelijk ingegaan op aspecten die een link met mobiliteit hebben. Uit deze korte beschrijving wordt duidelijk op welke wijze zowel management, als economie als recht in het onderzoek verweven zijn. Locatiekeuze heeft alles te maken met strategische managementkeuzes. Wanneer zaken rondom het begrip mobiliteit goed georganiseerd zijn, heeft dat uiteindelijk een positieve uitwerking op de economie. Verderop in dit hoofdstuk wordt dit duidelijk gemaakt door de kosten van immobiliteit in beeld te brengen. Tot slot heeft dit onderzoek een raakvlak met recht, aangezien ook een antwoord gezocht wordt op vragen over beleid omtrent vestigingslocaties. Het onderzoek is uitgevoerd bij Goudappel Coffeng, een adviesbureau op het gebied van verkeer en vervoer. De begeleiding is zowel vanuit deze organisatie als vanuit de universiteit gefaciliteerd.

1.1 Achtergrond en aanleiding

1.1.1 Nota Mobiliteit

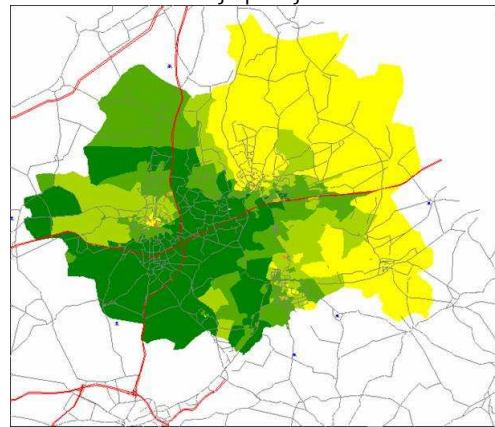
In 2005 is de Nota Mobiliteit door het kabinet vastgesteld. In deze Nota worden beleidsdoelen aangegeven voor een vlotte en betrouwbare afwikkeling van verplaatsingen van alle modaliteiten, waarbij bereikbaarheid van deur tot deur een centrale plaats inneemt. De beleidsmaatregelen beogen de bereikbaarheid te verbeteren door de bouw en betere benutting van infrastructuur, de invoering van een kilometerprijs en verbeteringen van het openbaar vervoer. Daarnaast zijn maatregelen gedefinieerd die samen met de genoemde bereikbaarheidsmaatregelen effect hebben op de verkeersveiligheid en de leefomgeving (Ministerie van Verkeer en Waterstaat, 2005).

1.1.2 Netwerkanalyses

In de Nota Mobiliteit en de Nota Ruimte zijn elf stedelijke netwerken aangewezen, welke een netwerkanalyse (NWA) dienden op te stellen. Het doel van de netwerkanalyses is om gezamenlijk met de regionale partners tot meer afstemming te komen tussen de netwerken en modaliteiten, om hiermee de bereikbaarheidsproblemen aan te pakken. De netwerkanalyses zijn in 2006 opgesteld. Ze geven een gezamenlijke visie op knelpunten en oplossingsrichtingen voor de regionale bereikbaarheidsproblematiek in de periode 2010 – 2020, stellen een maatregelpakket samen voor het verbeteren van de bereikbaarheid (waaronder quick wins) en bieden bouwstenen voor afspraken tussen wegbeheerders over een afgestemde uitvoering van het maatregelenpakket (KpVV 2005b).

De beleidsrichting die sinds de Nota Mobiliteit centraal staat, denkt steeds minder in termen van knelpunten, maar gaat uit van deur tot deur bereikbaarheid. Het doel is te komen tot een betrouwbare en acceptabele reistijd over het gehele traject. Dit is vooral voor de reiziger van groot belang. Deze wil vooraf weten hoe laat de bestemming bereikt wordt en de reisduur dient hierbij acceptabel te zijn.

Met de netwerkanalyses (NWA) en andere regionale en nationale onderzoeken naar bereikbaarheid is kennis opgedaan over de vraag hoe de bereikbaarheid van deur tot deur verbeterd kan worden, maar onbekend is wie hiervan uiteindelijk profijt hebben en wat de verbeterde bereikbaarheid concreet oplevert. Wie heeft profijt van welke investeringen in de infrastructuur, hoe wordt dat profijt economisch uitgedrukt en welke modaliteiten zijn hierbij van belang? Voertuigverliesuren, reistijd van deur tot deur, ontplooiingsmogelijkheden en meer van dergelijke begrippen geven veel informatie, maar hoeveel economisch profijt heeft een bedrijf van een goede bereikbaarheid en welke soort bereikbaarheid is voor welke functie (kantoor, ziekenhuis, centrumwinkel, enz.) van belang? Dit zijn vragen waarover weinig bekend is.



Figuur 1-1 Ontplooiingsmogelijkheden Stedendriehoek

In dat kader is het interessant om voor verschillende functies te onderzoeken welke indicatoren het belang van bereikbaarheid goed weergeven en in hoeverre hierin verschillen naar voren komen.

De netwerkanalyses zijn in deze relevant aangezien hierin bereikbaarheid van economische kerngebieden en woongebieden onderzocht is. Dit onderzoek kan gezien worden als een vervolgstudie en verdieping door middel van een casestudy, aangezien in de netwerkanalyses geen differentiatie tussen bereikbaarheid voor verschillende functies wordt aangebracht.

1.2 Selectie van functies

De netwerkanalyses zijn in eerste instantie voor elf stedelijke netwerken opgesteld en daarnaast hebben zeven regio's vrijwillig een netwerkanalyse uitgevoerd om aan te haken bij de mogelijkheden die dit kan bieden. Dit onderzoek richt zich op één specifieke stad, te weten Deventer (onderdeel van de NWA Stedendriehoek). De functies die onderzocht worden, zijn kenniseconomie en vrijetijdseconomie. Voor deze functies is gekozen aangezien het twee speerpunten in het gemeentelijk beleid zijn. Uit het rapport Economisch Businessplan dat voor en door de gemeente Deventer is opgesteld, komen ambities naar voren die zich richten op het actief ondersteunen van een zich verbredende productiestructuur. Dit dient gerealiseerd te worden door vijf punten, te weten:

- grotere binding van bedrijven aan Deventer (behoud en nieuw);
- verbeterd arbeidspotentieel;
- groter aandeel van de zakelijke dienstverlening in de economie van Deventer;
- vernieuwing van de productiestructuur door toepassing van nieuwe technologieën en kennisontwikkeling;
- toename van toeristische en recreatieve bedrijvigheid en verbeterde toeristische uitrusting van Deventer.

Uit deze punten blijkt dat de gemeente veel belang hecht aan de ontwikkeling van zakelijke dienstverlening en kennisontwikkeling. Daarnaast is er een belangrijke rol weggelegd voor toeristische en recreatieve bedrijvigheid. Deventer presenteert zich graag als evenementenstad en hiervan kunnen meerdere branches vruchten plukken. Naast het feit dat de twee genoemde functies speerpunten in het beleid zijn, maakt ook de schaalgrootte het interessant om deze sectoren te onderzoeken. Er is een ruim aanbod van instellingen dat actief is in één van beide sectoren.

In onderstaande tekst worden na de definiëring van deze functies kengetallen over deze functies gepresenteerd.

Onder de term kenniseconomie wordt in dit onderzoek het volgende verstaan:

Een economie die direct gebaseerd is op de productie, distributie en het gebruik van kennis en informatie (CBS, 2004).

In een kenniseconomie draait het vooral om de productiefactor 'kennis': kennis wordt belangrijker dan arbeid, kapitaal en grondstoffen (de belangrijkste productiefactoren in een 'traditionele' economie). In een kenniseconomie wordt van personen veel kennis en vaardigheden gevraagd, alsmede de bereidheid om verder te leren.

Voor vrijetijdseconomie wordt de volgende definitie gehanteerd:

Alle (concentraties van) publieksverzorgende, commerciële vrijetijdsvoorzieningen met een (boven-) stedelijke verzorgingsfunctie. Hierbij gaat het om de volgende sectoren: horeca/uitgaan, attracties/vermaak, kunst/cultuur, sport/spel, wellness/health, verblijfsaccommodaties en zakelijk toerisme (Den Haag, 2005).

De zakelijke dienstverlening is de sector met de grootste groei van de afgelopen jaren. In Deventer is het aandeel in de werkgelegenheid (15,7 procent in 2002) sneller toegenomen dan landelijke cijfers laten zien. Binnen de provincie Overijssel neemt Deventer na Zwolle een koppositie in (Stedenscan Overijssel, december 2003). Het grote belang van de zakelijke diensten in Deventer is zichtbaar in het aantal technische adviesbureaus in de stad. Desondanks blijft het imago van Deventer als zakenstad achter bij deze ontwikkelingen.

Deventer is de afgelopen jaren ook uitgegroeid tot een toeristische stad van betekenis. Jaarlijks hebben rond de twee miljoen dagtoeristische bezoeken plaats. De belangrijkste herkomstprovincies zijn Gelderland, Overijssel en Noord- en Zuid- Holland. Daarnaast bezoeken ruim twee miljoen Deventenaren hun eigen stad voor een recreatieve activiteit. De binnenstad is naar aantal gemeten de belangrijkste trekker voor een recreatief bezoek. Recreatief winkelen en horecabezoek zijn de belangrijkste activiteiten tijdens een bezoek aan de Deventer binnenstad. Bijna een miljoen recreatieve bezoeken worden gebracht aan het sport- en recreatiecentrum de Scheg. De Scheg heeft daarmee een positie in de top 15 van landelijke dagattracties. Daarnaast heeft Deventer landelijk aansprekende cultuurtoeristische evenementen met de historische binnenstad als decor, zoals het Dickens Festijn, Deventer op Stelten en de boekenmarkt.

Naast de evenementen en de overige faciliteiten in de binnenstad is vorig jaar het Boreel Entertainment Centre geopend. Winkelen en vermaak zijn samen in één concept ontwikkeld. Dit centrum is vlak naast het stadscentrum gerealiseerd.

Deventer is van oudsher een industriële stad. Door de stimulering van groeisectoren beoogt Deventer zijn economische structuur te verbreden. Deventer profileert zich daarbij als productieve kennisstad. Gesteld kan worden dat de industrie nog steeds beeldbepalend is, maar door de groei van de zakelijke dienstverlening is het economisch profiel van Deventer aan verandering onderhevig. De stad weet steeds meer een plek te veroveren als kantorenstad (Gemeente Deventer, 2005).

1.3 Belang bereikbaarheid

Waarom is bereikbaarheid nu zo belangrijk? Het Kennisplatform Verkeer en Vervoer (KpVV) (2005a) geeft in het rapport "Bereikbaarheid ontsloten" de kern aan. Uit de Nota Mobiliteit (NoMo) komt naar voren dat betrouwbare bereikbaarheid de economie en de internationale concurrentiepositie versterkt. Ook de maatschappelijke kosten van immobilititeit (2 miljard euro per jaar) geven het belang goed weer. De laatste jaren wordt voornamelijk aandacht aan autobereikbaarheid besteed, zowel nationaal als gemeentelijk/regionaal ligt hierop de nadruk. Doorstroming, goede parkeermogelijkheden en prioritering op hoofdassen moeten zorgen voor een goede afwikkeling op netwerkniveau. De bereikbaarheid per openbaar vervoer, wat jarenlang een overheersend thema was, is niet meer overal het belangrijkste aandachtspunt. De bereikbaarheid met andere vervoermiddelen krijgt maar beperkt aandacht, met uitzondering van de fiets. Ook goederenvervoer speelt in veel gemeenten nauwelijks een rol van betekenis in de discussie over bereikbaarheid, terwijl juist voor deze sector een betrouwbare reistijd van groot belang is.

Bereikbaarheid is voor verschillende functies van groot belang. Voor de verschillende modaliteiten verschilt de mate van beleidsprioritering, maar onderscheid naar functies wordt niet gemaakt. Hiermee wordt de relevantie van dit onderzoek helder.

1.4 Theoretisch kader

Met behulp van theoretisch onderzoek in combinatie met veldwerk, wordt een antwoord gegeven op de probleemstelling. Er is relatief veel onderzoek gedaan naar bereikbaarheid van bedrijven en de indicatoren hiervan. Dit onderzoek richt zich op twee specifieke bedrijfstakken. Getracht wordt om van kenniseconomie en vrijetijdseconomie bestaand onderzoek te analyseren en op basis hiervan differentiatie tussen bereikbaarheidseisen van sectoren aan te tonen.

De ontwikkelde theorieën worden aangeduid als vestigingsplaatsleer of locatietheorie. In deze paragraaf wordt kort aangestipt welke studies in dit onderzoek gebruikt worden. Het gaat hierbij om een economisch vraagstuk aangezien de economie het gedrag van actoren bestudeert in situaties van relatieve schaarste. Deze schaarste dwingt actoren tot het maken van keuzes. Zo is de locatiekeuze van actoren een typisch economisch vraagstuk. In deze paragraaf wordt een selectie van toepassingen van vestigingsplaatstheorieën gepresenteerd.

1.4.1 Zakelijke dienstverlening

Allereerst wordt hieronder de historische ontwikkeling in de locatietheorieën geschetst. Het gaat hierbij om (1) de minimale kostenbenadering, (2) de marktgebiedenbenadering, (3) de handelingsbenadering en (4) de strategische keuzebenadering.

1. De minimale kostentheorie is gestoeld op de klassieke school in de economie. Een belangrijk kenmerk van deze klassieke opvatting is dat de beschikbaarheid van productiefactoren (arbeid, kapitaal en hulpbronnen) bepalend is voor de productiemogelijkheden. Alle beschikbare productiefactoren worden volledig benut en alle producten worden afgezet, omdat volgens de klassieke economie elk aanbod zijn eigen vraag schept. De winst van het bedrijf hangt af van de hoogte van de kosten, dus de onderneming vestigt zich op die plaats waar de productie- en transportkosten het

laagst zijn in verhouding tot de opbrengsten. Von Thunen (1826) (landbouw) en Weber (1909) (industrie) hebben deze theorie elk op hun vakgebied uitgewerkt.

2. De marktbenaderingstheorie sluit aan bij de minimale kostentheorie, maar verschilt op 5 wezenlijke punten hiervan. Zo is er meer aandacht voor de werking van de markt, wordt rekening gehouden met andere marktvormen dan volledige mededinging, speelt maximalisering van de opbrengsten een rol, wordt rekening gehouden met het bestaan van interne schaalvoordelen en wordt niet uitgegaan van één identieke productiefunctie. Dit betekent bijvoorbeeld dat ook het gedrag van de concurrent een rol speelt en dat wanneer de productiefactor arbeid relatief duur is, getracht wordt om het belang van deze factor terug te dringen.

3. De handelingsbenadering (behaviorale locatietheorie) benadert de onderneming als een sociale organisatie en niet meer als "economic man". De ondernemer kan niet alle mogelijke locaties in de wereld beoordelen en gaat uit van een beperkt aantal alternatieven. Hij laat zich niet alleen leiden door maximale winsten, maar de leef- en werksituaties, eerder opgedane ervaringen en de sociale omgeving spelen ook een rol. Het begrip bounded rationality speelt hierbij een belangrijke rol (Simon, 1960). In tegenstelling tot de deductieve redeneerwijze van (neo)klassieke theorieën volgt deze theorie juist de inductieve aanpak en spelen psychologische aspecten meer een rol. Het gaat voor een belangrijk deel om het gevoel dat een ondernemer heeft bij een locatie.

4. Tot slot de strategische keuzebenadering. Deze theorie richt zich met name op grote ondernemingen, veelal multinationals. Er zijn twee hoofdstromingen waarvan de één onderzoekt hoe het management het vestigingsprobleem voortdurend aanpast aan de veranderende omgeving en de ander onderzoekt hoe het management invloed uitoefent op de verschillende omgevingen, zodat deze beter aansluiten bij de doelstellingen van het concern. In perioden van toenemende internationalisering vormt de locatiekeuze voor multinationals een belangrijk aspect bij concurrentie tussen bedrijven. Als voorbeeld kan gedacht worden aan productiebedrijven die naar Polen uitwijken met het oog op kosten- en marktoverwegingen.

Met het oog op de historische ontwikkeling van de locatietheorieën wordt in voorliggend onderzoek de nadruk gelegd op de behaviorale vestigingstheorie, oftewel de handelingsbenadering. Dit is samen met de strategische keuzebenadering de meest dynamische theorie, maar is meer dan laatstgenoemde op nationaal schaalniveau gericht in plaats van internationaal. In onderstaande tekst en hoofdstuk drie worden onderzoeken gepresenteerd die op de handelingsbenadering gestoeld zijn.

Het werk van Hanemaaijer (1998) geeft duidelijk weer welke indicatoren voor de vestiging van welk type bedrijf van belang zijn. Onderstaande tabel maakt dit inzichtelijk.

Aspect/cluster	Industrie/Productie	Handel	Verkeer/Vervoer	Diensten	Totaal
Bereikbaarheid over de weg	8,6	8,6	8,9	7,7	8,3
Parkeermogelijkheden	7,3	7,4	7,1	8,0	7,5
Beschikbaarheid adequaat opgeleid personeel	7,2	6,2	6,9	7,4	7,0
Representativiteit gebouw	6,1	6,4	6,5	7,3	6,6
Telecommunicatievoorzieningen	6,0	6,4	6,9	6,1	6,2
Laad- en losmogelijkheden op terrein	7,3	7,6	7,0	3,0	5,9
Huurprijs- of grondprijsniveau	5,2	5,4	6,0	5,3	5,4
Representativiteit omgeving	4,8	5,0	5,3	5,6	5,2
Bereikbaarheid via openbaar vervoer	4,3	4,3	4,1	5,5	4,7

Tabel 1.1 Waardering belangrijkste locatiefactoren (schaal 0 (=onbelangrijk) tot 10 (zeer belangrijk)) (Hanemaaijer, 1998)

Er bestaat de laatste jaren door de groei van de kennissector een toenemende behoefte aan hoog opgeleide arbeidskrachten en beschikbaarheid van adequaat opgeleid personeel

(kennispotentiaal) is om deze reden een belangrijke locatiefactor. Deze doelgroep wordt aangetrokken door een brede range van socio-culturele en vrijetijdsvoorzieningen. Dit leidt tot een toenemend belang van quality of life (QOL) factoren (Reijs et al, 2001). De factor beschikbaarheid van adequaat opgeleid personeel hangt dus nauw samen met de quality of life factoren in een gebied. Het belang van de omgevingskwaliteit, waarbij gedacht kan worden aan de leefkwaliteit, de gesteldheid van de gezondheidszorg, sociaal-culturele aspecten, vrije tijd- en sportvoorzieningen, scholen, luchtkwaliteit, water en omgeving is indirect dus groot voor bedrijven.

Er blijken duidelijke verschillen te bestaan tussen locatievoorkeuren van ondernemers uit verschillende bedrijfssectoren. Everaars en Brand-van Tuijn (2001) tonen aan dat het type bedrijf van invloed is op waarde die de betreffende ondernemer aan de algemene locatiefactoren hecht.

Tillema (2004) maakt in zijn onderzoek onderscheid tussen drie bedrijfstypen, te weten industrie, commercie en overige sectoren. Reijs (2001) en min of meer op dezelfde manier ook Everaars en Brand-van Tuijn (2001) gaan op hun beurt in op de specifieke locatiekeuzefactoren aan de hand van een vijftal bedrijfstypen op regionaal niveau, te weten industrie- en productieondernemingen, verkeer en vervoersondernemingen, handelsbedrijven, dienstverlenende bedrijven en hoofdkantoren. Deze specifieke locatiekeuzefactoren zijn hieronder per bedrijfstype in een tabel gezet. De factor bereikbaarheid betreft de reistijd over de weg en bevat niet de parkeergelegenheid. Parkeermogelijkheden is een zelfstandige factor in dit onderzoek.

	Uitbreidingsmogelijkheden	Laad- en losmogelijkheden	Aanwezigheid toeleverancier	Openbaar vervoer	Logistieke dienstverlening	Huur- en grondprijsniveau	Bereikbaarheid	Aanwezigheidzee/luchthaven	Internationale bedrijvigheid	QOL factoren	Parkeermogelijkheden	Kwaliteit/imago gebouw	Uitstraling omgeving	Telecom voorzieningen
Industrie/ Productie														
Verkeer en Vervoer														
Handel														
Diensten														
Hoofdkantoren														

Tabel 1.2 Factoren locatiekeuze per bedrijfssector (Reijs, 2001 & Everaar en Brand-van Tuijn, 2001)

1.4.2 Vrijetijdseconomie

Onderzoek naar bereikbaarheid van locaties van vrijetijdseconomie is minder voor handen in vergelijking met studies over kenniseconomie en zakelijke dienstverlening. Veelal wordt voor een evenement of locatie door middel van een mobiliteitsplan bepaald aan welke eisen voldaan moet worden. Algemene theorieën zijn niet voorhanden. Wel zijn relevante publicaties over dit onderwerp geschreven. Deze worden in hoofdstuk drie besproken. Achterhaald dient te worden in welke mate bezoekers van bijvoorbeeld evenementen reizen om de locatie te bereiken, welke modaliteiten hierbij worden gekozen, of hierin gestuurd kan worden en op welke wijze deze sturing plaats vindt.

Naast evenementen worden ook vaste attractiepunten, zoals sportcentrum de Scheg en het Boreel Entertainment Center, in dit onderzoek betrokken.

De Amerikaan Richard Florida is tot slot de persoon die een theorie heeft opgesteld over de combinatie van vrijetijdseconomie en vestigingsplaatsleer. Deze theorie, waarin de term creative class centraal staat, gaat uit van de denkwijze dat bedrijven zich vestigen op plaatsen waar het juiste potentiële personeel woont. Dit personeel woont op plaatsen waar de vrijetijdssector op een dusdanige manier is ontwikkeld dat het meerwaarde biedt.

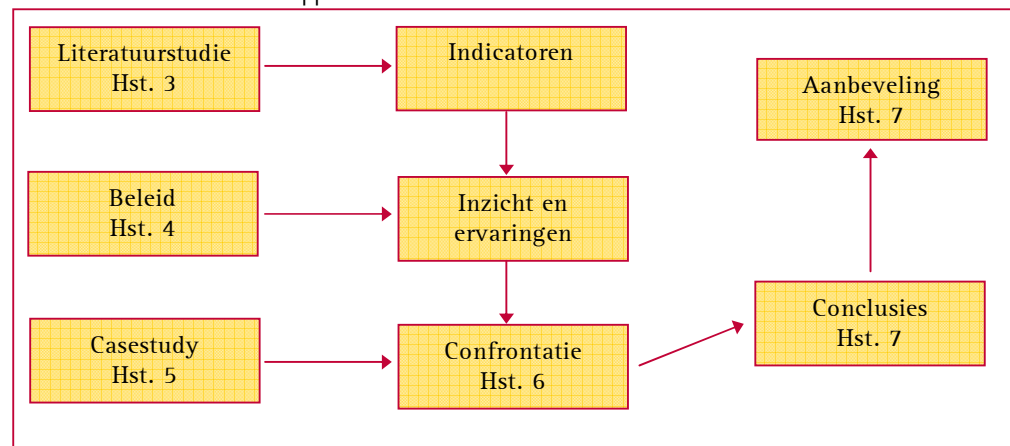
Het gaat hierbij voornamelijk om het aanbod uit het hogere culturele segment en de theorie is gericht op de hoogopgeleide kenniswerker.

1.4.3 Doel literatuurstudie

De literatuurstudie richt zich op een breed scala aan factoren dat een rol speelt bij de locatiekeuze. Vooral bij kennisintensieve bedrijven is het aantal aspecten groot. De aandacht gaat uit naar het gehele scala factoren, maar in de conclusie wordt vooral ingezoomd op aspecten die met mobiliteit en bereikbaarheid te maken hebben. Deze keuze vloeit voort uit de aanleiding van het onderzoek, namelijk een verdieping naar aanleiding van de netwerkanalyses. Ook rondom de functie vrijetijdseconomie is de conclusie gericht op mobiliteit.

1.5 Leeswijzer

In de onderstaande figuur wordt een stroomschema gepresenteerd dat duidelijk maakt hoe de structuur van het rapport en het onderzoek eruit ziet.



Figuur 1-2 Stroomschema onderzoek

Uit dit schema kunnen ook de verschillende hoofdstukken worden afgelezen. Na dit inleidende hoofdstuk wordt ingegaan op de onderzoeksopzet waarin onder andere de doelen en de onderzoeksvragen staan. Vervolgens wordt in hoofdstuk drie aandacht besteed aan de literatuurstudie die is uitgevoerd. Het gaat hierbij om een studie gericht op vestigingstheorie, maar ook op vrijetijdseconomie en theorie over de creative class. Hoofdstuk vier beschrijft het beleid dat eerst landelijk en nu steeds meer decentraal gevoerd wordt, om zowel bedrijven als andere instellingen op de juiste plaats gevestigd te krijgen. Aangezien het in dit onderzoek om een casestudy gaat, wordt in hoofdstuk vier ook ingezoomd op het beleid dat in de stad Deventer gevoerd wordt. In hoofdstuk vijf staan de bevindingen van het empirisch onderzoek. In hoofdstuk zes komen de literatuurstudie en de empirische gegevens samen en wordt gekeken in welke mate verschillen en overeenkomsten bestaan. Het rapport sluit af met het hoofdstuk conclusies en aanbevelingen.

2

Onderzoeksopzet

Zoals een coach voor het begin van een wedstrijd zijn strategie bepaalt, zo wordt in dit hoofdstuk de opzet van het onderzoek uiteen gezet.

Hierdoor wordt inzichtelijk op welke wijze het onderzoek aangekleed is en welke strategieën gebruikt zijn.

2.1 Probleemstelling

In deze paragraaf worden achtereenvolgens de doelstelling, de vraagstelling en de onderzoeksvragen van dit onderzoek gepresenteerd.

2.1.1 Doelstelling en relevantie

De primaire doelstelling van dit onderzoek is het inzichtelijk maken van bereikbaarheidseisen, vertaald in concrete indicatoren voor de functies kenniseconomie en vrijetijdseconomie in Deventer. De maatschappelijke relevantie komt voort uit het feit dat goed inzicht in bereikbaarheid tot gevolg kan hebben dat aansluitend beleid kan worden ontwikkeld en daarmee doelen uit bijvoorbeeld de Nota Ruimte en de Nota Mobiliteit verwezenlijkt kunnen worden. Het onderzoek is ook wetenschappelijk relevant, aangezien kennis wordt ontwikkeld over bereikbaarheidseisen van verschillende functies binnen een stad. Het gaat dan voornamelijk om descriptieve en verhelderende aspecten.

Het huidige locatiebeleid is gefocust op bereikbaarheid waarbij van deur tot deur bereikbaarheid centraal staat, waar het beleid eerder vooral gericht was op het aanpakken van knelpunten. In het beleid wordt niet of nauwelijks gedifferentieerd naar verschillende functies. Goudappel Coffeng wil graag inzicht krijgen in de mate van differentiatie naar bereikbaarheidswensen tussen verschillende functies. Wat houdt een goede bereikbaarheid in voor verschillende functies en hoeveel waarde wordt eraan gehecht. Het doel van dit onderzoek is het oplossen van een kennistekort en het onderzoek brengt dan ook zuivere descriptieve kennis voort.

2.1.2 Centrale vraagstelling

De centrale vraagstelling waarop middels dit onderzoek een antwoord wordt gezocht, luidt als volgt:

Wat zijn relevante indicatoren voor de bereikbaarheid van de functies kenniseconomie en vrijetijdseconomie in de stad Deventer en wat is de waarde hiervan voor betrokken partijen in de genoemde sectoren?

In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van deelvragen. Deze vragen zijn hieronder weergegeven.

2.1.3 Onderzoeksvragen

1. Welke indicatoren worden gebruikt om bereikbaarheid van kenniseconomie gerelateerde functies te definiëren?
 - a. Wat wordt in dit onderzoek verstaan onder kenniseconomie gerelateerde functies?
 - b. Wat komt uit bestaand onderzoek/literatuur naar voren met betrekking tot vestigingsfactoren?
 - c. Wat geven stakeholders uit deze functies zelf aan met betrekking tot vestigingsfactoren?
2. Welke indicatoren worden gebruikt om bereikbaarheid van vrijetijdseconomie gerelateerde functies te definiëren?
 - a. Wat wordt in dit onderzoek verstaan onder vrijetijdseconomie gerelateerde functies?
 - b. Wat komt uit bestaand onderzoek/literatuur naar voren?
 - c. Wat geven stakeholders uit deze functies aan?
3. In hoeverre is er differentiatie tussen bereikbaarheidseisen van de geselecteerde functies?
4. Hoeveel invloed hebben de benoemde indicatoren?
 - a. In hoeverre is het mogelijk een rangschikking naar belang te maken?
 - b. Wat is de waarde hiervan voor de betrokken partijen?
5. In hoeverre stemmen de indicatoren overeen met beleidsdoelen?
 - a. Bezien vanuit decentraal beleid
 - b. Bezien vanuit rijksbeleid

2.2 Onderzoeksopzet en afbakening

Per onderzoeksvraag wordt in deze paragraaf aangegeven welk type onderzoek gebruikt wordt, hoe de onderzoeksopzet er uit ziet en wat het onderzoeksobject is.

1. Welke indicatoren worden gebruikt om bereikbaarheid van kenniseconomie gerelateerde functies te definiëren?
 - a. Wat wordt in dit onderzoek verstaan onder kenniseconomie gerelateerde functies?
 - b. Wat komt uit bestaand onderzoek/literatuur naar voren met betrekking tot vestigingsfactoren?
 - c. Wat geven stakeholders uit deze functies zelf aan met betrekking tot vestigingsfactoren?

Type onderzoek: beschrijvend

Onderzoeksopzet: desk research en open gestructureerde interviews met betrokken partijen. De zoektocht naar literatuur richt zich op onderzoeken waarbij de behaviorale theorie leidend is. Middels de interviews wordt gezocht naar factoren die doorslaggevend zijn geweest voor vestiging op een bepaalde locatie. Daarnaast wordt gezocht naar aspecten die bereikbaarheid voor deze instellingen weergeven.

Onderzoeksobject: bereikbaarheid en vestigingslocatie

2. welke indicatoren worden gebruikt om bereikbaarheid van vrijetijdseconomie gerelateerde functies te definiëren?
 - a. Wat wordt er in dit onderzoek verstaan onder vrijetijdseconomie gerelateerde functies?
 - b. Wat komt er uit bestaand onderzoek/literatuur naar voren?
 - c. Wat geven stakeholders uit deze functies aan?

Type onderzoek: beschrijvend

Onderzoeksopzet: desk research en open gestructureerde interviews met betrokken partijen

Onderzoeksobject: bereikbaarheid

3. In hoeverre is er differentiatie tussen bereikbaarheidseisen van de geselecteerde functies?

Type onderzoek: evaluatief

Onderzoeksopzet: desk research

Onderzoeksobject: bereikbaarheid beide onderzochte functies

4. Hoeveel invloed hebben de benoemde indicatoren?

- a. In hoeverre is het mogelijk een rangschikking naar belang te maken?

- b. Wat is de waarde hiervan voor de betrokken partijen?

Type onderzoek: beschrijvend/ exploratief

Onderzoeksopzet: desk research en open gestructureerde interviews

Onderzoeksobject: belang dat aan verschillende indicatoren wordt toegekend

5. In hoeverre stemmen de indicatoren overeen met beleidsdoelen?

- a. Bezien vanuit decentraal beleid

- b. Bezien vanuit rijksbeleid

Type onderzoek: beschrijvend / evaluatief

Onderzoeksopzet: desk research en open gestructureerde interviews

Onderzoeksobject: indicatoren en beleid

Om het onderzoek overzichtelijk te houden wordt het onderzoeksgebied geografisch afgebakend. Per te onderzoeken functie wordt een aantal locaties geselecteerd binnen Deventer. Voor de functie kenniseconomie zijn dit enerzijds het centrumgebied en de grachtengordel en daarnaast het bedrijvenpark aan de A1 bij afrit Deventer (Hanzepark). Op beide locaties is kenniseconomie gebundeld aanwezig, maar er bestaan ook grote verschillen tussen deze locaties.

De functie vrijetijdseconomie is meer versnipperd. Er zijn verschillende locaties te benoemen waar de functie aanwezig is, zoals het centrum (waaronder de Boreel), het terrein van sportcentrum De Scheg en bijvoorbeeld stadion de Adelaarshorst.



Figuur 2-1 Locatiebepaling functies

Ook met het oog op de te gebruiken theorie is het van belang om af te bakenen. Zoals in hoofdstuk een al werd aangegeven is, wordt het literatuuronderzoek gestoeld op de behaviorale benadering. Hieronder wordt aangegeven wat hiervoor de argumenten zijn en waarom andere benaderingswijzen minder geschikt geacht worden.

Er bestaan verschillende locatietheorieën die bestaan uit samenhangende uitspraken die als geheel een verklaring geven voor de vestigingsplaatskeuze van bedrijven. Het gaat om een vraagstuk op het snijpunt van geografie en economie. In eerste instantie zijn locatietheorieën vooral door economen opgesteld, later is het ook meer een geografisch vraagstuk geworden. In de loop van de tijd zijn er nieuwe locatietheorieën bij gekomen die gebaseerd zijn op psychologische en sociaalorganisatorische inzichten. Dit is in lijn met de economische wetenschap, waar de laatste decennia de neoklassieke hoofdstroom van denken is aangevuld met nieuwe richtingen zoals de gedragswetenschappelijke en de institutionele theorie over economische vraagstukken.

Atzema en anderen schetsen in hun boek vier benaderingen van locatietheorie, te weten:

- de minimale kostenbenadering;
- de marktgebiedenbenadering;
- de handelingsbenadering;
- de strategische keuzebenadering.

In hoofdstuk een is van deze benaderingen een korte schets gegeven en werd aangegeven dat voorliggend onderzoek de handelingsbenadering centraal stelt. De minimale kostenbenadering is opgesteld tegen de achtergrond van de klassieke economische theorie. Er wordt dan ook uitgegaan van volledige mededinging. De locatie waar op basis van de laagste kosten het product kan worden weggezet is de meest ideale locatie. Er wordt hierbij uitgegaan van een volledig geïnformeerde, rationeel handelende ondernemer en de wereld wordt gezien als een isotrope ruimte waarin variatie ontbreekt. Deze theorie staat ver van de werkelijkheid af.

De marktgebiedenbenadering die op de neoklassieke economische theorie gestoeld is, staat dicht bij de werkelijkheid aangezien ook andere markt vormen dan volledige mededinging mogelijk zijn. Winstmaximalisatie in plaats van het minimaliseren van kosten is hetgeen de ondernemer naar streeft. Ook bij deze theorie wordt uitgegaan van een alwetende ondernemer die op rationele wijze de locatiebeslissing neemt. In de praktijk is sprake van bounded rationality en wordt het meespelen van diverse gevoelsmatige aspecten als gegeven ondersteld. De grote hoeveelheid onderzoeken die naar locatietheorie zijn uitgevoerd en welke zijn bestudeerd in het kader van voorliggend onderzoek tonen steeds aan dat aspecten als imago onderdeel uitmaken van de locatiebeslissing.

In de handeling is het oordeel over een vestigingsplaats niet de uitkomst van een berekening, maar van besluitvorming. Bij deze besluitvorming spelen allerlei persoonlijke omstandigheden en motieven een rol. Deze behaviorale theorie is daarom gebaseerd op inzichten uit de psychologie. De ondernemer beoordeelt een beperkt aantal alternatieve locaties en laat zich naast te behalen winsten mede leiden door de woon- en leefsituatie, eerdere ervaringen en de sociale omgeving. Het feit dat deze theorie uitgaat van de homo psychologicus in plaats van de homo economicus en dat bounded rationality een rol speelt, maakt dat tegen de economische achtergrond waar de institutionele economie de laatste decennia is opgekomen, de behaviorale theorie als uitgangspunt wordt genomen. De behaviorale locatietheorie vult de (neo)klassieke theorie aan in die zin dat expliciet de drijfveren van ondernemers in beeld worden gebracht.

Als laatste wordt hier de strategische keuzebenadering genoemd. Deze theorie is hoofdzakelijk gericht op multinationale bedrijven en kijkt daarbij vooral naar de markt- en kostenoverwegingen. Voorliggend onderzoek gaat in op de kennis- en vrijetijdsector in Deventer. De ondernemingen en instellingen die hier gevestigd zijn, hebben voor het overgrote deel een regionale of nationale markt. Om deze reden sluit de strategische keuzebenadering niet aan bij de dit onderzoek en wordt in hoofdstuk drie de behaviorale benadering centraal gesteld.

3

Literatuuronderzoek

Dit hoofdstuk geeft de bevindingen weer van de literatuurstudie die is uitgevoerd naar locatiebereikbaarheid. Allereerst wordt ingezoomd op theorieën over bedrijfsvestigingen, gericht op instellingen binnen de kenniseconomie. Het tweede gedeelte van het hoofdstuk stelt vrijetijdseconomie centraal. Tot slot worden kenniseconomie en vrijetijdseconomie in samenhang bekeken, waarbij de term *creative class* centraal staat.

3.1 Inleiding

Bedrijf en omgeving horen bij elkaar. Er is geen bedrijf dat kan overleven zonder rekening te houden met de omgeving. Bedrijven letten vooral op hun marktomgeving, maar zijn ook afhankelijk van het handelen van overheden en van ruimtelijke omstandigheden. De meeste bedrijven stellen in de loop van de tijd andere eisen aan hun omgeving, terwijl ook de omgeving zelf steeds verandert. Hierdoor verandert de relatie tussen bedrijven en hun omgeving voortdurend (Atzema et al). Bereikbaarheid is één van de factoren binnen het vestigingsbeleid van ondernemingen waarmee rekening gehouden wordt. De vraag in deze is hoe groot de rol van bereikbaarheid is en daarnaast wat onder bereikbaarheid wordt verstaan. En wat zijn de overige factoren die een rol spelen bij de vestiging? Naast bedrijven gaat het in dit onderzoek ook om functies gerelateerd aan vrijetijdseconomie. Hierbij kan gedacht worden aan grootschalige sport/bioscoopcomplexen of evenementen. Wie zijn de stakeholders, hoe wordt mobiliteit georganiseerd en waarom wordt voor een bepaalde locatie gekozen? Om deze vragen te beantwoorden is een literatuuronderzoek uitgevoerd, welke in dit hoofdstuk gepresenteerd wordt.

Dit literatuuronderzoek wordt in drie delen opgesplitst.

- Allereerst worden kenniseconomie gerelateerde functies behandeld, waarbinnen vestigingsplaatsstrategieën centraal staan.
- Het tweede gedeelte is gericht op de vrijetijdseconomie. Welke actoren zijn hierbij van belang, wat zijn de voor- en nadelen van de gekozen locaties en welke ideeën leven er met betrekking tot bereikbaarheid van vrijetijdseconomie?
- Tot slot is er literatuur die ingaat op de combinatie van de eerste twee paragrafen. Hiervan wordt in paragraaf vier een korte schets gegeven. De creatieve klasse is een door Richard Florida geïntroduceerde term die hierbij centraal staat. In deze paragraaf wordt de samenhang van de twee thema's van dit onderzoek helder.

Het hoofdstuk wordt afgerond met conclusies.

3.2 Kenniseconomie

3.2.1 De term Kenniseconomie

Voordat ingegaan wordt op literatuur over bereikbaarheid van bedrijven en locaties wordt in onderstaande paragraaf eerst dieper ingegaan op de term kenniseconomie.

Al vele jaren is in de Europese en dus ook Nederlandse economie een trend gaande waarbij de oude zware industrie (de maakindustrie) plaats maakt voor een economie waarbij kennis meer centraal staat. De Lissabonstrategie maakt dit duidelijk:

Europa moet de meest concurrerende en dynamische kenniseconomie van de wereld worden die in staat is tot duurzame economische groei met meer en betere banen en een hechtere sociale samenhang. Om wereldwijd te kunnen blijven concurreren is dit voor Europa de beste strategie, aangezien de kosten voor grondstoffen en arbeid hier relatief hoog zijn. Binnen de Lissabonstrategie probeert Nederland voorop te lopen (Eygenraam, 2005).

Uit deze uitdagende doelstelling en het feit dat Nederland hierin het meest ver wil gaan, wordt het belang van de kenniseconomie duidelijk.

Definitie

In hoofdstuk één werd al aangegeven wat in dit rapport onder kenniseconomie wordt verstaan, namelijk een economie die direct gebaseerd is op de productie, distributie en het gebruik van kennis en informatie. Ook de definitie van het Centraal Planbureau (CPB) sluit goed aan bij dit onderzoek. Volgens het CPB (2002) draait het in de kenniseconomie om drie pijlers: onderwijs, onderzoek bij publieke kennisinstellingen en onderzoek bij bedrijven.

Kenmerken

Het volume en tempo waarin nieuwe kennis wordt ontwikkeld en de mate van specialisatie hiervan, is enorm toegenomen. Dit maakt het voor professionals lastig om in hun vakgebied bij te blijven. De nadruk in de kenniseconomie komt steeds meer te liggen op een goede overdracht van kennis tussen kennisinstellingen en het werkveld. Daarnaast is het voor een bedrijf onmogelijk om alles zelf in huis te hebben, waardoor samenwerking met andere bedrijven, kennisinstellingen en onderwijs noodzakelijk is. Een kenniseconomie wordt daardoor ook vaak een netwerkeconomie genoemd. De interactie tussen bedrijven en andere instellingen resulteert in het feit dat vestiging vaak geclusterd plaatsvindt. Ruimtelijk gezien zijn steden daardoor broedplaatsen van creativiteit en kennis. Steden bezitten een hoge informatiedichtheid en kunnen hierdoor de mogelijkheid tot leren en kennisuitwisseling bieden (De Jong, 2006).

Zoals in hoofdstuk één genoemd is, richt dit onderzoek zich op kenniseconomie en vrijetijdseconomie. In een kenniseconomie draait het vooral om de productiefactor kennis: kennis wordt belangrijker dan arbeid, kapitaal en grondstoffen (de belangrijkste productiefactoren in een 'traditionele' economie). In een kenniseconomie wordt van personen veel kennis en vaardigheden gevraagd, alsmede de bereidheid om verder te leren.

Branches

Het type instellingen, dat onder de definitie kenniseconomie valt is vrij divers. Als voorbeelden van instellingen waarbinnen kennis centraal staat kan gedacht worden aan onderwijsinstellingen, adviesbureaus en onderzoeksinstituten. De kamer van koophandel onderscheidt in totaal 27 verschillende commerciële branches (www.kvk.nl). Uit al deze branches kan alleen de branche zakelijke adviesbureaus in dit onderzoek onder de noemer kenniseconomie worden geschaard.

Naast de commerciële tak speelt kenniseconomie ook een rol in de non-profit sector. Hogescholen, universiteiten en onderzoeksinstituten worden in dit onderzoek ook onder de noemer kenniseconomie geschaard.

3.2.2 Locatietheorieën

In hoofdstuk één is de historische ontwikkeling van de vestigingsleer geschetst, waarin als derde de behaviorale aanpak werd genoemd. Vooral deze theorie is in de praktijk veel toegepast en dit hoofdstuk is grotendeels op deze aanpak toegespitst. Vanwege het schaalniveau waarop dit onderzoek zich richt (lokaal/regionaal), sluit het goed aan op deze theorie. De institutionele vestigingsplaatstheorie wordt voornamelijk voor multinationals relevant geacht (Reijs 2001). Onderstaande tabel geeft een kort overzicht met kenmerken van de verschillende stromingen op het gebied van vestigingsleer.

Klassieke locatie theorieën (least-cost, market-oriënted, locational interdependence)	Transportkosten van grondstoffen Transportkosten naar klant Winstkansen door variatie in afzetmogelijkheden
Regionaal economische ontwikkelingstheorieën (neoklassieke groei, export-base, regio-typologie, groeipool, cumulatieve causatie)	Materiële infrastructuur Vertouwen tussen marktpartijen Sfeer m.b.t. bepaalde industriële productspecialisatie
Moderne economische geografie/ institutionele vestigingsplaatstheorieën (Systeembenadering, structuurbenadering, geography of enterprise)	Kennis en kunde en diffusie daarvan binnen de agglomeratie Netwerk van actoren en hun relaties in een omgeving Economische, sociale, politieke en morele factoren Multi-product and multi-plant enterprise Bedrijfsinterne structuren en strategieën
Behaviorale (gedragsgerichte) benadering	Ondernemersgedrag centraal (beperkingen in kennis en kunde, satisficing behavior)

Tabel 3-1 Overzicht locatietheorieën

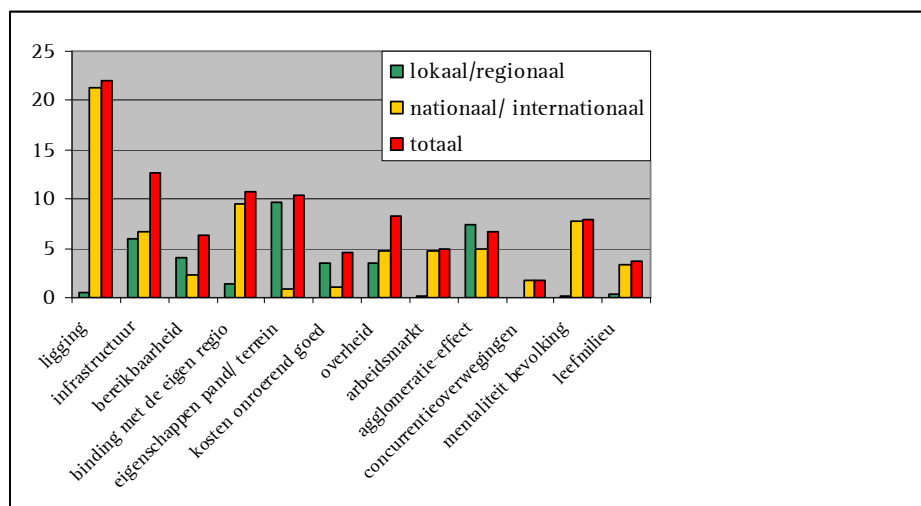
Behaviorale vestigingsplaatstheorie

Meester en Pellenbarg hebben nader onderzoek gedaan op basis van de behaviorale vestigingsplaatstheorie. Het ruimtelijk gedrag wordt volgens hen niet slechts door de objectieve ruimtelijke realiteit bepaald, maar steeds meer door subjectieve interpretatie. Door middel van enquêtes en interviews is materiaal verzameld dat antwoord geeft op de vraag wat de vestigingsfactoren voor bedrijven zijn. In het onderzoek kwamen de volgende factoren naar voren die beslissend zijn voor de vestiging.

	lokaal	regionaal	nationaal	internationaal	totaal
ligging	0	0,6	21,1	0,2	22
infrastructuur	3,3	2,6	6,6	0,1	12,6
bereikbaarheid	2,6	1,5	2,3	0	6,4
binding met de eigen regio	1	0,4	9,5	0	10,8
eigenschappen pand/terrein	7,8	1,8	0,8	0	10,4
kosten onroerend goed	2	1,5	1	0,1	4,6
overheid	1,9	1,6	3,8	0,9	8,2
arbeidsmarkt	0	0,2	4,8	0	5
agglomeratie-effecten	1,3	6,1	4,9	0	6,7
concurrentieoverwegingen	0	0	1,8	0	1,8
mentaliteit bevolking	0	0,2	7,6	0,2	8
leefmilieu	0,1	0,2	3,3	0,1	3,7

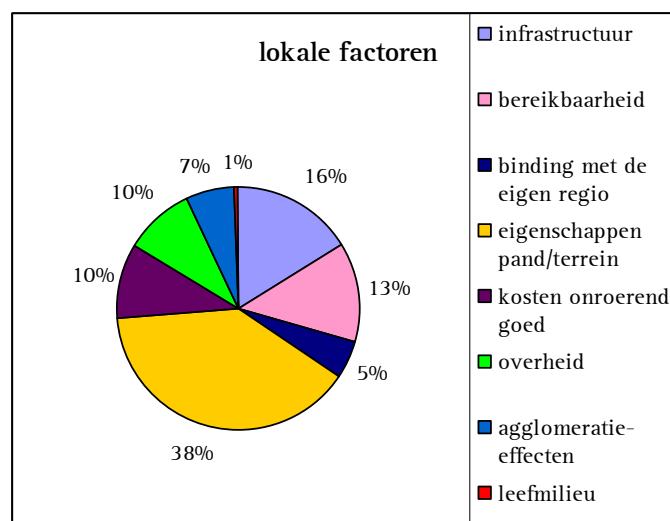
Tabel 3-2 Vestigingsplaatsfactoren (Meester 1986)

Deze punten verschillen in de mate waarin ze op lokaal/regionaal en nationaal/internationaal schaalniveau een rol spelen. In onderstaande grafiek is dit grafisch weergegeven. De meeste factoren kunnen zowel als push-, pull- en keepfactor optreden. Een uitzondering hierop vormt binding met de eigen regio. Dit is een factor die slechts als keepfactor een rol speelt.



Figuur 3-1 Vestigingsplaatsfactoren

Aangezien bij het voorliggend onderzoek wordt ingezoomd op de situatie in een specifieke stad, zijn in het bijzonder de factoren die op lokale schaal spelen interessant. In onderstaand diagram zijn de vestigingsfactoren die op lokaal niveau spelen in beeld gebracht.



Figuur 3-2 Vestigingsplaatsfactoren lokaal

Het feit dat volgens onderzoek van Kochl en anderen (2000) steeds meer de lokale en regionale in plaats van de nationale factoren domineren in het kader van vestigingsbeslissingen, geeft aan dat een verschuiving heeft plaatsgevonden. Ten tijde van het onderzoek van Meester waren het namelijk vooral de nationale factoren die een grote rol speelden.

Hanemaayer en Rekkers (1998) hebben een soortgelijk onderzoek gedaan in opdracht van het Ministerie van Economische Zaken. Hierbij is onderscheid gemaakt naar branche. Eén van de onderzochte branches is zakelijke dienstverlening. Deze sector heeft een sterke overlap met de kenniseconomie, welke in voorliggend onderzoek centraal staat. Het onderzoek van Hanemaayer en Rekkers toont aan dat differentiatie bestaat tussen vestigingsplaatsfactoren van verschillende branches. Onderstaande 25 factoren zijn uit het onderzoek naar voren gekomen als belangrijkste vestigingsplaatsfactoren (niet gespecificeerd naar branche).

vestigingsfactoren

1. bereikbaarheid over de weg	14. aanwezigheid toeleverende bedrijven
2. parkeergelegenheid bezoekers	15. nabijheid scholingsinstituten
3. adequaat opgeleid personeel	16. nabijheid internationale bedrijven
4. telecommunicatieve voorzieningen	17. nabijheid distributiecentrum
5. laad- en losmogelijkheden	18. nabijheid luchthaven
6. huur- c.q. grondprijs	19. aanwezigheid soortgelijke bedrijven
7. representativiteit directe omgeving en	20. nabijheid kenniscentra
8. gebouw	
9. uitbreidingsmogelijkheden	21. combinatiemogelijkheden vervoer
10. bereikbaarheid openbaar vervoer	22. nabijheid zeehaven
11. telecommunicatieve dienstverlening	23. nabijheid douane-entrepot
12. omgevingskwaliteit	24. nabijheid vaarwater
13. logistieke dienstverlening	25. goederenvervoermogelijkheden trein

Tabel 3-3 Vestigingsfactoren algemeen (Hanemaayer en Rekkers 1998)

Interessanter is om slechts naar de branche zakelijke dienstverlening te kijken. Per branche verschillen de vestigingsplaatsfactoren namelijk aanzienlijk. Afgezet tegen de branches handel industrie/ productie en verkeer en vervoer zijn voor de branche zakelijke dienstverlening in onderstaande tabel de relatieve verschillen inzichtelijk gemaakt.

Meer dan gemiddeld belang	Minder dan gemiddeld belang
Parkeermogelijkheden bezoekers	Uitbreidingsmogelijkheden
Representativiteit gebouw/omgeving	Bereikbaarheid over de weg
Omgevingskwaliteit	Nabijheid zee-/luchthaven/vaarwater
Bereikbaarheid openbaar vervoer	Mogelijkheid gecombineerd vervoer
Adequaat opgeleid personeel	Goederenvervoermogelijkheden trein
	Telecommunicatieve dienstverlening
	Logistieke dienstverlening/distributiecentra
	Toeleverende bedrijven

Tabel 3-4 Vestigingsfactoren zakelijke dienstverlening (Hanemaayer en Rekkers 1998)

Ook is in hetzelfde onderzoek gekeken naar de locaties van de onderzochte bedrijven. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen centrum, stadsrand en overig stedelijk gebied. Aangezien in voorliggend onderzoek centrumlocaties en overige stedelijk gebied locaties onderzocht worden, is het interessant om dit onderscheid weer te geven. Beide typen locaties hebben specifieke programma's van eisen. Instellingen gevestigd op centrumlocaties hechten een meer dan gemiddeld belang aan parkeermogelijkheden, representativiteit van het gebouw en de omgeving, de omgevingskwaliteit en de bereikbaarheid per openbaar vervoer. Opvallend is dat juist minder dan gemiddeld belang wordt gehecht aan bereikbaarheid over de weg. Het lijkt tegenstrijdig dat meer dan gemiddelde belang dat aan parkeermogelijkheden wordt gehecht, terwijl bereikbaarheid over de weg een minder dan gemiddeld belang krijgt. Een verklaring kan zijn dat geaccepteerd wordt dat de reistijd langer is, maar dat bezoekers en personeel wel de mogelijkheid per auto te komen geboden kan worden door middel van het aanbieden van een parkeerplaats.

Het tweede type locatie dat van belang is, is overig stedelijk gebied. Opvallend hierbij is dat aan bijna alle aspecten een gemiddeld belang wordt gehecht. Dit kan verklaard worden doordat op dergelijke locaties een grote diversiteit aan ondernemingen gevestigd is. Alleen aan de bereikbaarheid via openbaar vervoer wordt minder dan gemiddeld belang gehecht.

De belangrijkste conclusies die uit het onderzoek van Hanemaayer getrokken kunnen worden is dat een hoge mate van differentiatie bestaat tussen vestigingsfactoren van bedrijven uit verschillende branches en op verschillende typen locaties. De belangrijkste aspecten om rekening mee te houden in het voorliggende onderzoek zijn de factoren die

een rol spelen bij de zakelijke dienstverlening. Onderstaande tabel geeft hiervan een helder beeld. De aspecten die in de tabel zijn opgenomen maken deel uit van het grotere geheel van 25 factoren (zie tabel 3.3), echter slechts scores van 5,5 of hoger zijn opgenomen, waardoor zeven factoren overblijven waaraan het grootste belang wordt gehecht. Wel dient rekening te worden gehouden met het feit dat in deze tabel geen onderscheid is gemaakt naar type locatie waarop het bedrijf gevestigd is. Zo zal een bedrijf op een binnenstadlocatie bereikbaarheid via openbaar vervoer belangrijker vinden dan bereikbaarheid over de weg. In deze tabel gaat het om een totaalbeeld.

Aspect / cluster	Zakelijke dienstverlening
Parkeermogelijkheden personeel/ bezoekers	8
Bereikbaarheid over de weg	7,7
Beschikbaarheid adequaat opgeleid personeel	7,4
Representativiteit gebouw	7,3
Telecommunicatievoorzieningen	6,1
Representativiteit omgeving	5,6
Bereikbaarheid via openbaar vervoer	5,5

Tabel 3-5 Belangrijkste vestigingsfactoren zakelijke dienstverlening (Hanemaayer en Rekkers 1998)

Ook Kochl en anderen (2000) hebben gebruik gemaakt van de behaviorale vestigingsplaatsentheorie bij hun onderzoek. Hierin wordt geconcludeerd dat bij de keuze voor een regio de factoren aanwezigheid gekwalificeerd personeel, een goede communicatie-infrastructuur, voldoende uitbreidingsmogelijkheden en aantrekkelijke gebouwencomplexen een belangrijke rol spelen in de locatiekeuze. De toenemende vraag naar hoogopgeleide arbeidskrachten, die worden aangetrokken door een brede range aan socio-culturele en vrijetijdsvoorzieningen, leidt volgens Kochl en anderen tot een toenemend belang aan quality of life (QOL) factoren. Wanneer een aantal locaties aan de noodzakelijke voorwaarden voldoet, wordt op basis van wenselijke voorwaarden, zoals QOL-factoren, de uiteindelijke beslissing gemaakt volgens Kochl.

Voor diensten zijn de kwaliteit en vaardigheden van de arbeidskrachten en de infrastructuur op zowel nationaal als regionaal niveau kritisch en van toenemend belang. Dit is het geval voor de nabijheid tot de EU markt op nationaal niveau en voor de algemene aantrekkelijkheid van de gebieden op regionaal niveau.

Evenals in het hierboven genoemde onderzoek geeft Dynamis Vastgoedconsultants en Makelaars aan dat de beschikbaarheid van adequaat opgeleid personeel steeds belangrijker wordt dan bereikbaarheid. Steeds meer ondernemingen nemen de file voor lief wanneer dat betekent dat ze zich dicht bij klanten en geschikt personeel bevinden. Aansluitend hieraan kan de ontwikkeling van de nationale bereikbaarheidskaart genoemd worden. Centraal hierin staat niet de filevorming, maar de bereikbaarheid van inwoners, klanten en personeel (internet: managersonline.nl).

Pellenbarg (2006) heeft enkele sprekende feiten op een rij gezet en op basis daarvan uitspraken gedaan over de koppeling tussen bereikbaarheid en infrastructuur. Hij geeft aan dat een derde van alle bedrijven in Nederland last heeft van files bij de dagelijkse bedrijfsuitoefening en dat driekwart van alle bedrijven in Nederland gevestigd is in een 10 km brede band langs de autosnelwegen. Voor de dienstensector is dit percentage nog hoger. Pellenbarg geeft een vijftal dominante vestigingsfactoren aan, dit zijn:

- kennis en techniek;
- woon- en leefklimaat;
- milieuoverwegingen
- overheidsregulering;
- image en representativiteit.

Voor de sector diensten is door Pellenburg een rangschikking gemaakt met locatiefactoren per schaalniveau. Aangezien in voorliggend onderzoek wordt ingezoomd op een specifieke stad is het regionale schaalniveau in dit opzicht interessanter om te bekijken dan het nationale niveau.

Rangorde	Factor
1	Parkeren
2	Bereikbaarheid over de weg
3	Personeel
4	Gebouw
5	Telecomvoorzieningen
6	Representatieve omgeving
7	Bereikbaarheid ov
8	Huur/grondprijs
9	Landschappelijke kwaliteit
10	uitbreidingsmogelijkheden

Tabel 3-6 Rangorde vestigingsfactoren diensten op regionaal niveau (Pellenburg 2006)

Opvallend in bovenstaande tabel is dat vergelijkbare factoren naar voren komen als in de hiervoor gepresenteerde resultaten, maar dat bereikbaarheid per openbaar vervoer met een zevende positie relatief minder belangrijk wordt gevonden. Dit kan deels verklaard worden door het feit dat bij het onderzoek van Pellenburg geen onderscheid is gemaakt tussen binnenstadslocaties en andere locaties. Vooral bedrijven die niet voor een binnenstadslocatie kiezen achten bereikbaarheid per openbaar vervoer minder belangrijk.

Reijs et al (2001) concluderen op basis van een door hun uitgevoerde literatuurstudie dat ten aanzien van vestigingslocatiefactoren vooral bereikbaarheid vaak als essentiële eis genoemd wordt. De vijf belangrijkste vestigingscriteria zijn:

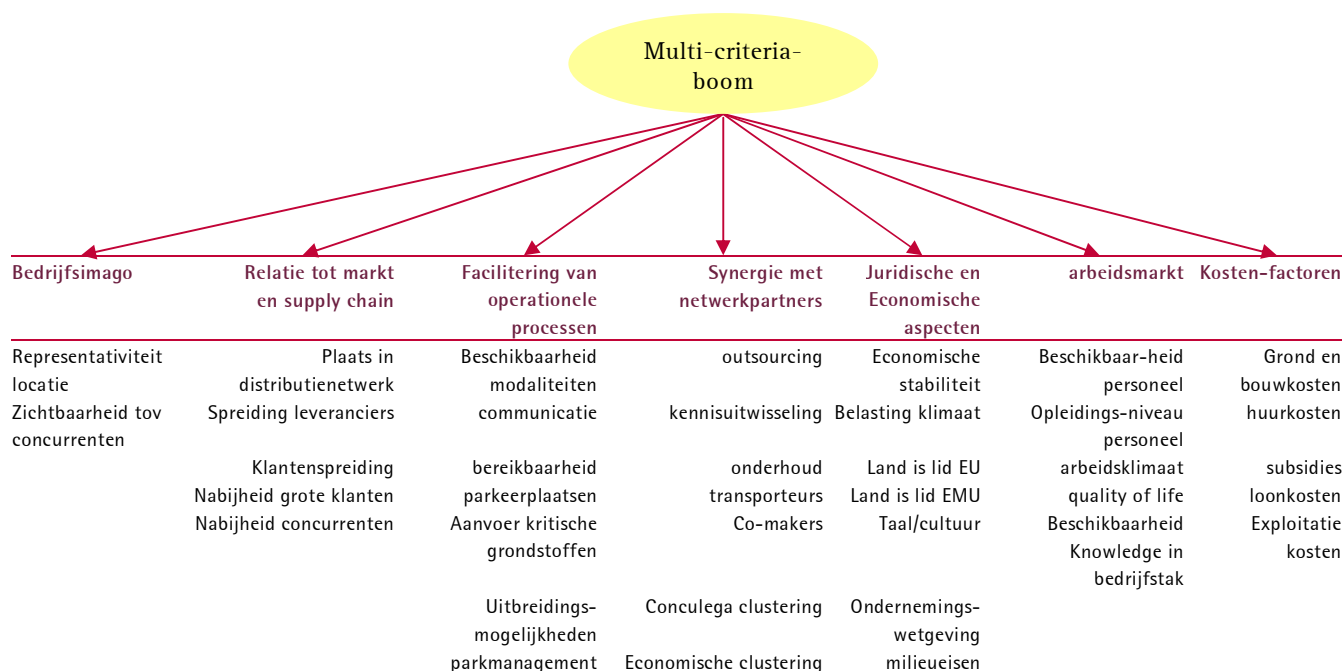
- bereikbaarheid over de weg;
- parkeergelegenheid voor personeel en bezoekers;
- beschikbaarheid van adequaat personeel;
- representativiteit van het gebouw;
- de aanwezige telecommunicatievoorzieningen.

Door Reijs is een multi-criteria boom gemaakt welke bestaat uit 7 categorieën die het geheel van locatiekeuzes omvat. Elke categorie bestaat uit een aantal criteria dat een rol speelt bij de keuze van een locatie.

De boom heeft de volgende categorieën:

- bedrijfsimago;
- relatie tot markt en supply chain (geografisch);
- facilitering van operationele processen (infrastructuur en fysieke resources);
- synergie met netwerkpartners (t.b.v. samenwerking in productie);
- juridische en economische aspecten;
- arbeidsmarkt;
- kostenfactoren.

De criteria die een rol spelen zijn door de auteurs in de bovenstaande categorieën ingedeeld. De totale boom ziet er als volgt uit:



Figuur 3-3 Multi-criteriaboom (Reijs et. al. 2001)

Uit deze boom kan afgelezen worden welke factoren een rol spelen, maar het gaat hierbij slechts om een kwantitatieve beoordeling. De mate van invloed per factor kan niet worden afgelezen. Ook gaat het bij de multi-criteriaboom om een mix van branches en locaties. Er is geen onderscheid aangebracht, terwijl uit andere onderzoeken (zie hierboven) is gebleken dat een zekere mate van differentiatie bestaat tussen branches en locaties.

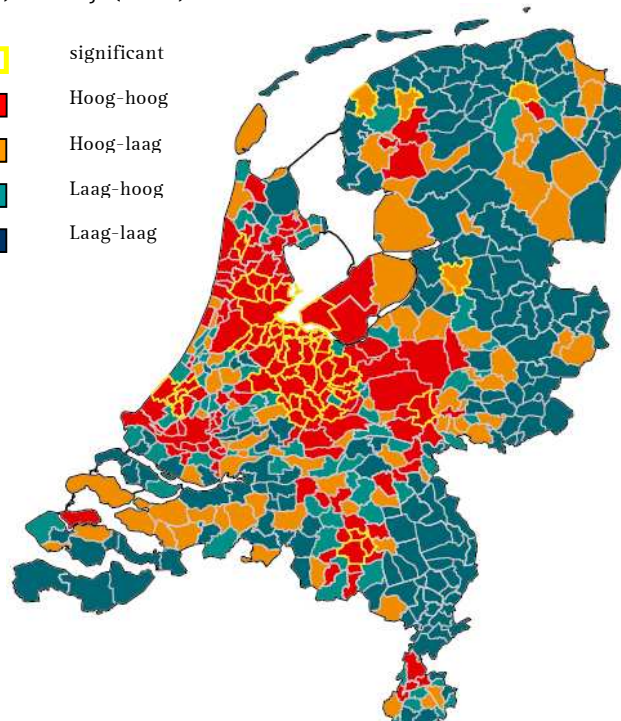
3.2.3 Clustertheorie

Naast bovenstaande vestigingstheorieën die zijn gestoeld op de behaviorale benaderingswijze, bestaan ook andere theorieën om naar bedrijfsvestiging te kijken. Een voorbeeld daarvan is de clusterbenadering van Porter. De gedachte hierachter is dat een kennisintensief bedrijf het in de huidige economie niet alleen redt. Er is samenwerking en interactie met andere bedrijven of kennisinstellingen nodig. De hoeveelheid kennis en de snelheid van verandering waaraan kennis onderhevig is, maken dat het voor een bedrijf onmogelijk wordt om alles zelf in huis te hebben. Innovaties vinden vaak op het snijvlak van disciplines plaats en ook dit is een reden tot samenwerken. De kenniseconomie wordt om deze reden ook wel netwerkeconomie genoemd. Porters clusterbenadering pleit voor het bijeenkomen en samenwerken van een heterogene groep organisaties, waardoor belangrijke inzichten kunnen ontstaan in kansen en knelpunten en dus voor toekomstige ontwikkelingen. De clusters zijn geografische concentraties van onderling verbonden bedrijven, gespecialiseerde leveranciers, dienstverleners en geassocieerde instellingen op een bepaald gebied. Zij ontwikkelen zich op plaatsen waar genoeg middelen en competenties beschikbaar zijn en een kritieke drempel hebben bereikt, waardoor zo'n locatie een sleutelpositie heeft in een bepaalde economische bedrijfstak met een beslissend duurzaam concurrentievoordeel op andere locaties. Porter geeft aan dat clusters de concurrentie op drie manieren kunnen beïnvloeden (Porter 1998):

- zij kunnen de productiviteit van de bedrijven in de cluster verhogen;
- zij kunnen innovatie in dat betreffende gebied stimuleren;
- zij kunnen nieuwe ondernemingen op dat gebied bevorderen.

Voorbeelden van dergelijke (grootschalige) clusters zijn Silicon Valley (computers), Rotterdam (logistiek) Hollywood (films) en Parijs (mode).

Het beleid heeft de afgelopen jaren een trend van clustering gevolgd en de Nota Pieken in de delta van het ministerie van Economische Zaken (2006) stimuleert de vorming van regionale clusters van groeisectoren die het al relatief goed doen. Aan de andere kant heerst ook scepsis over deze aanpak. Het ruimtelijk planbureau (Oort en anderen, 2007) concludeert bijvoorbeeld in een onderzoek naar clustering dat ruimtelijke concentratie van sectoren op gemeentelijk en regionaal schaalniveau geen garantie is voor een bovengemiddelde economische groei in de regio. Dit geldt zowel voor de algemene lokale economische groei als voor de specifieke groei binnen de sectoren. Ook zouden clusters niet te kopiëren zijn. Unieke lokale omstandigheden lijken het succes van clusters te bepalen.



Figuur 3-4 Scatterkaart van het werkgelegenheidsaandeel in kennisdiensten in 2004 (Oort et. al. 2007)

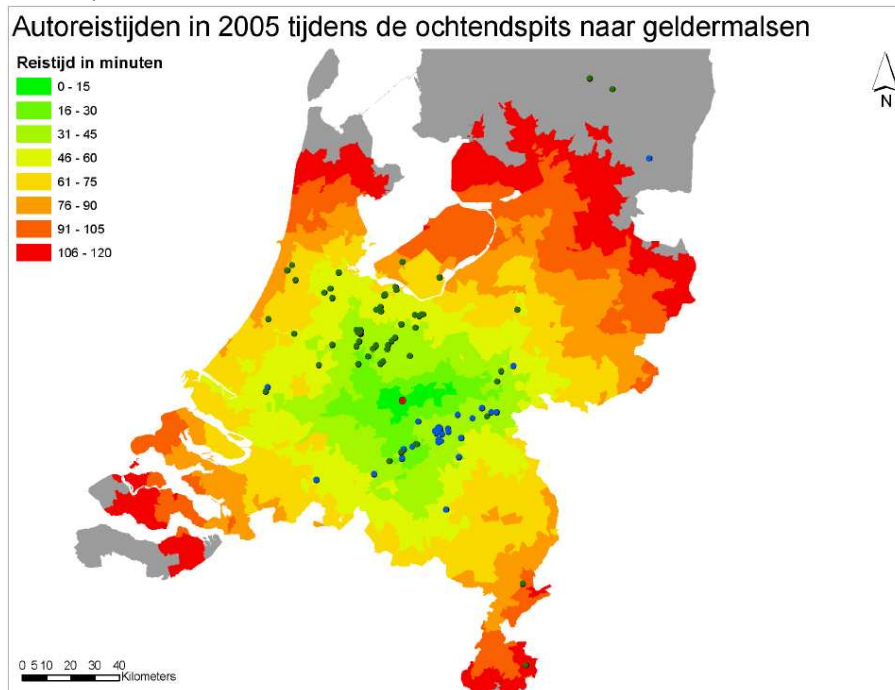
Het beleid heeft gezorgd voor een clustering die voor kennisdiensten voornamelijk in de Randstad zichtbaar is geworden. Buiten de Randstad zijn het volgens het RPB voornamelijk de middelgrote steden zoals Groningen, Leeuwarden, Zwolle en Deventer die een clustering van kennisdiensten bezitten. In figuur 3.4 wordt dit door middel van een kaart inzichtelijk gemaakt. Dit onderzoek toont echter niet aan dat de mogelijke invloeden zoals Porter deze noemt niet van toepassing zijn op kleinere clusters. Het is goed mogelijk dat juist bij kleine clusters samenwerking tussen instellingen een belangrijke en waarde toevoegende rol speelt. Clustertheorie als benaderingswijze is inpasbaar in de Multi-criteria boom (onder synergie met netwerkpartners) zoals deze aan het eind van de vorige paragraaf gepresenteerd staat.

3.2.4 Feitelijke gegevens en gevoel

In bovenstaande paragrafen zijn van diverse studies de conclusies gepresenteerd en is getracht een beeld te schetsen van de factoren die doorslaggevend zijn in de locatiekeuze. In de onderzoeken wordt een scala aan factoren aangedragen, maar onduidelijk blijft op welke factoren in de praktijk de knoop wordt doorgehakt. De studies zijn gebaseerd op de behaviorale benaderingswijze. Dit betekent dat gevoelskwesties naast feitelijke gegevens een belangrijke rol spelen. Indicatoren als imago en representativiteit zijn typische voorbeelden van afwegingen die op gevoel gemaakt worden, maar factoren als bereikbaarheid, beschikbaarheid van adequaat opgeleid personeel, grondprijs of huurprijs en ruimtelijke kansen kunnen wel feitelijk afgewogen worden.

Als indicator voor de factor bereikbaarheid kan de reistijd voor personeel of klanten gelden. Op basis van adresgegevens van het personeels- of klantenbestand kan in kaart worden gebracht wat met het oog op reistijd de meest ideale vestigingsplaats is. Met behulp van een verkeersmodel worden alle mogelijke locaties vergeleken en het optimum gekozen. De resultaten kunnen verwerkt worden in tabellen of kaarten. Onderstaande kaart geeft een beeld van een fictief bedrijf dat op basis van de adresgegevens

Geldermalsen als optimale vestigingsplaats heeft. Goudappel Coffeng werkt momenteel aan soortgelijke producten om ook voor zaken als vastgoedwaarde dergelijke kaarten te kunnen presenteren.



Figuur 3-5 Optimale vestigingsplaats o.b.v. reistijd

3.2.5 Conclusies kenniseconomie

Uit de voorgaande tekst kunnen veel interessante conclusies getrokken worden. Een belangrijke is dat de vestigingsplaatskeuze niet meer alleen wordt gemaakt op basis van primaire en secundaire vestigingsvoorwaarden. Quality of life factoren spelen een steeds grotere rol en juist deze factoren zorgen ervoor dat hoogopgeleide mensen en/of de creatieve klasse naar een bepaalde stad trekt. Hierbij moet de kanttekening gemaakt worden dat dit punt voornamelijk bij de zakelijke dienstverlening een rol speelt. In andere branches heeft dit aspect een minder grote invloed. Andere aspecten die uit meerdere onderzoeken naar voren komen zijn:

- bereikbaarheid per auto en openbaar vervoer;
- parkeergelegenheid (zowel voor personeel als voor klanten);
- uitstraling/representativiteit van de locatie.

Clustering is een trend die het afgelopen decennium zichtbaar is geworden mede door rijksbeleid dat clustering van groeisectoren aanjaagt.

Wat opvallend is naar aanleiding van de bestudeerde literatuur is dat de vele onderzoeken naar vestigingscriteria niet beschrijven welke informatie op welke wijze door bedrijven wordt ingewonnen teneinde deze informatie als praktische maatstaf voor locatiebeslissingen te gebruiken. Onduidelijk blijft dus of het voornamelijk gevoelskwesties zijn of dat toch een rationele keuze wordt gemaakt wanneer een nieuwe vestiging wordt gezocht.

3.3 Vrijtijdseconomie

3.3.1 Vrijtijdseconomie algemeen

In de voorgaande paragraaf is de aandacht naar vestigingsfactoren van de kenniseconomie uitgegaan. Dit gedeelte richt zich op vrijetijdseconomie.

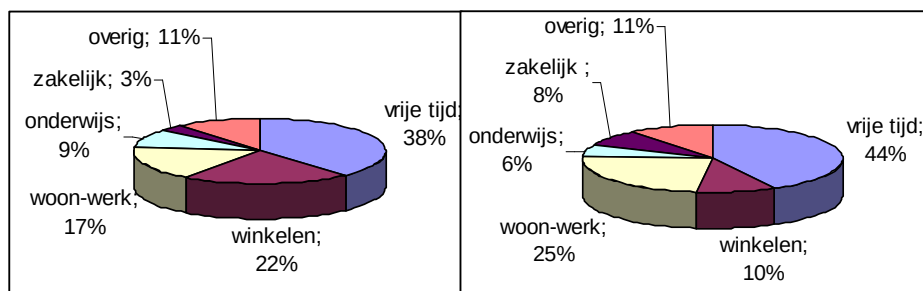
Definitie

Vrijtijdseconomie in de breedste zin van het woord betekent alle vormen van vrije tijdsbesteding. Vrije tijd kan gedefinieerd worden als alle tijd die overblijft na aftrek van verplichte activiteiten zoals werk, studie en huishoudelijke taken en persoonlijke tijd waaronder slapen, eten en persoonlijke hygiëne (Harms, 2006).

Mommaas (2000) omschrijft de vrijetijdseconomie als een kruising van vrijetijdsbeleving en –besteding. Naast het belang dat de vrijetijdseconomie heeft op personen is ook het effect naar buiten toe belangrijk en omvangrijk. Een kwalitatief hoogwaardige leefomgeving, inclusief vrijetijdsvoorzieningen, bepaalt ook in belangrijke mate de ontwikkeling van het toerisme.

Kenmerken

De vrijetijdssector is een van de grootste sectoren en kent ook nog eens een snelle groei. Uit het Mobiliteitsonderzoek Nederland (MON) van Rijkswaterstaat blijkt dat 44 procent van de verreden kilometers vrijetijdsverkeer betreft. Het grootste gedeelte hiervan is te herleiden tot bezoek aan familie en vrienden (48%), maar recreatief verkeer is verantwoordelijk voor 27 procent van het vrijetijdsverkeer. Winkelen (zowel runshoppen als funshoppen) is niet in de voorgenoemde percentages meegeteld. Vrijtijds mobiliteit heeft in werkelijkheid dus een nog groter aandeel in de totale mobiliteit. Ondanks deze cijfers is de aandacht voor vrijetijdsverkeer in beleid en onderzoek minimaal (Metz, 2007). Ook het KpVV en de stichting Recreatie KIC hebben onderzocht hoe de percentages van verreden kilometers en het aantal ritten verdeeld zijn over de doelen. In onderstaande figuren is dat inzichtelijk gemaakt.



Figuur 3-6 Aantallen persoonsverplaatsingen (links) en afgelegde afstanden (rechts) naar motieven van totale mobiliteit, 2004 (KpVV 2006)

Trends

In de vrijetijdseconomie gaat het om bepaalde bezigheden van mensen die te maken hebben met hobby's, sport, amusement, entertainment, vermaak en plezier. De afgelopen decennia en vooral de laatste 25 jaar, heeft het aanbod van te bezoeken vrijetijdsvoorzieningen en activiteiten zich in snel tempo uitgebreid. Er zijn tal van megabioscopen, skihellingen, kartbanen, stadions, kinderparadijzen, kuuroorden, pretparken en evenementen ontwikkeld. Dit is een gevolg van verschillende ontwikkelingen:

- er is door het terugbrengen van het aantal uren per werkweek in eerste instantie meer tijd voor vrije tijd ontstaan;
- er is steeds meer een cultuur voor vrije tijd ontstaan;
- er is steeds meer geld voor vrije tijd beschikbaar door hogere inkomens;
- er zijn meer keuzemogelijkheden voor vrije tijd;
- Nederlanders zijn steeds mobieler geworden.

Tegenover deze groeiende markt staat de trend dat Nederlanders steeds minder vrije tijd hebben. Het SCP heeft berekend dat tussen 1995 en 2000 het aantal uren vrije tijd per week is gedaald van 47 naar 45 door een hogere arbeidsparticipatie en verwacht dat deze trend zich doorzet. Een hogere arbeidsparticipatie zorgt ervoor dat het gemiddeld aantal uren vrije tijd daalt, maar per persoon is dit zeer verschillend. De meeste personen hebben meer vrije tijd door kortere werkweken, maar door de gestegen arbeidsparticipatie is er een groep personen die sterk achteruit gaat qua aantal uren vrije tijd, waardoor ook het gemiddelde daalt.

Verplichte, persoonlijke en vrije tijd (in uren per week)

	1975	1980	1985	1990	1995	2000
verplichte tijd	40,7	40,8	40,7	42	42,6	43,9
persoonlijke tijd	76,3	76,8	75,3	75,5	75	76,6
vrije tijd	47,9	47	49	47,2	47,3	44,8

De drie categorieën tellen niet exact op tot 168 uur, doordat sommige activiteiten niet eenduidig aan een hoofdcategorie zijn toe te schrijven.

Tabel 3-7 Verplichte, persoonlijke en vrije tijd (SCP 2004)

De geslonken hoeveelheid vrije tijd wordt intensiever benut en er kan meer en meer worden gesproken van een vrijetijdssamenleving (internet, SCP 2004). Mommaas stelt in zijn onderzoek uit 2003 dat de vrije tijd verandert van een ruimte van burgerschap en participatie naar steeds meer een ruimte van consumptie en economische ontwikkeling, en daarmee in een wereld van de beleving. De vrijetijdseconomie is tegenwoordig een factor van economisch belang voor steden en regio's. Het SCP heeft berekend dat ruim twintig procent van het besteedbaar inkomen in Nederland wordt uitgegeven aan vrije tijd.

Afbakening

Aangezien vrijetijdseconomie een containerbegrip is dat alle vormen van vrijetijdsbesteding behelst dient het begrip afgebakend te worden voor dit onderzoek. Hierbij is het interessant om in te zoomen op nieuwe ontwikkelingen in de sector. Schaalvergroting en clustering zijn twee kenmerken die meer en meer van toepassing zijn als het om nieuwe leisureconcepten gaat. Vrijetijdsvoorzieningen worden steeds groter en er worden allerlei soorten vrijetijdsvoorzieningen met elkaar gecombineerd. Ook vindt een integratie plaats tussen vrijetijdseconomie en detailhandel (Bakker 2001). Om deze reden wordt in dit onderzoek ingezoomd op grootschalige geclusterde voorzieningen. In eerste instantie kan hierbij voor de gemeente Deventer gedacht worden aan sport- en recreatiecentrum De Scheg en multifunctioneel centrum De Boreel. Naast het onderzoeken van dergelijke centra is het interessant om ook te kijken naar de tak van leisure waar de stad Deventer in uitblinkt, namelijk evenementen. Evenementen zijn vaak het visitekaartje van de stad. Denk aan de TT van Assen, de vierdaagse van Nijmegen, of de marathon van Rotterdam en vele andere grootschalige, maar ook kleinere evenementen. Voor Deventer kunnen de boekenmarkt, het Dickens Festijn en Deventer op Stelten als grootschalige evenementen genoemd worden. Het CROW (2000) noemt in de publicatie "verkeersmanagement van attractiepunten en recreatiegebieden" de combinatie van (grootschalige) evenementen, beurzen, kermissen, popconcerten, braderieën en woonboulevards en mals (combinatie van winkels, horeca en attractie onder één dak) bijzondere attractiepunten. De term attractiepunten kan in voorliggend onderzoek gelijk gesteld worden aan locaties van vrijetijdsactiviteiten.

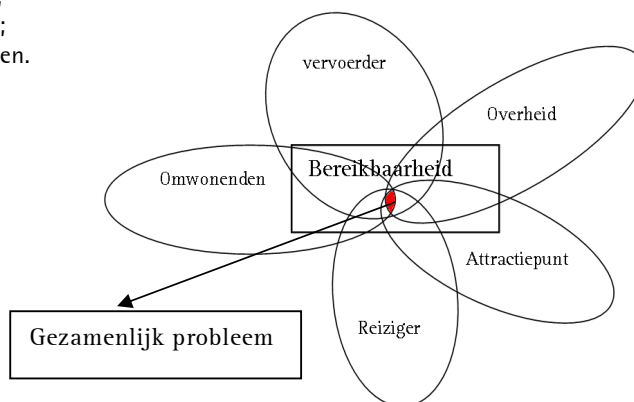
3.3.2 Betrokken partijen

Om uiteindelijk conclusies te kunnen trekken over locaties en bereikbaarheid van attractiepunten en vrijetijdsactiviteiten is het van belang om te achterhalen welke partijen direct of indirect met bereikbaarheid te maken hebben. Wanneer duidelijk is wie de betrokken partijen zijn, wat hun belang is bij een goede bereikbaarheid en welke rol zij daarin kunnen spelen, is het eventuele probleem snel helder en kan effectief naar oplossingsrichtingen gewerkt worden. De Adviesdienst Verkeer en Vervoer heeft in het

kader van GebiedsGericht Benutten/ Dynamisch VerkeersManagement een methodiek ontwikkeld waarbij de betrokken partijen gezamenlijk naar het probleem en vervolgens naar de oplossing zoeken. Het werkboek Gebiedsgericht Benutten biedt alle betrokken partijen handvatten en kan zorgen voor een gezamenlijke oplossing waar alle partijen achter staan. Het is de bedoeling dat voor oplossingen niet alleen maar naar de gemeente wordt gekeken, maar dat de ondernemer of exploitant beseft dat bereikbaarheid een deel van zijn product is en dat dus ook een deel van de verantwoordelijkheid bij hem ligt.

In het werkboek Gebiedsgericht Benutten worden de volgende actoren genoemd:

- de exploitant en of organisator en het personeel van de functie zelf;
- de overheid (verschillende niveaus):
- de vervoerder;
- de consument;
- de omwonenden.



Figuur 3-7 Stakeholders en bereikbaarheid

De verschillende partijen hebben allemaal hun eigen gedachten en ideeën bij de bereikbaarheid van een bepaalde locatie aangezien ze allemaal hun eigen belang hebben. Hierin zit een overlap, wat in bovenstaande afbeelding inzichtelijk wordt gemaakt. Hieronder wordt per actor aangegeven wat de rol en het belang is van elke actor voor een optimale bereikbaarheid.

Exploitant/organisator

De exploitant of organisator stelt het garanderen van continuïteit en/ of het maken van winst (commercieel doel) centraal. Daarnaast zijn er vaak sociale doelen, zoals het bieden van vermaak, ontspanning, educatie en informatie. Voor beide doelen is het binnenhalen van een zo groot mogelijk aantal bezoekers van belang. De eigenaar/organisator is het meest gediend en heeft het meeste belang bij een optimale bereikbaarheid, onafhankelijk van de vervoerskeuze van de bezoeker. Het gaat er om dat de bezoeker komt, de hoe-vraag is vaak minder relevant. Van belang voor het streven naar een optimale bereikbaarheid zijn:

- goede en voldoende parkeervoorzieningen;
- een directe openbaarvervoersverbinding;
- een ontsluitende weginfrastructuur die de toestroom van het autoverkeer kan verwerken.

De drukbezochte recreatieve bestemmingen met een landelijke uitstraling ondervinden vaak problemen met bereikbaarheid, leefbaarheid en milieu. Een aantal van deze attractiepunten is momenteel bezig om oplossingen te zoeken, bijvoorbeeld samen met vervoersbedrijven. Kleinschalige regionale recreatieve bestemmingen hebben minder problemen met bereikbaarheid (Ministerie van Verkeer en Waterstaat, 1999).

De overheid

De overheid heeft met betrekking tot bereikbaarheid op verschillende niveaus aangrijpingspunten. Zowel de landelijke, als de regionale als de gemeentelijke overheden spelen een rol.

- Rijksoverheid: het ministerie van V&W heeft onder andere tot taak de doorstroming op het hoofdwegennet optimaal te laten verlopen. Ook andere ministeries zoals EZ, VROM, LNV en OCW hebben vanuit hun vakgebied invloed en belang bij bereikbaarheid van leisurfuncties.
- Regionale overheid: de rol en het belang van de twaalf provincies en de zeven stadsregio's ligt in het verlengde van die van de rijksoverheid. De provincies en stadsregio's hebben ook de rol van opdrachtgever aan het openbaar vervoer. Daarnaast is er aandacht voor het regionale wegennet en regionale belangen, zoals voortkomend uit de streekplannen. Ook wil de provincie een goed en aantrekkelijk imago opbouwen voor recreanten. De stadsregio is niet zoals de provincie wegbeheerder, maar heeft verder op gebied van mobiliteit dezelfde bevoegdheden.
- Gemeentelijke overheid: de gemeentelijke overheid is het meest direct betrokken bij bereikbaarheidsproblematiek op lokaal niveau. Naast doorstroming spelen aspecten als parkeren, geluidshinder en andere omgevingshinder een rol. Daarnaast wil de gemeente zich graag profileren als aantrekkelijke gemeente, ook wat betreft recreatie.

De overheid wil de groei van de automobilititeit beperken en om deze reden worden gebruik van openbaar vervoer en andere alternatieven voor de auto gestimuleerd. Met betrekking tot bereikbaarheid van vrijetijdsactiviteiten kan de overheid zes rollen op zich nemen. Deze rollen zijn:

- wegbeheerder (onderhouden, in stand houden, uitbreiden);
- vervoersautoriteit (m.b.t. openbaar vervoer);
- Wetgever (ordening en handhaving);
- controleur (wetmatigheid);
- beleidsmaker;
- organisator of initiatiefnemer (bijvoorbeeld van een evenement).

Naast het realiseren van een goede bereikbaarheid is ook het waarborgen van leefkwaliteit een kerntaak. Deze twee zaken hangen voor een deel samen. Een slechte bereikbaarheid kan bijvoorbeeld een matige doorstroming van het verkeer tot gevolg hebben. Leefbaarheidsaspecten zoals geluidshinder en stankoverlast zijn problemen die kunnen worden veroorzaakt door een slechte bereikbaarheid.

De vervoerder

Bij de ontsluiting van bijzondere attractiepunten spelen in principe alle vervoerders een rol. Het gaat hierbij zowel om openbaarvervoersorganisaties zoals de stads- en streekvervoerders en de NS als om besloten vervoersorganisaties. Pas wanneer een besloten organisatie een meer dan kostendekkende dienst kan aanbieden, zal zij stappen ondernemen om dit daadwerkelijk te realiseren. Bij de openbaarvervoersorganisaties ligt dit anders. Naast een maatschappelijk-economische functie heeft het openbaar vervoer ook een sociale functie, namelijk mobiliteit bieden aan diegenen die niet over een auto kunnen of willen beschikken. Toch richt het openbaar vervoer zich primair op netwerken waarbinnen een relatief groot potentieel aan reizigers kan worden verkregen. Volgens het CROW vormen de attractiepunten voor de openbaarvervoersaanbieders vaak slechts een beperkte doelgroep, want het aantal bezoekers dat met het openbaar vervoer reist is te beperkt om een kostendekkende voorziening te kunnen bieden.

Vervoersbedrijven onderkennen de knelpunten wel, maar ze lijken momenteel te veel gebonden door financiële omstandigheden en marktwerking om het initiatief te nemen bij het aanpakken van de knelpunten (Ministerie van Verkeer en Waterstaat, 1999).

De bezoekers

Het bestaan van een evenement of andersoortig bijzonder attractiepunt valt of staat met de komst van bezoekers. De bezoeker heeft belang bij een optimale bereikbaarheid. Het speelt mee in het keuzeprocess om naar een bepaald attractiepunt te gaan. Het gaat er

hierbij om hoe eenvoudig het is voor de bezoeker om per auto, fiets, openbaar vervoer of andere wijze naar de locatie te reizen. Daarbij spelen de volgende aspecten een rol:

- reisafstand/ reistijd en de betrouwbaarheid hiervan: mede afhankelijk van de aard van het doel van de reis wordt een bepaalde reisafstand/ reistijd geaccepteerd;
- er dient voldoende parkeergelegenheid te zijn en/of;
- de ontsluiting van het openbaar vervoer dient goed te zijn.

De vervoerswijze wordt bepaald door de reistijd, de route, het comfort, de kosten, het gedrag (gewoonte- of impulsgedrag) en de kennis van alternatieven.

Een van de factoren die in deze keuze een rol speelt is de Vf-factor (verhouding tussen de reistijd met het openbaar vervoer en de reistijd per auto over het zelfde traject). Een Vf-factor van 1 wil zeggen dat een traject even snel met het openbaar vervoer als met de auto kan worden afgelegd. De reistijd speelt een belangrijke rol en ook de afweging van de vervoerswijze hangt dus voor een belangrijk deel hiermee samen. Een gunstige reistijdverhouding verbetert de concurrentiepositie van het openbaar vervoer ten opzichte van de auto. Enkele manieren hiervoor zijn het zorgen voor korte directe verbindingen, bij voorkeur buslijnen over busstroken leiden en het zorgen voor voldoende doorstroming. Tot slot dient het aantal overstappen zo laag mogelijk te worden gehouden en overstappen dient zo comfortabel mogelijk te zijn (internet: www.npds.nl/verkeer).

Veel bestemmingen zijn nog zonder noemenswaardige problemen te bereiken, maar de bezoeker weet ook dat bepaalde drukbezochte bestemmingen moeilijk bereikbaar zijn. Gezien de grote stroom bezoekers die toch vaak met de auto naar deze bestemmingen reist, worden de knelpunten en hiermee samenhangend een langere reistijd ingecalculleerd (Ministerie van Verkeer en Waterstaat 1999).

De omwonenden

De laatste groep stakeholders zijn de omwonenden. Geluidshinder, verkeersopstoppen en parkeerproblematiek zijn zaken waarmee omwonenden te maken kunnen krijgen. Het doel van omwonenden is in de meeste gevallen het waarborgen van een goede leefbaarheid en een veilige woonomgeving.

Algemeen

In bovenstaande paragraaf zijn de stakeholders beschreven en is hun belang aangegeven met betrekking tot bereikbaarheid van leisure-gerelateerde functies.

Bereikbaarheid vormt voor alle betrokken actoren een onderdeel van het locatievraagstuk en binnen de term bereikbaarheid speelt slechts een deel van de bereikbaarheid voor elke actor een rol. Zo is bijvoorbeeld voor de één parkeren een issue, terwijl de ander juist het ontbreken van openbaar vervoer als probleem ervaart.

Het Ministerie van Verkeer en Waterstaat heeft in het rapport 'een dagje uit' voor diverse segmenten knelpunten aangegeven. Het gaat hierbij om de kust, natuur, sport, historische binnenstad en attracties en evenementen. De drie laatstgenoemde categorieën zijn in het licht van voorliggend onderzoek interessant om nader te bekijken.

In onderstaande tekst staan de knelpunten voor de segmenten sport, historische binnenstad en attracties en evenementen.

Ten aanzien van sport geldt dat de aanbieders van sportvoorzieningen een afgelegen ligging als knelpunt ervaren. Vanwege sociale onveiligheid wordt de locatie voor sommige potentiële bezoekers onbereikbaar. Bij grote sportevenementen zijn het vooral bereikbaarheid, leefbaarheid en milieu waarover de overheid zich zorgen maakt.

Wanneer de bereikbaarheid van binnensteden in het geding is, zullen ondernemers en aanbieders van recreatieve voorzieningen daar last van ondervinden. Een onbereikbare binnenstad wordt minder frequent bezocht dan een goed bereikbare binnenstad. Ook voor de overheid zijn er knelpunten, te weten bereikbaarheid, leefbaarheid en milieu. Daarnaast zijn stallingmogelijkheden voor fiets, groei van aantal bezoekers door toename van aantal functies, slechte afstemming tussen aanbieders, weinig afstemming tussen vraag en aanbod en de beperkte mogelijkheden tot expansie punten van aandacht.

Aanbieders van attracties en evenementen zijn gebaat bij een goede bereikbaarheid, aangezien dit weerslag heeft op het aantal bezoekers. In de praktijk komen de aanbieders soms zelf in actie om oplossingen voor een slechte bereikbaarheid te vinden. Ook de overheid voelt zich verantwoordelijk voor problemen rond bereikbaarheid, leefbaarheid en milieu. Er bestaan veel mogelijke knelpunten zoals een slechte ligging t.o.v. openbaar vervoer, een historisch bepaalde ligging, piekdagen, beperkte mogelijkheden tot expansie, verdringing naar de periferie en een slechte ontsluiting.

3.3.3 Maatregelen

Het CROW (2000) heeft onderzoek gedaan naar maatregelen die in het verleden bedacht zijn om de bereikbaarheid van grootschalige attractiepunten te verbeteren. Deze punten worden hieronder kort besproken.

Nagenoeg alle oplossingen die bereikbaarheid van attractiepunten trachten te verbeteren richten zich op het stimuleren van openbaar vervoer en daarbij vooral op één specifieke schakel in de vervoersketen, te weten het natransport. De vraag kan gesteld worden of het natransport daadwerkelijk een van de belangrijkste problemen is in de bereikbaarheid van de locatie. Bij veel faciliteiten wordt namelijk vanaf een openbaarvervoersknooppunt of een andere verzamelplaats speciaal vervoer georganiseerd.

Een tweede opmerkelijk aspect is parkeren. Bij bijna alle bestudeerde voorbeelden waar parkeermaatregelen zijn getroffen, blijkt men problemen te ervaren met parkeren in de directe nabijheid van de locatie. In veel gevallen bestaat een tekort aan parkeerplaatsen en tracht men dit op te lossen door het creëren van additionele parkeer ruimte. Door ruimtegebrek worden deze extra plekken meestal niet in de directe omgeving, maar langs toeleidende routes gelokaliseerd.

Naar aanleiding van interviews afgenomen bij betrokken partijen concludeert het CROW dat de zwaartepunten van het bereikbaarheidsprobleem liggen bij het openbaar vervoer, parkeren, filevorming op het hoofdwegennet en overlast van de auto op de toeleidende wegen.

Bereikbaarheid wordt volgens het KpVV (2006) door middel van mobiliteitsmanagement getracht in de hand te houden. Er zijn verschillende opties om hierin te sturen:

- verkeersmaatregelen: afzettingen, parkeerverboden, geleiding via bewegwijzering, vrijhouden van routes voor langzaam verkeer en hulpdiensten;
- aanbieden van extra parkeergelegenheid: in directe omgeving of verder weg (P+R);
- pendelbussen vanaf openbaar vervoerknooppunt;
- communicatie: onder de aandacht brengen van de mix aan mogelijkheden (of beperkingen).

Volgens Golder (2007) dienen zich steeds vaker stakeholders aan die een bijdrage willen leveren aan de innovatie in het vervoer omdat zij een economisch belang bij goede bereikbaarheid hebben. Daarbij kan het gaan om werkgevers, vastgoedexploitanten, beheerders van en ondernemers in winkelcentra, organisatoren van evenementen en locatiebeheerders van bijvoorbeeld bedrijventerreinen en uitgaanscentra. Dit betekent een verschuiving van de manier van denken. In plaats van denken in termen van 'de overheid moet...' vindt een verschuiving plaats naar 'zullen we samen...'.

De adviesdienst Verkeer en Vervoer geeft in haar rapport *Een dagje uit...Morgen ook nog leuk?* drie oplossingsrichtingen aan die bereikbaarheid van recreatieve bestemmingen kunnen verbeteren. Dit zijn:

1. beïnvloeding van de vervoerswijze keuze;
2. adequate benutting van de bestaande ruimte;
3. inspelen op de wensen en behoeften van de recreant.

De eerste oplossingsrichting heeft als grootste voordeel dat het een positieve uitwerking heeft op bereikbaarheid, leefbaarheid en milieu aangezien middels deze methodiek

getracht wordt om mensen voor de fiets of het openbaar vervoer te laten kiezen. Het gebruik van de fiets op recreatief gebied kan gestimuleerd worden op de volgende wijzen:

- duidelijk bewegwijzerde en comfortabele fietsroutes;
- goede en veilige stallingmogelijkheden voor fietsen, zo dicht mogelijk bij de uiteindelijke bestemming;
- beschikbaarheid van fietsen voor voor- en/of natransport;
- de fiets als volwaardig vervoermiddel opnemen in planvorming en niet als sluitpost beschouwen.

Bij bovenstaande punten moet in ogenschouw worden genomen dat het gebruik van de fiets vooral op lokaal schaalniveau in omvang kan groeien. Wanneer de afstand van de verplaatsing toeneemt, komt al snel de auto of het openbaar vervoer in beeld als voorkeursmodaliteit.

Ook gebruik van openbaar vervoer is in verhouding met de auto minder schadelijk voor het milieu en de leefbaarheid en kan een positieve uitwerking op bereikbaarheid hebben. De volgende oplossingsrichtingen kunnen het gebruik van openbaar vervoer aantrekkelijker maken voor recreatieverkeer:

- realiseren van een koppeling tussen openbaar vervoer en recreatie door samenwerking en afstemming tussen openbaar vervoerbedrijven, aanbieders van recreatieve voorzieningen, overheden en andere partijen;
- het openbaar vervoer voordelen bieden ten opzichte van de auto;
- het instellen van een recreatief openbaar vervoernetwerk in de periode waarin veel vrijetijdsverkeer plaatsvindt;
- verbeteren van diensten voor recreatieverkeer.

Naast het bieden van voordelen bij het gebruik van fiets of openbaar vervoer zijn ook andere oplossingsrichtingen denkbaar waarbij het autogebruik wordt teruggedrongen:

- het invoeren van een keuze-element voor de automobilist: bijvoorbeeld hoe dicht bij de uiteindelijke bestemming men met de auto wil komen, hoe hoger de prijs. Dit betekent dat door prijsdifferentiatie de reiziger voor een financiële afweging wordt gesteld;
- transferia aanleggen waar de auto geparkeerd kan worden en van waaruit men met andere vervoersmiddelen verder kan reizen;
- wanneer andere middelen niet of niet voldoende werken kan gekozen worden om een gebied af te sluiten voor auto's.

De tweede oplossingsrichting is het op een adequate wijze benutten van de bestaande ruimte. Het is belangrijk om in een dichtbevolkt land als Nederland te zorgen dat de ruimte goed benut wordt zonder dat dit leidt tot nadelige gevolgen voor bereikbaarheid, milieu en leefbaarheid.

Een goede infrastructuur is een van de pijlers voor een goede afwikkeling van het verkeer. Om de recreant een reële keuze tussen diverse vervoermiddelen te laten maken, moeten de alternatieven enigszins gelijkwaardig zijn. Om deze reden zou bij planvorming aandacht moeten uitgaan naar het volgende:

- aanbrengen van een kwalitatief goede en aantrekkelijke recreatieve infrastructuur voor met name openbaar vervoer en fiets;
- zo min mogelijk verstoring van de omgeving door faciliteiten voor auto's zoals grote geasfalteerde parkeerterreinen. Hierbij kan gedacht worden aan parkeren op of met groen.

Een ander soort oplossing is meer doen met minder ruimte:

- wanneer ruimte schaars wordt kan worden overwogen om bepaalde functies niet verder te ontwikkelen, of om ze in tijd of plaats te verschuiven;
- er liggen grote kansen op het gebied van meervoudig ruimtegebruik. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan het inzetten van parkeerplaatsen van bedrijven wanneer de vraag naar parkeergelegenheid hoger is dan de capaciteit. Buiten kantooruren biedt dit voor alle partijen voordelen en is dus sprake van een win-win situatie. De bedrijven kunnen extra inkomsten genereren door parkeergelden buiten kantooruren. De druk op de gemeente om zorg te dragen voor meer parkeergelegenheid neemt af en de bezoeker wordt meer capaciteit geboden.

Ook de tijdstippen van opening en sluiting van recreatieve voorzieningen zijn een mogelijkheid om te sturen in bereikbaarheid. Deze tijden worden vaak slecht afgestemd met tijden van woon-werkverkeer of met de dienstregeling van openbaar vervoer.

Mogelijke oplossingen op dit vlak zijn:

- het gebruik maken van rustige momenten op de dag als openings- en sluitingstijden;
- het afstemmen van openings- en sluitingstijden op de dienstregeling van het openbaar vervoer.

De laatst genoemde maatregelen zijn ook toepasbaar op evenementen.

De laatste oplossingsrichting die genoemd wordt, is het luisteren naar de kritische consument. De consument maakt zijn keuze hoe en wanneer te gaan op grond van de afweging wat meeste voordelen brengt. Vaak is dat de auto. Alternatieven moeten aansluiten bij de wensen/eisen van de recreant. Het is hierbij van belang dat er ketens ontstaan zonder zwakke schakels. Voorbeelden van vervoerketens:

- reizen per auto, parkeren en natransport per fiets of openbaar vervoer;
- de gehele reis per openbaar vervoer waarbij verschillende vormen van openbaar vervoer gebruik gemaakt wordt.

Wanneer de aansluiting van de verschillende vormen van openbaar vervoer niet optimaal is, dan heeft dit een nadelig effect op de gehele reistijd.

Naast ketens zonder zwakke schakels wil de recreant ook dat 'zorgen' hem uit de hand worden genomen. Een alles-in-een-pakket, waarbij het toegangskaartje voor de recreatieve bestemming en het vervoerkaartje aan elkaar gekoppeld zijn is hier een goed voorbeeld van. Dit principe kan gekoppeld worden aan een financieel aspect, waarbij gedacht kan worden aan korting op een reis per openbaar vervoer.

Door het KpVV en de Stichting Recreatie Kennis- en Innovatiecentrum is in 2006 onderzoek gedaan naar enkele grote publiekstrekkingen in Nederland. Het gaat hierbij om verschillende typen van vrijetijdseconomie, namelijk De Bazaar in Beverwijk, Efteling, Dance Valley, De Kuip, Renesse en De Veluwe.

De Bazaar is sinds het ontstaan een groot succes. Vooral in het weekend trekt het enorm veel bezoekers aan. Jaarlijks gaat het in totaal om 3,5 miljoen bezoekers. Er ontstonden grote problemen rondom de bereikbaarheid. Toegangswegen stroomden vol en tot op de snelweg kwam het verkeer vast te staan. Als gevolg hier van werd in de wijde omgeving rondom de Bazaar geparkeerd in de berm. Na onderzoek bleek het probleem niet te liggen in de capaciteit van het wegennet, maar door parkeerchaos. Een simpele, maar zeer effectieve oplossing bleek het inzetten van parkeerpauzigers, welke de bezoekers vlot naar de juiste parkeervakken leiden.

Ook *de Efteling* is een attractiepunt dat jaarlijks meer dan 3 miljoen bezoekers trekt. Ook hier zijn problemen met de bereikbaarheid ontstaan. Er is voldoende aanbod aan parkeerplaatsen, maar onder andere vanwege doorstromingseffecten wordt gestimuleerd om per openbaar vervoer of collectief vervoer te reizen. De grootste zorg voor de Efteling zit in de zogenaamde catchment area. De maximale reistijd van bezoekers is vastgesteld op ongeveer anderhalf uur. Door knooppunten zoals Eindhoven en Antwerpen wordt de reistijd vanuit alle richtingen langer en hierdoor neemt de catchment area (het gebied waaruit bezoekers komen) af. Getracht wordt om de spreiding soepeler te laten verlopen door bijvoorbeeld het park langer in het seizoen open te houden en door overnachtingen aan te bieden.

Dance Valley is een dansfestival wat jaarlijks wordt georganiseerd in recreatiegebied Spaarnwoude. Het is klein begonnen, maar door de jaren heen gegroeid tot een festival dat ongeveer 60000 bezoekers trekt. De vraag waar een antwoord op gezocht wordt is op welke manier bezoekersstromen gestuurd kunnen worden. Bezoekers worden aangemoedigd vooral met openbaar vervoer te komen en ook zijn er grote velden waarop geparkeerd kan worden. Enkele jaren geleden barstte er aan het eind van het festival een enorme regenbui los boven het terrein en wilden 60000 personen tegelijkertijd met pendelbussen het terrein verlaten richting openbaar vervoer of auto. Door kou en regen geteisterd zijn veel mensen onderkoeld geraakt en verliep de afwikkeling van het verkeer

verre van soepel. Als reactie op deze chaos werd het jaar daarop een strenge vergunningsprocedure ingezet, maar dit bleek slecht werkbaar. Er is besloten om middels intensief overleg tussen alle betrokken partijen vergunningen voor te bereiden zodat de procedures bij iedereen bekend zijn. Er zijn veel bepalingen omtrent mobiliteit opgenomen, zoals een uitgebreid logistiek plan en goede informatie omtrent bezoekersaantallen.

Ook *stadion De Kuip* in Rotterdam heeft te kampen gehad met problemen rondom bereikbaarheid. Bij het concert van Marco Borsato werd er zelfs door veel bezoekers op de openbare weg geparkeerd waardoor het verkeer ernstige hinder ondervond. De gemeente heeft deze problemen aangepakt door een betere bewegwijzering en parkeren op afstand te faciliteren, omdat bij het stadion zelf niet genoeg parkeerplekken voorhanden zijn. Ook wordt nu gebruik gemaakt van bedrijfsparkeerterreinen en dynamische bewegwijzering. Wanneer een terrein vol is, wordt door middel van borden of stewards automatisch doorverwezen naar andere parkeerterreinen. Een andere maatregel is het verleiden van bezoekers tot ander gedrag. Pieken worden meer gespreid door bijvoorbeeld een aantrekkelijk voorprogramma of een happy hour na afloop aan te bieden. Ook korting op toegang bij gebruik van openbaar vervoer behoort tot deze maatregelen. Het is hierbij van belang dat kennis bestaat over het type bezoeker. De organisator van het evenement kan hierop inspelen in zijn mobiliteitsplan.

Renesse trekt op een topdag ongeveer 15.000 bezoekers aan. De vraag die beantwoord moest worden luidde als volgt: Hoe voorkom je parkeer- en verkeersoverlast in dorpskernen om het verblijfsklimaat voor bewoner, recreant en toerist te verbeteren? De gemeente Schouwen-Duiveland, taxicentrale Renesse, plaatselijke ondernemers, de provincie Zeeland en het ministerie van Verkeer en Waterstaat hebben gezamenlijk bedacht dat een transferium een goede oplossing zou zijn. Op een parkeerterrein aan de rand van Renesse is plaats voor 900 auto's en kan gratis geparkeerd worden. Ook het vervoer naar het dorp of het strand is gratis. Het transferium is erg succesvol, wat blijkt uit het aantal gebruikers dat jaarlijks tussen de 250.000 en 400.000 ligt. Op basis van weersvoorspellingen wordt gepland hoeveel bussen benodigd zijn. Ook uit dit voorbeeld blijkt dat alle partijen belang hebben bij de goede bereikbaarheid. De kosten die gemoeid zijn met het natransport worden door de provincie en de gemeente betaald, onder andere via parkeergeld en verhoogde toeristenbelasting.

De Veluwe is het laatste praktijkvoorbeeld dat hier aan de orde komt. De belangrijkste vraag op het gebied van bereikbaarheid voor de Veluwe was hoe de overlast van het gemotoriseerde recreatieverkeer gereduceerd kon worden. Door een vaak slechte bereikbaarheid van natuurgebieden per openbaar vervoer is de auto vaak het aangewezen vervoermiddel. Daarnaast spelen ook gemak, flexibiliteit en onafhankelijkheid een rol bij de keuze voor de auto voor de vrije tijd. Door middel van sturing kan invloed worden uitgeoefend om verkeersproblematiek te beperken. Bewegwijzering, routes en herkenbare toegangsplekken kunnen bezoekers verleiden om niet door te rijden naar kwetsbare gebieden. Per gebied in de Veluwe zijn maatregelen ontwikkeld die allemaal in het desbetreffende gebied het juiste effect ressorteren. Per locatie moet de afweging gemaakt worden welke oplossingsrichting het best werkt.

3.3.4 Conclusie vrijetijdseconomie

In bovenstaande paragraaf is een overzicht gepresenteerd van alle betrokken actoren bij vrijetijdseconomische functies. Al deze actoren hebben afwijkende eisen en wensen met betrekking tot de locatie en de bereikbaarheid hiervan. Vaak speelt bereikbaarheid een belangrijke rol, eventueel in samenhang met leefbaarheidsaspecten. Het blijkt van groot belang te zijn dat de verschillende actoren in overleg treden om het probleem helder te krijgen en naar een gezamenlijke oplossing te werken.

Ook blijkt uit deze paragraaf dat verschillende typen vrijetijdsvoorzieningen hun eigen karakteristieke problemen kennen met betrekking tot bereikbaarheid. Dit wordt enerzijds veroorzaakt door het type locatie (bijvoorbeeld stadion of natuurgebied), maar ook de doelgroep van een attractiepoint heeft hierin een aandeel. Tot slot kan onderscheid gemaakt worden tussen locaties voor incidentele evenementen (zoals een festival) en attractiepunten die op een vaste locatie gevestigd zijn. Deze punten hebben tot gevolg dat maatwerk een belangrijk punt is bij het zoeken naar oplossingsrichtingen en dat veel verschillende oplossingsrichtingen een juiste kunnen zijn.

3.4 Combinatie kenniseconomie en vrijetijdseconomie

3.4.1 *Theorie Florida*

In bovenstaande paragrafen zijn theorieën over de kenniseconomie en de vrijetijdseconomie los van elkaar behandeld. Er is ook literatuur beschikbaar die op de combinatie van deze twee functies gebaseerd is. De Amerikaan Richard Florida is hierachter de drijvende kracht. In zijn boek 'the rise of the creative class' (2002) wijst hij op het belang van de menselijke creativiteit als aanjager en motor van de stedelijke economie. Volgens deze theorie is deze klasse zonder het zelf te beseffen dominant geworden in de samenleving en bepalend voor de levensstijl van anderen. Uit Florida's onderzoek blijkt dat mensen zich vestigen aan de hand van economische en leefstijl redenen en niet meer om geografische redenen. In de vestigingsplaatsstheorie werd de term quality of life factoren genoemd. Dit hangt hier sterk mee samen. In steden waar de creatieve klasse woont, vestigen bedrijven zich, worden veel nieuwe bedrijven gestart en neemt de werkgelegenheid toe. Florida geeft aan dat niet langer het business climate bepalend is, maar steeds meer het people's climate, dat direct invloed heeft op economische ontwikkeling. De creatieve klasse is niet alleen creatief en innovatief, maar zij besteedt ook veel geld aan verschillende vormen van uitgaan, zoals horeca en theater, wat tot extra werkgelegenheid leidt en een bijdrage aan de lokale economie levert. De vrijetijdssector is er bij gebaat en kan tot bloei komen wanneer de creative class zich in een bepaalde stad vestigt. Daarbij moet de kanttekening gemaakt worden dat er al een ontwikkelde vrijetijdssector aanwezig moet zijn, wil de stad aantrekkelijk worden voor de doelgroep. Het vestigen gebeurt immers op basis van quality of life factoren. Wanneer de theorie van Florida in het licht van de historische ontwikkeling van locatietheorieën wordt bekeken, sluit deze aan bij de behaviorale stroming. Het culturele aanbod, de woonplaats van de juiste doelgroep en quality of life factoren zijn zaken die niet eenvoudig op basis van feiten worden afgewogen en ondernemersvoorkeur en psychologische aspecten zullen doorslaggevend zijn in de locatiebeslissing van een onderneming die belang hecht aan nabijheid van de creative class.

3.4.2 *Talent, Technologie, Tolerantie*

De drie T's staan voor Talent, Technologie en Tolerantie. Wanneer een stad over voldoende van deze eigenschappen beschikt, kan zij een leidende rol in de wereldeconomie bemachtigen. Voor het aantrekken van de creatieve klasse zijn tolerantie, een innovatief klimaat en diversiteit de sleutelwoorden. Daarnaast acht Florida ook een stedelijke structuur met interessante architectuur, historische plekken en openbare plekken en attractieve vrijetijdsvoorzieningen belangrijke voorwaarden om de creatieve klasse te kunnen aantrekken en behouden. Er leven verschillende opvattingen over wat de vrijetijdsvoorzieningen zijn die de creatieve klasse aantrekt. Glaeser (2003) gaat uit van grootschalige culturele evenementen, terwijl Florida juist meer de nadruk legt op het kleinschalige alternatieve cultuuraanbod. In steden en regio's waar de grootste concentratie van de creatieve klasse woont, is de kans op economische bloei het grootst. Hierbij moet echter de aantekening gemaakt worden dat in Nederland de steden zodanig dicht bij elkaar liggen dat de kans bestaat dat de creatieve klasse op een andere plaats werkt dan woont. Het effect zal hier dan ook vooral op regionaal gebied zichtbaar zijn.

3.4.3 *Beleid*

Er zijn ook beleidsstukken voorhanden waarin het belang van de kenniseconomie samen met vrijetijdseconomie naar voren komt. In de beleidsnotitie Pieken in de Delta benadrukt het ministerie van economische zaken het belang van steden voor de Nederlandse economie op de volgende wijze: steden en stedelijke netwerken zijn de stuwende kracht achter de Nederlandse economie en belangrijk als broedplaats voor kennisontwikkeling, het midden- en kleinbedrijf, persoonlijke dienstverlening, winkels en de toeristisch-recreatieve sector. Juist deze combinatie van factoren tekent de vitaliteit en leefbaarheid van de stad.

3.5 Conclusie

Het bovenstaande hoofdstuk biedt een uitgebreid overzicht van locatietheorieën, betrokken actoren en algemene informatie over de functies kenniseconomie en vrijetijdseconomie. De volgende conclusies worden getrokken:

- Vooral op het gebied van de theorie over kenniseconomie is veel literatuur beschikbaar. Door de tijd heen is steeds op een andere wijze tegen locatietheorie aangekeken. In voorliggend onderzoek wordt de behaviorale theorie centraal gesteld. In hoofdstuk twee is aangegeven om welke reden de andere stromingen minder goed aansluiten bij de huidige economische theorieën.
- Gevoel speelt een belangrijke rol bij de beslissing voor een locatie en daarbij hebben ook aspecten als quality of life factoren een zwaar gewicht in de uiteindelijke beslissing. Hoewel het bij QOL-factoren gaat om moeilijk meetbare begrippen, wordt er vaak evenveel belang aan gehecht als aan parkeren en bereikbaarheid over de weg en per openbaar vervoer.
- De achterliggende gedachte van QOL-factoren is het belang van het aantrekken van goed opgeleid personeel. Vooral in tijden dat personeel moeilijk te binden is aan een onderneming, zoals in een hoogconjunctuur, heeft de werknemer relatief veel invloed en kan eisen en wensen kenbaar maken over de werkplek en de inrichting daarvan.
- Wanneer gesproken wordt over de kenniseconomie en adequaat opgeleid personeel, dan kan het begrip creative class daaraan gelinkt worden. De creatieve klasse is een abstract begrip, waar enerzijds weinig grip op te krijgen is, maar dat anderzijds van groot belang kan zijn voor een stad of regio. Wanneer een stad de creatieve klasse weet aan te trekken, heeft dit namelijk een positieve uitwerking op een breed scala aan voorzieningen, zoals het culturele aanbod. De theorie van Florida biedt hiermee een geheel ander inzicht in vestiging van bedrijven dan de bestaande vestigingstheorieën door juist de mensen in plaats van de onderneming centraal te stellen. Waar de juiste doelgroep woont, vestigen zich de ondernemingen en waar zich de juiste quality of life factoren bevinden, vestigt de doelgroep zich. Indirect speelt de vrijetijdssector dus een belangrijke rol bij de vestiging van kennisintensieve bedrijven en instellingen volgens Florida.
- Door middel van de creative class kan de brug naar de vrijetijdseconomie geslagen worden. De creative class vestigt zich namelijk daar waar het voorzieningen niveau op een dermate goede manier ontwikkeld is dat wonen op die plek een pré is. Bij het voorzieningenniveau speelt het culturele aanbod een grote rol. Er is een discussie gaande of het hierbij dient te gaan om het grootschalige of meer het kleinschalige alternatieve aanbod. Vast staat dat een goed aanbod van culturele festiviteiten een positieve uitwerking heeft op het aantrekken van geschikt personeel voor instellingen uit de kenniseconomie.
- In welke mate de theorie van Florida vertaald kan worden naar de situatie in Nederland is moeilijk in te schatten. Florida's theorie is ontwikkeld met in het achterhoofd een beeld van grote Amerikaanse steden. Een één op één vertaling naar een middelgrote stad in Nederland is om deze reden niet betrouwbaar.

4

De beleidspraktijk

Uit het voorgaande hoofdstuk zijn vestigingsplaatsfactoren naar voren gekomen die voor bedrijven en andere instellingen drijfveren zijn met betrekking tot vestigingsplaatskeuze. Veel van deze indicatoren komen vanuit de organisatie zelf. Het zijn interne voorkeuren. Bij bedrijfsvestiging spelen echter ook externe factoren een belangrijke rol, welke door overheidsbeleid bepaald worden. In dit hoofdstuk ligt de nadruk allereerst op het beleid met betrekking tot locaties dat landelijk gevoerd wordt en vervolgens wordt ingezoomd op het lokale beleid, zoals dat in Deventer gevoerd wordt. Het hoofdstuk vormt een koppeling tussen de theorie (hoofdstuk 3) en het empirisch hoofdstuk (hoofdstuk 5).

4.1 Nationaal, regionaal en lokaal beleid

Vanuit de overheid geredeneerd, is het bereikbaar maken en houden van binnensteden, bedrijventerreinen en woongebieden een belangrijke uitdaging. In zijn algemeenheid kan aangegeven worden dat een verschuiving heeft plaatsgevonden van de verantwoordelijkheden van het Rijk naar de decentrale overheden. Locatiebeleid en locatiebereikbaarheid worden steeds meer op regionaal niveau vorm gegeven. In dit hoofdstuk wordt eerst een korte historische schets van het nationale locatiebeleid gegeven en vervolgens wordt ingezoomd op de situatie zoals deze in Deventer ontwikkeld is.

4.1.1 Handhaving door bestemmingsplan

Een kantoorgebouw gevestigd aan een haven, of een slachterij vlak naast een woonwijk. Dit zijn voorbeelden van vestigingsplaatsen die niet passend zijn bij het type bedrijf. Idealiter zou ieder gemeentelijk bestuur een plan kunnen maken waarin alle bedrijven op de meest ideale plaats gevestigd worden. In de praktijk kan deze droom nooit verwezenlijkt worden. Bedrijven hebben zoals uit het voorgaande hoofdstuk voortvloeit hun eigen voorkeuren en trachten bijvoorbeeld tegen minimale kosten de meest ideale huisvesting te realiseren. Ook de situatie dat elk bedrijf zich vestigt op een locatie naar eigen voorkeur staat uiteraard ver van de werkelijkheid af. In de praktijk is het een

tussenvorm van deze twee uitersten die de werkelijkheid weergeeft. Gemeenten hanteren beleidsnormen om handhaving uit te oefenen met betrekking tot bijvoorbeeld parkeren, type industriële activiteit en esthetiek. Bestemmingsplannen waren hét gemeentelijk instrument bij uitstek om handhaving vorm te geven. Een nadeel van deze aanpak was dat bestemmingsplannen per gemeente sterk verschillen, zodat bepaalde gemeenten gemakkelijker bedrijven aantrokken dan andere door soepele normen te hanteren. Ook werden vestigingseisen niet altijd even streng toegepast. Hierdoor ontstond een scheefheid waardoor sommige gemeenten achterop raakten. Bedrijven gaan immers sneller in op een aanbieding van een soepele gemeente. Het resultaat van deze aanpak was een sluimerende onvrede over ruimtelijke gevolgen op regionaal niveau en onlogische bedrijfsvestigingsplaatsen (De Jong, 2004). Dit was de reden dat in de Vinex aanvullend beleid is ontwikkeld om dit probleem het hoofd te bieden.

4.1.2 ABC-locatiebeleid

In de Vierde Nota over de Ruimtelijke Ordening Extra (Vinex) is het ABC-locatiebeleid ingevoerd. De kern hiervan is dat terreinen worden gecategoriseerd aan de hand van vervoersstromen die ze oproepen, aangezien deze vervoersstromen voor een belangrijk deel de ruimtelijke kwaliteit bepalen. De ABC-locaties dienden aan de volgende bereikbaarheidsprofielen te voldoen (Ministerie van VROM, 1990):

A-locatie:

- nabij Intercity/Eurocity stations en de centraal stations van middelgrote steden;
- de bereikbaarheid per auto is van ondergeschikt belang, optimale ontsluiting door openbaar vervoer is een voorwaarde;
- hanteren van stringent parkeerbeleid;
- de aantrekkingskracht van A-locaties bestaat uit de snelle en frequente openbaar vervoerverbindingen; inrichting van de openbare ruimte gebeurt zodanig dat gebruik van de fiets en openbaar vervoer wordt gestimuleerd;
- doel is het terugdringen van het woon-werkverkeer per auto tot maximaal 10-20 procent van de modal split van deze locatie.

B-locatie:

- gelegen bij een knooppunt van openbaar vervoerlijnen op stedelijk of stadsgewestelijk niveau. Tevens gelegen aan een stedelijke hoofdweg of nabij een afslag van de autosnelweg;
- beperkte parkeerfaciliteiten voor langparkeerders;
- de aantrekkingskracht van B-locaties bestaat uit een goede bereikbaarheid zowel per openbaar vervoer als per auto;
- door de wijze waarop de openbare ruimte is ingericht, wordt het gebruik van de fiets en het openbaar vervoer gestimuleerd;
- doel is het terugdringen van het woon-werkverkeer per auto tot maximaal 35 procent van de modal split van deze locatie.

C-locatie:

- gelegen aan de rand van de stad met een directe aansluiting op het hoofdwegenet. Aan het openbaar vervoer worden geen specifieke eisen gesteld;
- zeer goede verbindingen met het landelijk wegennetwerk. Minder goed bereikbaar met het openbaar vervoer;
- parkeren is afgestemd op bedrijven met een relatief gering aantal werknemers, zoals transport- en distributiebedrijven;
- de aantrekkingskracht is de congestievrije aansluiting op hoofdtransportassen;
- het stimuleren van carpooling en collectief vervoer (mobiliteitsmanagement) georganiseerd door het bedrijf is een speerpunt.

Naast de bereikbaarheidsprofielen van de locaties speelt ook het mobiliteitsprofiel van een bedrijf of voorziening een rol. Om dit profiel te bepalen zijn vier kenmerken van belang, te weten de arbeidsintensiteit, de bezoekersintensiteit, de autoafhankelijkheid van

de bedrijfsvoering en de afhankelijkheid van het goederentransport over de weg (ministerie van VROM en anderen, 1990).

De criteria zijn van toepassing op bedrijven en voorzieningen van bovenlokaal belang. De A-locatie kent maximaal 10 parkeerplaatsen per 100 werknemers, bij de B-locatie is dit aantal 20 en de C-locatie stelt wat betreft parkeerplaatsen geen eisen. Activiteiten met grote aantallen werknemers/bezoekers kwamen in aanmerking voor locaties met bereikbaarheidsprofiel A. De kenniseconomie gerelateerde activiteiten zoals in dit onderzoek genoemd vallen hieronder. Veel kantoren en bijvoorbeeld ziekenhuizen dienen zowel met de auto als met openbaar vervoer bereikbaar te zijn. De B-locatie is dan de meest geschikte. Activiteiten met relatief weinig werknemers en of bezoekers die bovendien afhankelijk zijn van een goede bereikbaarheid per (vracht)auto kwamen in aanmerking voor een C-locatie. Hierbij kan gedacht worden aan productie- en distributiebedrijven.

Het Rijk heeft getracht om het ABC-locatiebeleid te laten opnemen in gemeentelijke bestemmingsplannen, aangezien het bestemmingsplan het enige juridisch bindende ruimtelijk plan is, maar zover is het nooit gekomen (Martens 1996).

Uit diverse evaluaties die na invoering van het beleid zijn uitgevoerd, is gebleken dat het beleid ineffectief is. Dit komt met name door de hantering van te strakke parkeernormen. Het CROW geeft aan dat het ABC-beleid niet heeft opgeleverd wat er van verwacht werd, maar er wel toe heeft geleid dat een reizigersgroei in het openbaar vervoer is ontstaan. Martens (1996) schrijft in zijn proefschrift dat gemeenten in operationele beslissingen nauwelijks rekening houden met het ABC-locatiebeleid. Veelal worden mobiliteits- en bereikbaarheidsprofielen niet op elkaar aangesloten. Economische belangen lijken vaak zwaarder te wegen dan mobiliteitsbelangen. De locatievoorkeur van een bedrijf wordt vaak niet getoetst aan het ABC-locatiebeleid en slechts sporadisch tracht een gemeente

Paleis van justitie

Eind jaren '80 is het Paleis van Justitie op zoek naar een nieuwe locatie in Den Bosch. Justitie gaat akkoord met de door de gemeente voorgestelde locatie achter het station. Gezien de ligging is sprake van een A-locatie. De Rijks Gebouwen Dienst staat op het standpunt dat Justitie als rijksdienst het goede voorbeeld moet geven en dus de landelijke parkeernormen moet hanteren. Desondanks is een ruimere parkeernorm aangehouden vanwege het feit dat beleggers in het pand vreesden voor de verhuurbaarheid aan nieuwe gebruikers na een eventueel vertrek van Justitie. (Jansen et. al. 1996)

de locatievoorkeur te beïnvloeden. Angst dat een bedrijf een andere gemeente als vestigingslocatie kiest of een gebrek aan alternatieven liggen hieraan ten grondslag. Er bleek vooral een tekort aan A- en B-locaties te bestaan. Een laatste knelpunt is de strenge parkeerbeperkingen op A- en B-locaties waren voor veel bedrijven een reden

om te zoeken naar alternatieven. Zelfs bedrijven die een voorkeur hadden voor een A-locatie vanwege de goede openbaarvervoer verbindingen vonden de parkeernormen te streng.

4.1.3 Nota Ruimte

Onder de strenge voorwaarden die gesteld werden in de Vinex volgden slechts weinig gemeenten het ABC-locatiebeleid strikt. Een strakke hantering van het beleid was strijdig met het streven van de gemeenten om werkgelegenheid te bevorderen. Het geringe voordeel dat een gemeente kan behalen, namelijk een kleine daling van het autogebruik, staat in geen verhouding met de risico's die samenhangen met een strikte hantering van het beleid. Ten tijde van het in werking treden van de Nota Ruimte heeft het ministerie van VROM om deze reden het ABC-locatiebeleid ingetrokken en hiervoor is bedrijfslocatiebeleid en detailhandelslocatiebeleid geïntegreerd in de plaats gekomen. De rijksoverheid laat de regie hierin grotendeels los en lagere overheden kunnen de invulling

van het locatiebeleid zelf ter hand nemen. Er worden alleen nog enkele algemene doelstellingen geformuleerd (De Jong, 2004):

- economische ontwikkelingsmogelijkheden: het bieden van voldoende geschikte vestigingsplaatsen voor bedrijven en voorzieningen;
- bereikbaarheid: het optimaal gebruik van alle vervoersmogelijkheden voor personen en goederen over de weg, het spoor en het water;
- leefbaarheid: kwaliteit en variatie in vestigingsplaatsen voor alle stedelijke activiteiten, functiemenging en kwaliteit van de leefomgeving (veiligheid, emissies en geluid).

Het rijk biedt weinig houvast meer voor gemeenten en het staat gemeenten vrij om te pionieren. Dit heeft echter tot gevolg dat verwacht kan worden dat de regels soepel gehanteerd worden. Elke gemeente wil goed uit de concurrentieslag om werkgelegenheid komen en zet alles in het werk om bedrijvigheid aan te trekken. Er vinden onderhandelingen tussen gemeenten plaats waarbij de inzet het aantrekken van bepaalde bedrijven is. Een goede intergemeentelijke samenwerking is hierbij van groot belang.

Het Kenniscentrum Grote Steden (2004) heeft onderzocht hoe het beleid in twee Nederlandse steden (Dordrecht en Utrecht) wordt uitgevoerd. De gemeente Dordrecht heeft een ondernemersloket opgericht voor de contacten met bedrijven. Dit onderdeel van het Grondbedrijf verwerft, verkoopt en beheert bedrijventerreinen. Hierdoor is het voor de gemeente een potentieel middel om de juiste bedrijvigheid op de juiste plaats te krijgen. Op dit moment bestaat nog geen eenduidig beeld over wat de gemeente zelf met haar locatiebeleid wil. Er is lang op de Nota Ruimte gewacht, maar er wordt nog altijd gebruik gemaakt van het oude ABC-locatiebeleid, maar dan zonder de strenge parkeernormen. Echter, bij het uitgeven van de bedrijventerreinen is het belangrijker dat de maximale opbrengst uit een terrein wordt gehaald, dan dat er alleen maar de gewenste bedrijven op het terrein komen. Ook wordt het regionale beleid niet altijd even strak gevolgd en krijgt de ontwikkeling van werkgelegenheid soms voorrang (zie tekstkader).

TPG Dordrecht had een vestiging voor een distributiecentrum op het oog in de nabijheid van de snelweg. Het terrein hoorde echter bij Shipping Valley en daar dienden slechts watergebonden bedrijven te komen. TPG maakt geen gebruik van het water, maar levert wel veel werkgelegenheid. De werkgelegenheid werd uiteindelijk belangrijker geacht dan de regionale doelstellingen (Kenniscentrum Grote Steden, 2004).

Samenvattend kan gesteld worden dat Dordrecht meerdere manieren gebruikt om te beïnvloeden waar welk bedrijf zich vestigt. In de eerste plaats speelt het bestemmingsplan een grote rol. Daarnaast

wordt momenteel gewerkt aan de ontwikkeling van een regionaal structuurplan. Wel bestaan al losse regionale afspraken. Ook kan door middel van grondeigendom invloed worden uitgeoefend door de mogelijkheid alternatieven aan te bieden. De grondprijs hangt hiermee samen en kan bedrijven soms over de streep trekken. Tot slot kan een centraal coördinatiepunt voor bedrijven binnen de gemeente (ondernemersloket) zorgen voor een soepeler communicatie en een dergelijke intermediair kan een positieve invloed uitoefenen om het juiste bedrijf op de juiste plek te krijgen.

Naast Dordrecht is ook het beleid van de gemeente Utrecht onder de loep genomen. Deze gemeente maakt een onderscheid tussen locatiebeleid en vestigingsbeleid. Locatiebeleid is voornamelijk gericht op bereikbaarheids- en verkeersaspecten en het vestigingsbeleid vooral op economie en ruimtelijke kwaliteit. Ook Utrecht houdt nog vast aan het ABC-locatiebeleid, zij het met wat minder strakke parkeernormen. Wat betreft het stationsgebied kan Utrecht wel strakke normen hanteren, zoals inpandig parkeren, aangezien het in een luxe positie verkeert, omdat het een zeer gewilde vestigingsplaats is. In de praktijk laat Utrecht zich bij het locatiebeleid vooral leiden door de functies die bestaande terreinen nu al hebben. De voorkeuren van bedrijven sluiten hierbij goed aan (kenniseconomie op de Uithof, ICT en consultancy op Papendorp, bank- en verzekeringswezen bij CS). Qua parkeren zijn in het nieuwe locatiebeleid geen regels

opgenomen, maar hanteert de gemeente regels omtrent parkeergelegenheid op bedrijventerreinen door middel van een gemeentelijke parkeernota. Parkeren moet in de meeste gevallen op het eigen terrein of zelfs inpandig plaatsvinden. Er bestaat om deze reden enige vrees voor concurrentie uit andere stedelijke regio's die deze regels minder strak hanteren.

Samenvattend kan gesteld worden dat onderstaande instrumenten van belang zijn bij de beïnvloeding waar welk bedrijf zich vestigt.

- Clusterindeling: op basis van de profielen van de te vestigen bedrijven en de profielen van de bedrijven, worden bedrijven richting een bepaalde locatie gestuurd.
- Parkeernormen: ondanks de afschaffing van het nationale ABC-locatiebeleid houdt Utrecht vast aan parkeernormen en hierbij gaat het niet alleen om de hoeveelheid plaatsen, maar ook om de vraag waar en hoe deze gerealiseerd worden.
- Aparte status: tot op heden heeft alleen het stationsgebied een aparte status waarvoor andere normen gelden, maar in de toekomst zou dit ook voor het centrum van Leidsche Rijn kunnen gaan gelden. Bedrijvigheid zou zich op deze plekken primair op het openbaar vervoer moeten richten.

Tot slot zijn er enkele regionaal georganiseerde zaken die invloed uitoefenen door middel van het Bestuur Regio Utrecht. Het gaat hierbij onder andere over een structuurplan en lange termijn visies.

Net als Eindhoven is Enschede ook een stad die zich richt op het ontwikkelen van een sterke kenniseconomie. De aanwezigheid van de universiteit Twente en Saxion Hogescholen dragen hiertoe bij. Boshuizen en anderen (2006) hebben onderzocht in welke mate beoogde veranderingen zijn opgetreden in de economische situatie van Enschede en in hoeverre deze veranderingen zijn toe te schrijven aan het economisch beleid zoals gevoerd tussen 1990 en 2005. De gemeente gebruikte onderstaande beleidstheorie als grondslag voor het economisch beleid:

Het economisch beleid dient de condities en randvoorwaarden te creëren die er toe bijdragen dat kennisintensieve bedrijven besluiten zich in Enschede te vestigen. Voldoende kritische massa aan kennisintensieve bedrijvigheid vormt een factor voor meer kennisintensieve bedrijfsvestigingen. Daarnaast schept kennisintensieve bedrijvigheid werkgelegenheid voor hoger opgeleiden en gaat samen met de groei van het aantal arbeidsplaatsen voor lager opgeleiden.

Net als bij de traditionele maakindustrie levert de groei van de kennisintensieve sector additionele consumptie en werkgelegenheid op. Echter, de rekenkamer van de gemeente Enschede heeft geconcludeerd dat in Enschede de kennisintensieve sector nog niet zover ontwikkeld is dat zij een basissector is, waardoor niet aantoonbaar sprake is van 'schoorsteenwerking' naar andere sectoren zoals ondersteunende productie en dienstverlening. De sector heeft onvoldoende schaal voor een dergelijke doorwerking. Voldoende schaal wordt volgens het onderzoek alleen bereikt wanneer ook (nieuwe) bedrijven en personeel van buiten Enschede afkomen op de dynamiek van innovatieve kennisintensieve bedrijvigheid.

Uit de theorie concludeert de gemeente dat de invloed van groei van de kenniseconomie in het algemeen beperkt is. Het blijkt grotendeels een autonoom proces te zijn dat buiten het bereik van de gemeente ligt. De lokale overheid kan alleen invloed uitoefenen door het verbeteren van de woon- en bedrijfsomgeving (zie QOL-factoren uit hoofdstuk 3). De gemeente richt zich op het ontwikkelen van een kennistransfer nabij de universiteit. Door middel van faciliterend beleid en handelen, oefent de gemeente invloed uit op nieuwe vestigingen. Voor het ontwikkelen van een basissector is clustering (zie paragraaf 3.2.3) van belang, omdat het mogelijkheden biedt voor het creëren van de benodigde schaal. Om gestelde doelen, zoals een groter aandeel kennisintensieve werkgelegenheid en een stijging van het aantal afgestudeerden aan Universiteit Twente en Saxion Hogescholen

dat in Enschede blijft werken te bereiken, zijn onder andere de volgende middelen ingezet:

- ontwikkelen van een hoogwaardig kennispark met veel faciliteiten;
- aansluiten van geselecteerde locatie op het GigaPort netwerk;
- aantrekken en behouden van kennisinstituten en expertisecentra;
- steunen van kleine bedrijven bij hun start doordat de gemeente als klant optreedt in vele kleine projecten om dwarsverbanden tussen technologieën tot stand te brengen;
- aantrekken van kennisintensieve bedrijven en zakelijke dienstverlening die relevant is in relatie tot kennisintensieve, industriële bedrijvigheid;
- aantrekkelijk maken van de stad voor hoger opgeleiden in de leeftijd tussen de 20 en 50 jaar.

Een belangrijk deel van de gestelde doelen is bereikt, maar de rekenkamercommissie heeft vastgesteld dat de kennistransfer nog niet de motor is van de gemeentelijke economie en er ook geen schoorsteenwerking van uit gaat. Bovendien is er een andere mix aan bedrijven ontstaan op de kennistransfer dan aanvankelijk beoogd. Ruimtelijk beleid en instrumentarium (grondbeleid en bestemmingplan) hebben een negatieve invloed gehad op de kennisparkontwikkeling doordat de gemeente grond heeft uitgegeven met een andere bestemming dan hoogwaardige technologiebedrijven. Toekomstig beleid is erop gericht om lokale ondernemers de ruimte te geven en te faciliteren. Hierdoor kan clustervorming ontstaan en groeit de schaal naar regionaal niveau. Daarnaast wordt ingezet op continu anticiperend relatiemanagement en continue promotie. Goede beleidscoördinatie is van belang met het oog op consistentie en afstemming binnen gemeentelijke diensten. Tot slot moeten prestatie-indicatoren worden vastgesteld voor het meten van economisch potentieel voor de basissector kennisintensieve bedrijvigheid.

In de bovenstaande casussen komt steeds naar voren dat ook regionaal beleid een belangrijke rol speelt. In de praktijk is de rol van de provincie sinds de Nota Ruimte een belangrijke. Aangezien gemeenten meer vrijheid hebben en zelf kunnen pionieren is het bestemmingsplan weer belangrijker geworden. Door middel van de structuurvisie stuurt de provincie gemeenten in een bepaalde richting. De vrijheid van de gemeente om beleid te voeren neemt hierdoor sterk af. Bestemmingsplannen dienen immers niet in tegenspraak te zijn met de structuurvisie van de provincie.

4.2 Beleid Deventer

4.2.1 Kenniseconomie

Uit de voorgaande paragraaf blijkt dat gemeenten verschillend beleid toepassen op het gebied van bedrijfsvestiging. De vraag is nu op welke wijze beleid wordt gevoerd in Deventer. In het belang van de leesbaarheid is in bijlage I algemene informatie over de Deventer kenniseconomie en vrijetijdseconomie en enkele kaartbeelden opgenomen. Deze informatie is slechts voor een goede beeldvorming bedoeld en is om deze reden in de bijlage opgenomen.

In deze paragraaf wordt allereerst voor de belangrijkste kantorenlocaties bekeken wat de bestemmingsplannen aangeven.

De grootste kantorenlocatie is Hanzepark, gelegen vlakbij de A1, waar veel kantoren een zichtlocatie op hebben. Dit kantorenpark is gerealiseerd in de jaren '90 en is 17 hectare groot. Hanzepark wordt in het bestemmingsplan Kloosterlanden-Hanzepark genoemd als vestigingslocatie, voornamelijk geschikt voor 'werkkantoren', waarvoor autobereikbaarheid een belangrijke rol speelt. Het bestemmingsplan spreekt van een toplocatie qua ontsluiting, zichtbaarheid, inrichting en omgeving. De belangrijkste bestemming is bedrijven en kantoren met een representatief karakter.

Naast het Hanzepark is Kennisboulevard Zuid-as een grote kantorenlocatie. Deze kennisboulevard loopt van ongeveer het station van Deventer langs het Havenkwartier richting de A1. Het bestemmingsplan geeft voor het grootste gebied de bestemming

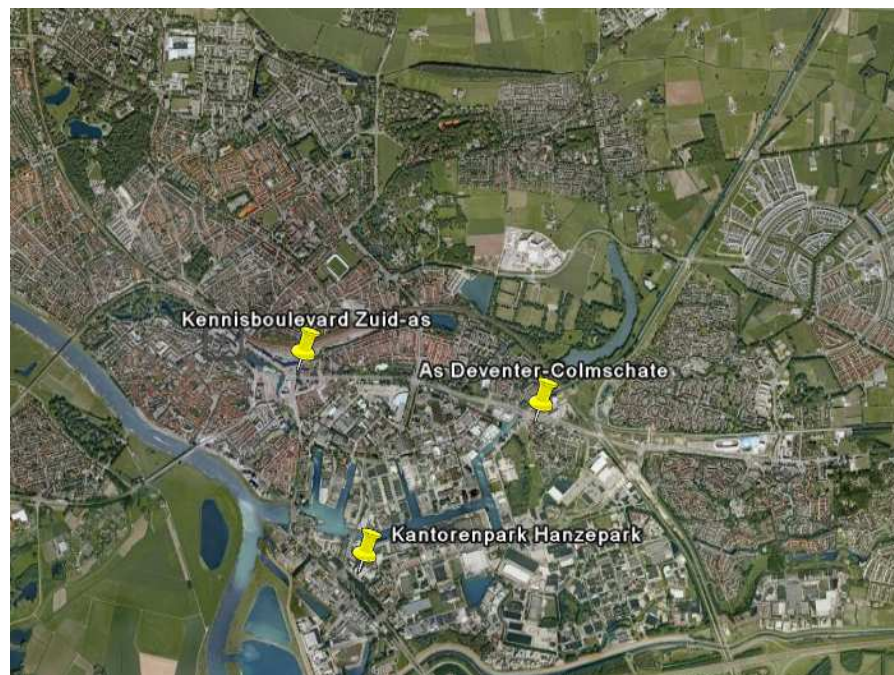
Gemengde Doeleinden aan. Dit houdt concreet in dat in theorie ruimte bestaat voor de volgende functies:

- maatschappelijke dienstverlening, met name onderwijsvoorzieningen;
- kantoren;
- horeca;
- dienstverlenende bedrijven;
- recreatieve voorzieningen;
- wonen.

De woonfunctie beperkt zich vooral tot bestaande bouw en biedt daarnaast enige ruimte voor stadswoningen. De horecafunctie dient aan te sluiten bij de onderwijsinstellingen en de kantoren. Wat over blijft zijn kenniseconomie gerelateerde en recreatieve voorzieningen. Geconcludeerd kan worden dat het bestemmingsplan hoofdzakelijk op de kantorenmarkt gericht is aangezien als eis in het plan is opgenomen dat parkeren inpandig of ondergronds plaatsvindt.

De derde bestaande kantoorlocatie is de As binnenstad – Colmschate en volgt de provinciale weg N344. In het Streekplan Overijssel 2000+ wordt deze locatie genoemd als potentiële locatie met een B-profiel (zie ABC-locatiebeleid). Inmiddels is een deel van de locatie ontwikkeld en zijn kantoren gerealiseerd, welke in lijn zijn met het locatiebeleid. Het Structuurplan Deventer 2025 legt geen link met kenniseconomie voor dit gebied. Er wordt ingespeeld op revitalisering van het achterliggende bedrijventerrein. Het bestemmingsplan geeft aan dat de strook langs de as bebouwd dient te worden met bedrijven met een representatief karakter. Het gaat hierbij om bepalingen met een meer kwalitatief, na te streven karakter, voornamelijk betreffende de situering en uiterlijke verschijningsvorm van de bebouwing.

In de toekomst wil Deventer nog een grote kantorenlocatie ontwikkelen op het nog te realiseren Bedrijvenpark A1, welke locatie buiten het kaartbeeld van onderstaande afbeelding valt (aan de oostzijde bij de A1).



Figuur 4-1 Overzichtskaart kenniseconomie

De gemeente Deventer heeft getracht het locatiebeleid deels vorm te geven door te werken met grondprijisdifferentiatie. De bereidheid om een hogere grondprijs te betalen bestaat over het algemeen alleen bij bedrijven met behoefte aan een eersteklas locatie en een hoge productiviteit/ bedrijfsopbrengst per m2.

Evenals in bovenstaande paragraaf in de situatie van Dordrecht, beschikt ook Deventer over een centraal bedrijvenloket. Via dit loket kan inzicht worden verkregen in alle regels, vergunningen, vereisten en subsidies waar een bedrijf mee te maken kan krijgen. Nieuwe bedrijven worden getracht naar de stad te trekken middels drie verschillende strategieën, te weten:

1. stadsmarketing;
2. netwerken;
3. instrumentele strategie en acquisitie (Van Raay, 2008).

Ad 1: Stadsmarketing zorgt voor een goede beeldvorming van de stad. Er staan hierbij twee concepten centraal:

- Deventer gastvrije handelsstad (gericht op recreatie, evenementen en toerisme);
- Deventer bedrijvige stad (gericht op bedrijven om ze aan te trekken en te behouden).

Ad 2: Het netwerken gebeurt op verschillende niveaus, bijvoorbeeld door het spreken van vertegenwoordigers van MKB en kring van werkgevers. Er worden zaken besproken die voornamelijk gericht zijn op het lange termijn beleid. De onderwerpen zijn ook trendgevoelig. Op dit moment is bijvoorbeeld duurzaamheid een belangrijk issue. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan combinaties van functies die elkaar kunnen ondersteunen zoals het gebruik van restwarmte van een bedrijf dat gebruikt wordt voor de verwarming van een zwembad en het streven om Deventer in 2030 klimaat neutraal te laten zijn.

Ad 3: Bij de instrumentele strategie staat de stedenbouwkundige benadering centraal. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om de herontwikkeling van oude bedrijventerreinen. Clustering speelt hier ook een rol. Er is sprake van een bepaalde ideologie voor een gebied en elk gebied moet een gebiedseigen identiteit krijgen. Het bedrijvenpark Hanzepark richt zich bijvoorbeeld vooral op bedrijfsontwikkeling. De reden dat Oranjewoud hier gevestigd is, is dat het bedrijf een bredere insteek heeft dan bedrijven als Witteveen+Bos en Tauw bijvoorbeeld. Er is waarschijnlijk een hogere autoafhankelijkheid bij dit bedrijf. Witteveen+Bos en Tauw zijn historisch aan Deventer verbonden en zitten al lange tijd op de huidige locatie. Ten tijde van het Vinexbeleid werden deze beide bedrijven uitgebreid en op dat moment werd dus vastgehouden aan het ABC-locatiebeleid (zie hst. 3.1.3). Deze bedrijven hebben om deze reden dan ook weinig parkeergelegenheid. Een tweede reden is volgens de gemeente de binding met Saxion Hogescholen en daarvoor Rollocate. Via deze opleidingsinstituten werd personeel geworven. Ook is er een accountmanager in dienst bij de gemeente die binnenkomende aanvragen van instellingen stuurt om zo het juiste bedrijf op de juiste plaats te krijgen.

Op dit moment wordt het oude ABC-locatiebeleid weer toegepast. De gemeente probeert het beleid zoals dat ten tijde van de Vinex gold weer strak te hanteren, ook met betrekking tot de strenge parkeernormen. Daarbij dient echter in ogenschouw genomen te worden dat bij bedrijfsvestiging sprake is van een vrije markt en dat de gemeente niet te ver kan gaan met haar eisen. Parkeren was altijd het zorgenkindje van het ABC-locatiebeleid. De normen zijn nog altijd streng, maar ontwikkelaars zien toegevoegde waarde in het ontwikkelen van aantrekkelijke binnenstadslocaties. Medewerkers van de gemeente die aangewezen zijn op vervoer per auto dienen vanwege gebrek aan capaciteit de auto te parkeren buiten het centrum vanwege het parkeervergunningstelsel en vervolgens te lopen naar kantoor.

In Deventer wordt het beleid dus strak gehanteerd, maar dit mag niet tot gevolg hebben dat werkgelegenheid wegvloeit naar buurgemeenten zoals Apeldoorn en Zutphen. Door overleg te voeren met deze gemeenten en door een goede afstemming van het beleid wordt dit voorkomen.

In feite kan geconcludeerd worden dat steeds een afweging tussen verschillende (soms tegenstrijdige) gemeentelijke doelen moet worden gemaakt. Locatiebeleid, werkgelegenheid en financiële vooruitgang zijn doelen die de gemeente probeert te bereiken, maar die vaak niet gecombineerd haalbaar zijn. Daarnaast is het ook zo dat binnen een bepaalde bandbreedte elk bedrijf zelf mag bepalen op welke locatie het zich ontwikkelt. In die zin kan de gemeente slechts beperkt sturend optreden. Wat voor de gemeente Deventer van belang is, is positieve sturing. De gemeente is er van overtuigd dat motivatie voor een bepaalde locatie vanuit een bedrijf zelf vele malen duurzamer is dan wanneer door middel van regelgeving beleid juridisch wordt afgedwongen.

4.2.2 Vrijtijdseconomie

Wat betreft de ontwikkeling van projecten die gericht zijn op sport en ontspanning heeft de gemeente een helder en concreet toekomstbeeld voor ogen, genaamd Sport- en spektakelstrip Colmschate (www.deventer.nl). Deze strip, gelegen aan de as Deventer-Colmschate biedt ruimte om naast sport- en recreatiecentrum De Scheg meer initiatieven te ontwikkelen op het gebied van leisure. Zo is bijvoorbeeld lange tijd gepraat over een skihal. De faciliteiten op de strip moeten een breed publiek aanspreken dat zich uitstrekt over de wijde omgeving.

Tot op heden is de strip bebouwd met sport- en recreatiecentrum De Scheg. Hierin zijn verschillende faciliteiten gevestigd, zoals een subtropisch zwembad, diverse indoorsporten en een half overdekte kunstijsbaan. Ook heeft aan het eind van de strip onlangs een fitnesscentrum zijn deuren geopend. Er ligt echter een strook braakliggend terrein waarvoor de gemeente graag een invulling vindt. De bestemmingen voor het gebied dienen op zijn minst een link met sport en/of recreatie te hebben.

Een andere voorziening op sportgebied is stadion De Adelaarshorst, het onderkomen van Go Ahead Eagles. Het stadion is in een woonwijk gelegen. Dit feit brengt de nodige problemen met zich mee zoals leefbaarheid, geluidsoverlast en veiligheidsaspecten. Jarenlang is gesproken over een verplaatsing naar een andere locatie aan de rand van de stad of op een industrieterrein, maar door diverse redenen zijn dergelijke plannen nooit doorgezet en is besloten om het verouderde stadion op de huidige locatie op te knappen. Als laatste wordt hier het Boreel entertainment center genoemd. Dit is een grootschalig project wat ongeveer een jaar geleden opgeleverd is. De gemeente Deventer had de doelstelling om door middel van de Boreel het stadscentrum te vergroten om meer voorzieningen te kunnen bieden aan de eigen bevolking en mensen uit de regio. Dit beleid heeft vorm gekregen door de ontwikkeling van de Boreel waarin ondermeer een casino, bowlingbaan, bioscoop, restaurant en kookstudio gevestigd zijn. Door middel van een doorgang door de kleine gezellige straatjes van het Bergkwartier is de binding met het centrum benadrukt.

Op onderstaande afbeelding is inzichtelijk gemaakt waar de faciliteiten gelegen zijn.



Figuur 4-2 Overzichtskaart vrijetijdseconomie

Wat betreft evenementen is de organisatie voor het grootste deel in handen van het evenementenbureau van de plaatselijke VVV. Wel wordt intensief samen gewerkt met de gemeente, onder andere op het gebied van veiligheid en openbare orde. Een voorwaarde die de gemeente stelt is dat gewerkt wordt met vervoersmanagement. De gemeente is tevreden met het aanbod van evenementen dat op dit moment jaarlijks wordt aangeboden. Doelstelling is wel dat het niet slechts gaat om het organiseren van een leuk evenement, maar dat de bezoeker wordt getriggerd om voor een herhaalbezoek opnieuw naar Deventer te komen. Ook het verkrijgen van naamsbekendheid en het uitdragen van de filosofie achter 'Deventer een gastvrije handelsstad' spelen hierbij een belangrijke rol. De bestaande concepten worden steeds kritisch bekeken en zo nodig aangepast wanneer dit nodig is. Daarnaast worden ook jaarlijks nieuwe initiatieven opgestart terwijl andere concepten verdwijnen. Het gaat de gemeente Deventer bij evenementen niet alleen puur om het evenement, maar meer om de term belevingseconomie (Van Raaij, 2008).

4.3 Conclusie

In bovenstaand hoofdstuk is getracht een helder overzicht te verschaffen van het beleid omtrent locaties van instellingen en op welke wijze de gemeente Deventer het beleid hanteert.

- Gezien de vrijheid die gemeenten hebben sinds de Nota Ruimte het stringente vinexbeleid heeft opgevolgd, is het interessant om verschillende steden met elkaar te vergelijken.
- Het grootste risico dat kleeft aan het overgeven van de regie van Rijk naar gemeente is dat een concurrentieslag uitbreekt om bedrijvigheid naar de eigen gemeente te trekken.
- In de praktijk is te zien dat gemeenten hun beleid op elkaar afstemmen en in goed onderling overleg hun beleid inkleuren en uitvoeren. Hierbij geldt natuurlijk nog wel dat sprake is van een vrije markt en vanuit de markt zal altijd specifieke vraag naar locaties bestaan.
- Welk beleid er ook gevoerd wordt, uiteindelijk is het binnen de grenzen van de wet het bedrijf dat uiteindelijk de beslissing neemt.
- Op locaties die vanwege hun ligging, bereikbaarheid of anderszins in trek zijn, staat het de gemeente vrij om strenge normen te hanteren, bijvoorbeeld met betrekking tot parkeren. In de praktijk komt dit voornamelijk op centrumlocaties in grote steden voor. Steden als Utrecht, maar ook Deventer houden vast aan het oude ABC-locatiebeleid waarbij voornamelijk op A-locaties de normen strak worden gehanteerd.
- Het lokale beleid omtrent vrijetijdseconomie is gericht op combinatiebezoek, waarbij de bezoeker ook moet worden geprikkeld om op een later tijdstip de stad nogmaals te bezoeken.
- De gemeente wil het huidige aanbod van evenementen op peil houden door steeds kritisch te beoordelen of het aanbod nog volstaat aan de huidige wensen of dat er aanpassingen moeten worden gedaan.
- De laatste jaren zijn vooral de grote evenementen zoals de boekenmarkt en het Dickensfestijn niet van opzet veranderd, terwijl juist veel kleinere evenementen van opzet of locatie zijn veranderd.

5

Empirisch onderzoek

In de voorgaande hoofdstukken is verslag gedaan van het literatuuronderzoek, is het beleid aan de orde gekomen en is ingezoomd op de beleidspraktijk zoals deze in Deventer bestaat. Dit hoofdstuk gaat in op de resultaten van de casestudy die voor de situatie in Deventer is uitgevoerd.

5.1 Inleiding

Meester (1986) heeft in zijn onderzoek 'subjectieve waardering van bedrijfsvestigingsmilieus in Nederland' veel interviews afgenomen waarbij de nadruk lag op vestigingsplaatsentheorie. Hierbij zijn ervaringen opgedaan die in dit onderzoek een rol kunnen spelen. In het onderzoek van Meester is steeds getracht de directeur of ondernemer te interviewen, aangezien deze persoon degene is die de verantwoordelijkheid van een locatiebeslissing heeft. Ook bleek uit dat onderzoek vaak dat weinig affectie bestaat met het onderwerp, aangezien het bij veel instellingen niet speelt. Het bedrijf heeft vaak geen verplaatsingsplannen en is ook niet kortgeleden verhuisd. De betreffende personen konden vaak zelf weinig relevante informatie met betrekking tot vestigingsplaatsfactoren naar voren brengen en gaven als reden aan dat ze er nooit over hebben nagedacht. Ondernemers die wel met verplaatsing van het bedrijf bezig zijn geweest bleken vaak meer en uitgebreide informatie te kunnen verschaffen. De problemen waar Meester mee te maken heeft gehad zijn niet te voorkomen in dit onderzoek. Ook in dit onderzoek heeft het merendeel van de geïnterviewde instellingen niet kortgeleden te maken gehad met verplaatsingen.

Naast de interviews bij bedrijven zijn ook instellingen met een link naar vrijetijdseconomie geïnterviewd, is gebruik gemaakt van het archief van De Stentor en is via internet informatie gezocht die toegepast kan worden op voorliggend onderzoek.

5.2 Te onderzoeken instellingen

Dit onderzoek is voor een belangrijk deel gericht op kenniseconomie. Bij de afweging welke instellingen benaderd werden om te interviewen is gekeken naar de aard en de ligging van de bedrijven. Gekozen is om in te zoomen op adviesbureaus en onderwijsinstellingen. In dit kader zijn interviews afgenomen bij Saxion Hogescholen, Goudappel Coffeng, Tauw, DHV en Witteveen+Bos. Naast Saxion zijn de genoemde ingenieursbureaus de grootste die in Deventer gevestigd zijn.

De selectie van te interviewen personen of instellingen omtrent vrijetijdseconomie is gedaan aan de hand van een lijst van vrijetijdsbestedingen die binnen een stedelijke

omgeving passen (werkgroep vrijetijdsbesteding Deltametropool, 2004. Het gaat hierbij om de volgende punten:

- cultuur (musea, poppodia, theaters, etc.);
- attractieparken (pretparken, dierenparken, etc.);
- entertainment (casino's, bioscopen, indoor karting, etc.);
- wellness (sauna's);
- sport (stadions, indoor skicentra, etc.);
- detailhandel, horeca;
- evenementen, festivals;
- openlucht recreatie (stadsparken en -pleinen).

Uit bovenstaande lijst zijn functies geselecteerd die in het kader van dit onderzoek onderzocht kunnen worden. Enkele functies vallen bij voorbaat af aangezien deze niet voorkomen binnen de stadsgrenzen van Deventer. Functies om in het onderzoek mee te nemen zijn cultuur (schouwburg), entertainment (Boreel), sport (de Scheg, Go Ahead Eagles), detailhandel en horeca (in combinatie met entertainment bij de Boreel) en evenementen en festivals (boekenmarkt, Dickens Festijn, Deventer op stelten).

Tot slot is een interview afgenomen bij de gemeente, met name gericht op beleid omtrent kenniseconomie en vrijetijdseconomie.

5.3 Deskresearch

In onderstaande paragraaf worden resultaten van de deskresearch getoond. Gezocht is naar informatie gericht op de situatie in Deventer met betrekking tot vrijetijdseconomie, kenniseconomie en de combinatie van deze twee begrippen.

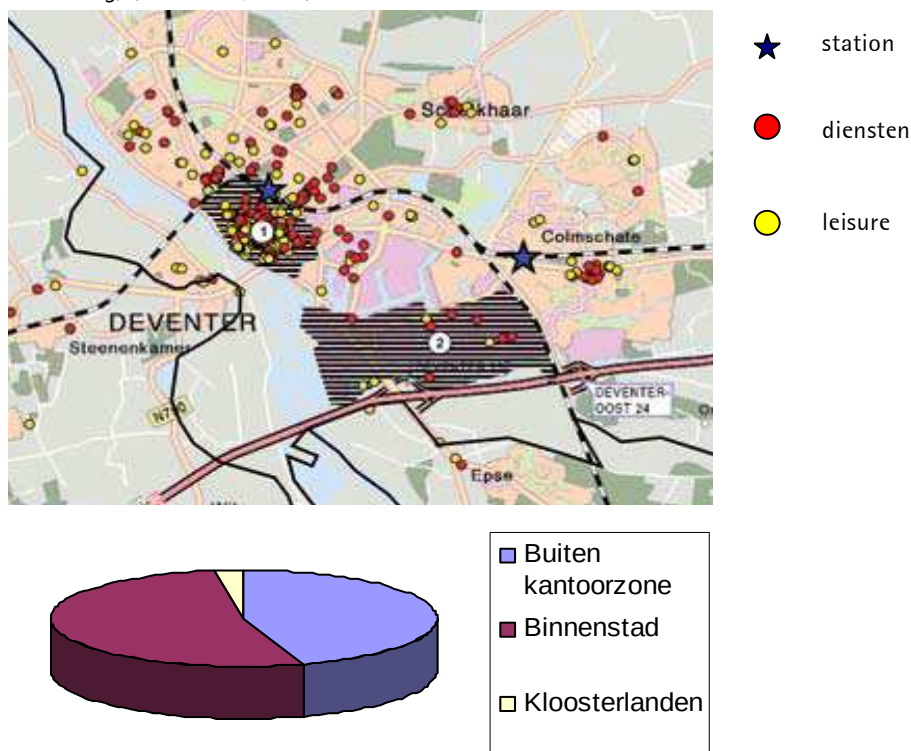
5.3.1 Kenniseconomie

In een vraaggesprek met Deventer bedrijfsmakelaars dat op internet gepubliceerd is, wordt aangegeven dat de Deventer kantorenmarkt zich onderscheidt vanwege de goede bereikbaarheid (internet: de ondernemer). Aangezien kantorenterrein Hanzepark direct aan de rijksweg A1 ligt en deze snelweg relatief gezien weinig last heeft van filedruk, wordt op dit vlak onderscheid gemaakt ten opzichte van andere steden. Ook ligt de vierkante meterprijs relatief laag en wordt de kwaliteit van de panden en de stad als positief beoordeeld. Een ander punt dat door de makelaars wordt genoemd is de representativiteit van een locatie en een gebouw. Enerzijds constateren de makelaars een krapte op de kantorenmarkt, terwijl anderzijds gekampt wordt met leegstand. De oorzaak hiervan ligt in het feit dat vooral verouderde kantoorpanden worden verlaten omdat bedrijven steeds sneller kiezen voor kwaliteit en uitstraling. Nieuwbouw van kantoorpanden heeft indirect leegstand tot gevolg. De prijzen van panden (huur en koop) spelen slechts een marginale rol in de keuze voor een vestiging. Dit wordt geconcludeerd door dhr. Dijkerman, bedrijfsmakelaar. Deze conclusie wordt onderbouwd met het argument dat ondanks de relatief hoge prijzen in het centrum van Deventer in vergelijking met bijvoorbeeld Hanzepark, de centrumlocaties erg in trek zijn. Prioritering van belangen is hierbij cruciaal. Wanneer veel belang wordt gehecht aan bereikbaarheid en parkeren, dan zal het centrum als vestigingsplaats gemeden worden, maar wanneer een mooi karakteristiek pand de voorkeur heeft komt men toch in het centrum uit. Bereikbaarheid van het centrum vanaf het station in Deventer is goed te noemen. Gebrek aan parkeergelegenheid is, voornamelijk voor panden zonder eigen parkeergarage, het grootste nadeel van vestiging in de binnenstad.

In 2008 heeft de Nederlandse Vereniging van Makelaars (NVM) een onderzoek uitgevoerd naar de kantorenmarkt in Nederland (Nationaal kantorenmarktonderzoek 2008). Een deel van dat onderzoek bestaat uit factsheets over specifieke steden. Deventer is één van de onderzochte steden en in het onderzoek zijn de locaties in de binnenstad en kantorenpark Hanzepark onderzocht. Als voordelen van het centrum worden de uitstraling, bereikbaarheid per openbaar vervoer en de nabijheid van winkels genoemd. Een minder

punt is zoals bij de meeste binnensteden de bereikbaarheid per auto. Dit laatste punt is bij kantorenpark Hanzepark wel in orde en een ander voordeel is de aanwezigheid van voorzieningen in de panden welke op een hoger kwaliteitsniveau liggen. De NVM geeft aan dat in grote mate rekening wordt gehouden met de wensen van de werknemers, vooral ten aanzien van de bereikbaarheid en daarnaast de aanwezigheid van klimaatbeheersing. Dit komt door de krapte op de arbeidsmarkt waardoor werknemers zich minder gebonden voelen aan de werkgever. Naast goede arbeidsvoorwaarden en interessant werk, speelt ook ligging, kwaliteit en imago van de werklocatie hierbij een steeds grotere rol.

In de toekomst verwacht de NVM dat factoren als voorzieningen in een kantoorpand, parkeermogelijkheden en het type werkplek een belangrijke rol gaan spelen. Verder wordt geconcludeerd dat kleine bedrijven en overheidsinstellingen de voorkeur geven aan de binnenstad, terwijl grote bedrijven en bedrijven uit de zakelijke dienstverlening vooral letten op bereikbaarheid. Wanneer de twee onderzochte locaties worden vergeleken op het aantal voorzieningen, laat het beeld grote verschillen zien (zie onderstaande afbeelding) (NVM BOG, 2008).



Figuur 5-1 Voorzieningenniveau per kantoorzone (bron: NVM BOG, 2008)

Het voorzieningenniveau in het centrum ligt vele malen hoger dan dat op een bedrijventerrein. Zowel op gebied van diensten, als op gebied van leisure. Wat ook uit bovenstaande afbeelding is af te lezen, is dat het gehele binnenstadsgebied per voet te bereiken is vanaf het station. Voor het bedrijventerrein gaat dit niet op.

Dat het vinden van een geschikte vestigingslocatie een lastig traject is, blijkt uit een artikel uit de Stentor van 20-03-2008. Algemeen directeur Weber van ingenieursbureau Wittenveen+Bos heeft een ludieke beloning (in de vorm van een koetjesreep) uitgeloofd aan de persoon die een goed idee heeft voor een geschikte locatie. De zoektocht concentreert zich op een beperkte straal rondom het station. Een groot nieuw pand langs de A1 wijst Weber bij voorbaat af. Het bedrijf kiest bewust voor dislocaties. Logistiek is dat niet optimaal, maar wel flexibel.

Stimuleren kenniseconomie

De stichting Politieke Jongeren Organisatie Deventer (PJOD) vindt dat te veel hooggeschoolde jongeren Deventer uitgejaagd worden, omdat Deventer nog méér een industriestad is dan een stad met een kenniseconomie (de Stentor 2005). Er moeten meer kennisintensieve bedrijven naar de stad worden getrokken vindt de stichting. Juist het vasthouden van hoogopgeleide mensen zorgt voor het vestigen van nieuwe bedrijvigheid. Wanneer het aanbod van werkgelegenheid echter nog onder de maat is zullen veel startende hoogopgeleiden de stad verlaten. Ook zouden meer studenten gedurende hun opleiding in Deventer moeten wonen om ze op die wijze beter met de stad te laten binden.

Clustering

In het theoretische hoofdstuk is aandacht gegaan naar de clustertheorie van Porter. Tijdens de deskresearch voor de casestudy kwam deze theorie opnieuw naar voren. Zowel op het vlak van kenniseconomie als vrijetijdseconomie (zie volgende paragraaf). Dhr. Van An del, voorzitter van de raad van bestuur van ROC Aventus geeft in De Stentor (2004b) aan dat gestreefd moet worden naar een betere doorstroming van het mbo naar het hbo door de opleidingen onder één dak samen te brengen, faciliteiten te delen en het onderwijs beter af te stemmen op de woonplaats van leerlingen. Het Rijk probeert de kenniseconomie te stimuleren en daartoe dienen er meer hbo-studenten te komen. Deze extra toestroom moet voornamelijk uit het bedrijfsleven en vanuit het mbo komen. Als de vervolgopleiding letterlijk in zicht is, zullen leerlingen eerder doorstromen en komen leerlingen eerder in aanraking met vervolgonderwijs. Ook is een betere afstemming mogelijk volgens Van An del.

Een ander voorbeeld waarbij clustering op het gebied van kenniseconomie naar voren komt is bij de samenwerking tussen MKB Deventer en Saxion hogescholen. MKB-voorzitter Oggel (De Stentor 2004c) stelt dat de gezamenlijke huisvesting en de gebruikmaking van elkaars netwerken perfect aansluiten bij het gedachtegoed van het Innovatieplatform Nederland. Wil Deventer in economisch opzicht blijven meetellen, dan zal de economie zich voortvarend blijven ontwikkelen als een kenniseconomie en dient er veel aandacht te zijn voor producten en diensten waarvoor geavanceerde kennis nodig is. Oggel stelt dat de samenwerking een stimulans is voor ondernemers, studenten en docenten.

Ook Hein Pieper van het CDA onderstreept het belang van de samenwerking tussen Saxion en MKB Deventer (De Stentor 2006c). Pieper wil Deventer landelijk nog beter op de kaart zetten rond het thema kenniseconomie en juist de clustering van Saxion en MKB toont aan dat de stad bedrijfsleven en onderwijs al bijzonder goed koppelt.

Uit de bovenstaande tekst blijkt dat voornamelijk de vestiging van Saxion Hogescholen een belangrijke rol speelt in de Deventer kenniseconomie en in het bijzonder bij de clustering die heeft plaatsgevonden. De uitwisseling tussen bedrijfsleven en studenten in de vorm van kennis en stages speelt een sleutelrol binnen dit onderwerp en biedt voor zowel student als onderneming veel kansen.

5.3.2 Vrijetijdseconomie

Wanneer de term vrijetijdseconomie in combinatie met Deventer wordt gehanteerd als zoekterm worden veel hits gevonden over de diverse grote evenementen die jaarlijks in de stad worden georganiseerd. Naast deze evenementen biedt de stad uiteraard ook andere faciliteiten die onder de noemer vrijetijdseconomie geschaard kunnen worden. Deze paragraaf gaat eerst in op de evenementen en vervolgens op het overige aanbod.

Het evenementenbeleid van de gemeente Deventer wordt door de voorzitter van Koninklijk Horeca Nederland (KHN) afdeling Deventer als elitair omschreven (De Stentor 2003b). Er wordt slechts een beperkt aantal vergunningen afgegeven. Deze gaan volgens KHN naar fantastische evenementen, maar deze evenementen trekken een bepaald publiek, met een beter gevulde portemonnee. De horecavoorzitter denkt dat de gemeente bang is voor geluidsoverlast bij andere evenementen zoals optredens van popgroepen.

De Stentor (2003c) heeft een onderzoek uitgevoerd om te weerleggen dat slechts een beperkte doelgroep wordt bereikt met de bestaande evenementen en hieruit kwam naar voren dat bezoekers van de evenementen uit alle wijken van Deventer komen. Het Dickens Festijn en Deventer op Stelten is zelfs door twee derde van de ondervraagde Deventenaren bezocht. Ook de gemeente Deventer heeft een onderzoek uitgevoerd waarbij telefonisch personen uit alle wijken naar hun waardering voor verschillende evenementen is gevraagd. Hieruit kwam het beeld naar voren dat geen verschillen in waardering en bezoek bestaan tussen de wijken. Er kan geconcludeerd worden dat de grote evenementen bereikbaar zijn voor een brede doelgroep. Bereikbaar in de meest brede zin van het woord, zowel aansluitend aan de wensen als fysiek toegankelijk. Ondanks het feit dat zowel de Stentor en de gemeente tot de conclusie komen dat de georganiseerde evenementen een breed publiek aantrekken wordt wel degelijk gemikt op vernieuwing en uitbreiding van het aanbod. In 2007 en 2008 zijn op twee locaties dicht bij de binnenstad dancefestivals georganiseerd waarbij de gemeente een faciliterende rol heeft gespeeld. Deze festivals zijn voornamelijk op een jongere doelgroep gericht. Het feit dat vooral de laatste versie (voor een breder publiek) een groot succes was bleek uit het feit dat lange wachtrijen ontstonden om het gratis festivalterrein op te kunnen. Geluidsmetingen uitgevoerd door ingenieursbureau Tauw hebben aangetoond dat het geluidsniveau niet boven de norm uitkwam en het aantal klachten wegens geluidsoverlast bleef tot enkele beperkt. Volgens De Stentor (2008c) pikken de meeste buurtbewoners het festival als een presentje mee. Qua bereikbaarheid heeft een dergelijk festival niet erg veel omhanden. Veel bezoekers komen uit Deventer en komen per fiets en door het gros van de andere bezoekers wordt voor de trein gekozen gezien de ligging van het terrein pal naast het station. Het kleine gedeelte van de bezoekers dat toch per auto komt kan de parkeergelegenheid van de binnenstad gebruiken. Aangezien het om een zondag gaat is capaciteit geen knelpunt.

Evenementen zoals Deventer op Stelten of het Dickens Festijn vergen een meer uitgebreide organisatie rondom bereikbaarheid. In het voorgaande hoofdstuk is al aan de orde gekomen dat de organisator verplicht wordt om een mobiliteitsplan op te stellen. Gezien het feit dat de evenementen door de jaren heen sterk zijn gegroeid is een breed pakket aan bereikbaarheidsoplossingen ingezet. Uiteindelijk heeft dit geleid tot een situatie waarbij de parkeerdruk in het centrum minder hoog is dan op een drukke zaterdag. Meerdere oorzaken zijn hieraan debet, maar vooral de inrichting van transferia bij de belangrijkste toegangswegen spelen een rol. Dit gebeurt zowel bij de boekenmarkt als bij het Dickens Festijn. Zowel op de parkeerplaats van sportcentrum De Scheg (nabij afrit Deventer-oost) als bij de afrit Deventer (op kantorenpark Hanzepark) kan voor een paar euro per auto geparkeerd worden, waarna gratis per bus de rest van de weg naar het centrum afgelegd kan worden. Van deze mogelijkheden is door veel bezoekers van buiten de stad gebruik gemaakt. De maatregelen worden via de media en borden langs de toegangswegen gecommuniceerd. Een ander groot deel van de bezoekers heeft de reis per trein gemaakt. Door de NS zijn voor boekenmarkt zelfs extra lange treinen ingezet vanaf 2006. Als aanvulling op de vervoersmogelijkheden was het ook mogelijk om tussen Zutphen en Deventer de reis naar de boekenmarkt per stoomtrein te maken en de terugreis per salonboot over de IJssel. Door de jaren heen zijn diverse aantrekkelijke verplaatsingsmogelijkheden aangeboden zoals een paardentram of een stoomtrein (De Stentor 2001, 2006a, 2006b).

Het succes van de diverse evenementen en de aantrekkelijke binnenstad zorgt ervoor dat veel dagjesmensen de stad bezoeken. Oud-wethouder Doornebos geeft in de Stentor (2004a) aan trots te zijn op het aantal van 895.000 mensen dat de stad bezocht heeft. Dat aantal staat echter los van de evenementen. De evenementen zorgen er wel voor dat veel mensen na een evenement nog een keer terugkeren om de stad te bezoeken.

Wanneer vrijetijdseconomie breder wordt getrokken dan evenementen en de binnenstad vallen twee grootschalige projecten in Deventer op. Het gaat hierbij om sport- en recreatiecentrum De Scheg en het Boreel Entertainment Center. Het Boreel entertainment

center is een complex dat in 2007 is opgeleverd en direct bij de binnenstad gelegen is. Het gaat om een clustering van verschillende vormen van ontspanning zoals bowling, bioscoop, eten en drinken en casino. In paragraaf 5.4.2 wordt verder ingegaan op dit project en de locatie en bereikbaarheid van dit complex.

Eerstgenoemde voorziening (De Scheg) is gelegen langs een doorgaande weg. Het

complex biedt onderdak aan verschillende sporten, een subtropisch zwembad en een kunstijsbaan. Naast dit complex ligt een ruime parkeergelegenheid en er bestaan reeds jaren plannen om meer projecten die aansluiten bij het thema sport en ontspanning op deze locatie onder te brengen. Hiertoe is een strook braakliggend terrein beschikbaar. Over de invulling wordt echter reeds jaren gediscussieerd, maar er is voornamelijk veel aandacht



Figuur 5-3 Sportstrip

gegaan naar de mogelijkheden voor een skihal. In De stentor van 05-06-2003 worden al vervorderde plannen gepresenteerd, maar deze plannen zijn afgeblazen. Enkele jaren later zijn soortgelijke plannen gepresenteerd (De Stentor 2007b), maar ook dit plan is tot op heden niet verder geconcretiseerd. Onlangs zijn nieuwe initiatieven gepresenteerd om de strook op te vullen. Het gaat om een samenwerking tussen verschillende sportverenigingen die gezamenlijk een skeeler- en wielervedbaan eventueel met atletiekbaan willen ontwikkelen (De Stentor, 2008d).

De ligging van de locatie is gunstig, gezien de nabijheid van de snelweg, station Colmschate, diverse regionale verbindingswegen en voldoende parkeergelegenheid. Tot op heden zijn geen problemen met betrekking tot bereikbaarheid aan de orde geweest. Wel wordt het parkeerterrein jaarlijks gebruikt bij grote evenementen in de binnenstad. Het wordt dan ingericht als transferium van waar uit bussen naar de binnenstad en terug pendelen.

Een andere sportvoorziening is stadion De Adelaarshorst van betaald voetbalorganisatie Go Ahead Eagles. Dit stadion staat midden in een woonwijk en was tot enkele jaren geleden ernstig verouderd. Vanuit de club bestond de wens om een nieuw stadion te ontwikkelen en ook de gemeente onderschreef dit initiatief vanwege de beperkingen op de oude locatie en de wens om het betaald voetbal in Deventer te versterken. De locatie waar het oog op was gevallen genoot weinig draagvlak onder de bevolking, mede door de ligging tussen een woonwijk en een natuurgebied. Hierdoor werden ook de commerciële exploitatiemogelijkheden in twijfel getrokken. Het college van B&W heeft daarop besloten medewerking te verlenen aan een andere locatie, namelijk op het nog te ontwikkelen Bedrijvenpark A1. Voordat tot deze locatie is gekomen is een locatievergelijking uitgevoerd waarbij 16 mogelijke locaties zijn benoemd. Aan de hand van 8 criteria is de geschiktheid van elke locatie onderzocht. Het ging hierbij om:

- planologische mogelijkheden om een artikel 19 procedure te doorlopen;
- beschikbaarheid gronden;
- ontwikkelingspotenties stadion en omgeving;
- bereikbaarheid op korte en langere termijn;
- parkeren;
- milieu;
- openbare orde;
- landschap/ecologie.

Het criterium parkeren scoorde op het te ontwikkelen bedrijvenpark hoog aangezien de functie gecombineerd met bedrijven kan worden gebruikt. De piekvraag naar parkeren bij

het stadion valt niet samen met kantoortijden waardoor voldoende capaciteit voor handen is (gemeente Deventer, 2000). In 2004 heeft de club de gemeente verzocht af te zien van de nieuwbouw en steun gevraagd voor opknappen van de oude locatie. Tekorten aan financiële middelen lagen hieraan ten grondslag. Een van de belangrijkste redenen om voor een nieuw stadion te kiezen was een multifunctioneel gebruik van het stadion. De vraag is op welke wijze dit ingekleurd kan worden op de oude locatie (gemeente Deventer, 2005). Veel nieuwe stadions en Nederland worden buiten de stad gebouwd en bieden veel ruimte voor allerlei commerciële randzaken. Vaak wordt gedacht dat dit vooral voor sponsors van belang is en dat de club er financieel bij gebaat is. Kenmerkend voor de locatie van De Adelaarshorst is de ligging in een woonwijk. Binnen- en buitenlandse voorbeelden laten echter zien dat stadions in woonwijken ook vooral een positieve uitwerking kunnen hebben vanwege de historische wortels in een stad of wijk en de daarmee gepaard gaande betrokkenheid van bewoners bij hun voetbalclub. Daarbij komt dat een stadion een motor kan zijn van economische activiteit en vitaliteit in een stad, veelal in stadsdelen die dit goed kunnen gebruiken.

5.3.3 *Combinatie kenniseconomie en vrijetijdseconomie*

De Deventer bedrijfsmakelaars (internet: de ondernemer) geven aan dat één van de succesfactoren van de kantorenmarkt de kwaliteit van de stad is. Dit punt legt een link tussen de kenniseconomie en de vrijetijdseconomie. Volgens de makelaars blijven grote evenementen zoals die in Deventer worden georganiseerd niet onopgemerkt in de zakelijke wereld. De stad zet zichzelf goed op de kaart met grootschalige evenementen zoals de boekenmarkt, Deventer op Stelten en het Dickens Festijn. Ook de kwaliteit van de Brink als centraal plein speelt een rol. Bedrijven verbinden graag hun naam aan dergelijke evenementen en daarnaast zorgt het voor een goed vestigingsklimaat voor werknemers volgens de makelaars.

Uit de literatuurstudie wordt geconcludeerd dat bedrijven bij de zoektocht naar een locatie meer en meer kijken naar factoren die van belang zijn voor de vestiging van personeel, de zogeheten quality of life factoren. De Deventer bedrijfsmakelaars wijzen ook op dit fenomeen: "Bedrijven die zich ergens willen vestigen kijken tegenwoordig niet alleen meer naar bereikbaarheid en parkeermogelijkheden. Van groot belang is ook of er wat te beleven valt in een stad voor het personeel. Deventer heeft wat dat betreft buitengewoon veel te bieden op het gebied van wonen, opleiding, sport, ontspanning, natuur en niet te vergeten cultuur. Daarnaast heeft de ligging aan de IJssel natuurlijk ook wel iets".

Ook de NVM concludeert in haar onderzoek uit 2008 dat de afstemming tussen privé en werk van belang is, waarbij de aanwezigheid van bepaalde voorzieningen in de werkomgeving een rol speelt. De nabijheid van bijvoorbeeld winkels, kinderopvang en sportfaciliteiten is hierbij van belang in het kader van tijdsbesparing en stress vermindering.

De stichting Politieke Jongeren Organisatie Deventer geeft in De Stentor van 25-08-2005 aan dat meer studenten aan Deventer gebonden zouden worden wanneer een levendiger jeugdcultuur zou bestaan. De horeca in de stad is volgens de politieke jongeren te eenzijdig samengesteld en de gemeente kan door middel van faciliterend beleid een rol spelen om een meer levendiger jeugdcultuur te creëren. Wanneer meer studenten al in hun studententijd aan de stad worden gebonden, zal ook na hun studietijd een groter gedeelte in de stad blijven wonen. Een omgeving waarin veel hoogopgeleide mensen wonen, trekt zoals in hoofdstuk twee al werd beschreven indirect kennisintensieve bedrijvigheid aan.

Een bevolkingsgroep die hierbij centraal staat is de creative class (zie hst. 3.4). De gemeente Deventer is bezig met het faciliteren van een gebied dat geschikt is voor creatieve ideeën, genaamd de broedplaats, in het Havenkwartier. Het gaat om een verouderd industrieel gebied waarin de vele leegstaande panden gebruikt kunnen worden als creatieve broedplaatsen (De Stentor 2007a).

De idee creatieve broedplaats is terug te voeren op de filosofie van de Amerikaanse goeroe Richard Florida, die zegt dat de woon-, werk- en leefkwaliteiten van een stad

aanmerkelijk kunnen verbeteren wanneer kunst, cultuur en economische bedrijvigheid samen optrekken en elkaar beïnvloeden. Daardoor ontstaat creatieve bedrijvigheid en daaruit weer nieuwe stimulansen voor weer nieuwe ontwikkelingen (internet, CDA).



Figuur 5-4 Luchtfoto havenkwartier

Inmiddels is het Havenkwartier de thuishaven van een groot aantal kunstenaars, vormgevers en andere creatieven. Er worden culturele activiteiten georganiseerd, er is ruimte voor onderzoek en er wordt intensief samengewerkt. Er kan daarbij gedacht worden aan tentoonstellingen, muziektredens, theatervoorstellingen, bedrijfspresentaties, netwerkbijeenkomsten en feesten. De gemeente heeft hierbij meerdere rollen. Zij is eigenaar van de meeste panden en verhuurt deze aan de Stichting Havenkwartier Deventer, welke voor de verdere exploitatie en verhuur zorgt. Daarnaast is de gemeente samen met de provincie Overijssel subsidiënt van de Stichting Havenkwartier (internet: havenkwartier).

Hoewel veel verschillende initiatieven ontplooid worden en het project vaak als een succes in de media wordt bestempeld, is enige nuancering omtrent de effecten op zijn plaats. Het idee van een creative class is ontstaan met de gedachte de aantrekkingskracht van grote Amerikaanse steden te verbeteren en hoog opgeleide mensen naar de stad te trekken. De situatie zoals die in Deventer bestaat, is moeilijk te vergelijken met een stad als Chicago. Het effect kan in de praktijk dan ook veel kleiner zijn dan in theorie.

5.4 Geïnterviewde instellingen

5.4.1 Kenniseconomie

Goudappel Coffeng

De hoofdvestiging van Goudappel Coffeng is gelegen op de grachtengordel, direct bij het centrum en op loopafstand van het centraal station. Het bureau is opgestart vanuit Delft, maar vanwege enkele grote opdrachtgevers in het midden, oosten en zuiden van het land werd besloten om naar Deventer te verhuizen. Van belang hierbij waren vooral de noord/zuid en de oost/west radiaal via de weg en het spoor. Er werd gezocht naar een locatie binnen een kleine straal rondom het centraal station. Toen de huisvesting op deze locatie te klein werd, is nagedacht over een andere locatie. Er is gekozen om in Deventer te blijven vanwege het feit dat de meeste opdrachtgevers niet uit het westen van het land kwamen. De ligging bij het centrum en het station is van groot belang om verschillende redenen. Allereerst wil het bureau laten zien dat het een voorbeeldfunctie heeft als verkeerskundig bureau door de

Goudappel Coffeng BV

Goudappel is het grootste adviesbureau voor verkeer en vervoer in ons land. Goudappel houdt zich bezig met advies en onderzoek naar verkeer en vervoer en de inrichting van ruimte om optimale mobiliteit mogelijk te maken. De belangrijkste groep opdrachtgevers zijn overheden. Ook wordt er veel voor en samengewerkt met private partijen zoals vervoerders en projectontwikkelaars.

ligging bij het station en door klanten en personeel te stimuleren om vooral per fiets of openbaar vervoer naar het kantoor te komen. De representativiteit hangt hiermee voor een deel samen. Een kantoor aan een snelweglocatie past niet in de cultuur van het bedrijf. Ook is het zo dat het grootste gedeelte van het personeelsbestand in de directe omgeving woont. Een centrumlocatie biedt voordelen met betrekking tot de bereikbaarheid per fiets. Een ander gedeelte van het personeel komt per openbaar vervoer en alleen het personeel dat geen andere mogelijkheid heeft, kan parkeren in de ondergrondse garage. Hierin is ook ruimte voor klanten. Voor personeel geldt een streng beleid op het gebied van parkeren. Aan de hand van de reistijd en de verhouding tussen reistijd per openbaar vervoer en per auto worden de beschikbare plaatsen verdeeld.

DHV

DHV werkt in Nederland vanuit het hoofdkantoor in Amersfoort en beschikt daarnaast over regionale kantoren. Sinds ongeveer twee jaar heeft DHV huisvesting in Deventer. De reden dat voor Deventer gekozen is hing voornamelijk met de markt samen. Er werd gezocht naar een geschikte locatie om de regiokantoren voor Overijssel (Hengelo) en Gelderland (Arnhem) samen te voegen. Deventer ligt hier centraal tussenin en werd als gunstig gelegen beoordeeld voor de Overijsselse en Gelderse markt. Ook gezien het feit dat een groot deel van het personeelsbestand uit Arnhem en Hengelo komt is Deventer gunstig gelegen, gezien de bereikbaarheid zowel per auto als per openbaar vervoer. Nadat de stad Deventer als locatie was vastgesteld zijn meerdere potentiële locaties in de stad bekeken, zowel in de binnenstad als bij de snelweg. Bereikbaarheid was voor DHV een belangrijk punt, maar de extra reistijd voor een locatie in de binnenstad ten opzichte van een locatie dicht bij de snelweg is in de ogen van DHV te verwaarlozen. De binnenstad wordt dus als goed bereikbaar beoordeeld.

Onder de term bereikbaarheid wordt door

DHV verstaan:

- bereikbaarheid per auto in de spits;
- mogelijkheden per openbaar vervoer;
- sociale bereikbaarheid/levendigheid;
- parkeren.

De DHV Groep levert wereldwijd advies- en ingenieursdiensten op het gebied van mobiliteit (incl. luchthavens), bouw & industrie, ruimtelijke inrichting & milieu en water. Er zijn in totaal ongeveer 5000 medewerkers werkzaam.

De vestigingslocatie heeft een inpandige

parkeerkelder welke samen met enkele plekken achter het gebouw van Saxion Hogescholen voldoende capaciteit biedt. Eventueel kan de parkeergarage van de Boreel, welke vlak naast het kantoor gelegen is, als buffercapaciteit dienen, maar tot op heden is dit niet nodig. DHV voert actief beleid om personeel te bewegen per openbaar vervoer naar het kantoor te reizen. Daartoe worden de reiskosten volledig vergoed, terwijl dit voor autoreiskosten slechts een tegemoetkoming betreft. Daarnaast wordt thuiswerken steeds meer gestimuleerd en beschikt DHV over companycars, zodat autoafhankelijk personeel voor de woon-werk reis toch gebruik kan maken van het openbaar vervoer. Sociale bereikbaarheid/levendigheid is voor een belangrijk deel een wens die voortkomt uit voorkeuren van het personeel. Is het ook 's avonds veilig rondom het kantoor en kan tijdens de lunch een attractieve wandeling gemaakt worden? Dergelijke vragen pleiten voor een binnenstedelijke locatie.

Bereikbaarheid was een belangrijk issue, maar aangezien de bereikbaarheid van zowel de snelweglocaties als de binnenstadlocaties in de ogen van DHV geen knelpunt vormden heeft deze factor geen doorslaggevende rol gespeeld. De uitstraling en het imago hebben uiteindelijk de doorslag gegeven om voor de binnenstad te kiezen. Kostenfactoren en de nabijheid van concurrenten speelden nauwelijks een rol. Vanuit het hoofdkantoor bestond enige vrees dat personeel gemakkelijker de overstap naar een concurrent zou maken wanneer deze geclusterd zijn, maar in de praktijk blijkt deze vrees ongegrond. Ook de rol van de gemeente is klein geweest bij het zoeken naar een geschikte vestigingslocatie.

Saxion Hogescholen Deventer

Saxion Hogescholen is een hbo-instelling met drie vestigingen. De Deventer vestiging is op enkele minuten loopafstand van het centraal station gelegen. De ligging ten opzichte van het station was ten tijde van de vestiging dé doorslaggevende factor om voor deze

locatie te kiezen. In de eerste plaats met het oog op studenten welke immers de core-business vormen van een hogeschool, maar ook voor medewerkers. Ten tijde van de introductie van de OV-studentenkaart was het kabinet bang dat het wegnnet in Nederland dicht zou slibben

Saxion hogescholen is met ongeveer 20000 studenten een van de grootste hogescholen van Oost Nederland. Saxion biedt een zeer uitgebreid assortiment opleidingen. Er wordt veel gewerkt met samenwerkingsverbanden met bedrijven, instellingen en overheden. Saxion Kennistransfer is de schakel tussen kennisuitwisseling tussen Saxion en bedrijfsleven en andere instellingen.

wanneer geen grote stappen zouden worden genomen. In dat licht is de OV-studentenkaart gestart. Een hogeschool in de directe omgeving van een station stimuleert het gebruik van openbaar vervoer en trekt daarnaast studenten aan, doordat de school voor deze doelgroep goed te bereiken is. Bij open dagen wordt aan studenten steeds de vraag gesteld waarom men naar Saxion komt. De goede bereikbaarheid is een veelgehoord argument. De locatie speelt een rol bij het keuzeproces van de student voor een opleiding en school. Er wordt getracht studenten niet met de auto naar de school te laten reizen. De parkeercapaciteit is hiervoor te beperkt en ook de directe omgeving ondervond een hoge parkeerdruk. Enige tijd geleden is om deze reden is een nabijgelegen buurt een parkeervergunningzone ingesteld.

Het beleid dat voor studenten geldt (zoveel mogelijk reizen per openbaar vervoer en fiets), geldt ook voor medewerkers. Er is slechts een beperkt aantal parkeerplaatsen beschikbaar. Er zijn echter medewerkers die voor vervoer van hun auto afhankelijk zijn en daarnaast is er ook een grote parkeervraag van deeltijdstudenten. Het aantal parkeerplaatsen is door het ABC-locatiebeleid destijds op een maximum vastgesteld. In principe houdt de gemeente nog steeds dezelfde norm aan, maar in overleg is kort geleden een uitbreiding van het aantal parkeerplaatsen gerealiseerd. De goede bereikbaarheid per openbaar vervoer heeft voordelen voor studenten en personeel, maar biedt daarnaast ook maatschappelijke voordelen. Door de ligging en het beperkte aantal parkeerplaatsen wordt minder gebruik gemaakt van de auto als vervoermiddel.

Bereikbaarheid was het doorslaggevende criterium voor de vestiging op de huidige locatie. Het feit dat het gebouw op een zichtlocatie gevestigd is, heeft geen rol gespeeld bij de keuze voor de locatie, maar is achteraf gezien wel van belang met het oog op het aantrekken van nieuwe studenten en naamsbekendheid. Wanneer op dit moment gezocht zou worden naar een nieuwe locatie, zou dit aspect een grotere rol spelen.

Ook de aanwezigheid van veel kennisintensieve bedrijven rondom de school wordt als positief ervaren. Het doel is om kennis van buiten naar binnen te halen en vervolgens weer naar buiten te verspreiden. Er wordt continu getracht om de relatie met het werkveld te verbreden. Het aantal studenten groeit al jaren en dit heeft tot gevolg dat steeds meer praktijkopdrachten en stageplaatsen benodigd zijn.

Een andere wijze om de bereikbaarheid naar een hoger plan te tillen is het stimuleren dat studenten in Deventer gaan wonen in plaats van reizen tussen hun ouderlijk huis en de school. Saxion tracht hierin een rol te spelen door te bemiddelen bij de huisvesting en door een goed verblijfsklimaat te creëren. In samenwerking met woningcorporaties en de gemeente bemiddelt Saxion op het gebied van studentenhuishuisvesting. Naast voldoende huisvesting moet ook de stad een aantrekkelijk vestigingsklimaat voor studenten kennen. Evenementen rondom de jaarlijkse introductie, maar ook andere initiatieven om Deventer te promoten en verbeteren als studentenstad worden hierbij ingezet.

Tauw

Dit ingenieursbureau dat is begonnen in Deventer heeft in de jaren '90 de vestigingsstructuur veranderd met als doel te komen tot een goede geografische spreiding om present te zijn in elke regio. Daartoe zijn meerdere vestigingen geopend.

Nieuwe vestigingen dienen aan een aantal criteria te voldoen. In de eerste plaats moet het om een aansprekende steden gaan.

Representativiteit en imago zijn in dat kader twee sleutelbegrippen. Ten tweede dient de bereikbaarheid per zowel openbaar vervoer als auto goed te zijn.

De hoofdvestiging in Deventer is in de jaren '80 ontwikkeld. Destijds zat er

geen strakke filosofie achter de keuze voor een locatie. Er werd voornamelijk gekeken naar het beschikbare aantal vierkante meters. Pas de laatste jaren zijn er steeds meer factoren die een rol spelen in dit proces. Bij een nieuwe locatie zijn voornamelijk uitstraling, bruikbaarheid, ligging en mobiliteit de kernpunten aan de hand waarvan een locatieafweging wordt gemaakt. Clustering speelt hierbij geen rol. Het feit dat concurrenten en Saxion hogescholen in de directe nabijheid gevestigd zijn is voor Tauw niet direct van belangrijke toegevoegde waarde.

Tauw is een internationaal opererend advies- en ingenieursbureau met een visie die gebaseerd is op het realiseren van langetermijnwinst voor de samenleving. Het ontwerpen van een mooie, schone, veilige en duurzame leefomgeving in opdracht van overheden en bedrijven staat centraal binnen het bedrijf. De adviesgebieden zijn Ruimte, Milieumanagement, Bodem, Civiel, Water, Waterbouw en waterbehandeling en Juridisch en financieel advies.

Vanwege de ligging in het centrum en bij een openbaar vervoerknooppunt is het aantal beschikbare parkeerplaatsen beperkt. Hiertoe wordt dan ook een streng parkeerbeleid gevoerd. In principe komen werknemers per fiets of openbaar vervoer naar de vestiging. Parkeerplaatsen worden slechts toegekend wanneer er met drie personen gecarpoold wordt of wanneer de auto in verband met de functie-uitvoering noodzakelijk is. Ook de vergoeding van de reiskosten is ingericht om reizen per openbaar vervoer te stimuleren. Voor woon-werkverkeer per openbaar vervoer geldt een vergoeding van 100 procent terwijl dit voor de auto lager is.

Witteveen+Bos

Evenals Tauw en Goudappel Coffeng heeft ook Witteveen+Bos het hoofdkantoor gevestigd in het centrum van Deventer. De reden dat Witteveen+Bos in Deventer gevestigd is, heeft alles te maken met de eerste opdracht, te weten de sluis in Deventer. Deze sluis, die in 1951 gereedgekomen is, was de eerste grotere opdracht van het toen nog jonge ingenieursbureau. Vanaf dat moment is het bedrijf autonoom gegroeid tot de omvang die het vandaag de dag heeft. Er zijn nu meerdere vestigingen door het land verspreid. De locaties zijn steeds in de buurt van openbaar vervoer knooppunten gevestigd en nooit alleen bij de snelweg. Er zijn hiervoor meerdere redenen aan te wijzen,

Witteveen+Bos levert advies- en ingenieursdiensten voor projecten in de sectoren Water, Infrastructuur, Ruimte en milieu en Bouw. Opdrachtgevers zijn overheden, het bedrijfsleven, industrie en verschillende soorten samenwerkingsverbanden. Naast het hoofdkantoor in Deventer heeft Witteveen+Bos meerdere nationale en internationale vestigingen.

te weten uitstraling, bereikbaarheid en voorkeur van personeel. Op een bedrijventerrein aan de snelweg is het voor personeel tijdens de lunch niet aantrekkelijk om een blokje om te lopen. Ook de term bereikbaarheid wordt voornamelijk met het oog op het personeel genoemd.

Witteveen+Bos vindt het

belangrijk dat personeel de vestiging per openbaar vervoer goed kan bereiken. De ligging direct tegenover het centraal station van Deventer waarborgt dit doel. Op de huidige locatie acht het bedrijf de uitstraling ook van een hoger niveau vergeleken met een snelweglocatie.

Het personeel van Witteveen+Bos woont voornamelijk binnen een straal van 50 kilometer rondom Deventer. De vergoeding van de reiskosten voor het woon-werkverkeer is gericht

op het stimuleren van openbaar vervoer. Woon-werkverkeer per auto wordt vergoed tot de fiscale grens, maar voor openbaar vervoer is de vergoeding ruimer. Autobereikbaarheid staat enerzijds onder druk door het steeds minder goed bereikbaar worden van de Deventer binnenstad, maar daarnaast is een tekort aan parkeercapaciteit inherent aan een binnenstadlocatie. Parkeerplaatsen voor personeel worden toegekend wanneer dit voor het uitoefenen van de functie echt noodzakelijk is en wanneer er wordt gecarpoold. De bereikbaarheid per openbaar vervoer op de huidige locatie wordt goed genoemd. Aangezien Witteveen+Bos zich vooral bedient van openbaar vervoer wordt deze vorm van bereikbaarheid van meer belang geacht dan de bereikbaarheid per auto.

De nabijheid van Saxion en andere kennisintensieve bedrijven speelt nauwelijks een rol. Er wordt wel samengewerkt met deze bedrijven, maar de fysieke nabijheid is daarvoor niet van belang.

Niet alleen de bereikbaarheid van de stad wordt goed genoemd, maar een ander belangrijk punt is de mate waarin een stad en zijn inwoners openstaan voor nieuwe mensen. Deventer wordt in dat kader als een erg openstaande stad geïnterpreteerd. Het scala aan faciliteiten, zowel op het gebied van sport, cultuur, evenementen als andere ontspanning speelt hierin een belangrijke rol. Dit punt kan zorgen voor het feit dat werknemers naar de stad verhuizen en hieraan verbonden worden. Ook maakt het bedrijven aantrekkelijk voor potentieel personeel.

5.4.2 Vrijtijdseconomie

Boreel entertainment Center

Medio 2007 is in Deventer de Boreel opgeleverd. Het gaat hierbij om een multifunctioneel centrum voor wonen, werken en ontspanning. Het geheel vormt een grote aanvulling op de bestaande faciliteiten en het winkelaanbod van de binnenstad. Een onderdeel van de Boreel is het Boreel Entertainment center. Onder één dak zijn een restaurant, bar, kookstudio, casino, gameshal, bioscoop en bowling gevestigd. Het gaat om een vernieuwend concept. Als voordeel van de locatie bij de binnenstad ten opzichte van een locatie op een bedrijventerrein wordt de aanwezigheid van winkels en andere binnenstedelijke faciliteiten genoemd. Er vinden veel combinatiebezoeken plaats. In het weekend komt het vaak voor dat moeders hun kinderen naar de film brengen om zelf te winkelen of boodschappen te doen. Ook combinatiebezoeken tussen de bioscoop en het casino komen veel voor.

Het voordeel van dit amusementconcept is dat het traffic genereert. De verschillende onderdelen van het entertainment center maken reclame voor elkaar en zorgen door middel van promotionele acties voor omzet bij elkaar. De doelgroep die hierdoor de locatie bezoekt wordt vele malen groter.

Bezoekers komen voor een groot deel uit Deventer en kernen hieromheen, maar ook uit steden als Apeldoorn en Zwolle. Bereikbaarheid per auto is om deze reden een belangrijk punt. Onder het complex is een grote parkeergarage gerealiseerd welke tot op heden voldoende capaciteit heeft. Op drukke momenten wordt de maximale capaciteit vaak benaderd, maar in de directe omgeving zijn voldoende alternatieve parkeergelegenheden voor handen. Er is gespeeld met de gedachte om bezoekers tegemoet te komen in de parkeerkosten, maar dit is vanwege kostenaspecten niet van de grond gekomen. Bezoekers per fiets kunnen op het plein zelf hun fiets stallen, maar er is geen bewaakte of overdekte stallingmogelijkheid en de capaciteit is beperkt waardoor er veelvuldig buiten de rekken geparkeerd wordt. De bereikbaarheid van de locatie is goed, gezien de ligging

Op het terrein van de Boreelkazerne hebben de afgelopen jaren verschillende ontwikkelingen plaatsgevonden. Zo zijn er diverse winkels ontwikkeld, is er een fitnesscentrum, liggen er acht bowlingbanen en is er een bioscoop met vier zalen. Ook bestaat de mogelijkheid een gokje te wagen in het casino en een hapje te eten in een restaurant. Tot slot wordt in de kazerne zelf een lifestylecentre van Jan Des Bouvrie ontwikkeld.

aan de doorgaande wegen rondom het centrum en de korte reistijd vanaf de snelweg. Ook is de Boreel op loopafstand van het station gelegen.

De rol die de gemeente heeft gespeeld is voornamelijk faciliterend geweest. Met betrekking tot vergunningen is het proces soepel verlopen. Er was de gemeente ook veel aan gelegen om het project vlot en soepel van de grond te krijgen gezien het belang en de omvang als aanvulling op de bestaande centrumfaciliteiten.

Evenementenbureau VVV

Voor de grote evenementen zoals die jaarlijks in Deventer worden georganiseerd is bereikbaarheid een belangrijk item. De boekenmarkt en het Dickens Festijn trekken meer dan 100000 bezoekers en wanneer deze bezoekers moeite hebben om de locatie te bereiken of de auto niet kwijt kunnen heeft dat gevolgen voor de algehele gemoedstoestand van de bezoeker, maar ook op het aantal bezoekers.

Getracht wordt om een zo groot mogelijk aandeel bezoekers per openbaar vervoer te laten reizen. Daartoe is een samenwerkingsverband met de NS opgezet en de NS is ook sponsor van het Dickens Festijn en de boekenmarkt. Door middel van persberichten en communicatie door het hele land wordt reclame gemaakt voor de evenementen met de nadruk op de bereikbaarheid per openbaar vervoer.

Bezoekers die per auto reizen worden door middel van borden langs de snelweg naar transferia geleid waar vandaan pendelbussen naar het centrum rijden. Gezien het feit dat deze parkeeroplossing goedkoper is dan parkeren in het centrum wordt van deze mogelijkheid veel gebruik gemaakt.

De organisatie van de evenementen is in handen van het evenementenbureau. Voorafgaand aan een dergelijk evenement is een uitgebreid stelsel aan vergunningen benodigd. Met alle betrokken actoren gezamenlijk wordt overleg gevoerd wie welke taken en verantwoordelijkheden draagt en deze goede afstemming zorgt ervoor dat de vergunningsprocedures soepel verlopen.

VVV Deventer organiseert jaarlijks vele activiteiten die voor een ieder toegankelijk zijn. Het gaat hierbij zowel om grootschalige evenementen als om kleinschalige activiteiten. Gedacht kan worden aan de zomerkermis, de boekenmarkt, straattheaterfestival Deventer op Stelten en de intocht van Sinterklaas.

Het doel van het organiseren van de evenementen is onder andere het promoten van Deventer als cultuurstad. Er wordt dan ook ingezet op kwaliteit en commerciële initiatieven worden zoveel mogelijk geweerd. De evenementen zorgen voor veel positieve reclame en veel bezoekers komen hierdoor voor het eerst in aanraking met de stad en komen op een later moment terug voor een herhaalbezoek. Ook geeft de VVV aan dat dergelijke evenementen mensen en bedrijven aan de stad bindt. Het bedrijfsleven verbindt er graag zijn naam aan en ook mensen die op zoek zijn naar het hogere culturele aanbod komen graag naar Deventer.

6

Confrontatie

In dit hoofdstuk wordt allereerst ingegaan op de conclusies die voortkomen uit de hoofdstukken Literatuurstudie, De beleidspraktijk en Empirisch onderzoek. Aan de hand van deze conclusies wordt vervolgens beoordeeld in hoeverre differentiatie bestaat tussen conclusies uit de literatuurstudie en conclusies uit het empirisch onderzoek.

6.1 Documentstudie en interviews

6.1.1 Kenniseconomie

In het eerste deel van dit hoofdstuk wordt teruggekeken naar de literatuurstudie en inzichtelijk gemaakt in hoeverre de verschillende onderzoeken die zijn uitgevoerd en waarvan de conclusies zijn gepresenteerd, op één lijn zitten. Tot slot is een tabel opgesteld die een ranglijst van vestigingsfactoren in de kenniseconomie impliceert. Om tot deze tabel te komen volgen hieronder nogmaals kort de conclusies uit de onderzoeken die zijn opgenomen in het literatuuronderzoek. Er zijn slechts onderzoeken bestudeerd die gestoeld zijn op de behaviorale benadering. Hierbij wordt de ondernemer beschouwd als satisfier die streeft naar een locatie die goed genoeg is. Wat van belang is alvorens de conclusies uit de locatietheorie te bestuderen, is dat locatietheorieën geen exacte uitkomst garanderen, maar ze laten een bepaalde mate van empirische variatie toe.

Meester toont in zijn onderzoek aan dat op lokaal niveau vooral eigenschappen van het terrein en het pand van belang zijn. Een opvallende uitkomst is dat de ligging van de vestiging op lokaal niveau geen rol speelt. Dit betekent dat Meester puur op ligging gebaseerd geen onderscheid maakt tussen bijvoorbeeld snelweglocaties en binnenstadslocaties. Wat ook opvallend is, is dat aan nationale aspecten een zwaarder belang wordt gehecht dan aan lokale en regionale aspecten. De relatie tot de markt en supply chain speelt hierin een rol.

In voorliggend onderzoek zijn de factoren die op lokaal niveau een rol spelen wel van belang, aangezien de studie zich richt op een specifieke stad. Volgens Meester zijn het vooral de eigenschappen en kosten van het pand en het terrein, de overheidsregulering, de infrastructuur en de bereikbaarheid die op lokaal niveau een grote rol spelen bij de vestigingskeuze.

In het onderzoek van Hanemaayer komen voor een belangrijk deel dezelfde factoren naar voren als bij Meester. Er wordt onderscheid gemaakt naar vestigingsfactoren voor de zakelijke dienstverlening en overige sectoren.

De volgende factoren nemen relatief in belang toe wanneer slechts naar zakelijke dienstverlening wordt gekeken:

- parkeermogelijkheden voor bezoekers;
- bereikbaarheid over de weg;
- representativiteit van het gebouw en de omgeving;
- bereikbaarheid per openbaar vervoer;
- adequaat opgeleid personeel.

Deze punten sluiten goed aan op de resultaten van het onderzoek van Kochl. De kwaliteit van de arbeidskrachten en de infrastructuur zijn van toenemend belang. Naast deze kritische factoren wordt door Kochl ook aan communicatie-infrastructuur, voldoende uitbreidingsmogelijkheden en aantrekkelijke gebouwencomplexen een groot belang gehecht.

Dynamis vastgoedconsultants geeft aan dat bereikbaarheid van een locatie erg belangrijk is, maar beschikbaarheid van adequaat opgeleid personeel is nog belangrijker in hun ogen. Uit het onderzoek van Pellenbarg blijkt ook dat deze twee factoren van groot belang zijn. Onderstaande tien factoren spelen volgens Pellenbarg de grootste rol bij vestigingskeuze voor de dienstensector.

Rangorde vestigingsfactoren dienstensector

1. parkeren	6. representatieve omgeving
2. bereikbaarheid over de weg	7. bereikbaarheid openbaar vervoer
3. personeel	8. huur/grondprijs
4. gebouw	9. landschappelijke kwaliteit
5. telecomvoorzieningen	10. uitbreidingsmogelijkheden

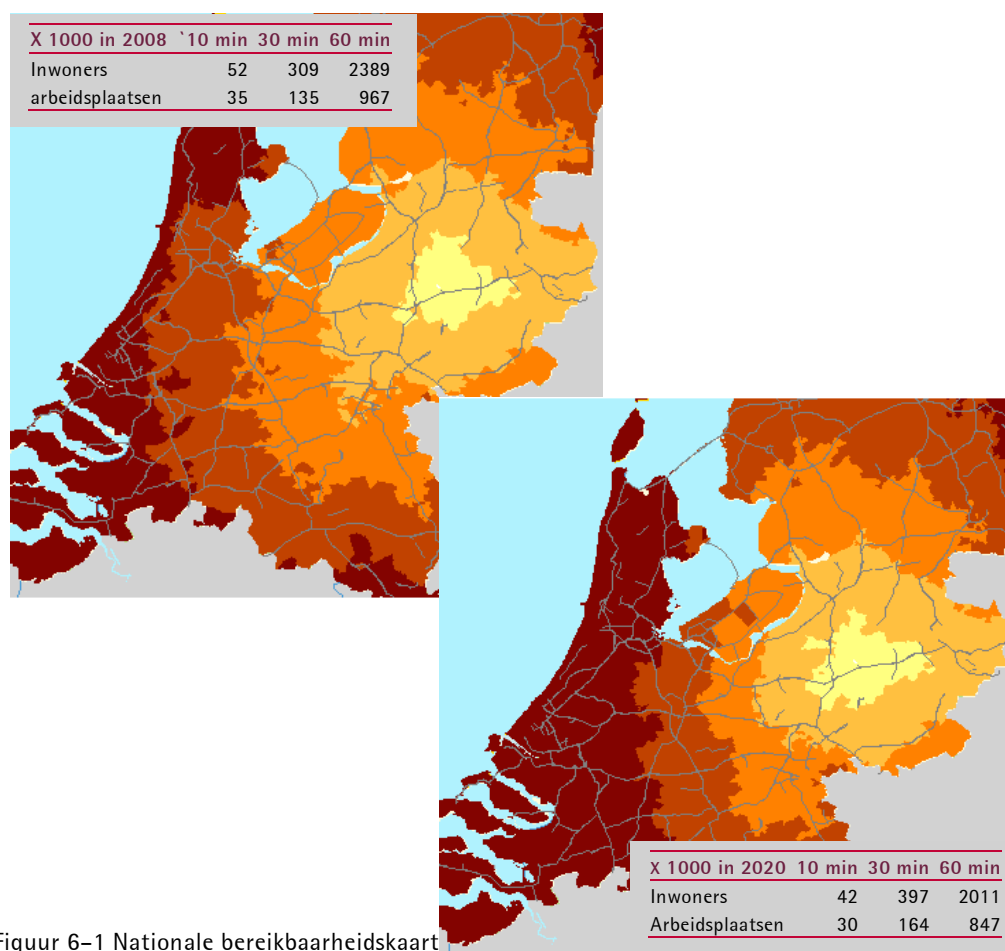
Tabel 6-1 Rangorde vestigingsfactoren dienstensector

Als laatste wordt hier de literatuurstudie van Reijs en anderen genoemd die tot een shortlist van vijf belangrijke vestigingscriteria komt. Het gaat hierbij om:

- bereikbaarheid over de weg;
- parkeergelegenheid voor personeel en bezoekers;
- beschikbaarheid van adequaat personeel;
- representativiteit van het gebouw;
- telecommunicatievoorzieningen.

Uit de in het literatuuronderzoek beschreven onderzoeken komt een eenduidig beeld naar voren. Gesteld kan worden dat differentiatie naar verschillende branches bestaat, maar binnen de branche zakelijke dienstverlening komen steeds dezelfde factoren naar voren. Representativiteit en telecommunicatievoorzieningen zijn belangrijk, maar bereikbaarheid in de breedste zin des woords en de beschikbaarheid van adequaat opgeleid personeel zijn de meest genoemde vestigingsfactoren. In deze conclusie wordt onder het begrip bereikbaarheid zowel autobereikbaarheid, openbaar vervoer bereikbaarheid en parkeren (bezoekers/personeel) geschaard.

De beschikbaarheid van adequaat opgeleid personeel wordt in de onderzoeken niet gelinkt aan bereikbaarheid, maar gesteld kan worden dat een grote samenhang bestaat tussen bereikbaarheid enerzijds en beschikbaarheid van geschikt personeel anderzijds. Hoe beter de bereikbaarheid van een locatie is, zowel in tijd als per modaliteit, des te groter het aantal potentiële personeelsleden voor die specifieke locatie. De nationale bereikbaarheidskaart maakt dit inzichtelijk. Uit onderstaande afbeelding kan afgelezen worden dat het aantal bereikbare inwoners en arbeidsplaatsen per auto binnen een vastgestelde reistijd in Deventer in 2008 substantieel verschilt met het aantal van het jaar 2020. Wanneer bereikbaarheid per openbaar vervoer of over de weg verbeterd zou worden, heeft dit tot gevolg dat de isochronen groter worden en dus meer potentiële medewerkers binnen bereik komen, uitgaande van een vastgestelde maximale reisduur.



Figuur 6-1 Nationale bereikbaarheidskaart

Uit bovenstaande afbeelding blijkt dat bereikbaarheid over de weg en per openbaar vervoer een sterke relatie heeft met de beschikbaarheid van adequaat opgeleid personeel. Een verbeterd wegennet of openbaar vervoernet heeft tot gevolg dat locaties beter bereikbaar worden voor elke doelgroep.

Naast de factoren uit de vestigingstheorie is er ook een andere benaderingswijze voor locatiekeuze. Deze theorie, ontwikkeld door Porter stelt de term clustering centraal en gaat uit van het principe dat bedrijven kunnen profiteren van elkaars nabijheid.

Op basis van de uitgevoerde literatuurstudie kan geconcludeerd worden de onderstaande factoren leidend zijn voor de locatiekeuze.

Vestigingsfactoren n.a.v. literatuur

Bereikbaarheid auto/ov	Parkeren	Representativiteit
Adequaat opgeleid personeel	Telecommunicatievoorzieningen	Clustering

Tabel 6-2 Vestigingsfactoren uit de literatuurstudie

6.1.2 Vrijtijdseconomie

In het literatuuronderzoek naar bereikbaarheid van de vrijetijdssector dragen twee instituten oplossingsrichtingen voor knelpunten aan. Het Kennisplatform Verkeer en Vervoer (KpVV) noemt onder de noemer mobiliteitsmanagement vier oplossingen die in combinatie toegepast kunnen worden. Dit zijn:

- verkeersmaatregelen (bewegwijzering, parkeerverboden, e.d.);
- aanbieden van extra parkeergelegenheid;
- pendelbussen vanaf openbaar vervoerknooppunt;
- communicatie.

De Adviesdienst voor Verkeer en Vervoer (AVV) draagt ook drie oplossingsrichtingen aan:

- beïnvloeding van de vervoerswijze keuze;
- adequate benutting van de bestaande ruimte;
- inspelen op wensen en behoeften van de recreant.

In de praktijk blijkt dat oplossingen van beide instituten gezamenlijk worden toegepast.

Evenementen

Uit onderzoek van de ANWB is gebleken dat niet de dagelijkse files, maar vooral incidenten, en daaruit voortkomend een moeilijk voorspelbare reistijd, voor de meeste reizigers het grootste probleem zijn. Grootschalige evenementen is één van de oorzaken die incidentele verkeersdruk veroorzaakt.

Het festival Dance valley is hiervan een voorbeeld. Na de bijna-calamiteit enkele jaren geleden wegens slecht weer en een overvloed aan regelgeving, blijken de problemen nu het hoofd geboden, doordat intensief overleg plaatsvindt tussen organisator, gemeente, bewoners, hulpdiensten en andere betrokken partijen. Dit goede contact is ook essentieel voor een soepele procedure rondom de vergunningverlening van de gemeente.

De gemeente Rotterdam kiest voor een praktische aanpak, dat wil zeggen, neemt op basis van kennis van de klant doordachte maatregelen. Er wordt in dit geval ingezoomd op de situatie van evenementen in stadion De Kuip. Bij 45.000 duizend bezoekers waarvan 60 procent met de auto reist, zijn 13000 parkeerplaatsen benodigd. Dit aantal is niet voor handen en vormt een knelpunt. Daarnaast veroorzaakt een dergelijke bezoekersstroom congestie op het wegennet rondom Rotterdam. Dynamische bewegwijzering waarbij gebruik gemaakt wordt van bedrijfs- en P+R parkeerplaatsen lossen deze problemen deels op. Een andere insteek van de gemeente is het verleiden tot ander gedrag en het vermijden van pieken, waarbij een insteek wordt gekozen die passend is bij de doelgroep van het betreffende evenement. Een goede marketing en communicatie tussen betrokken partijen is hierbij van groot belang.

Vaste attractiepunten

De bereikbaarheidsproblemen bij de bazaar in Beverwijk zijn opgelost met relatief weinig financiële middelen. Leidend was hierbij de methodiek uit het werkboek 'gebiedsgericht benutten'. Dit heeft geholpen om alle partijen aan tafel te krijgen waardoor alle belangen en standpunten duidelijk werden en wederzijds begrip werd gekweekt. Voordat oplossingen bedacht werden is geprobeerd de kern van het probleem inzichtelijk te maken. Op het moment dat dit duidelijk was, bleek dat slechts de inzet van parkeerwachters al effectief was.

Evenals de bazaar in Beverwijk kampte ook de Efteling met bereikbaarheidsproblemen op drukke dagen. Door congestie op rijkswegen richting de Efteling werd ook de catchment area kleiner. Wanneer tot een meer gespreide bezoekersstroom gekomen zou worden die daarnaast zijn vervoerswijze aanpast, zou dit een goede oplossing zijn. Dit doel is deels bereikt door het park ook in de winter te openen en duidelijker te communiceren over vervoersmogelijkheden. Het probleem van de landelijke congestie ligt voor de Efteling op een te hoog schaalniveau, maar door andere vervoersmogelijkheden te stimuleren kunnen de gevolgen van dit probleem geminimaliseerd worden.

Het transferium Renesse is als oplossing bedacht om de autostroom bij mooie zomerse dagen in toom te houden. De filosofie is dat steeds vanuit het belang van de toerist/bezoeker is gedacht. Men wil de auto parkeren en verder geen kosten maken. Ook moet het natransport vanaf het parkeerterrein van hoog niveau zijn, omdat het een groot aandeel in de aantrekkelijkheid heeft. Van belang is dat een dergelijk project in één keer goed in de markt wordt gezet. Gesteld kan worden dat het transferium niet een doel op zich is, maar slechts een middel om lokale problemen het hoofd te bieden. Wanneer het een bereikbaarheidsprobleem betreft dat meerdere partijen treft (denk aan gemeente en bedrijfsleven) kan het probleem vaak ook gezamenlijk worden aangepakt.

De belangrijkste vraag op het gebied van bereikbaarheid van de Veluwe is het reduceren van de overlast van recreatieverkeer. Door middel van sturing wordt getracht de verkeersproblematiek te beperken. Door bewegwijzering, routes en herkenbare toegangspunten worden bezoekers op een positieve wijze verleid om niet door te rijden naar kwetsbare gebieden. De afweging welke oplossingsrichting het best werkt moet per locatie gemaakt worden. Zo is bij Nunspeet en Rheden een transferium ontwikkeld waarbij meerdere vormen van ontspanning samenkomen en op andere plaatsen was het plaatsen van borden naar parkeerterreinen reeds voldoende om problemen op te lossen. Ook bij Apeldoorn wordt een transferium ontwikkeld dat naast parkeergelegenheid voor een bezoekerscentrum, fietsverhuur en een goede aansluiting op wandel- en fietsroutes zorgt (De Stentor, 2008e).

Algemeen

Wanneer het gaat om bereikbaarheid van een attractiepunt blijken er veel actoren te zijn die een rol hebben rondom bereikbaarheid. Daarnaast is het zo dat bereikbaarheid veel aspecten kent en dat voor verschillende actoren bereikbaarheid een ander doel vertegenwoordigt. Er bestaat niet één betrokken partij die verantwoordelijk is voor het gehele kader. Communicatie en afstemming zijn om deze reden begrippen die essentieel zijn om een locatie bereikbaar te maken en te houden. Uit bovenstaande praktijkvoorbeelden blijkt ook dat wanneer diverse belanghebbenden de kern van een probleem onderkennen en de neuzen dezelfde kant op staan, vaak gezamenlijk aan een oplossing kan worden gewerkt. In veel gevallen gaat het dan niet eens om grote of financieel zware ingrepen, maar kan door middel van kleine aanpassingen het doel, een betere bereikbaarheid, bereikt worden. In de praktijk kan het echter ook schorten aan samenwerking en communicatie. Bereikbaarheid wordt immers niet altijd als een gezamenlijk belang gezien. Langzamerhand vindt een verschuiving in de denkwijze plaats over wie verantwoordelijk is voor bereikbaarheid (Golder, 2007). Het is niet langer alleen de overheid die wordt aangekeken om zorg te dragen voor een goede bereikbaarheid, maar ook de andere partijen zien dat zij zelf een economisch belang hebben. Steeds meer wordt getracht gezamenlijk naar de oplossing toe te werken. Communicatie is hierbij een sleutelwoord. Wanneer met alle betrokken partijen gezamenlijk aan een bereikbaarheidsplan gewerkt wordt, ligt er uiteindelijk een product waarvoor draagkracht is en dat werkbaar is voor alle partijen. In veel gevallen is gebleken dat dit een effectieve manier van werken is.

Naar aanleiding van onderzochte gevallen uit de praktijk kan gesteld worden dat sturing van gemotoriseerd recreatieverkeer in veel gevallen mogelijk is. Uitnodigende maatregelen hebben in veel gevallen meer effect dan verboden of andere negatieve impulsen. Het bepalen welke uitnodigende sturingsmaatregelen het meeste effect hebben is maatwerk.

Inzicht in wensen, behoeften en gedrag van de recreant is belangrijk voor het scheppen van het juiste aanbod; elk gebied of locatie trekt een ander type recreant. Inzicht in de verkeersstromen in een gebied is zowel voorafgaand aan de implementatie van sturingsmaatregelen als naderhand belangrijk.

Wanneer bovenstaande conclusies worden bekeken, blijkt daaruit dat elke situatie vraagt om een specifieke aanpak en dat een standaard oplossing niet bestaat. Eerdere ervaringen kunnen wel bijdragen aan het vinden van goede oplossingen.

6.1.3 Creative class

Uit de literatuurstudie kwam naar voren dat het aantrekken van de creative class een belangrijke stap kan betekenen voor de ontwikkeling van een plaatselijke economie, vooral voor wat betreft het aantrekken van hoog opgeleide personen. Wanneer een stad deze doelgroep aan zich kan binden, volgen kennisintensieve bedrijven vanzelf, aangezien de beschikbaarheid van adequaat opgeleid personeel een van de meest belangrijke vestigingsfactoren is. De vestiging van deze doelgroep heeft indirect tot gevolg dat een grote groei van de vrijetijdseconomie verwacht kan worden, aangezien de creative class veel geld besteedt aan verschillende vormen van uitgaan, zoals horeca en theater. Er bestaan verschillende denkrichtingen over welke vorm van vrijetijdsvoorzieningen de

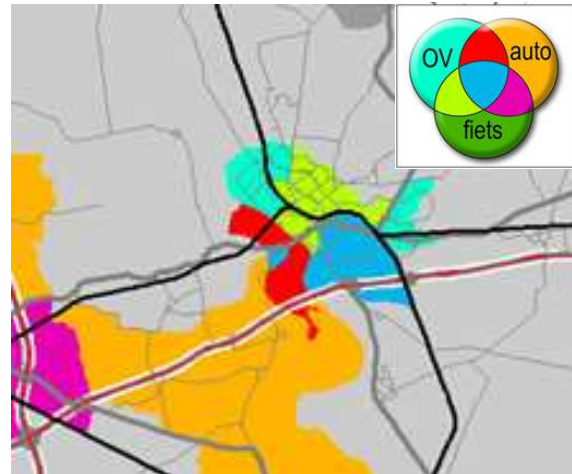
creatieve klasse aantrekt. Onduidelijk is of de grootschalige culturele evenementen of juist het kleinschalige alternatieve cultuuraanbod hierin een belangrijke rol spelen. Ook de overheid ziet het belang van de creatieve klasse. Het ministerie van Economische Zaken stelt namelijk dat steden en stedelijke netwerken de stuwende kracht achter de Nederlandse economie zijn en een belangrijke rol als broedplaats voor kennisontwikkeling, het midden- en kleinbedrijf, persoonlijke dienstverlening, winkels en de toeristisch-recreatieve sector hebben. Momenteel is de creative class voornamelijk in de grote steden in de Randstad gevestigd. Tegelijkertijd is het zo dat de bereikbaarheid van de Randstad onder druk staat. Voor de vestiging van bedrijven betekent dit dat een keuze gemaakt dient te worden tussen het hebben van een goed bereikbare locatie, ofwel de nabijheid van veel potentieel personeel. Om een stad aantrekkelijk te maken voor de creative class dienen de quality of life factoren op een dermate hoog niveau ontwikkeld te zijn dat op basis hiervan een stad zich kan onderscheiden van andere steden. Hoewel het een interessante theorie is, kan de vraag gesteld worden in hoeverre het een realistische weergave van de werkelijkheid is. In een dichtbevolkt en klein land als Nederland is het niet noodzakelijk om in een stad te wonen om gebruik te maken van de functies en faciliteiten die deze stad te bieden heeft. Vanuit de ruime omgeving is de stad bereikbaar, maar ook andere steden zijn bereikbaar. Dit heeft tot gevolg dat, anders dan in de Amerikaanse situatie waar steden veel verder uit elkaar liggen, de woonplaats minder snel gelijk dient te zijn aan de plaats waar men werkt en waar men recreëert en ontspant.

6.2 Casestudy

6.2.1 Kenniseconomie

Uit het literatuuronderzoek is een beeld naar voren gekomen dat een evenwichtig beeld schetst van de indicatoren die een rol spelen omtrent vestigingsfactoren. De deskresearch die voor de casestudy is gedaan, toont aan dat voor een belangrijk deel de zelfde factoren naar voren komen, maar het beeld is minder eenduidig. De meest belangrijke overeenkomst is de nadruk die op bereikbaarheid wordt gelegd. Zowel de deskresearch als de interviews wijzen uit dat bereikbaarheid vaak de doorslaggevende factor is bij de locatiekeuze. Soms gaat het om

bereikbaarheid per auto, soms per openbaar vervoer. Daarbij is een duidelijk onderscheid te maken tussen bedrijven die in of dicht bij het centrum gevestigd zijn (gericht op openbaar vervoer of openbaar vervoer en auto) en bedrijven aan de snelweg (gericht op auto). Onderstaande afbeelding maakt inzichtelijk welke gebieden in Deventer met welke modaliteit het best bereikbaar zijn. Het centrumgebied en het gebied ten noorden daarvan is groen gekleurd, wat betekent dat de bereikbaarheid per fiets en openbaar vervoer hier goed te noemen is. Het bedrijvenpark is meer op de auto georiënteerd. De gebieden met kleur zijn de 20 procent best bereikbare gebieden en geven de relatieve bereikbaarheid ten opzichte van andere gebieden aan waarbij de A1 zone tussen Enschede en Apeldoorn het onderzoeksgebied is.



Figuur 6-2 Relatieve bereikbaarheid Deventer

Naast bereikbaarheid speelt de representativiteit van het gebouw en de omgeving ook een belangrijke rol. Dit blijkt uit zowel de deskresearch als de interviews. Vooral panden in de binnenstad worden betrokken vanwege de uitstraling, maar ook kantoren op

bedrijventerreinen worden op dit punt beoordeeld, zowel qua uitstraling als qua uitrusting van binnen uit. Ook in bestemmingsplannen wordt vaak de nadruk gelegd op uitstraling van panden. Vooral aan hoofdwegen dienen de panden een representatief karakter te hebben.

Kostenfactoren spelen opvallend genoeg slechts een marginale rol, blijkt uit de literatuurstudie en deskresearch. De interviews wijzen uit dat kosten nooit een doorslaggevende rol spelen, maar ook niet geheel onbelangrijk zijn. De populariteit van de binnenstad waar de prijzen hoger liggen dan op het bedrijventerrein toont het kleine belang aan. Representativiteit en prioritering van belangen is hierbij cruciaal. De Nederlandse Vereniging van Makelaars geeft aan dat steeds meer rekening wordt gehouden met de wensen van werknemers. Vooral op het gebied van bereikbaarheid, maar ook klimaatbeheersing en kwaliteit en imago van de werklocatie spelen hierbij een steeds grotere rol. Hierin ligt voor de ondernemer een lastige keuze gezien het feit dat moderne kantoorpanden voldoen aan de eisen van deze tijd en dat centrumlocaties over het algemeen minder luxe kennen. Ook de bereikbaarheid per auto en parkeergelegenheid vormen vaak een knelpunt. De aanwezigheid van winkels en veel andere faciliteiten in de nabijheid pleiten juist voor de binnenstadslocatie. Anders dan in veel andere steden is de binnenstad van Deventer ook per auto redelijk goed bereikbaar. De route vanaf de snelweg naar de binnenstad wordt in enkele minuten afgelegd.

Evenals uit de literatuurstudie bleek, wordt in de casestudy geconcludeerd dat veel belang gehecht wordt aan de bereikbaarheid van voldoende adequaat opgeleid personeel. Enerzijds kan een bedrijf zich vestigen op een locatie waar adequaat personeel voldoende voor handen is, maar anderzijds kan ook getracht worden de gewenste doelgroep naar de stad te trekken. In Deventer werken diverse partijen aan het stimuleren van het woonklimaat en wordt bijvoorbeeld door Saxion Hogescholen en de stichting Politieke Jongeren Organisatie Deventer getracht hoogopgeleide mensen aan de stad te binden. Het vasthouden van hoogopgeleide mensen kan volgens de stichting Politieke Jongeren Organisatie Deventer zorgen voor het vestigen van nieuwe bedrijvigheid.

Een laatste punt dat een grote rol speelt is clustering en de nabijheid van conculega's. In Deventer speelt Saxion Hogescholen op het gebied van clustering een belangrijke rol. De uitwisseling van kennis tussen de onderwijsinstelling, studenten en het bedrijfsleven is hierin cruciaal en het feit dat MKB Deventer zijn intrek in hetzelfde pand als Saxion heeft genomen is tekenend in dat opzicht. Deskresearch toont aan dat relatief veel aandacht gaat naar synergie met netwerkpartners, maar uit de afgenomen interviews komt dit in het geheel niet naar voren.

Aan alle geïnterviewde instellingen op het gebied van kenniseconomie zijn onderstaande zeven factoren voor vestigingslocaties voorgelegd. Deze factoren corresponderen met de hoofdgroepen die door Reijs en anderen opgesteld zijn in hun literatuurstudie. De factoren staan in onderstaande tabel op volgorde van belang zoals beoordeeld volgens de geïnterviewde personen uit de Deventer kenniseconomie.

	vestigingsfactoren
1	Facilitering operationele processen (bereikbaarheid, parkeerplaatsen, uitbreidingsmogelijkheden)
2	Imago (representativiteit en zichtbaarheid t.o.v. de concurrentie)
3	Arbeidsmarkt (beschikbaarheid geschikt personeel, arbeidsklimaat, quality of life factoren)
4	Relatie tot markt en supply chain (spreiding leveranciers/klanten, nabijheid concurrenten)
5	Kosten factoren (grondkosten, huurkosten, exploitatiekosten, loonkosten, subsidies)
6	Juridische en economische aspecten (cultuur regio, milieueisen, gemeentelijk beleid)
7	Synergie met netwerkpartners (outsourcing, conculega en economische clustering, kennisuitwisseling)

Tabel 6-3 Rangorde vestigingsfactoren interviews

Er is daarnaast nog een scheiding aan te brengen tussen de eerste drie en de overige factoren. Facilitering van operationele processen, imago en de arbeidsmarkt hebben een ruime voorsprong op de overige factoren. Opvallend is de onderste plek voor synergie met netwerkpartners, waarvan clustervorming een belangrijk deel van uitmaakt. In paragraaf 6.3 worden deze resultaten van de casestudy vergeleken met de resultaten uit het literatuuronderzoek.

6.2.2 Vrijetijdseconomie

De factoren genoemd in de theorie voor de kenniseconomie komen sterk overeen met de factoren die in de praktijk in Deventer worden genoemd. Voor de vrijetijdseconomie gaat dit niet op. Vooral de vaste attractiepunten wijken af wanneer naar bereikbaarheidsvraagstukken wordt gekeken. Het Boreel entertainment Center en sport en recreatiecentrum De Scheg kennen een groot belang toe aan een goede bereikbaarheid, vooral over de weg. Een groot aandeel van de bezoekers bereikt deze locaties per auto. Op dit vlak bestaan door de ruime parkeercapaciteit en de ligging aan doorgaande wegen geen knelpunten. Hierin speelt een rol dat er geen sprake is van een specifieke piekvraag. De bezoekersstroom is redelijk verspreid over de tijd. Voor voetbalstadion De Adelaarshorst geldt een andere situatie. Jarenlang was sprake van verplaatsing naar een beter bereikbare locatie waar ook meer ruimte voor andere commerciële functies geboden kon worden. Om financiële reden, maar ook door druk vanuit de bevolking is gekozen om op de bestaande locatie te renoveren. De wijk waar het stadion gevestigd is wil het stadion niet kwijt, terwijl bewoners van wijken rondom potentiële nieuwe locaties de komst juist probeerden tegen te houden. Bij de afweging om tot een concrete nieuwe locatie te komen heeft de factor kosten in het geheel geen rol gespeeld. De beoordeling van potentiële locaties is gedaan aan de hand van planologische mogelijkheden, beschikbaarheid gronden, ontwikkelingspotenties, bereikbaarheid, parkeren, milieu, openbare orde en landschap/ecologie. Ook is niet steeds voldoende gecommuniceerd naar alle betrokken partijen omtrent potentiële locaties en wat de gevolgen zouden zijn. Hierdoor is nooit veel draagvlak voor een nieuw stadion gekweekt.

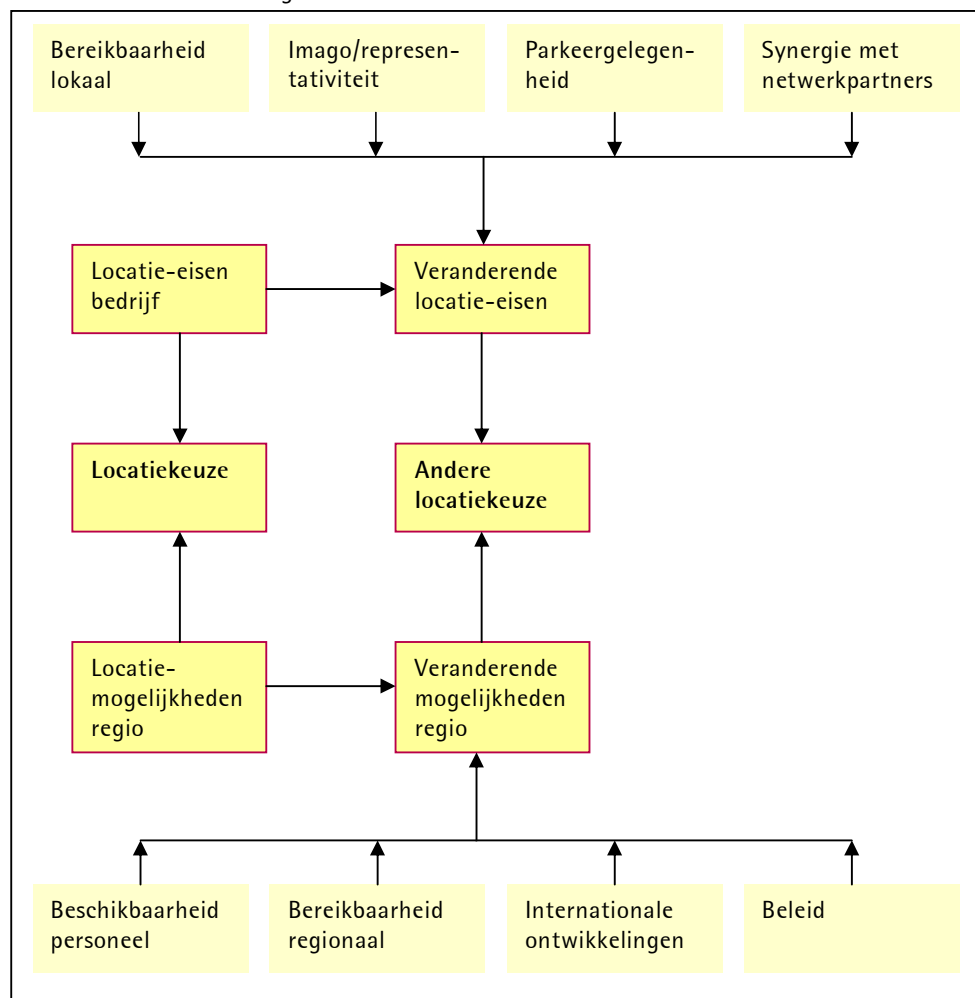
Het evenementenbeleid zoals dat door de gemeente Deventer en het evenementenbureau van de VVV wordt gevoerd, komt wel op veel plaatsen overeen met de situatie zoals deze op veel andere locaties met succes is uitgevoerd. Er wordt door alle betrokken partijen in overleg getreden en middels een mobiliteitsplan worden alle zaken omtrent bereikbaarheid georganiseerd.

De grote evenementen zoals die in Deventer georganiseerd worden, trekken bezoekers uit het hele land. Om deze reden wordt een breed pakket aan bereikbaarheidsoplossingen ingezet, waarvan de opvallendste en meest effectieve maatregel het inrichten van transferia is. Op de twee belangrijkste toegangswegen naar de stad zijn grote parkeerterreinen ingericht en wordt busvervoer naar de binnenstad aangeboden. Door een duidelijke communicatie middels de media en borden langs de snelweg wordt getracht auto's uit de binnenstad te weren. Ook wordt getracht om openbaar vervoer te stimuleren. Voor lokaal busvervoer geldt een gereduceerd tarief en de NS zet sinds een aantal jaar extra lange treinen in van en naar Deventer op de dag van de boekenmarkt. Om deze maatregelen te bereiken is het nodig om met alle betrokken partijen goede afspraken te maken. Ook wordt geëvalueerd waar na voorgaande jaren verbeterpunten te behalen zijn. Kleinere evenementen die op zondag worden gehouden kennen weinig bereikbaarheidsproblemen. Enerzijds door de goede bereikbaarheid van het Deventer centrum per openbaar vervoer en anderzijds vanwege het feit dat de stad voldoende parkeercapaciteit kent, vooral op dagen dat de winkels in de binnenstad gesloten zijn.

6.3 Overeenkomsten en verschillen

6.3.1 Kenniseconomie

Onderstaande afbeelding geeft weer op welke wijze tot een locatiekeuze wordt gekomen en wat de meest in het oog springende veranderingen met betrekking tot locatiekeuze (mogelijkheden en eisen) kunnen zijn. Er zijn twee wegen die bekeken moeten worden, namelijk de weg van de lokale factoren en de weg van de regionale/nationale/internationale factoren. In het kader van voorliggend onderzoek wordt voornamelijk ingezoomd op de lokale factoren, oftewel de locatie-eisen, aangezien dit onderzoek zich richt op een specifieke stad. Er zijn echter zowel in de literatuur, als bij de interviews ook factoren naar voren gekomen die voornamelijk op hoger schaalniveau een rol spelen. Om deze reden is gekozen om ook deze factoren in dit overzicht in beeld te brengen.



Figuur 6-3 Locatiekeuze

De vier genoemde aspecten in de bovenste rij van de afbeelding blijken na bestudering van de literatuur en het onderzoek in de praktijk de meest invloedrijke factoren met betrekking tot de locatiekeuze. De behaviorale vestigingstheorie draagt een groter scala aan indicatoren aan, maar door de tijd vinden veranderingen plaats in deze set. Bedrijven stellen andere locatie-eisen. Bezien vanuit de onderzoeken uit de literatuurstudie en de casestudy wordt geconcludeerd dat bereikbaarheid lokaal, parkeergelegenheid,

imago/representativiteit en synergie met netwerkpartners de meest invloedrijke indicatoren voor locatiekeuze van kennisintensieve instellingen zijn.

Afbeelding 6.3 geeft het onderscheid weer tussen lokaal en hoger schaalniveau, maar er kan ook onderscheid worden gemaakt tussen de situatie zoals die voor Deventer geldt en de situatie gezien vanuit de literatuurstudie. Voor het onderdeel kenniseconomie zijn veel indicatoren uit het literatuuronderzoek opnieuw naar voren gekomen bij de casestudy. Bereikbaarheid in de breedste zin van het woord is de belangrijkste indicator die zowel in de literatuurstudie als in het empirisch onderzoek centraal staat. Onderstaande tabel geeft een overzicht van de factoren die vanuit de organisatie zelf (intern) en van buiten de organisatie (extern) een rol spelen in de locatiekeuze, waarbij onderscheid gemaakt is tussen factoren uit de theorie en de praktijk.

	Theorie	Praktijk
Intern	Bereikbaarheid per auto en openbaar vervoer	Bereikbaarheid per auto en openbaar vervoer
	Parkeren (bezoekers en personeel)	Parkeren
	Beschikbaarheid adequaat opgeleid personeel	Representativiteit/zichtbaarheid
	Representativiteit	Beschikbaarheid geschikt personeel
	Telecommunicatievoorzieningen	
Extern	Clustering	
	Locatiesturing gemeente	Representatief karakter (b.p.)
	overheidsregulering	Parkeerbeleid
		Grondprijnsbeleid/differentiatie

Tabel 6-6 Verschillen- en overeenkomstenmatrix

Uit het empirisch onderzoek is naar voren gekomen dat op het punt nabijheid van concurrenten/klanten minder belang wordt gehecht dan op basis van het literatuuronderzoek vooraf werd aangenomen. Dit geldt ook voor telecommunicatievoorzieningen. Een reden hiervoor kan zijn dat een deel van de onderzoeken die onderdeel vormen van het literatuuronderzoek dermate verouderd zijn dat destijds de telecommunicatievoorzieningen niet op elke locatie op een hoog standaard niveau waren. Tegenwoordig maakt het weinig verschil qua telecommunicatievoorzieningen of een bedrijf in een centrum in de Randstad of aan de snelweg buitenaf gevestigd is. Op praktisch elke locatie is het mogelijk door de hoge standaarden om over goede telecommunicatievoorzieningen te beschikken. Anderzijds hebben telecommunicatieve ontwikkelingen geleid tot het ontstaan van telewerken, waardoor de directe band tussen een bedrijf en de lokale arbeidsmarkt minder hecht kan worden. Ook het kleine belang dat aan clustering gehecht wordt kan verklaard worden door middel van telecommunicatievoorzieningen. Voor veel organisaties maakt het geen verschil of een samenwerkingspartner in de directe omgeving of verder weg is gevestigd. Door middel van breedbandverbindingen is fysieke nabijheid van steeds minder belang. De externe factoren worden in de literatuur over vestigingstheorie nauwelijks uitgewerkt. Er wordt volstaan met het noemen van overheidsregulering. In interviews en documenten gericht op de Deventer situatie wordt het begrip overheidsregulering opgesplitst naar beleidsonderdelen zoals parkeerbeleid en beleid dat voortvloeit uit bestemmingsplannen.

6.3.2 Vrijetijdseconomie

Evenals in de voorgaande paragraaf is gedaan voor de kenniseconomie, worden in deze paragraaf de overeenkomsten en verschillen tussen de theorie en de praktijk aan het licht gebracht, maar dan gericht op de vrijetijdseconomie. Met betrekking tot vaste attractiepunten is in paragraaf 6.2.2 geconcludeerd dat geen grote problemen op het gebied van bereikbaarheid bestaan bij de onderzochte functies. Het belangrijkste knelpunt dat uit de theorie naar voren komt voor de functie sport is de afgelegen ligging met als gevolg sociale onveiligheid en hierdoor een vorm van onbereikbaarheid. Bij De Scheg is geen sprake van een afgelegen ligging. Voor de functie binnenstad werden de volgende knelpunten genoemd:

- stallingmogelijkheden fiets;
- weinig afstemming tussen de aanwezige functies.

Deze punten terugkoppelend naar de Boreel blijkt dat de stallingmogelijkheid inderdaad een knelpunt vormt. Qua stallingmogelijkheden is onvoldoende capaciteit aanwezig. De samenwerking en afstemming tussen de ondernemers van de Boreel is erg goed te noemen gezien gezamenlijke acties en de actieve ondernemersvereniging.

Tot slot wordt de bereikbaarheid van de evenementen hier genoemd. Knelpunten op dit punt zijn volgens het Ministerie van Verkeer en Waterstaat:

- slechte ligging ten opzichte van het openbaar vervoer;
- verdringing naar de periferie;
- slechte ontsluiting.

Het CROW noemt in aanvulling hierop:

- parkeren;
- filevorming op het hoofdwegenet;
- overlast van de auto op toeleidende wegen.

De oplossingsrichting die in het geval van de Deventer evenementen wordt gekozen is een mix van mobiliteitsmanagement zoals geformuleerd door het KpVV en de denkwijze van de AVV. Zo worden diverse verkeersmaatregelen genomen en wordt extra parkeergelegenheid aangeboden bij toeleidende wegen. Van hier uit verzorgen pendelbussen vervoer naar het evenement. Communicatie is de succesfactor van het idee achter de transferia. Daarnaast wordt ook getracht door communicatie en promotie de vervoerswijze te beïnvloeden en gezien het feit dat dit bij eerdere jaargangen van de evenementen gewerkt heeft, wordt ingespeeld op de behoefte van de recreant door extra lange treinen in te zetten van en naar Deventer om de piekvraag in het vervoer goed op te kunnen vangen. De knelpunten waar het ministerie en het CROW op wijzen, blijken in de praktijk weinig te bestaan. De parkeerdruk is hoog, maar vormt geen knelpunt, de ligging ten opzichte van het openbaar vervoer is uitstekend en doordat succesvol is ingezet op vervoerkeuzebeïnvloeding bestaat weinig hinder van filevorming en overlast op toeleidende wegen.

De oplossingsrichtingen die toegepast zijn, sluiten goed aan bij de oplossingsrichtingen die door het KpVV en de AVV worden aangedragen.

7

Conclusies en aanbevelingen

Dit laatste hoofdstuk presenteert de conclusies die getrokken kunnen worden op basis van het uitgevoerde onderzoek. Hierbij wordt voornamelijk ingegaan op aspecten rond mobiliteit en bereikbaarheid, aangezien locatiebereikbaarheid het te onderzoeken object van deze studie is.

7.1 Conclusies

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt als volgt:

Wat zijn relevante indicatoren voor de bereikbaarheid van de functies kenniseconomie en vrijetijdseconomie in de stad Deventer en wat is de waarde hiervan voor betrokken partijen in de genoemde sectoren?

Op basis van de uitgevoerde literatuurstudie kan geconcludeerd worden de onderstaande factoren leidend zijn voor de locatiekeuze voor bedrijven en instellingen uit de kenniseconomie.

Vestigingsfactoren n.a.v. literatuur

bereikbaarheid auto/ov	parkeren	representativiteit
adequaat opgeleid personeel	telecommunicatievoorzieningen	clustering

Tabel 7-1 Vestigingsfactoren n.a.v. literatuurstudie

De resultaten van de casestudy laten zien dat aan de volgende factoren het grootste belang wordt gehecht:

- facilitering operationele processen (bereikbaarheid, parkeerplaatsen, uitbreidingsmogelijkheden);
- imago (representativiteit en zichtbaarheid t.o.v. de concurrentie);
- arbeidsmarkt (beschikbaarheid geschikt personeel, arbeidsmarkt, quality of life factoren).

Hieruit blijkt dat de twee onderdelen van het onderzoek voor een belangrijk deel tot dezelfde resultaten komen. Opvallend is dat clustering en telecommunicatievoorzieningen in de casestudy als onbelangrijk werden beoordeeld, terwijl in de literatuur veel aandacht uitgaat naar deze factoren.

Op basis van het feit dat imago en arbeidsmarkt twee factoren zijn die uit de casestudy naar voren komen, kan gesteld worden dat de handelingsbenadering als theoretische grondslag inderdaad op dit moment als leidraad kan worden genomen. Vooral aspecten als imago en representativiteit, maar ook de nabijheid van concurrenten zijn factoren die niet in de (neo)klassieke theorieën naar voren komen. Persoonlijke voorkeuren en motieven van de ondernemer en zaken die op gevoel worden afgewogen geven het

belang van de behaviorale benaderingswijze aan. Het scala aan factoren dat een rol speelt binnen de handelingsbenadering is groot, maar wat van belang is, is dat niet puur op feiten en kennis tot een locatiebeslissing wordt gekomen.

De conclusie dat aan kostenfactoren slechts marginaal belang wordt gehecht, is tekenend voor het feit dat de minimale kostentheorie die voortvloeit uit de klassieke economische theorie niet wordt aangehangen. Dit geldt ook voor de (neo)klassieke marktgebiedenbenadering. Deze theorie gaat uit van een situatie waarbij de ondernemer over volledige informatie beschikt en op een rationele wijze de afweging maakt. In de praktijk blijkt de locatiebeslissing niet op deze wijze te worden gemaakt, maar dat psychologische aspecten een rol hebben.

Bovenstaande tekst geeft antwoord op het eerste gedeelte van de onderzoeksvraag voor wat betreft het onderdeel kenniseconomie. De waarde van deze informatie voor betrokken partijen wordt hieruit nog niet duidelijk.

Elke ondernemer die met een vestigingsvraagstuk zit, maakt voor zichzelf de afweging welke factoren van belang zijn. Dit is voor een deel een gevoelskwestie, maar feiten kunnen ook een belangrijke rol hebben. Waarde kan op gevoel aan een locatie worden gegeven, maar dit kan ook feitelijk. Vastgoedwaardekaarten, bereikbaarheidskaarten en ruimtelijke kansen kaarten zijn voorbeelden van producten die een concrete waarde aan een locatie geven.

Bereikbaarheid wordt in beide onderdelen van het onderzoek als meest belangrijk beoordeeld. Het gaat om een brede term, maar van deur tot deur bereikbaarheid (reistijd) en parkeermogelijkheden zijn begrippen die hier vaak onder worden verstaan.

Bereikbaarheid kan ook een betekenis hebben in de zin van het aantal personen dat een locatie kan bereiken, zowel per auto als per openbaar vervoer. Met behulp van verkeersmodellen en adresgegevens van de doelgroep kunnen bereikbaarheidskaarten gemaakt worden die specifiek op een onderneming of juist op een doelgroep zijn afgestemd.

Feitelijke informatie omtrent de belangrijkste vestigingsfactoren kan een stap betekenen naar een meer rationele beslissing in plaats van een beslissing die voornamelijk op gevoel is gebaseerd. Wanneer de locatieafweging meer op feiten gebaseerd wordt, er specifieke indicatoren aan de locatiefactoren gehangen worden en minder op gevoel en psychologische aspecten wordt gewogen, betekent dit een stap richting de neoklassieke theoretische grondslag.

Voor de vrijetijdseconomie is minder eenvoudig een kort overzicht te presenteren van vestigingsfactoren, aangezien in het onderzoek uiteenlopende functies zoals evenementen, sportfaciliteiten en andere ontspanningsfaciliteiten zijn meegenomen. Er is theorie beschikbaar die ingaat op knelpunten in de bereikbaarheid per functie. Daarnaast is veel geschreven over oplossingsrichtingen, zowel algemeen als op concrete casussen gericht. Voor de exploitant van een voorziening is het veelal van belang om een zo groot mogelijk aantal bezoekers te trekken. Een goede bereikbaarheid is daarbij een essentieel onderdeel. In dit kader zijn de volgende punten van belang:

- goede en voldoende parkeervoorzieningen;
- een directe openbaarvervoersverbinding;
- een ontsluitende weginfrastructuur die de toestroom van het autoverkeer kan verwerken.

Evenals voor instellingen uit de kenniseconomie mogelijk is, kan een organisator/exploitant gebruik maken van bereikbaarheidskaarten. In plaats van beschikbaarheid van potentieel personeel wordt gekeken naar potentiële bezoekers en kan de catchment area worden vastgesteld. Op deze wijze kunnen verschillende locaties worden vergeleken en kan een locatiebesluit meer op feiten en minder op gevoel worden gebaseerd.

Voor vaste attractiepunten zoals de Veluwe, een kustdorp of het Dickens Festijn is een eventuele verplaatsing niet mogelijk. Bij locatiegebonden faciliteiten kan slechts gekeken worden op welke wijze bereikbaarheid naar een hoger plan getild kan worden. Hiertoe

blijken communicatie, beïnvloeding van de vervoerswijze, een gezamenlijke aanpak, positieve sturing en inzicht in wensen en gedrag van bezoekers sleutelbegrippen. Gemeenten vragen vaak aan organisatoren van evenementen om mobiliteitsplannen op te stellen. Er wordt slechts weinig gebruik gemaakt van de mogelijkheid om middels de APV zaken rondom mobiliteit te organiseren.

De literatuurstudie is gebaseerd op een groot aantal onderzoeken naar vestigingvoorkeuren van organisaties. Al deze onderzoeken hebben de behaviorale benadering als uitgangspunt gebruikt. Het aantal bestudeerde onderzoeken is getracht zo hoog mogelijk te maken met het oog op de betrouwbaarheid van de resultaten. Het feit dat de onderzoeken in publicatiedatum uiteenlopen van 1986 tot heden heeft tot gevolg dat aspecten die twintig jaar geleden wellicht een rol speelden, maar in de huidige samenleving van geen belang worden geacht, ook zijn meegenomen in het onderzoek. Toch is gekozen om ook deze gedateerde onderzoeken te betrekken in de literatuurstudie, omdat het doel was om een totaal van locatiefactoren te kunnen presenteren en vervolgens te filteren naar de meest invloedrijke. Deze invloedrijke indicatoren konden naast de resultaten uit de casestudy worden gelegd. De resultaten van de casestudy kwamen voort uit een documentstudie en interviews. De documentstudie is breed en hiervoor zijn veel bronnen gebruikt. Het aantal interviews is aan de lage kant. Dit komt enerzijds door het kader en de tijdsperiode waarbinnen dit onderzoek dient plaats vinden en anderzijds doordat het onderwerp locatiefactoren niet erg leeft bij instellingen die niet te maken hebben (gehad) met bedrijfsverplaatsingen. De casestudy is gericht op de Deventer kennis- en vrijetijdseconomie. Aangezien de resultaten van de literatuurstudie goed aansluiten op de casestudy voor wat betreft de kenniseconomie kunnen de resultaten ook vertaald worden naar andere steden in Nederland.

7.2 Aanbevelingen

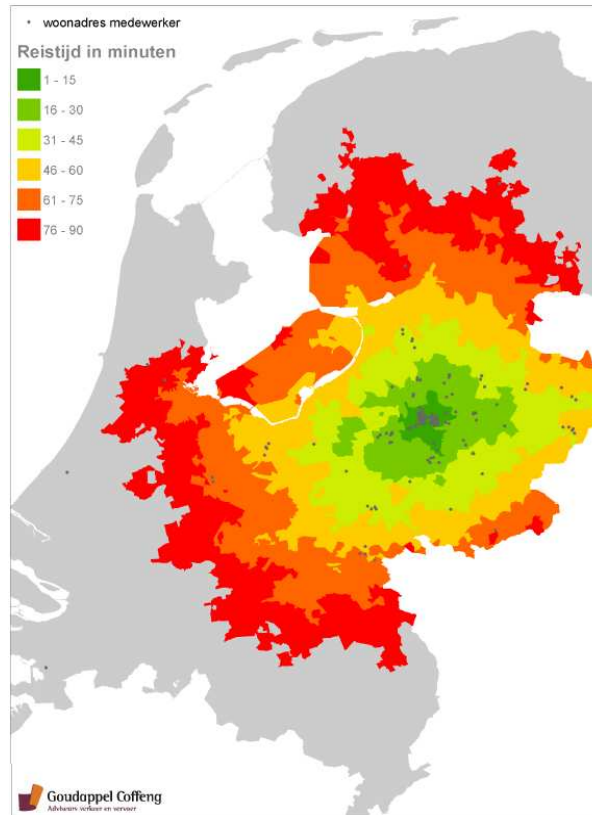
In deze laatste paragraaf worden naar aanleiding van de conclusies aanbevelingen gedaan met betrekking tot bereikbaarheid van de functies kenniseconomie en vrijetijdseconomie. De aanbevelingen zijn gericht op verschillende doelgroepen en hiertoe is een onderscheid in paragrafen aangebracht.

7.2.1 Bedrijven en instellingen

Locatiebereikbaarheid in beeld

Voor bedrijven en instellingen uit de kenniseconomie en vrijetijdseconomie, maar ook uit andere sectoren is de locatie van het bedrijf van groot belang. Er is een scala aan factoren dat een rol speelt in het proces om tot een keuze te komen. In dit rapport werd uitgegaan van de veronderstelling dat de behaviorale theorie in de meeste gevallen leidend is. Dit betekent dat het gevoel van de beslissingnemer een grote rol speelt in het proces. Indicatoren als imago en representativiteit zijn typische factoren die logischerwijs voornamelijk op gevoel gebaseerd worden. Bereikbaarheid en dan voornamelijk reistijd in de zin van woon-werkverkeer kan daarentegen goed in kaart gebracht worden. Er zijn hiervoor GIS-gebaseerde hulpmiddelen beschikbaar. Wanneer postcode-informatie bekend is van het personeels- of klantenbestand kan in kaart worden gebracht wat de meest geschikte vestigingsplaats voor deze onderneming is. Dit zelfde principe kan ook gebruikt worden in het geval dat een onderneming extra vestigingen wil openen of juist wil sluiten. Op deze wijze kan getracht worden het aantal woon-werk kilometers tot een minimum te beperken, wat op meerdere vlakken tot besparingen kan leiden. In onderstaande afbeelding is voor een bedrijf in Deventer op basis van fictieve adresgegevens van de personeelsleden de reistijd per auto in de ochtendspits in kaart gebracht. Het kaartbeeld laat zien waar de medewerkers wonen (grijze stippen) en op basis hiervan kan door middel van isochronen de reistijd worden afgelezen. Dit kan zowel voor autoreistijd als voor reistijd per openbaar vervoer worden gedaan.

Ook kan met dezelfde methodiek een berekening worden gemaakt wat de optimale vestigingslocatie voor een bedrijf is, geredeneerd vanuit de reistijd van personeel. Deze analyse kan interessant zijn voor bedrijven die willen verhuizen of zoeken naar een locatie voor een extra vestiging.

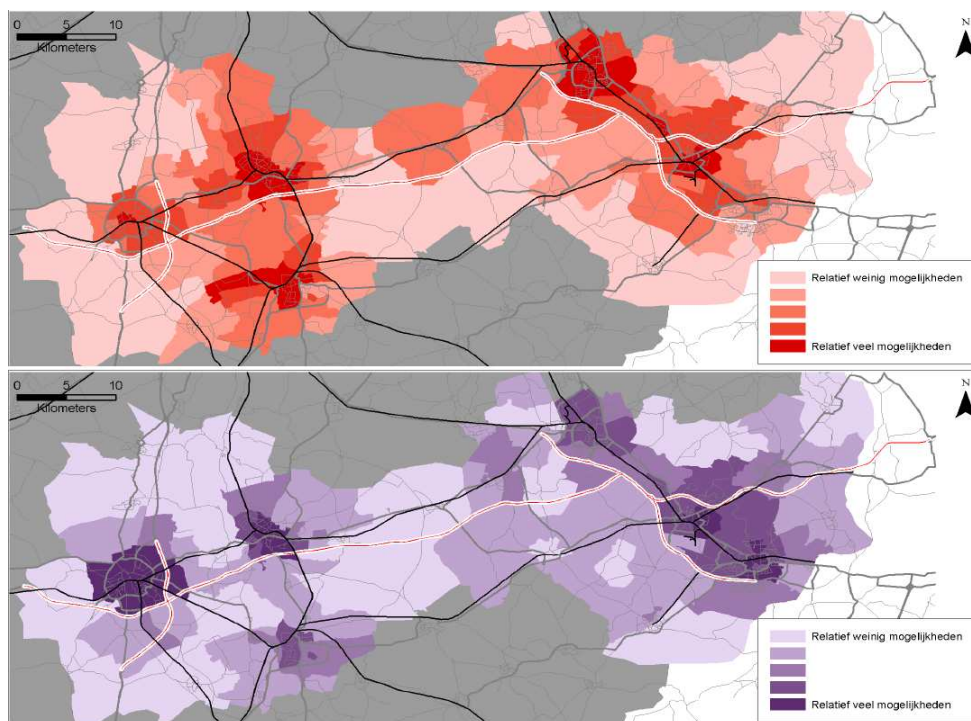


Figuur 7-1 Reistijd medewerkers

In plaats van adresgegevens van personeel kan ook gekozen worden om gegevens van (potentiële) bezoekers te gebruiken, waardoor de analyse ook interessant wordt voor bedrijven en attractiepunten uit de vrijetijdseconomie.

Aangezien naast bereikbaarheid in de vorm van reistijd nog veel andere factoren een rol spelen bij de locatiekeuze, is een dergelijk kaartbeeld slechts een deel van een geheel. Het is echter ook mogelijk om voor andere factoren soortgelijke kaarten te maken en deze uiteindelijk te combineren. Zo wordt momenteel gewerkt aan de ontwikkeling van vastgoedwaarde kaarten en kaarten waaruit blijkt waar ruimtelijke kansen liggen. Ook is goed in beeld te brengen waar economische potenties liggen. Al deze kaartbeelden samen kunnen zorgen voor een afweging die minder op gevoel, maar meer op feiten gebaseerd is.

Onderstaande afbeelding geeft aan welke gebieden het beste scoren qua bereikbaarheid van werklocaties. Als definitie geldt: het aantal mensen dat naar een gebied kan komen binnen een bepaalde reistijd met een bepaald vervoermiddel. De donker gekleurde gebieden zijn dus relatief de beste locaties om werkgelegenheid te plaatsen. Rood staat in dit voorbeeld voor auto en paars voor openbaar vervoer.



Figuur 7-2 Economische potentiekaart

Combinatieticket

Voor vaste attractiepunten is het beïnvloeden van de vervoerswijze keuze één van de meest efficiënte oplossingen om bereikbaarheid naar een hoger plan te tillen. Vooral het openbaar vervoer kan een belangrijke rol spelen om problemen op te lossen of te verkleinen. Bereikbaarheidsproblemen doen zich voor in verschillende vormen. Het kan gaan om een tekort aan parkeercapaciteit, attractiepunten kunnen zorgen voor overlast op toeleidende wegen en ook de catchment area van attractiepunten wordt kleiner door het dichtslippen van het hoofdwegennet. Beïnvloeding van de vervoerswijze keuze heeft op al deze problemen invloed en op deze oplossing dient daarom sterk ingezet te worden. Een effectieve wijze is het aanbieden van gecombineerde kaartverkoop. Bij dit concept wordt het vervoersbewijs in combinatie met het entreebewijs verkocht. De prijs van dit gecombineerde ticket kan lager in de markt worden gezet om de aantrekkelijkheid te verhogen. Ook kan gedacht worden om daarnaast andere voordelen, zoals voorrang bij de toegang of korting op een volgende treinreis te bieden.

7.2.2 Overheid

Ontwikkelen database bereikbaarheid attractiepunten

In paragraaf 6.1.2 wordt gesteld dat voor evenementen elke situatie vraagt om een specifieke aanpak en dat een standaard oplossing niet bestaat.

Hierbij kan de aantekening worden gemaakt dat eerdere ervaringen wel bijdragen aan het vinden van goede oplossingen. Vanuit dat oogpunt kan het interessant zijn om een database bij te houden van gedragsgegevens per evenement of situatie. Het doel van een dergelijke database is dat organisatoren of andere actoren van bestaande of nieuwe evenementen gericht kunnen zoeken naar voorbeelden van soortgelijke evenementen. Soortgelijk kan hierbij bijvoorbeeld gelezen worden als een vergelijkbare bezoekersstroom of een soortgelijke ligging. Succes- en faalfactoren kunnen op een centraal punt verzameld en inzichtelijk gemaakt worden voor personen en bedrijven die behoefte hebben aan deze informatie.

Algemene plaatselijke verordening

Steeds meer gemeenten vragen bij hun evenementenvergunning om een mobiliteitsplan. In de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) kunnen hiervoor richtlijnen worden opgenomen. Samenwerking met de organisator van het evenement moet daarbij het uitgangspunt zijn. De basis voor een evenementenvergunning is het draaiboek. Dit gaat in op:

- soort evenement en type bezoekers;
- tijdstip en plek;
- verantwoordelijkheden;
- programma en bezoekersstromen (crowd management);
- maatregelen te nemen door evenementenorganisatie, wegbeheerders, vervoerders en hulpdiensten;
- calamiteitenplan.

De APV kan in beginsel op diverse aandachtsvelden van mobiliteitsmanagement worden toegepast. Op decentraal niveau wordt dit instrument onder meer op de volgende aandachtsvelden ingezet: parkeerbeleid (om parkeerexcessen tegen te gaan), milieu en leefomgeving (onder meer geproduceerde geluidhinder door vrachtauto's, gebruik van (motor)voertuigen door gemeente aangelegde groenstructuur), regionaal goederenvervoer en stedelijke distributie. Amsterdam en Rotterdam hebben in hun APV's bepalingen opgenomen om het vervoer bij grootschalige (straat-) evenementen in goede banen te leiden. De APV van Rotterdam stelt het volgende:

"De aan de vergunning te verbinden voorschriften kunnen onder meer betrekking hebben op de plaats, het tijdstip en de "inrichting" van het evenement, het maximaal toe te laten aantal bezoekers, de aard en de omvang van de door de organisator zelf te nemen maatregelen ter waarborging van orde en veiligheid, de verkeersveiligheid, de verplichting de bereikbaarheid van het evenement per openbaar vervoer in openbare aankondigingen aan te geven etc."

Tot op heden zijn er slechts weinig gemeenten die van deze mogelijkheid gebruik maken.

Creative class

De gemeente moet sturen op beleid rondom ontwikkelen van creatieve plekken. Het literatuuronderzoek heeft aangetoond dat de beschikbaarheid van adequaat opgeleid personeel naast aspecten rondom bereikbaarheid een belangrijke vestigingsfactor is. Dit zou kunnen betekenen dat bedrijven naar plekken trekken waar het juiste personeel voor handen is, maar ook kan getracht worden om de juiste mensen aan te trekken en juist hierdoor te zorgen dat bedrijven volgen. Hier ligt een taak voor de gemeente. Hoog opgeleid personeel vindt quality of life factoren in toenemende mate van belang. Een onderdeel hiervan is het culturele aanbod dat een stad biedt. Vooral voor de doelgroep die kenniseconomie gerelateerde bedrijven probeert aan te trekken is dit aanbod interessant. Deventer profileert zich momenteel al als evenementenstad en het aanbod is divers te noemen. De initiatieven die in het havenkwartier worden ontplooid sluiten goed aan bij bovenstaande tekst. Getracht moet worden om het aanbod qua creatieve instellingen uit te breiden en hierin te faciliteren om zodoende het aanbod van quality of life factoren naar een hoger plan te tillen.

In hoofdstuk zes werd de keuze voor een instelling omtrent het hebben van een goed bereikbare locatie ofwel de beschikbaarheid van een groot potentieel arbeidskrachten in de omgeving geschetst. Buiten de Randstad ligt de bereikbaarheid vooral per auto vaak minder onder druk, maar is adequaat opgeleid personeel schaarser. Wanneer gezorgd kan worden dat een kleine kentering in het laatst genoemde punt komt, kan dit een positief effect hebben op de afweging die bedrijven maken omtrent de bedrijfsvestiging.

7.2.3 Vervolgonderzoek

Het voorliggend onderzoek bevat een uitgebreid literatuuronderzoek en daarnaast een casestudy. De casestudy is vorm gegeven door een documentstudie en informatie vergaard uit interviews. Gezien het kader en het tijdsbestek voor deze thesis is gekozen om ten eerste twee sectoren uit de economie en ten tweede een beperkt aantal actoren uit deze sectoren in het onderzoek te betrekken. Waar dit onderzoek zicht heeft

toegespitst op de kenniseconomie, is inzicht in andere sectoren zoals zakelijke dienstverlening in het algemeen ook van wezenlijk belang. Ook komt het de betrouwbaarheid ten goede wanneer meer instellingen in het empirisch onderzoek worden betrokken.

De vraag is in hoeverre de resultaten van dit onderzoek gegeneraliseerd kunnen worden naar andere sectoren en andere steden. Gezien de sterke overlap tussen de literatuur en de praktijk in Deventer is generalisatie van de conclusies en aanbevelingen omtrent de kenniseconomie mogelijk. Het uitvoeren van de casestudy is enerzijds gedaan om de lokale situatie inzichtelijk te maken, maar heeft voornamelijk als doel, het controleren van de betrouwbaarheid van de theorie. Aangezien de theorie in dit onderzoek een goede weergave van de praktijk is, gelden de conclusies op een breder vlak dan alleen Deventer, zowel geografisch (andere steden) als per sector (bijvoorbeeld zakelijke dienstverlening).

Literatuur

Boeken en rapporten

Atzema, O., Lambooy, J., Rietbergen, T. Van, & Wever, E. (2002). *Ruimtelijke Economische Dynamiek: Kijk op bedrijfslocatie en regionale ontwikkeling*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.

Bakker, S. (2001). *Het geheel is meer dan de som der delen. De verkeersaantrekkende werking van leisure-complexen*. Deventer: Goudappel Coffeng.

Boer, L. De, Cornelissen, C., Harten, J. Van, Heerkens, H., Kuipers, B., Pellenbarg, P., Reijs, T., Schuur, P., Sijsma, F., & Wegen, L. Van der. (2001). *Core centra en vestigingsplaatskeuze*. Delft: TNO Inro

Buys en Giesbers. (2003). *Stedenscan Overijssel*. Amsterdam: RIGO Research en Advies BV.

CBS. (2004). *Kennis en economie 2004, onderzoek en innovatie in Nederland*. Voorburg: Centraal bureau voor de Statistiek.

CPB. (2002). *Pijlers onder de kenniseconomie: Opties voor institutionele vernieuwing*. Den Haag: Centraal Planbureau.

CROW. (2000). *Verkeersmanagement van attractiepunten en recreatiegebieden*. Ede: CROW, kenniscentrum voor verkeer, vervoer en infrastructuur.

Eygenraam, S., & Katwijk, J. Van. (2005). *Kenniseconomie & de stad: Naar een dynamische kennissamenleving in 2010*. Den Haag: Kenniscentrum grote steden.

Florida, R. (2002). *The rise of the creative class...and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.

Gemeente Den Haag. (2005). *Leisurenota den Haag, 2005-2010*.

Gemeente Deventer (1992), *Bestemmingsplan Kloosterlanden- Hanzepark*.

Gemeente Deventer (2005). *Economisch businessplan*. Binnenwerk, Deventer

Geurts, P. (1998), *Van probleem naar onderzoek, Een praktische handleiding met COO-cursus*, Bussum:uitgeverij Coutinho.

Glaeser, E. L., & Saiz, A. (2003). *The rise of the skilled city*. Cambridge: National Bureau of Economic Research.

Golder, T. J., Hoefnagels, B. K. G. H., De Ridder, W. J., en Zeeman, K. (2007). *Innovatie in mobiliteit en bereikbaarheid, creatieve samenwerking in de mobiliteitsmarkt*. Den Haag: Stichting Maatschappij en Onderneming.

Haan, J. De., Hart, J. De, Huysmans, F., & Niggebrugge, D. (2001). *Trends in de tijd: een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordening*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Hanemaaijer, D., & Rekkers, P. (1998). *Vestigingsplaatsfactoren: Belang, waardering en knelpunten*. Den Haag: B&A groep.

Harms, L. (2008). *Overwegend overweg, de leefsituatie en mobiliteit van Nederlanders*. Sociaal en Cultureel Planbureau: Den Haag.

Harssema, M. (2004). *Stadslandschappen, vrijetijdsbesteding: een kans voor de Deltametropool!* Delft: vereniging Deltametropool

Hazeu C.A. (2000), *Institutionele economie, een optiek op organisatie- en sturingsvraagstukken*, Bussum: uitgeverij Coutinho

Jansen, T., Van Loon, J., nijhof, N., Pero, A., Schouwenaars, H., Versteegh, B. & Weijers, M. (1996). *Het ABC-locatiebeleid en het gemeentelijk handelen*. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen.

Jong, J. De. (2006). *Creatieve culturele verstedelijking: een onderzoek naar ruimtelijk-economische structuurversterking binnen de bebouwingscontouren van de stad Enschede*. Enschede: Universiteit Twente.

Jong, De M. & Leijten, M. (2004). *Het juiste bedrijf op de juiste plaats, Locatie en vestigingsbeleid in twee Nederlandse en twee Vlaamse pionierende gemeenten*. Den Haag: Kenniscentrum Grote Steden.

Kochl, M., Kolk, J. van der, Lavrijsen, N., Nijsingh, B., & Wissink, A. (2000). *Pas op de plaats!: Literatuuronderzoek naar de locatiefactoren van bedrijven en de ontwikkeling van bedrijvenparken*. Enschede: Universiteit Twente.

KpVV (2005a), *Bereikbaarheid ontsloten*, Rotterdam

KpVV (2005b), *Handreiking regionale netwerkanalyses*, Deventer

KpVV (2005c). *Instrumenten voor mobiliteitsmanagement, voorbeelden en tips*, Rotterdam

KpVV en Stichting Recreatie Kennis- en Innovatiecentrum (2006), *Dagje uit, een voorbeeldenboek over recreatieverkeer*. Rotterdam.

Lambregts, B., Röling, R. & Werff, M. van der. (2005). *De stad als decor voor kennisontwikkeling in de zakelijke dienstverlening*. In Agora 21, nr. 3, pp. 24-27.

Luipen Van, A. *Geïntegreerd parkeerbeleid: de uitdaging voor het werkveld, Een inleiding op de procesmatige aspecten van parkeerbeleid*, Ede: CROW.

Martens, K., *ABC-locatiebeleid in de praktijk: de rol van gemeenten, provincies en Inspecties Ruimtelijke Ordening in de doorwerking van het ABC-locatiebeleid in strategisch beleid en operationele beslissingen*. Rapport nr. 16, Vakgroep Planologie, Nijmegen.

Meester, W. J., & Pellenbarg, P. H. (1986). *Subjectieve waardering van bedrijfsvestigingsmilieus in Nederland*. Groningen: Geografisch Instituut Rijksuniversiteit Groningen.

Metz, F. (2007). *Verslag symposium Leisure & Mobiliteit, belevenissen bereikbaar maken en houden*. Rotterdam: KpVV.

Ministerie van Economische zaken (2006), *Pieken in de delta*, Den Haag

Ministerie van Verkeer en Waterstaat (2005), *Nota mobiliteit 2005-2020*, Den Haag

Ministerie van Verkeer en Waterstaat, (jaartal onbekend), *Een dagje uit...morgen ook nog leuk? Over bereikbaarheid, leefbaarheid en milieu rond recreatieve bestemmingen*.

Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer, (1990), *Vierde Nota over de Ruimtelijke Ordening Extra: op weg naar 2015. Deel I: ontwerp-planologische kernbeslissing*. Den Haag.

Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer, Ministerie van Verkeer en Waterstaat en Ministerie van Economische Zaken, (1990), *Geleiding van de mobiliteit door een locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen*, RPD, Den Haag.

Mommaas, H. (2000). *De vrijetijdsindustrie in stad en land. Een studie naar de markt van belevenissen*. Den Haag: Wetenschappelijke Raad voor Regeringsbeleid.

Mommaas, H. (2003). *Vrije tijd in een tijdperk van overvloed*. Inaugurele rede. Amsterdam: Dutch University Press.

NVM BOG (2008). *Nationaal Kantorenmarktonderzoek 2008*. Nieuwegein: NVM Bedrijfs Onroerend Goed.

Oort, F. Van, Raspe, O., Verburg, T., & Weterings, A. (2007). *Clusters en economische groei*. Den Haag: Ruimtelijk Planbureau.

Pellenbarg, P.H. (2006). *Dynamiek in vestigingsgedrag, infrastructuur als vestigingsfactor*. Groningen, academie voor management, universiteit Groningen.

Porter, M. (1998). *The competitive advantage of nations*. New York: Palgrave Macmillan.

SCP. (2004). *In het zicht van de toekomst: Sociaal en cultureel rapport 2004*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Veen Van der, Coenen, Boshuizen & Fikkers (2006) *Evaluatie van het economisch beleid van de gemeente Enschede: kennisintensieve bedrijvigheid*. Universiteit Twente: CSTM.

Internet

Boek en oudheid.

<http://www.boekenoudheid.nl/111>, geraadpleegd op 8 september 2008.

Centraal bureau voor de statistiek, CBS Statline.

<http://statline.cbs.nl/StatWeb/dome/?LA=NL>, geraadpleegd op 8 september 2008.

De nationale bereikbaarheidskaart van Nederland.

<http://www.bereikbaarheidskaart.nl/nbk/index.php>

Geraadpleegd op 19 september 2008.

De ondernemer, bereikbaarheid is kans, gebrek aan ruimte bedreiging.

http://www.deondernemer.nl/artikel/445716/%E2%80%98Bereikbaarheid_is_..._ruimte_bedreiging%E2%80%99

Geraadpleegd op 6 oktober 2008

De Stentor, regio Deventer.
<http://www.destentor.nl/regio/deventer/deventer/3506692/Boekenmarkt-drukker-dan-ooit.ece>
Geraadpleegd op 9 september 2008.

Gemeente Deventer,
<http://www.deventer.nl/ondernemers/vestigingslocaties/sport-en-spektakelstrip-colschate>
Geraadpleegd op 21 augustus 2008.

Gemeente Deventer,
<http://www.deventer.nl>
Zoek: 200016604WV_nieuwbouw_stadion_Go_Ahead_Eagles
Raadsbesluit

Gemeente Deventer,
<http://www.deventer.nl>
Zoek: 200509971WCO_Renovatie_Stadion_Go_Ahead_Eagles
Raadsbesluit

Havenkwartier Deventer,
<http://www.havenkwartier.org>
Geraadpleegd op 9 oktober 2008.

Kamer van Koophandel.
<http://www.kvk.nl/Branches/>
Geraadpleegd op 24 juli 2008.

Managersonline.
<http://www.managersonline.nl/nieuws/7003/geschikt-personeel-belangrijker-dan-bereikbaarheid.html>
Geraadpleegd op 11 september 2008.

Openbaar vervoer, nationaal pakket duurzame stedenbouw.
<http://www.npds.nl/pagina's/Verkeer/openbaarvervoer.htm>
Geraadpleegd op 01-09-2008.

Plaatsen met een verleden.
<http://www.nationaalarchief.nl/plaatsen/details.asp?actie=zoeken&page=1&pk=67>,
Geraadpleegd op 8 september 2008.

SCP-persberichten-Sociaal cultureel planbureau (2004). Ondanks drukte toch op weg naar een vrijetijdssamenleving
<http://www.scp.nl/publicaties/persberichten/9037701590-hoofdstuk12.shtml>.
Geraadpleegd op 21 augustus 2008.

VVV Deventer, gastvrije handelsstad.
http://www.vvvdeventer.nl/11_13_evenementenOverzicht.php
Geraadpleegd op 9 september 2008.

Weblog Jan Oggel (Deventer gemeenteraad).
<http://www.deventer.cda.nl/deventer/weblog+jan+oggel.aspx>
Geraadpleegd op 10 november 2008.

Interviews

Ad Bonneur, lid directie en vestigingsmanager Deventer, Tauw.

Theo van den Broek, sectorhoofd Ruimte en milieu, Witteveen+Bos.

Anjo De Bont, evenementenbureau VVV Deventer.

Tonny Bosch, directeur divisie Verkeersarchitectuur, Goudappel Coffeng.

Glenda Hoefnagel, bedrijfsleider, Boreel Entertainment Center.

Bart Humblet, directeur Oost-Nederland, DHV B.V.

Theo Van Raaij, manager Team Ruimte en Economie, gemeente Deventer.

Hans Wichers Schreur, directeur facilitaire dienst, Saxion Hogescholen.

Archief De Stentor

Parkeren en met de paardentram, Deventer, 1 augustus 2001.

Verkeersmaatregelen Dickens Festijn, Deventer, 19 december 2002.

Entertainment Center biedt alle dagen vermaak, Deventer, 5 juni 2003(a).

Horeca op Brink kritiseert gemeente, Deventer, 12 juli 2003(b).

Deventer op Stelten blijkt het meest populair, Deventer, 4 oktober 2003(c).

Deventer is blij met de dagjesmensen, Deventer, 4 augustus 2004(a).

Aventus wil met Saxion onder dak, Deventer, 13 augustus 2004 (b), K. Van Delft.

Saxion en MKB onder één dak, Deventer, 6 september 2004(c), K. Van Delft.

Jeugd niet Deventer uitjagen, Deventer, 25 augustus 2005, A. Zweers.

Boekenmarkt is meer dan alleen boeken, Deventer 3 augustus 2006(a).

Extra lange treinen Boekenmarkt, Deventer, 3 augustus 2006(b).

Hein Pieper: 'Deventer voorop met kenniseconomie', Deventer, 18 november 2006(c).

Debat over toekomst van Havenkwartier, Deventer, 20 juni 2007(a).

Toch weer kans op skihal in Deventer, Deventer, 27 november 2007(b), N. Lensen.

Koetjesreep voor nieuw pand Witteveen+Bos, Deventer, 20 maart 2008(a), R. Nijland.

Boekenmarkt Deventer na stoeve start toch fenomeen, Deventer, 2 augustus 2008(b).

Citymoves maakt vrienden in Deventer, Deventer, 1 september 2008(c), W. Ten Dam.

Deventer sportclubs willen wielerveden bij Scheg, 24 november 2008(d), H. Hekkert.

Provincie akkoord met Transferium Apeldoorn, 26 november 2008 (e), B. Felix.

Bijlagen

I algemene informatie Deventer kenniseconomie en vrijetijdseconomie

II schema interviews kenniseconomie en vrijetijdseconomie

Bijlage I

Algemene informatie Deventer kenniseconomie en vrijetijdseconomie

In deze bijlage wordt inzicht gegeven over de situatie zoals deze in Deventer is met betrekking tot de twee onderzochte functies, kenniseconomie en vrijetijdseconomie. Wanneer de lezer van de scriptie onbekend is met het lokale aanbod van deze functies, kan deze bijlage zorg dragen voor een betere leesbaarheid van voornamelijk hoofdstuk 4.

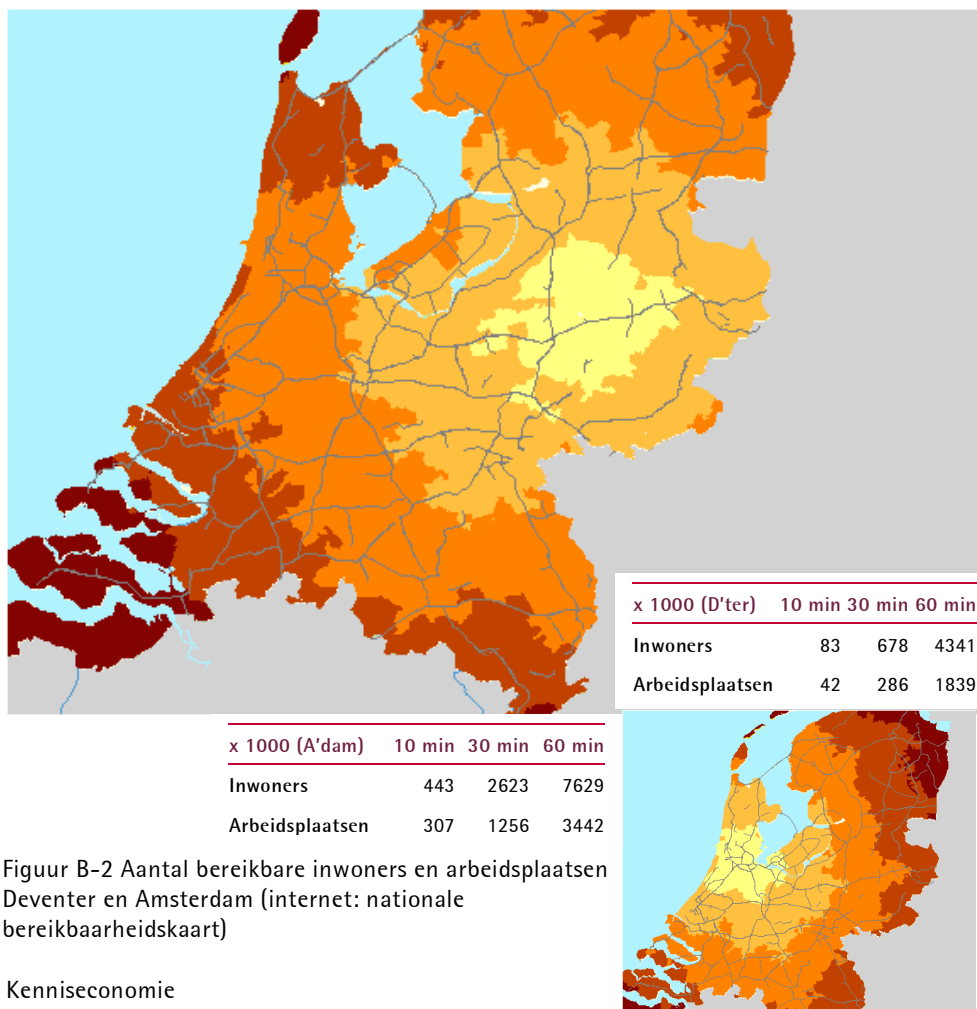
Deventer is een van de vijf oudste steden van Nederland. De plaats staat al in bronnen uit de 8e eeuw van het bisdom Utrecht vermeld. De stadsrechten van Deventer zijn waarschijnlijk ergens in de 11e eeuw voor het eerst echt vastgelegd, precies is dit niet bekend (internet: nationaal archief). De gemeente Deventer grenst in het noordwesten aan de gemeente Olst-Wijhe, in het noordoosten aan Raalte, in het oosten aan Rijssen-Holten, in het zuiden aan Lochem (Gelderland) en in het westen aan Voorst (Gelderland). Volgens de telling van het Centraal Bureau voor de Statistiek telt de totale gemeente Deventer 97.331 inwoners. De stad zelf wordt door ongeveer 80.000 mensen bewoond (internet: CBS Statline).

Deventer telt 2 treinstations, te weten station Deventer en Deventer-Colmschate. Er zijn rechtstreekse verbindingen met Apeldoorn, Amsterdam, Schiphol, Rotterdam, Nijmegen, Enschede, Zwolle en Berlijn. Het busvervoer wordt verzorgd door Connexion. De meeste wijken worden ontsloten door een kwartiersverbinding. Per auto is de stad bereikbaar over de A1, N337, N344 en de N348.



Figuur B-1 Station Deventer

In onderstaande afbeelding is inzichtelijk gemaakt hoeveel inwoners en arbeidsplaatsen bereikbaar zijn in een bepaald tijdsbestek naar het centrum van Deventer. Hieruit kan geconcludeerd worden in hoeverre Deventer een aantrekkelijke stad is om te gaan werken vanuit de omgeving. Ter vergelijking is een klein kaartbeeld van Amsterdam toegevoegd. Opvallend is dat de cirkels rondom de aankomstplaats niet veel verschillen qua oppervlakte, maar dat het aantal bereikbare inwoners en vooral de arbeidsplaatsen grote verschillen laten zien.

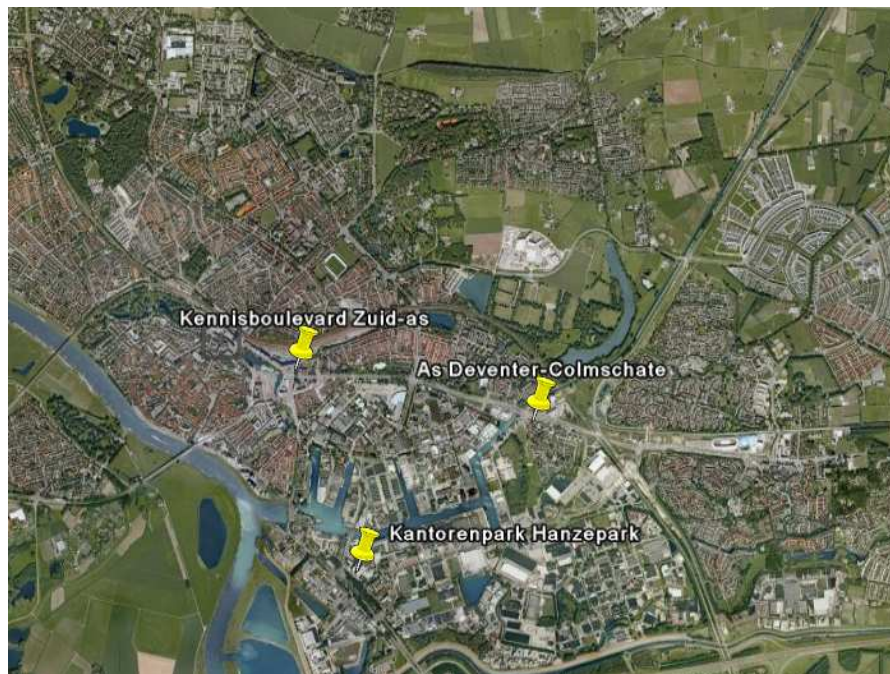


Figuur B-2 Aantal bereikbare inwoners en arbeidsplaatsen Deventer en Amsterdam (internet: nationale bereikbaarheidskaart)

Kenniseconomie

De kantorenmarkt in Deventer is het laatste decennium flink uitgebreid. Er zijn nieuwe locaties ontwikkeld en ook is door middel van inbreidingslocaties een flinke stap gezet om meer werkgelegenheid aan te trekken, met name gericht op zakelijke dienstverlening. Op de website van de gemeente Deventer staan drie locaties genoemd waar kantoorruimte ontwikkeld kan worden. Het gaat hierbij om kantorenpark Hanzepark, Kennisboulevard Zuid-as en de as Deventer-Colmschate. Op onderstaande kaart zijn deze locaties afgebeeld. Voornamelijk op locaties aan de Kennisboulevard Zuid-as hebben zich grote veranderingen voorgedaan. Op kenniseconomie gestoelde instellingen hebben de plek van een garage, slachterij en bandenfabriek overgenomen. Ook dicht bij de snelweg zijn veel kantoorpanden ontwikkeld, met name op het Hanzepark. Dit park maakt onderdeel uit van een groot bedrijven- en kantorenterein, Kloosterlanden-Hanzepark. In totaal gaat het om 140 hectare, waarvan Hanzepark ongeveer 17 hectare uit maakt. Het gaat echter niet alleen over bedrijven als we het over de kenniseconomie hebben. Ook Saxion Hogescholen speelt een belangrijke rol, bijvoorbeeld door middel van lectoraten en uitwisselingen tussen studenten en bedrijven. Vanuit de stadshistorie bestaat een interessante link met de

kenniseconomie aangezien Deventer het belangrijkste humanistische boekdrukcenrum van Noord-Europa was rond 1500 (internet: boek en oudheid). Ook nu is Deventer nog een uitgeverstad, mede door de aanwezigheid van Kluwer.



Figuur B-3 Overzichtskaart kenniseconomie

Vrijtijdseconomie

Een van de redenen waarom het interessant is om de vrijetijdseconomie van Deventer te onderzoeken is het aanbod aan culturele evenementen. Er wordt een breed scala aan uiteenlopende zaken georganiseerd. Hierbij kan gedacht worden aan:

- Dickens Festijn
- Humorfestival
- Goede vrijdagmarkt
- Zomerkermis
- Boekenmarkt
- Deventer op Stelten
- Tour de terras
- Film op de brink
- Intocht Sinterklaas

Naast evenementen worden structurele voorzieningen aangeboden. Hierbij kan worden gedacht aan een schouwburg, entertainment center met bioscoop en bowling, voetbal stadion en diverse locaties voor sportactiviteiten.

In onderstaande paragraaf wordt een korte toelichting gegeven op de belangrijkste evenementen.

Dickens Festijn

De 19e eeuwse Engelse stad van Charles Dickens herleeft tijdens het Dickens Festijn in volle glorie in het centrum van Deventer. In het historische Bergkwartier komen gedurende twee dagen ruim 900 personages uit de beroemde boeken van deze Engelse schrijver tot leven: van Scrooge tot Oliver Twist, van Mr. Pickwick tot Christmas Carol Singers, van weeskinderen tot



Figuur B-4 Dickensfestijn

dronkaards, van kantoorklerken tot deftige lieden. Het festijn wordt jaarlijks bezocht door meer dan 100.000 bezoekers. Het Dickens Festijn wordt georganiseerd door de ondernemers en bewoners in het Deventer Bergkwartier, in het bijzonder mevrouw Emmy Strik-ten Kley, en het Evenementenbureau van de VVV Deventer.

Aan het festijn wordt deelgenomen door professionele acteurs, muzikanten en koren, naast toneelspelers en muziekverenigingen uit Deventer en omstreken. Bovendien nemen tal van bewoners en ondernemers uit het Bergkwartier actief deel (internet: VVV Deventer).

Boekenmarkt

De Deventer boekenmarkt is een jaarlijks evenement dat plaatsvindt langs de IJsselkade en in de binnenstad. Het evenement trekt elk jaar meer bezoekers. De laatste versie trok 130.000 boekenliefhebbers naar de Deventer binnenstad. In totaal waren er 878 kramen met boeken vertegenwoordigd, wat betekent dat er ongeveer 6km aan boeken te bekijken was. Dit aantal zorgt ervoor dat dit Europa's grootste boekenmarkt is. Het gaat echter niet alleen om kwantiteit, maar ook om kwaliteit. Het aanbod varieert van kinderboeken tot poëzie, van literatuur tot strips, van kunst tot topografie. De vele boekenkramen in combinatie met rivier de IJssel, de historische binnenstad, monumentale stadspaleizen en de gezellige terrassen maken de Deventer Boekenmarkt tot een uniek evenement (internet: De Stentor).



Figuur B-5 Boekenmarkt

Deventer op stelten

Jaarlijks vindt in Deventer het internationaal straattheater- en spektakelfestival 'Deventer op Stelten' plaats. Drie dagen lang staat de binnenstad van Deventer in het teken van theater op stelten en spektakel op hoog niveau. Er wordt opgetreden door groepen uit de hele wereld. De toegang voor het gehele festival is gratis en het bezoekersaantal is de laatste jaren uitgegroeid naar ruim 120.000 mensen (internet: VVV Deventer).

Overige activiteiten en faciliteiten

Naast de bovengenoemde evenementen zijn er nog veel andere activiteiten zoals de intocht van Sinterklaas en de zomerkermis. Ook dergelijke evenementen trekken een grote massa bezoekers aan en hierbij is het van belang om de binnenstad bereikbaar te houden. In sommige gevallen gaat het om evenementen die op zon- en feestdagen plaatsvinden. In deze gevallen komt de bereikbaarheid minder snel in de knel, maar andere festiviteiten duren langer dan een dag of vinden plaats op een reguliere zaterdag. Dit zorgt voor een extra toename van verkeer naast het gebruikelijke drukke stadsverkeer.

De functie vrijetijdseconomie bevat meer dan alleen de bovengenoemde activiteiten. Het gaat om een breed begrip en zoals in hoofdstuk twee al werd opgemerkt vallen alle functies die in de vrije tijd plaatsvinden onder het begrip. Met betrekking tot deze casestudy is een selectie gemaakt van voorzieningen die relatief veel bezoekers trekken. Hierbij kan gedacht worden aan de schouwburg, het voetbalstadion, het Boreel Entertainment Center (bioscoop, bowling, restaurant, bar, casino) en sport- en recreatiecentrum De Scheg.

Op de kaart in onderstaande figuur is aangegeven waar de verschillende faciliteiten zich geografisch bevinden.



Figuur B-6 overzichtskaart vrijetijdseconomie

Schema interviews

Kenniseconomie

1a) Uw kantoor ligt op de grachtengordel, dus dicht bij het centrum en station. Wat zijn voor vestiging op deze locatie de belangrijkste argumenten geweest?

1b) Uw kantoor ligt dicht bij de snelweg en wat verder van het centrum. Wat zijn voor vestiging op deze locatie de belangrijkste argumenten geweest?

Wat zijn voor u in het algemeen indicatoren die een goede bereikbaarheid weergeven? Is een goede bereikbaarheid het belangrijkste punt met betrekking tot de locatie van het kantoor?

Voor welk doel is de locatie het belangrijkste? (bijvoorbeeld personeel, klanten, naamsbekendheid, representativiteit, enz.)

Op welke wijze bereikt het personeel het kantoor?

Komt er veel personeel uit de directe omgeving, of wordt er relatief veel gereisd?

Worden er ook veel dienstreizen gemaakt? En op welke wijze vinden deze plaats?

Hangt de wijze van vervoer van personeel samen met de locatie van het kantoor?

Welk beleid wordt gevoerd met betrekking tot parkeren? (Voor zowel personeel als klanten)

Wanneer er gekozen zou kunnen worden voor een nieuwe locatie, waaraan zou deze moeten voldoen?

Zou een eventuele nieuwe locatie eerder bij het station moeten liggen dan bij de snelweg?

Zou de herkomst van personeel of potentieel nieuw personeel een belangrijke rol spelen bij een nieuwe vestiging?

Wat is er in uw ogen nodig om de bereikbaarheid te verbeteren/ naar hoger plan te tillen mbt deze locatie?

Op welke wijze hangt gemeentelijk beleid samen met de locatiekeuze?

Kunt u aangeven met getallen van 1 tot en met 7 welke van de volgende aspecten het zwaarst en minst zwaar wegen met betrekking tot de vestigingskeuze?

Cijfer	Factoren
	Imago (representativiteit en zichtbaarheid t.o.v. de concurrentie)
	Relatie tot markt en supply chain (spreiding leveranciers/klanten, nabijheid concurrenten)
	Facilitering operationele processen (bereikbaarheid, parkeerplaatsen, uitbreidingsmogelijkheden)
	Synergie met netwerkpartners (outsourcing, conculega en economische clustering, kennisuitwisseling)
	Juridische en economische aspecten (cultuur regio, milieueisen, gemeentelijk beleid)
	Arbeidsmarkt (beschikbaarheid geschikt personeel, arbeidsklimaat, quality of life factoren)
	Kosten factoren (grondkosten, huurkosten, exploitatiekosten, loonkosten, subsidies)

Vrijetijdseconomie

Wat zijn voor de huidige locatie de argumenten om hiervoor te kiezen?

Hoe belangrijk is een goede bereikbaarheid voor een dergelijk evenement/bedrijf?

Wat zijn volgens u indicatoren die bereikbaarheid weergeven, wat speelt een rol bij dit begrip?

Is een goede bereikbaarheid het belangrijkste argument om voor de huidige locatie te kiezen?

Welke partijen acht u van belang in het kader van de bereikbaarheid van evenementen?

Welk doel wordt nagestreefd met betrekking tot de bereikbaarheid rondom het evenement?

Welke initiatieven worden er ontplooid om de locatie/het evenement bereikbaar te houden?

Komt het grootste gedeelte van de bezoekers/werknemers uit de directe omgeving?

Welk vervoersmiddel wordt overwegend gekozen om de locatie te bereiken?

En op welke wijze wordt hierin gestuurd en kan hierop invloed worden uitgeoefend?

Heeft de nabijheid van winkels een versterkend effect? Dus in hoeverre worden de functies gecombineerd tijdens één bezoek?

In hoeverre heeft gemeentelijk beleid een rol gespeeld bij de vestiging op de huidige locatie of een eventuele verplaatsing naar een andere locatie?

In hoeverre speelt gemeentelijk parkeerbeleid een rol bij de organisatie en wordt hier invloed op uitgeoefend?

Er is al enkele keren gebruik gemaakt van een transferium. Gebeurt dit op initiatief van de gemeente of van de organisatie en wordt hiervan veel gebruik gemaakt? Wie organiseert en faciliteert dit?

Is er ondanks het transferium nog een te hoge parkeerdruk in het centrum?

Is het prijstechnisch voordeliger om gebruik te maken van het transferium?

Moet de gemeente parkeren in het centrum prioriteit geven of op een andere manier verbeteren (bijvoorbeeld betaalmethoden)?

Gemeente

Kenniseconomie

Op welke wijze wordt getracht bedrijven, instellingen naar de stad te trekken?
Welk beleid wordt hiervoor gevoerd?

Wanneer een bedrijf te kennen geeft zich te willen vestigen in Deventer, hoe wordt vervolgens getracht het bedrijf op de meest geschikte plaats te krijgen?
Speelt hierbij de onderneming of de gemeente de belangrijkste rol?

Hoe wordt bepaald wat de meest geschikte plaats is?
Wordt altijd strak aan het bestemmingsplan vastgehouden of spelen er andere zaken een rol?
Speelt het ABC-locatiebeleid nog een rol? Bijv. met betrekking tot parkeernormen?

In hoeverre speelt concurrentie met andere steden zoals Apeldoorn een rol in het beleid?

Deventer richt zich op kenniseconomie. Wat wordt in het kader hiervan georganiseerd/gefaciliteerd om meer kennisintensieve bedrijvigheid aan te trekken?

Vrijtijdseconomie

In hoeverre wordt er beleid gevoerd om recreatieve voorzieningen aan te trekken?

Bestaan er al concrete plannen mbt opvulling van de recreatiestrip bij de Scheg?

Evenementen: wat wordt er georganiseerd bij grootscheepse evenementen mbt parkeren?

Wordt dit voornamelijk door de gemeente georganiseerd en betaald of ook door de organisator?

Wordt er door de gemeente zelf veel geïnvesteerd om Deventer ook daadwerkelijk een evenementenstad te laten blijven? En op welke manier wordt dit gedaan? Nieuwe initiatieven of voornamelijk reclame voor bestaande initiatieven?

Hoe houdt je een grootschalig evenement bereikbaar?

Welke rol speelt het bestaan van grote evenementen zoals het Dickens Festijn denk u voor de vestiging van nieuwe bedrijvigheid? En het aantrekken van hoog opgeleide mensen (in combinatie met cultureel aanbod)?