

VERSLAG

Gezamenlijke bijeenkomst van Huis voor de Binnenstad en de Vereniging van Eigenaren van Commercieel Vastgoed Binnenstad Nijmegen (VCV)

28 maart 2017, 20:00u
De Waagh, Nijmegen

Aanwezig namens

bestuur VCV/HvdB : Hubert Hendriks (voorzitter), Maarten Mulder, centrummanager
gemeente Nijmegen : wethouder Ben van Hees
HAN : Isaak Kroes, Peggy de Jong, Janneke Delisse
I&O Research : Thijs Lenderink
Ondernemers/
vastgoedeigenaren : ca. 65 deelnemers

Notulist : Petra Kerkhof (secretariaat VCV)

Inleiding

Als voorzitter van Huis voor de Binnenstad en voorzitter ad interim van de VCV Nijmegen heet Hubert Hendriks alle aanwezigen van harte welkom.

De waarde van vastgoed in een stad wordt bepaald door meerdere factoren. Door de uitstraling van de stad als geheel en tot op straatniveau, het aanbod aan winkels en vertier, de bereikbaarheid en toegankelijkheid, de sfeer.

Samenwerking tussen huurder en verhuurder, verenigingen en gemeente, is daarbij het sleutelwoord.

Wat gebeurt er allemaal in Nijmegen?

Koopstromenontwikkeling in Nijmegen

Thijs Lenderink, accountmanager Economie & Ruimte bij I&O Research neemt iedereen mee in het koopstromenonderzoek dat in 2016 in de regio Arnhem-Nijmegen is uitgevoerd.

KOOPSTROMENONDERZOEK

- Wie koopt wat, waar en waarom daar?
- Waar besteden regio-inwoners ruim 4 miljard aan dagelijks en niet-dagelijks?
- Inzicht in ruimtelijke en niet-ruimtelijke koopstromen en koopgedrag
- Inzicht in detailhandelsaanbod en leegstand
- Inzicht in waardering en economisch functioneren aankooplocaties
- Peilstok voor functioneren detailhandel(-s)beleid
- Beeld op hoofdlijnen

Het onderzoek laat interessante en verrassende uitkomsten zien en wordt met enthousiasme ontvangen door de aanwezigen.

Nijmegen scoort op veel onderdelen goed. Vanuit de consument is er de behoefte om het aanbod voor dagelijkse inkoop dichtbij te hebben en het centrum heeft behoefte aan een grote supermarkt. Bezoekers vinden het parkeren duur, maar dat blijkt te maken te hebben met perceptie: de parkeertarieven in Nijmegen zijn, in vergelijking met andere steden, redelijk te noemen. Al met al tonen de uitkomsten dat Nijmegen perspectief biedt voor vastgoedeigenaren.

Onderaan dit verslag vindt u de link naar alle presentaties van deze bijeenkomst.

Onderzoek naar de redenen waarom mensen niet naar Nijmegen komen

Hubert merkt op dat veel redenen bekend zijn waarom mensen naar Nijmegen komen, maar dat niet bekend is waarom mensen *niet* naar Nijmegen komen. Met die vraag is de HAN benaderd.

Isaak Kroes, student Retail & Marketing, wordt met applaus ontvangen.

Isaak geeft aan dat veel bekend is waarom mensen naar Nijmegen komen, zelfs wat ze uitgeven en waar. Maar waarom komen mensen niet naar Nijmegen? Dat te weten is ook van belang voor de marketing van Nijmegen.

De steden die in het onderzoek met Nijmegen kunnen worden vergeleken zijn Arnhem, 's-Hertogenbosch en Roermond. Besloten is om Roermond in het onderzoek niet mee te nemen, omdat die stad een grote outlet heeft. Het vergelijk is dus gemaakt tussen Nijmegen, Arnhem en 's-Hertogenbosch. Daarnaast is een vergelijk gemaakt tussen gebieden waarbinnen het voor bezoekers niet uitmaakt waar ze naartoe gaan. Voor deze regio is dat Elst en Huissen.

De enquête die is afgenomen onder niet-bezoekers van Nijmegen richtte zich op de thema's: sfeer, aanbod, centruminrichting, bereikbaarheid en parkeren. De enquête bevatte ook enkele open vragen.

Uit het onderzoek kwam naar voren dat de niet-bezoekers van Nijmegen niet naar Nijmegen gaan, omdat men het centrum te groot en wijd verspreid vindt. Sfeer blijkt één van de belangrijkste redenen om een stad te bezoeken. De sfeer in Nijmegen is blijkbaar onvoldoende. Voor vrouwen is het aanbod van belang, voor mannen de bereikbaarheid en het parkeren. Uit het onderzoek kwam o.a. naar voren dat men parkeren in Nijmegen duur vindt, dat er weinig parkeerplaatsen zijn en lastig vindbaar. Ook hier is dus sprake van beleving, perceptie.

De winkels die in Nijmegen worden gemist zijn o.a.: Mediamarkt, Nike, Forever21, My Jewellery. Deze winkels zijn wel te vinden in Arnhem en 's-Hertogenbosch.

De onderzoekers van de HAN hebben enkele aanbevelingen om Nijmegen aantrekkelijker te maken, zoals:

- een interactief informatiebord bij de toegangen naar het centrum, met informatie over afstanden tussen winkels, hotspots, de dichtstbijzijnde parkeergarage, de mogelijkheid om een plattegrondje uit te draaien, enz.
- een online parkeertool (bestaat) waarmee bezoekers vooraf kunnen zien of er parkeerplaatsen vrij zijn en een parkeerplaats kunnen reserveren. Deze tool kan ook worden gebruikt om het verkeer te sturen, om de doorstroming te bevorderen.
- Nijmegen heeft een goed imago waar het de Zomerfeesten betreft, maar de rest van het jaar? Nijmegen zou kunnen streven naar het imago van 'Winterstad van Nederland'.
- Het parkeren in Nijmegen is wellicht goed geregeld, maar blijkbaar is dit niet goed bekend.
- Bezoekers van 's-Hertogenbosch genieten van de kleine straatjes, maar die heeft Nijmegen ook. Een toeristische route middels voetstapjes zou de bezoeker langs alle mooie, historische plekjes kunnen leiden.

Vanuit de aanwezigen wordt gevraagd waarom Duitsland niet is meegenomen in het onderzoek.

Isaak legt uit dat de scope binnen Nederland is gehouden, mede vanwege het tijdsbestek waarbinnen het onderzoek moest worden uitgevoerd.

Hubert wijst op de verrijkingen die voor Nijmegen nog bereikt kunnen worden. Een bruisend centrum is van belang voor de stadseconomie en dus van belang voor de vastgoedeigenaren. Daarom is het van belang dat vastgoedeigenaren zich aansluiten bij de Vereniging voor Vastgoedeigenaren (VCV), zodat krachten kunnen worden gebundeld. Zodat onderzoeken als deze kunnen worden uitgevoerd. Zodat de vereniging zich sterk kan maken voor een bruisender centrum. Samen sta je sterk!

Onderzoek naar werving van leden voor de VCV

De HAN doet tevens onderzoek naar werving van leden voor de VCV. Dit onderzoek wordt gedaan aan de hand van interviews met leden en niet-leden. Waarom is men lid en waarom niet? Deze interviews gaan de komende weken plaatsvinden. Isaak vraagt de aanwezige vastgoedeigenaren om zich aan te melden voor een interview via de beschikbare formulieren.

Stadscentrummonitor 2016-2017

Hubert geeft het woord aan wethouder Ben van Hees.

De wethouder is onder de indruk van het onderzoek van de HAN onder de niet-bezoekers van Nijmegen. Hij mist daarin wel de vraag of de niet-bezoeker ooit in Nijmegen is geweest. Zijn de uitkomsten gebaseerd op ervaring of 'van horen zeggen'?

Wethouder Van Hees legt uit dat elke 2 jaar de Stadsmonitor uitkomt. De stadsmonitor is gebaseerd op statistieken en op waarderingen die bezoekers van Nijmegen geven aan aspecten zoals sfeer, aanbod, parkeren, bereikbaarheid e.d.

Bezoekers waarderen de binnenstad met een 7,5.

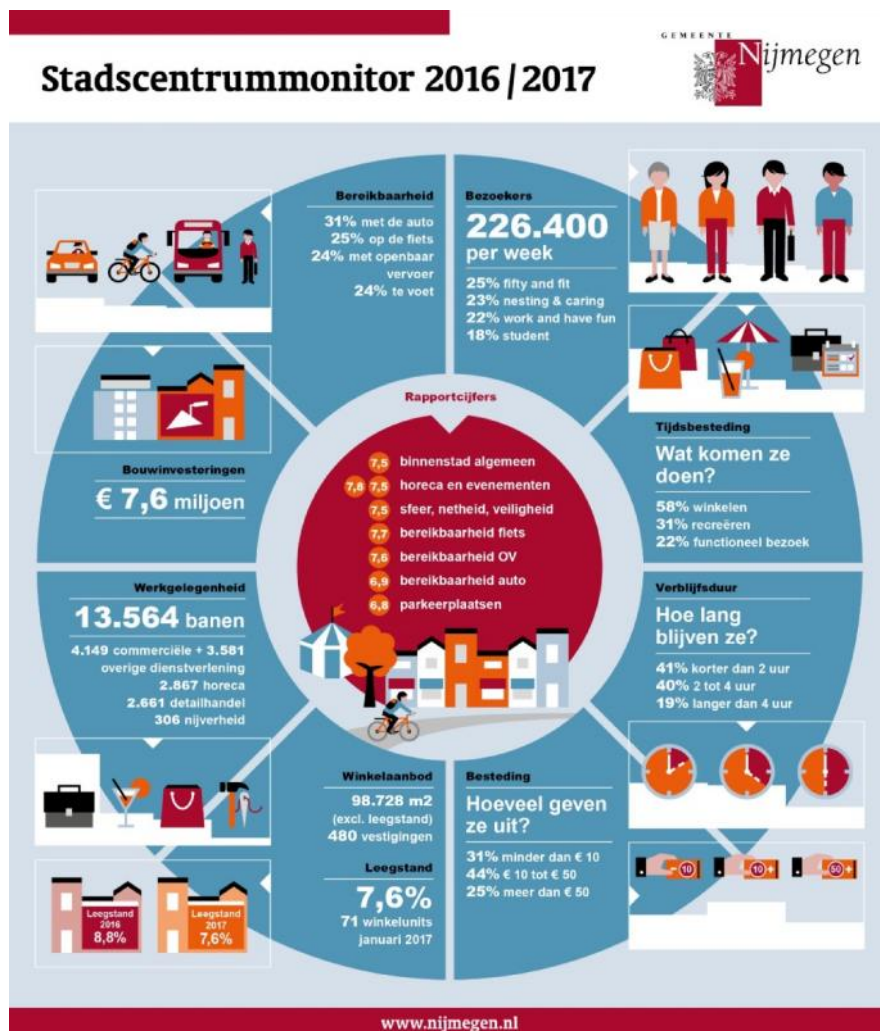
De leegstand was in 2016 8,8% en is nu 7,6%. Dat is het laagste percentage sinds de afgelopen 10 jaar.

Voor het eerst is de omzet in de horeca groter dan in de detailhandel.

Het vertrek van V&D heeft een aantal interessante winkelketens naar Nijmegen gebracht.

Bereikbaarheid en parkeren wordt hoger gewaardeerd dan vorig jaar. De consument vindt dat Nijmegen hoge parkeertarieven heeft, maar Nijmegen is qua parkeren goedkoper dan Arnhem. Daar ligt een taak: deze beleving moet worden weggenomen.

Het verbeteren van Nijmegen is een proces dat nooit ophoudt.



Maarten Mulder merkt op dat veel cijfers zijn gerelateerd aan de detailhandel, maar dat meer verdieping wenselijk is. Vanwege de formules is het bijna niet meer gerechtigd om zo rechtlijnig te meten. Sommige cijfers lijken momentopnamen. Het druktebeeld bijvoorbeeld wordt te beperkt onderzocht, dit zou continu moeten gebeuren.

Hubert vult aan dat Huis voor de Binnenstad al langer pleit voor meer koopstromenonderzoek, zodat meer inzicht ontstaat op het functioneren van de binnenstad. Uit het onderzoek van I&O Research bleek dat er een relatie ligt tussen de verblijfsduur en de horeca. Dit zou verdergaand onderzocht moeten worden.

Debat aan de hand van stellingen

➤ *De huidige inrichting van de binnenstad is klaar voor de toekomst*

- Absoluut niet! Het 'Ramblas-gevoel' van Barcelona krijg je in Nijmegen niet.
Burchtstraat: breed, te veel busverkeer (1 bus per 15min. is acceptabel), geen groen, geen intimiteit.
Grote Markt: het uitzicht op de prachtige Waagh wordt belemmerd door een grote viskraam
Zo zijn er wel meer prachtige panden waarop het zicht wordt belemmerd (parochie Molenstraat)
- Makelaar Strijbosch deelt voornoemde kritieken. Ondernemers die hij voor Nijmegen probeert te werven, ervaren dit als minpunten. De entrees van Nijmegen, zoals het Keizer Karelplein en Kelfkensbos, zijn niet aantrekkelijk. Dit kan veel mooier. Nijmegen heeft geen gezicht.
- Gevels mogen ook meer aandacht krijgen. Hier ligt ook een taak voor de vastgoedeigenaren. Kijk daarbij niet alleen naar de voorkant, maar ook naar de blinde gevels.
In de Bloemerstraat hebben ondernemers en vastgoedeigenaren de handen ineen geslagen en worden gevels aangepakt en wordt getracht om de blinde gevels juist tot trekpleister van de straat te maken.
Hubert wijst erop dat een pand alleen er niet toe doet, wel in samenhang met andere panden en de omgeving.
- Na 18.00u gaan overal de rolluiken naar beneden en slaat de stad dood. Dit kan anders.
Verhuurders zouden in het huurcontract kunnen opnemen dat rolluiken niet zijn toegestaan, maar bijvoorbeeld wel rolgordijnen achter de etalage.
Zorg dat je pand / etalage ook 's avonds uitstraling heeft.

Hubert verwijst naar de binnenstad van Arnhem met een hoofdstraat en allerlei aftakkingen. Nijmegen daarentegen heeft een centrale kring met een mooie routing. Daarom is het ook zo vreemd dat niet-bezoekers het centrum te groot vinden. Daarom is zo'n omgekeerd onderzoek zo interessant, want van daaruit kan de stad worden verbeterd, kan citymarketing erop worden afgestemd, zodat dit meer bezoekers naar de stad trekt. Meer bezoekers naar de stad betekent meer omzet voor de ondernemers en meer rendement op het vastgoed.

Wethouder Van Hees geeft aan dat de Nijmeegse politiek streeft naar een binnenstad die bereikbaar is voor iedereen. Hij ziet er wel van komen dat de stadsbussen in het centrum op den duur worden vervangen door kleinere bussen. Dan kan er ook meer groen komen. Maar alles kan nu eenmaal niet in één keer.

➤ *Is de huidige bewoonbaarheid van onze binnenstad klaar voor de toekomst?*

- Tweeverdieners in de stad kunnen hun auto niet kwijt
- Toename verkamering + overlast fietsen
- Wonen voor tweeverdieners is te duur (volgens onderzoek)
- Fietsen worden in beslag genomen, maar scooters mogen overal staan
- Steeds meer groen achter de woningen verdwijnt (aanbouwen)
- Studenten betalen niet om hun fiets te stallen
- Op de drukste dag van de week, zaterdag, wordt niet gehandhaafd op fietsparkeren

Hubert geeft aan dat de VCV bij de gemeente zal pleiten voor gratis parkeervoorziening 's nachts voor bewoners van de binnenstad.

➤ *Wat ligt u als vastgoedeigenaar op de lippen om mee te geven als boodschap aan de gemeente?*

- Perceptie zo snel mogelijk aanpakken
- Per straat of gebied gezamenlijk, ondernemers-pandeigenaren-bewoners-gemeente, kijken wat aan de uitstraling kan worden gedaan. Kleine verbeteringen kunnen een grote bijdrage leveren.
- Winkelketens aanspreken op hun rolluiken (kleine ondernemers hebben veelal geen rolluiken)
- Meer snelheid bij de gemeente

Klaas Kroot, bestuurslid van de VCV, geeft aan dat de VCV de samenwerking zoekt met de gemeente. Hij adviseert de vastgoedeigenaren om niet aan de zijlijn te blijven staan, maar om zich aan te sluiten bij de VCV. Met meer stemmen kan meer worden bereikt. Als iedereen één lijn trekt, kan sneller worden geschakeld.

Hubert bedankt iedereen voor zijn/haar inbreng. Er is veel informatie uitgewisseld. De VCV wil waken over ieders vastgoed, omdat iedereen tezamen de economische kracht van Nijmegen is.

Hij bedankt het Huis voor de Binnenstad voor het faciliteren van deze bijeenkomst, bedankt alle sprekers en sluit de bijeenkomst om 21.35u.

Link naar onderzoeksrapporten:

<http://www.centrumnijmegen.nl/ondernemersnieuws/debatavond-28-maart>