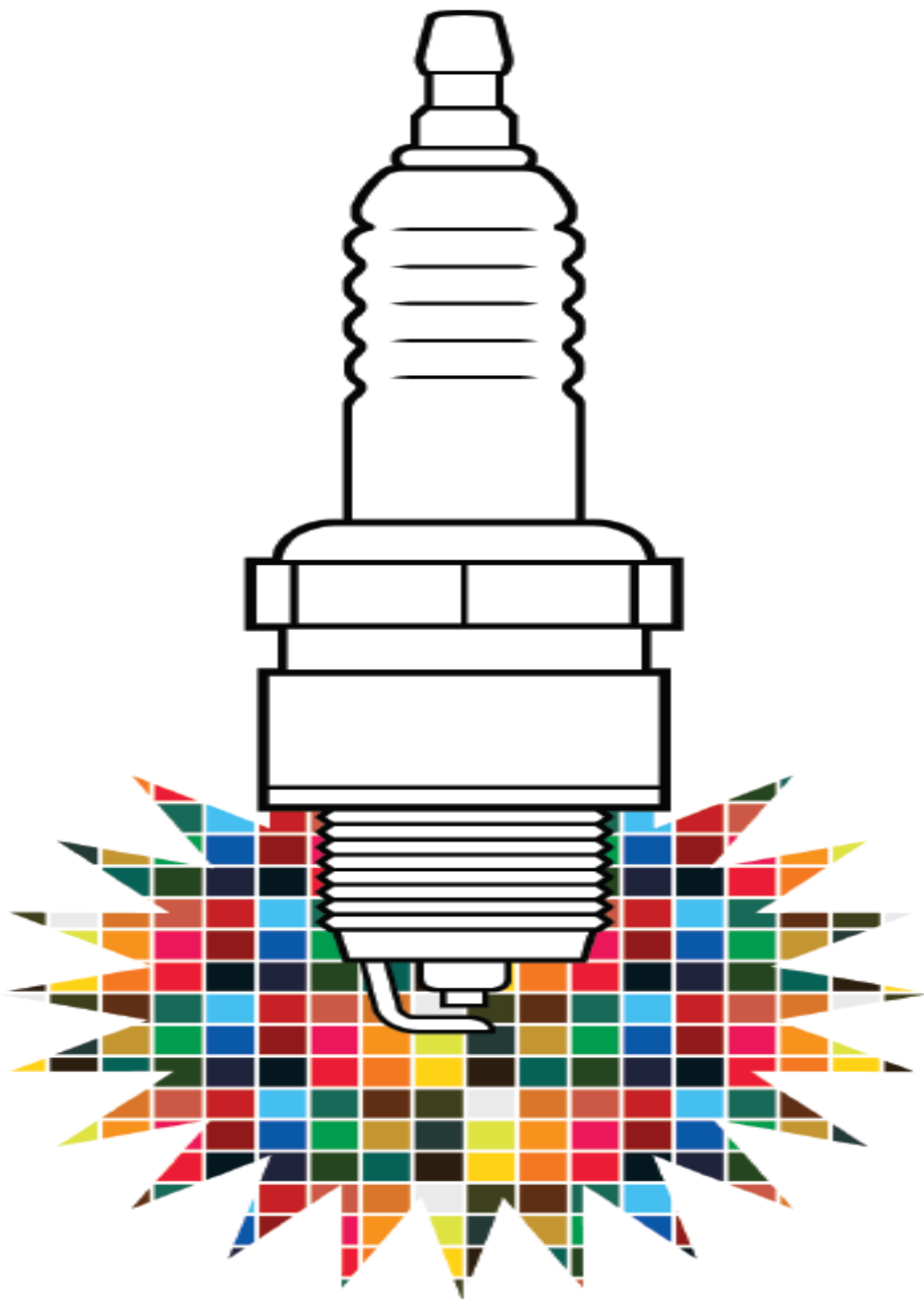


De creatieve stad en de waardeverandering van vastgoed

Guus Tennekes



De creatieve stad en de waardeverandering van vastgoed

Guus Tennekes

Afstudeeronderzoek
Master Vastgoedkunde
Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen, Rijksuniversiteit Groningen

November 2011

Voorwoord

Tijdens het volgen van de Bachelor Sociale Geografie & Planologie ben ik er achter gekomen dat mijn interessegebied ligt in de gebouwde omgeving van steden en de ontwikkeling van vastgoed. De master Vastgoedkunde bleek dus een uitgelezen mogelijkheid om dit interessegebied te ontwikkelen. Een interesse van mij is de transformatie van authentieke gebouwen. Een veel voorkomend gebruiker van deze getransformeerde gebouwen is de creatieve industrie. Na een pittige sessie brainstormen met mijn zus ben ik tot een onderwerp voor mijn master thesis gekomen.

Voor u ligt mijn master thesis ‘De creatieve stad en de waardeverandering van vastgoed’. Door middel van dit onderzoek heb ik geprobeerd te achterhalen of er een effect van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van het omliggende vastgoed is, welke vorm dit effect aanneemt en hoe groot dit effect is. Het belang van creatieve industrie wordt al door velen erkend, maar er zijn nog maar weinig inzichten in het effect van creatieve industrie op vastgoed. Na een literatuurstudie over creatieve industrie en impact evaluatie heb ik aan de hand van drie cases een uitspraak kunnen doen over het effect van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van vastgoed.

Het schrijven van een scriptie is voor mij een leerzame ervaring geweest. Je komt in dit proces jezelf meerdere malen tegen. Speciale dank gaat uit naar mijn scriptiebegeleider Tom van der Meulen die mij heeft geholpen om op het goede spoor te blijven en door middel van zijn enthousiaste, professionele en wetenschappelijke begeleiding mij op de juiste momenten heeft geholpen.

Gedurende dit onderzoek ben ik van veel mensen afhankelijk geweest. Ik heb enkele specialisten mogen interviewen en mensen om raad gevraagd die ik graag wil bedanken voor hun tijd. Verder heb ik data verkregen van het NVM data, waarvoor ik deze organisatie wil bedanken. Tenslotte wil ik mijn familie en vriendin bedanken voor de wijze raad en steun.

Samenvatting

In dit onderzoek naar de creatieve stad en de waardeverandering van vastgoed wordt het effect van creatieve industrie op het omliggende vastgoed onderzocht. Dit onderzoek kan worden beschouwd als een evaluatieonderzoek. Het effect van de komst van de creatieve industrie in een buurt en het effect van deze komst op de vastgoedwaarde wordt geprobeerd te achterhalen.

Creatieve Industrie

De creatieve stad en de creatieve industrie heeft de afgelopen 10 jaar veel belangstelling gehad van o.a. beleidsmakers en de wetenschap. Ten eerste heeft de ontwikkeling van de kenniseconomie bijgedragen aan de opkomst van de creatieve stad en de creatieve industrie. Waar eerst fysieke arbeid bepalend was, is dit in de kenniseconomie vervangen door mentale arbeid en is creativiteit tegenwoordig één van de bepalende productiefactoren. Ten tweede heeft de thesis ‘*Rise of the creative class*’ van Richard Florida veel impact gehad bij beleidsmakers die vervolgens de creatieve industrie naar de stad probeerden te halen. Om tot een strikte afbakening te komen van de creatieve industrie is er allereerst een literatuuronderzoek uitgevoerd. Er bestaan verschillende definities van de creatieve industrie in Nederland en uiteindelijk is er gekozen voor de enge definitie van het onderzoeksinstituut TNO. Op basis van de Standaard Bedrijfsindeling wordt een selectie gemaakt van bedrijven die onder deze definitie vallen.

Onderzoeksmethode

Een drietal cases hebben de basis gelegd voor dit onderzoek. De Westergasfabriek & de Staatsliedenbuurt in Amsterdam, De Schiecentrale & de buurt Schiemond/Lloydkwartier en de wijk Klarendal in Arnhem. Om het effect van de creatieve industrie op de waardeontwikkeling van vastgoed in de onderzoeksbuurten te kunnen schatten is een referentiegroep nodig waarmee de onderzoeksbuurt vergeleken kan worden. Op basis van gegevens van de gemeentes waarin de casestudy's liggen zijn deze referentiebuurten geselecteerd. Bij de selectie van de referentiebuurten zijn de volgende vijf variabelen als uitgangspunt genomen:

1. Woningvoorraad naar bouwperiode
2. Woningvoorraad naar eigendom
3. Aantal kamers per woning
4. Bevolking naar meest voorkomende nationaliteiten
5. *Aantal vestigingen en werkzame personen in de creatieve industrie*

De eerste vier variabelen zijn geselecteerd omdat deze versturende invloed kunnen hebben op de onderzochte oorzaak-gevolg relatie. De laatste variabele is geselecteerd zodat er aangetoond kan worden dat in de referentiebuurten het percentage vestigingen en het percentage werkzame personen in de creatieve industrie lager is dan in de onderzoeksbuurt.

De WOZ-waarden van de onderzoeksbuurten en referentiebuurten zijn opgevraagd, met elkaar vergeleken en in kaart gebracht waardoor de ontwikkeling van de vastgoedwaarde zichtbaar is. De particuliere markt wordt onderzocht door de analyse van transactiegegevens van de onderzoeksbuurten en referentiebuurten. Deze gegevens zijn verkregen van de Nederlandse Vereniging van Makelaars. Er zijn verschillende factoren van invloed op de vastgoedwaarde waardoor op basis van de kwantitatieve data geen zekere uitspraak gedaan kan worden over het effect van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van het omliggende vastgoed. Door middel van interviews is geprobeerd te achterhalen welke factoren van invloed zijn op het vastgoed in de wijk, welke ontwikkelingen hier aan ten grondslag liggen en welke rol de creatieve industrie heeft gespeeld in dit proces.

Na het analyseren van de kwantitatieve data en de interviews wordt het nog duidelijker dat de vastgoedwaarde beïnvloed wordt door vele factoren. Effecten die directe invloed hebben op de vastgoedwaarde in een wijk en effecten die een indirecte invloed hebben.

Een aantal factoren en processen in combinatie met de creatieve industrie zijn nodig wil de vastgoedwaarde in een wijk stijgen. De creatieve industrie an sich is namelijk geen wondermiddel om de vastgoedwaarde te verhogen.

Met name de cases Westergasfabriek en Klarendal tonen een paar overeenkomsten. Uit beide cases blijkt dat de creatieve industrie en haar werknemers op zoek gaan naar bepaalde woningkenmerken.

| Factoren van invloed op de ontwikkeling van de vastgoedwaarde | Kenmerken huisvestingkeuze van de creatieve industrie |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> •renovaties en investeringen in vastgoed •investeringen in de ruimtelijke ordening. •gentrification-proces en ligging t.o.v. centrum •creatieve industrie •invloed gemeente & woningcorporatie •aanpak wijkeconomie | <ul style="list-style-type: none"> •karakteristiek •kleinschalig •aanpasbaar •functiescheiding •toegankelijk/betaalbaar |

Beide onderzoeksbuurten zijn achterstandsbuurten geweest, en beide buurten liggen redelijk dichtbij het centrum. In beide gevallen is de vastgoedwaarde van de woningen gestegen. In Klarendal is door middel van beleid(invulling van mode), wijkaanpak, subsidies en investeringen het proces versneld wat in de Staatsliedenbuurt een proces van ongeveer 25 jaar is geweest. Door dit versnelde proces en de grootschalige investeringen gedaan in Klarendal zijn de vastgoedwaarden opmerkelijk gestegen. In de Staatsliedenbuurt heeft de oprukkende grens van het gentrificationproces een grotere invloed gehad op de wijk en de waardeontwikkeling van het vastgoed dan in de wijk Klarendal. Het meenemen van de case Schiecentrale zorgt voor de juiste balans. Het laat zien dat het plaatsen van creatieve industrie in een nieuwbouwwijk niet de effecten heeft wat het in Klarendal had. Een kanttekening hierbij is dat in de buurt Schiemond minder is geïnvesteerd op wijkniveau dan in Klarendal is gebeurd.

Wanneer in een achterstandswijk of minder ontwikkelde wijk de juiste kenmerken van het vastgoed aanwezig zijn, wanneer de overheid en woningcorporaties bereid zijn te investeren in de buurt en wanneer de creatieve industrie door de woningkenmerken zich aangetrokken voelt dan kan dit uiteindelijk leiden tot waardecreatie van het vastgoed. De creatieve industrie heeft in dit proces geen direct effect op de vastgoedwaarde maar een indirect effect.

Dit indirecte effect wordt door de volgende drie punten in chronologische volgorde beschreven:

1. Huisvestingvoorkeur creatieve industrie.

De specifieke huisvestingvoorkeuren van de mensen werkzaam in de creatieve industrie zorgen ervoor dat bepaalde buurten in een stad bij deze categorie mensen meer gewild zijn. Dit houdt in dat de woningen in deze buurten in trek zijn bij deze categorie mensen. Een schaars goed leidt tot een verhoging van de huizenprijs. Met name in de Staatsliedenbuurt is dit het geval geweest. Men heeft niet zoals in Klarendal beleid gevoerd om de creatieve industrie aan te trekken naar de wijk. In de Staatsliedenbuurt heeft men het proces de gelegenheid gegeven zicht te ontplooiën. De specifieke huisvestingvoorkeuren van de creatieve industrie en hun werknemers passen daarentegen niet bij de woningen in het Lloydkwartier.

2. De komst van de creatieve industrie in een wijk zorgt voor een verandering in de bevolkingssamenstelling.

In zowel de Staatsliedenbuurt als in Klarendal heeft de komst van de creatieve industrie er voor gezorgd dat er een verandering is opgetreden in de bevolkingssamenstelling. Uit de interviews blijkt namelijk dat met name in beide wijken mensen die werkzaam zijn in de creatieve industrie op zoek zijn gegaan naar een woning.

De procentuele groei van het aantal creatieve mensen heeft effect op de wijk. Deze mensen zijn creatief en ondernemend, de economie gaat meer bruisen en de producten en activiteiten zijn zichtbaar voor andere mensen waardoor er meer bezoekers van buitenaf de wijk bezoeken.

3. De levendigheid in de wijk verbeterd.

Punt drie is een gevolg van punt twee. Volgens de geïnterviewden is met name in Klarendal de levendigheid in de wijk verbeterd. Waar men in de eerste jaren van 2000 niet zou willen wonen in Klarendal. Staat men er nu geheel anders tegenover, de wijk is een stuk gewilder. De Staatsliedenbuurt is vergelijkbaar met Klarendal alleen het proces heeft langer geduurd. Wijken als Klarendal en de Staatsliedenbuurt zijn niet alleen meer in trek bij creatieve ondernemers maar na verloop van tijd ook bij de gewone burger en met name de Young Urban Professionals die zich aangetrokken voelen tot deze levendigheid. In het Lloydkwartier heeft de creatieve industrie daarentegen weinig effect op de buurt. Mensen werken wel in het Lloydkwartier maar ze wonen er niet waardoor de levendigheid niet sterk veranderd.

De grootte van de indirecte effecten zijn na het uitvoeren van dit onderzoek niet uit te drukken in cijfers.

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1 Inleiding, Probleemstelling en Onderzoeksopzet

| | |
|--------------------------------------|---------------|
| 1 Inleiding | blz.11 |
| 1.1 Probleem- doel- en vraagstelling | blz.12 |
| 1.2 Maatschappelijke relevantie | blz.13 |
| 1.3 Wetenschappelijke relevantie | blz.13 |

Hoofdstuk 2 Creatieve industrie

| | |
|--|---------------|
| 2 Creatieve industrie | blz.16 |
| 2.1 Waarom creatieve industrie? | blz.16 |
| 2.1.1 Kenniseconomie | blz.16 |
| 2.1.2 Rise of the creative class & creatieve industrie | blz.17 |
| 2.2 Afbakening van de creatieve industrie | blz.19 |
| 2.3 SBI-Indeling | blz.21 |

Hoofdstuk 3 Impact evaluatie & onderzoeksmethode

| | |
|---|---------------|
| 3 Impact evaluatie & onderzoeksmethode | blz.25 |
| 3.1 Kenmerken impact evaluatie | blz.26 |
| 3.2 Onderzoeksmethode en databronnen | blz.27 |
| 3.2.1 Kwantitatieve databronnen | blz.27 |
| 3.2.2 Selectie onderzoek- en referentiebuurten | blz.28 |
| 3.2.3 Kwalitatieve databron | blz.30 |
| 3.3 Beperkingen | blz.31 |

Hoofdstuk 4 Casestudy's

| | |
|---|---------------|
| 4 Casestudy's | blz.35 |
| 4.1 De Westergasfabriek & de Staatsliedenbuurt | blz.35 |
| 4.1.1 Verantwoording | blz.35 |
| 4.1.2 Ontwikkeling van de Westergasfabriek | blz.37 |
| 4.1.3 Ontwikkeling van de gemiddelde WOZ-waarde | blz.37 |
| 4.1.4 Ontwikkeling transactieprizen | blz.39 |
| 4.1.5 Visie en resultaten van interviews met specialisten | blz.42 |

| | |
|---|---------------|
| 4.2 Schiecentrale & Schiemond/Lloydkwartier | blz.45 |
| 4.2.1 Ontwikkeling Schiecentrale en omgeving | blz.45 |
| 4.2.2 Ontwikkeling van de gemiddelde WOZ-waarden en de gemiddelde transactieprizen | blz.45 |
| 4.2.3 Visie en resultaten van interviews met specialisten | blz.47 |
| 4.3 Klarendal | blz.49 |
| 4.3.1 Verantwoording | blz.50 |
| 4.3.2 Ontwikkeling van de buurt Klarendal | blz.50 |
| 4.3.3 Ontwikkeling van de gemiddelde WOZ-waarden en de gemiddelde transactieprizen | blz.51 |
| 4.4.4 Visie en resultaten van interviews met specialisten | blz.54 |
| | |
| Hoofdstuk 5 Conclusie & Aanbevelingen | |
| | |
| 5 Conclusie & Aanbevelingen | blz.59 |
| 5.1 Conclusie m.b.t. effecten op waardeontwikkeling van vastgoed op wijkniveau | blz.59 |
| 5.2 Conclusie over het indirecte effect van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van het omliggende vastgoed op buurtniveau | blz.60 |
| 5.3 Conclusies per casestudy | blz.61 |
| 5.4 Algemene conclusies | blz.64 |
| 5.5 Aanbevelingen | blz.65 |
| | |
| Literatuurlijst | blz.69 |
| Figurenlijst | blz.72 |
| Tabellenlijst | blz.73 |
| Overzicht bijlagen | blz.74 |
| Bijlagen | blz.75 |

INLEIDING, PROBLEEMSTELLING EN ONDERZOEKSOPZET

INTRODUCTIE - HOOFDSTUK 1





1 Inleiding

De concurrentiekracht en vitaliteit van westerse stedelijke economieën worden voor een groot deel bepaald door de aanwezigheid van kennisintensieve bedrijven die innovatieve producten en diensten genereren, die tot op zekere hoogte moeilijk kopieerbaar zijn voor andere landen (Scott, 2000). Hieronder behoort ook de creatieve industrie.

De creatieve industrie mag zich het laatste decennium verheugen op een grote belangstelling vanuit de politiek en wetenschap. Door velen wordt de creatieve industrie gezien als één van de motoren achter toekomstige economische groei. Steden in Nederland zijn op zoek gegaan naar creatieve kansen voor de stedelijke economie. In Nederland is de creatieve industrie in de afgelopen decennia dan ook flink gegroeid. Tot deze industrie behoren kunst, media- en entertainment en creatieve zakelijke dienstverlening. In Nederland is het aantal banen in de creatieve industrie met 4.1 procent gegroeid in de periode 1995 tot 2010. Dit is 2,2 procentpunt hoger dan de groei in deze periode van het totaal aantal banen in Nederland. De bijdrage van de groei van de creatieve industrie is vooral merkbaar in de grotere steden van Nederland. De groei in deze steden overtreft de nationale groei van deze sector. Hieruit kan men concluderen dat creatieve industrie voornamelijk te vinden is in grote steden. Van alle banen in de Nederlandse creatieve industrie is vijftien procent gevestigd in Amsterdam dat overeenkomt met 40.000 banen (Rutten, 2004). Ook speelt deze sector in andere steden van Nederland een belangrijke rol.

Deze creatieve industrie heeft huisvesting nodig. Creatieve industrie en ondernemers werken graag in aansprekende authentieke gebouwen waar goedkope ruimtes beschikbaar zijn die innovatief aangepast kunnen worden om financiële risico's te vermijden. Deze ruimtes zijn regelmatig beschikbaar aan stadsranden, vervallen stedelijke bedrijventerreinen en gebieden waar het gebruik en de bestemming van gebouwen veranderen. Deze getransformeerde vestigingen genereren vervolgens nieuwe creatieve infrastructuur en zetten aan tot andere innovatieve ontwikkelingen. Dit heeft voornamelijk betrekking op het nachtleven en investeringen in vastgoed in de omliggende gebouwen (Landry, 2008).

Er wordt door Landry een positief effect verondersteld op het omliggende vastgoed. De buurt zal een ontwikkeling ondergaan wat ten goede komt van de huizenprijzen en de leefbaarheid in de buurt. De kern van dit onderzoek is om inzicht te geven in het effect van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van het omliggend vastgoed. Door middel van impact evaluatie wordt achterhaald wat het effect is. Impact evaluatie heeft als doel te achterhalen wat de positieve en negatieve effecten van een interventie zijn. Dit kunnen zowel primaire als secundaire effecten op korte en lange termijn zijn. Deze effecten geproduceerd door een interventie zijn direct of indirect, bedoeld of onbedoeld (Shahidur, 2010). In dit geval is de interventie het vestigen van creatieve industrie op een locatie.

1.1 Probleem-, doel- en vraagstelling:

Uit de voorgaande paragraaf komt naar voren dat er wordt verondersteld dat de vestiging van de creatieve industrie een effect heeft op omliggend vastgoed. Dit onderzoek heeft als doel inzicht te geven in welke mate creatieve industrie effect heeft op de waardeontwikkeling van het omliggende vastgoed. Wat resulteert in de formulering van de hieronder beschreven probleem- en doelstelling en centrale vraag.

Probleemstelling:

“In hoeverre is er sprake van een effect van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van omliggend vastgoed”.

Doelstelling:

“Inzicht geven in het effect van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van omliggend vastgoed”.

Vanuit de probleem- en doelstelling wordt de centrale vraag afgeleid. Deze luidt:

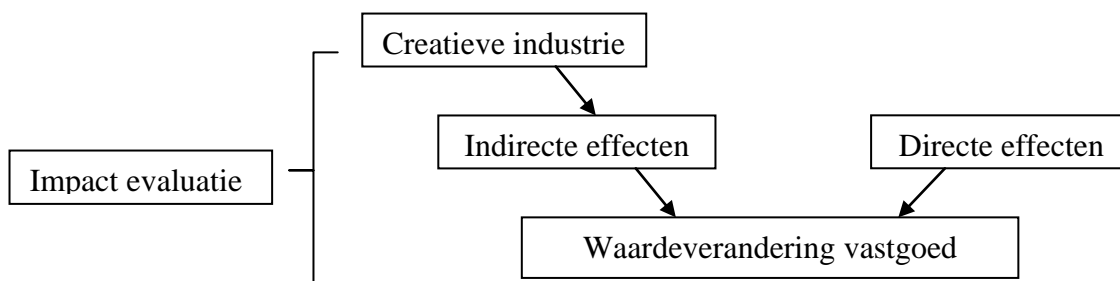
Wat is het effect van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van omliggend vastgoed?

De centrale vraag is uitgewerkt in de volgende deelvragen:

1. Wat zijn de resultaten van de impactevaluatie?
2. In welke mate zijn de gevonden resultaten toe te wijzen aan de creatieve industrie?

Het conceptueel model dient ter verduidelijking van de opzet van het onderzoek.

Conceptueel model:



Het eerste gedeelte van het onderzoek is een literatuuronderzoek. Wat zijn de verschillende opvattingen die er over creatieve industrie en impact evaluatie in de vakliteratuur bestaan en

wat zijn de zwakke en sterke punten van deze opvattingen. Een belangrijk resultaat van dit deel van het onderzoek is tot een afbakening komen van de creatieve industrie.

Na aanleiding van het tweede gedeelte van het onderzoek wordt een uitspraak gedaan over het effect van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van het omliggende vastgoed. In hoofdstuk 3 wordt duidelijk welke kwantitatieve en kwalitatieve databronnen er zijn gebruikt, welke onderzoeksmethode is gebruikt en hoe het onderzoek vervolgens is opgezet.

1.2 Maatschappelijke relevantie

De afgelopen jaren is er veel geïnvesteerd in de creatieve industrie. Het aantal bedrijven en werknemers in deze sector is flink gegroeid. Vastgoed is een belangrijke factor bij het aantrekken en investeren in de creatieve industrie aangezien de bedrijven en werknemers huisvesting nodig hebben. Inzicht in de effecten van de creatieve industrie op de waardeontwikkeling van het omliggende vastgoed is er niet of nauwelijks. Dit onderzoek kan bijdragen aan de discussie over de toegevoegde waarde van de creatieve industrie in Nederlandse steden op buurtniveau. Daarnaast kan het onderzoek van belang zijn voor projectontwikkelaars, woningcorporaties, andere eigenaren en bewoners die er belang bij hebben inzicht te krijgen in de effecten van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van vastgoed.

1.3 Wetenschappelijke relevantie

Dit onderzoek heeft het tevens het doel inzicht te geven in het effect van creatieve industrie op omliggend vastgoed. De effecten worden bepaald nadat de interventie heeft plaatsgevonden; het vestigen van creatieve industrie. Het achteraf bepalen van de effecten wordt bij de implementatie van een beleid of project vaak beperkt of niet uitgevoerd. Het onderzoek zal kunnen bijdragen aan de wetenschappelijke discussie over creatieve industrie en wat deze sector voor invloed heeft op de stedelijke ontwikkeling op buurtniveau maar ook op stedelijk niveau.

CREATIEVE INDUSTRIE

THEORIE - HOOFDSTUK 2

St JOB I

KEEN



2nd FLOOR

KEEN



2 Creatieve Industrie

De term ‘creatieve industrie’ is in het leven geroepen vanwege de onduidelijkheid over de grens tussen creatieve kunsten en de culturele industrie. Waarom is de aandacht voor de creatieve industrie vanuit het wetenschappelijke en politieke kader in het begin van de 21^e eeuw sterk toegenomen? En wat zijn de achterliggende factoren waarom veel steden de creatieve industrie in hun beleid hebben opgenomen? Deze twee vragen worden in de eerst volgende paragraaf geprobeerd te beantwoorden. Door middel van een chronologisch verhaal wordt een beeld geschetst van de ontwikkelingen en verschillende processen die van invloed zijn en waren op de creatieve industrie

Deze recente aandacht voor de creatieve industrie, in combinatie met de roem van Richard Florida’s creatieve klasse, hebben er voor gezorgd dat er verschillende begrippen en definities in omloop zijn die internationaal en in Nederland geregeld leiden tot begripsverwarring (Marlet, 2005). De begrippen ‘creatieve industrie’, ‘culturele industrie’ en ‘creatieve klasse’ worden vaak door elkaar gebruikt, terwijl ze niet hetzelfde betekenen. In paragraaf 2.2 worden verschillende standpunten en definities met elkaar vergeleken. Vervolgens wordt in paragraaf 2.3 uitgelegd welke definitie van creatieve industrie is gekozen die voor genoeg afbakening zorgt en aan de basis zal staan van dit onderzoek.

2.1 Waarom creatieve industrie?

De groeiende interesse in de creatieve industrie aangejaagd door Richard Florida en zijn boek ‘*Rise of the creative class*’ en de kenniseconomie wat onder andere ook gefocust is op creativiteit, zijn twee elementen waardoor de creatieve industrie zich de afgelopen tien á vijftien jaar sterk heeft ontwikkeld. Ten eerste wordt het ontstaan van de kenniseconomie beschreven om zo de focus op ‘creativiteit’ toe te lichten. Vervolgens wordt de invloed van Richard Florida op de opkomst van de creatieve industrie beschreven.

2.1.1 Kenniseconomie

De kenniseconomie heeft een verschuiving veroorzaakt van een producerende industrie naar een dienstenindustrie. Een deel van de economische groei in de samenleving komt nu voort uit creativiteit en kennis. Technologie heeft in deze verschuiving ook een rol gespeeld. Waarde wordt nu niet alleen meer gecreëerd door het maken van producten maar ook door creatie, distributie, gebruik en manipulatie van informatie (Hartley, 2005).

De ontwikkeling van de kenniseconomie is weergegeven in figuur 2.1. De basis van deze economie is de *informatie infrastructuur*. Het investeren in de informatie infrastructuur beleefde eind jaren negentig zijn hoogtepunt, grofweg gezegd: een computer op elk bureau. De volgende fase was het verbeteren van de verbindingen tussen deze computers, de *connectiviteit*, zodat informatie sneller uitgewisseld kon worden.

Deze stap luidde de opmars in van internet, email en smartphones. Informatie-uitwisseling was op een gegeven moment niet alleen een deel van het bedrijfsleven maar werd een deel van het dagelijks leven waar het terug te vinden is in huizen, auto's en zelfs in onze zakken.



Figuur 2.1 Ontwikkeling van de kenniseconomie

De groei van de connectiviteit zorgde ervoor dat iedereen overal beschikking heeft tot informatie. Dat als gevolg had dat er steeds meer nadruk werd gelegd op de kwaliteit van de *inhoud* van informatie. Het gaat er nu vervolgens om wat er met deze inhoud en informatie wordt gedaan. Vanaf dit moment werd het duidelijk dat *creativiteit* een belangrijk rol ging spelen in dit proces. (Hartley, 2005). De ontwikkeling van de kenniseconomie is hierdoor een aanjager geweest voor de toenemende aandacht voor creativiteit.

2.1.2 Rise of the creative class & creatieve industrie

In 2002 publiceerde Richard Florida het boek ‘*The rise of the creatieve class*’. De basis van Richard Florida's thesis is dat de economie aan het transformeren is. Dit sluit aan bij de uitleg



van de in paragraaf 2.1.1 beschreven kenniseconomie waarin creativiteit mede aan de basis staat van innovatie. Innovatie zorgt volgens de theorie van de kenniseconomie voor economische groei.

Volgens Florida is economische groei en succes gegarandeerd wanneer drie factoren in voldoende mate aanwezig zijn. Het draait volgens Florida allemaal om de drie T's, namelijk talent, technologie en tolerantie. In zijn boek ‘*The rise of the creatieve class*’ stelt Florida dat de creatieve klasse zich zal

Figuur 2.2 Cultuur leidt tot Innovatie & economische volgens Richard Florida

vestigen in de desbetreffende stad of regio waar de scores voor de drie T's het hoogste liggen, namelijk: Talent, Technologie en Tolerantie. De drie T's van Florida werken als volgt: “Een groot cultureel aanbod maakt het aantrekkelijker voor hoger opgeleiden (**talent**) om in een stad te wonen. Daarnaast leidt een grote creatieve klasse tot een leefklimaat waarin er een hogere acceptatie jegens minderheden en minderheidsstandpunten bestaat (**tolerantie**).

Zowel talent en tolerantie zorgen er voor dat het gebied als vestigingsplaats aantrekkelijker wordt voor hightech bedrijven en zijn voorwaardenscheppend voor innovaties (technologie) in het bedrijfsleven” (Stam, 2005).

De creatieve klasse kan worden verdeeld in twee componenten. De kern van de creatieve klasse (*creative core*) is de eerste component. Het bestaat uit diegenen die een product ontwikkelen of creëren dat direct ‘in gebruik’ kan worden genomen: schrijvers, dichters, artiesten, entertainers, acteurs, designers, architecten, wetenschappers, ingenieurs, universiteitsdocenten, redacteurs en culturele figuren. De tweede component van de creatieve klasse bestaat uit professionals die zich bezig houden met het creatief oplossen van problemen in kennisintensieve industrieën zoals: juridische dienstverlening, financiële dienstverlening, de hightech sector, gezondheidszorg en management (Florida, 2002).

De les van het boek van Richard Florida is dat steden die succesvol willen zijn, zich moeten richten op het aantrekken van de creatieve klasse. Volgens Florida bepalen zij de toekomst (Gleaser, 2004). Florida heeft er mede voor gezorgd dat beleidsmakers over de hele wereld zich zijn gaan bezig houden met cultuur, ingegeven door het door hem geschetste resultaat van economische groei (met creativiteit als tussenstap). Het is de wijze van samenvoeging van de twee elementen cultuur (en sociale factoren) en economie die de theorie van Florida ‘vernieuwend’ maakt.

Ook in Nederland is bij gemeentes, regionale overheden en de nationale overheid, door het boek van Florida de creatieve klasse in een nieuw daglicht komen te staan. In dit onderzoek wordt uitgegaan van de creatieve industrie. De creatieve industrie is een verzamelnaam voor bedrijven die behoren tot de kunst, media- en entertainment en creatieve zakelijke dienstverlening. Mensen die tot de creatieve klasse horen zijn niet altijd werkzaam in de creatieve industrie en vice versa. De creatieve klasse bestaat volgens Florida uit musici, acteurs, modeontwerpers, grafisch ontwerpers, fotografen, schilders, regisseurs, architecten, hoogleraren en advocaten. Het meenemen van hoogleraren en advocaten past niet bij de voorafgestelde doelstelling; inzicht geven in het effect van creatieve industrie op omliggend vastgoed. In dit onderzoek gaat het om het effect van creatieve bedrijven (en hun werknemers) op het omliggende vastgoed en niet om de invloed van de creatieve klasse op vastgoed.

De kenniseconomie, zoals beschreven in paragraaf 2.1.1, is nauw verbonden met creativiteit. Het boek, ‘*The rise of the creative class*’, van Richard Florida over de creatieve klasse legt ook de nadruk op creativiteit. Het gevolg zoals hierboven wordt beschreven is de groeiende belangstelling in de creatieve industrie.

Het is nu duidelijk waarom de creatieve industrie het afgelopen decennium in tegenstelling tot de daar aan voorafgaande jaren zich in positieve zin heeft ontwikkeld. Vervolgens is het van belang om de verschillende definities die er bestaan van creatieve industrie onder de loep te nemen. Paragraaf 2.2 gaat hier uitvoerig op in.

2.2 Afbakening van de creatieve industrie

In deze paragraaf zullen diverse publicaties belicht worden zodat er een duidelijk beeld van de creatieve industrie geschetst wordt. In paragraaf 2.3 zal vervolgens aangegeven worden welke definitie gehanteerd wordt in dit onderzoek en welke redenen hiervoor doorslaggevend zijn geweest.

‘Creative industries: contracts between art and commerce’

Richard Caves duidt de creatieve industrie aan als “ondernemingen die goederen en diensten verschaffen die in de regel culturele, artistieke of simpelweg amusementswaarde hebben”.

Uitgevers, kunstenaars(schilderkunst en beeldhouwkunst), podiumkunsten(theater, opera, concerten,dans), musici, films, televisie en zelfs mode en speelgoed worden tot de creatieve industrie gerekend (Caves, 2000).

‘The cultural economy of cities’

In het boek *‘The cultural economy of cities’* wordt de creatieve industrie door Allen Scott nauwkeurig beschreven en is een van de meeste gehanteerde definities (Marlet, 2005). Diensten als reclame, muziekshows en televisie horen bij de creatieve industrie, maar ook het vervaardigen van eindproducten als kunst, architectuur, juwelen, boeken en tijdschriften behoren tot deze sector (Scott, 2000). Wanneer deze brede definitie wordt toegepast in Nederland dan zou in het jaar 2005 de creatieve industrie uit negen procent van de totale werkgelegenheid bestaan (Marlet, 2005).

De definities van Caves en Scott geven al enigszins weer wat de creatieve industrie inhoudt. Om tot een striktere afbakening te komen is het nodig om de verschillende branches te selecteren die tot de creatieve industrie behoren. Het probleem is echter dat er in Nederland geen overeenstemming bestaat over wat nu de algemene definitie is van creatieve industrie. De volgende twee publicaties inventariseren de bedrijfstakken die behoren tot de creatieve industrie op basis van de SBI 2008¹ van het CBS.

‘Cultuur en creativiteit naar waarde geschat.’

Door Marlet, Poort en Van Woerkens wordt de volgende definitie van creatieve industrie gegeven: *‘Creatieve bedrijfstakken zijn bedrijfstakken die een esthetische en symbolische waarde toevoegen en/of de gebruiker of consument ‘betekenis’ verschaffen of appelleren aan een bepaalde lifestyle.’*

Er zijn drie categorieën gekozen om tot een afbakening te komen: kunsten, media & entertainment en de creatieve zakelijke dienstverlening & vormgeving. Binnen deze categorieën wordt vervolgens onderscheid gemaakt in drie stadia in de bedrijfskolom. De

¹ Standaard Bedrijfsindeling (SBI) is een hiërarchische indeling van economische activiteiten en is gebaseerd op de indeling van de Europese Unie (Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté Européenne, afgekort: NACE REV 2) en op die van de Verenigde Naties (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities, afgekort: ISIC REV 4. Voor toelichting zie: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/classificaties/overzicht/sbi/default.htm>

² Onder kennisintensieve diensten worden de volgende branches verstaan: softwareontwikkeling, adviesbureaus op het gebied van IT, natuurwetenschappelijk en geesteswetenschappelijk research.

³ Onder creatieve detailhandel worden de volgende branches verstaan: boekenwinkels, winkels in lectuur en

stadia bestaan uit: initiële creatie, productie en distributie en retail. Per stadium zijn de bedrijfstakken geïnventariseerd op basis van de soort producten die per stadia worden gemaakt, wat een bepaalde SBI-code oplevert.



Figuur 2.3 bedrijfskolom creatieve industrie

Er wordt verder een onderscheid gemaakt tussen een enge definitie en een ruime definitie. Bij de enge definitie worden alleen bedrijven meegenomen die behoren tot het stadium “initiële creatie”. De ruime definitie heeft betrekking op alle stadia van de bedrijfskolom en neemt de stadia “productie”, “distributie” en “retail” ook mee. (Marlet, 2005)

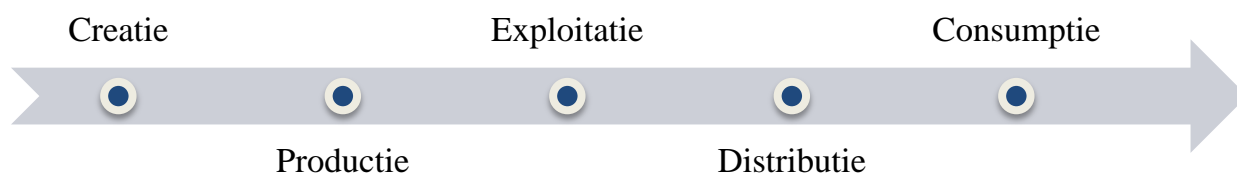
‘De creatieve industrie in Amsterdam en de regio’

Volgens het rapport *‘De creatieve industrie in Amsterdam en de regio’* van TNO bestaat de creatieve industrie uit drie clusters: kunsten, media-en entertainment en de creatieve zakelijke dienstverlening. Verder worden er drie kernelementen benoemd die kenmerkend zijn voor de creatieve industrie: betekenis, ondernemerschap en creativiteit. Creativiteit heeft echter betrekking op de kernelementen ‘betekenis’ en ‘ondernemerschap’ en met deze reden is het kernelement ‘creativiteit’ in dit onderzoek ondergebracht bij het kernelement ‘ondernemerschap’.

- **Betekenis:**
De creatieve industrie probeert zich te onderscheiden door betekenis te geven aan haar producten en diensten. Voorbeelden van dergelijke producten en diensten zijn: schilderijen, beelden en toneelstukken. De redenen voor het aanschaffen van producten uit deze sector zijn de inhoudelijke betekenis en de symbolische waarde
- **Ondernemerschap:**
Vooral in de commerciële tak van de creatieve industrie, de media- en entertainment sector en de creatieve zakelijke dienstverlening, is het ondernemerschap een wezenlijk onderdeel. De rol die creativiteit inneemt in het productieproces en de marketing van de producten en diensten zorgen ervoor dat ondernemen een essentieel onderdeel is van de creatieve industrie (Rutten, 2004).

De volgende definitie wordt vervolgens door TNO in de publicatie gehanteerd:

‘De creatieve industrie is een specifieke vorm van bedrijvigheid die producten en diensten voortbrengt die het resultaat zijn van individuele of collectieve, creatieve arbeid en ondernemerschap. Inhoud en symboliek zijn de belangrijkste elementen van deze producten en diensten. Ze worden aangeschaft door consumenten en zakelijke afnemers omdat ze een betekenis oproepen. Op basis daarvan ontstaat een ervaring. Daarmee speelt de creatieve industrie een belangrijke rol in ontwikkeling en onderhoud van levensstijlen en culturele identiteiten in de samenleving.’



Figuur 2.4: Cultuurwaarde keten, Rutten (2003)

Het creëren, produceren en exploiteren vormt de kern van de creatieve industrie. Hierin spelen betekenis, ondernemerschap en creativiteit een belangrijk rol. De fabriek waar cd's worden gecreëerd wordt niet meegenomen in de definitie, het gaat om de artiest die muziek maakt. In de definitie van TNO worden de stadia 'distributie' en 'consumptie' bewust buiten de definitie gelaten (Braams, 2011).

Distributie van televisiesignalen, de Bruna die kranten verkoopt, de Freerecordshop die cd's en dvd's verkoopt, zijn processen en bedrijven waarbij creativiteit niet van belang is en met deze reden dus niet worden meegenomen in de definitie van TNO.

Ministerie van Economische Zaken & Ministerie Onderwijs Cultuur en Wetenschap

De overheid heeft haar afbakening van de creatieve industrie ook gebaseerd op clusters, net zoals de instelling TNO dat ook heeft gedaan. Het grootste verschil tussen de afbakening van de ministeries en TNO is dat de ministeries naast de stadia creatie, productie en de exploitatie ook de distributie aan de creatieve industrie toewijzen.

2.3 SBI-Indeling

Het afbakenen van het begrip 'creatieve industrie' wordt door de meeste instellingen door middel van SBI-codes gedaan. Het probleem is echter dat iedere instelling voor het bepalen van de omvang van de creatieve industrie uit gaat van verschillende SBI-selecties. Dit resulteert in een vergelijkbaarheid over de omvang van de creatieve industrie in Nederlandse steden. Afhankelijk van de SBI-indeling wordt dus gekozen voor een ruimere of beperktere afbakening van creatieve industrie. Tabel 2.1 op de volgende bladzijde geeft de verschillen tussen de SBI-indelingen van de hierboven besproken definities aan. De SBI-indeling van TNO gaat uit van een beperkte en compacte creatieve sector. De Ministeries van Economische Zaken en Onderwijs Cultuur en Wetenschap nemen in hun definitie het stadium distributie ook mee. Gerard Marlet gaat in zijn publicatie uit van de soort producten die een bepaald SBI-code oplevert. In zijn ruime definitie wordt zowel distributie als consumptie (creatieve detailhandel) meegenomen.

Tabel 2.1 Afbakening creatieve industrie door SBI-indeling

| Cluster | TNO | Ministerie EZ/OCW | Ruime definitie Marlet |
|--|-----|----------------------|---------------------------|
| Kunsten en cultureel erfgoed | Ja | Ja | Ja |
| Media- en entertainment | Ja | Ja | Ja |
| Creatieve dienstverlening | Ja | Ja | Ja |
| Kennisintensieve diensten² | Nee | Nee | Ja |
| Creatieve detailhandel³ | Nee | Ja | Ja |
| Overig⁴ | Nee | Gedeeltelijk | Nee |

Bron: (Braams, 2011)

Om dit onderzoek een voldoende afbakening te geven wordt de definitie gehanteerd die gegeven is door TNO. In bijlage 1 staan de bedrijfstakken die tot deze definitie behoren. Om twee redenen is er voor de definitie van TNO gekozen. Ten eerste zorgt de definitie van TNO voor de meeste afbakening van het begrip ‘creatieve industrie’. Het meenemen van Cd-winkels, videotheken, openbare bibliotheken, groothandel van kleding en speelgoedwinkels niet voor de strikte afbakening die noodzakelijk is in dit onderzoek. Ten tweede wordt de SBI-indeling die door TNO wordt gebruikt ook door alle gemeentes in Nederland gebruikt. Het aanpassen van de opgevraagde data van de gemeentes over creatieve industrie wordt hierdoor overbodig.

² Onder kennisintensieve diensten worden de volgende branches verstaan: softwareontwikkeling, adviesbureaus op het gebied van IT, natuurwetenschappelijk en geesteswetenschappelijk research.

³ Onder creatieve detailhandel worden de volgende branches verstaan: boekenwinkels, winkels in lectuur en schrijfwaren en winkels in audio- en video-opnamen.

⁴ Onder overig worden de volgende branches verstaan: kledingindustrie, looierijen en lederwarenindustrie, meubelindustrie, munten- en sieradenindustrie, speelgoedindustrie, veilingen van roerende goederen, evenementenhallen en overige recreatie.

IMPACT EVALUATIE & ONDERZOEKSMETHODE

THEORIE/OPERATIONALISATIE- HOOFDSTUK 3





3 Impact evaluatie & Onderzoeksmethode

Buit et al beschrijft impactanalyse als volgt: *'het a priori bepalen van de relevante gevolgen van veranderingen in een systeem door toedoen van potentiële beleidsmaatregelen'*.

Het gaat hier om de relevante verwachte consequenties van externe veranderingen in een gegeven periode. In dit onderzoek wordt er een impact evaluatie uitgevoerd. In plaats van 'a priori' de gevolgen bepalen van een interventie wordt dit 'ex post' gedaan.

Het literatuuronderzoek in hoofdstuk 2 heeft als doel: inzicht krijgen in wat er onder creatieve industrie wordt verstaan wat vervolgens leidt tot een afbakening van het begrip 'creatieve industrie'. Het tweede empirische gedeelte, hoofdstuk 3 tot en met 5, van dit onderzoek bevat de toelichting van de onderzoeksmethode, data verzameling en de interpretatie van deze data die bij de drie casestudy's zijn gevonden te weten:

1. de Westergasfabriek in Amsterdam,
2. de Schiecentrale in Rotterdam
3. de straat Klarendal in Arnhem

Het is niet haalbaar om een algemene uitspraak te doen over het effect van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van het omliggende vastgoed in Nederland. Er is voor gekozen om een meervoudige casestudy te doen met de reden dat er dan een meer betrouwbare uitspraak gedaan kan worden. Wanneer resultaat 'X' bij casestudy A ook voor casestudy B geldt dan komt dit ten goede van de betrouwbaarheid van de uitspraak en de generaliseerbaarheid hiervan (Braster, 2000).

Kwalitatieve data in combinatie met kwantitatieve data zullen inzicht moeten geven wat de directe en indirecte effecten van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van het omliggende vastgoed zijn.

Bij de keuze om zowel kwalitatieve als kwantitatieve data te gebruiken is uitgegaan van het concept triangulatie. Binnen de wetenschap is triangulatie een manier om informatie op geldigheid te toetsen door deze met minstens twee andere bronnen te vergelijken. Data- en methoden-triangulatie wil zeggen dat het er niet om gaat welke methode het meeste geschikt is om een probleemstelling te beantwoorden maar welke combinatie van methoden het meeste geschikt is (Braster, 2000).

De drie databronnen die zijn gebruikt in dit onderzoek zijn: gegevens van WOZ-waarde per buurt opgevraagd bij de gemeente, transactiegegevens per buurt opgevraagd bij de Nederlandse Vereniging van Makelaars en tenslotte interviews met specialisten. Deze combinatie van bronnen zorgt er voor dat er een meer betrouwbare uitspraak over de invloed van creatieve industrie op vastgoed gedaan kan worden.

De bedoeling is om overeenstemmingen te vinden tussen de uitkomsten van de verschillende onderzoeksmethoden.

In dit hoofdstuk staat de ruimtelijke impact van een interventie centraal en de gebruikte onderzoeksmethode. In paragraaf 3.1 wordt een beeld geschetst wat precies wordt verstaan onder impact evaluatie en de kernpunten die hierbij komen kijken. Paragraaf 3.2 zal meer uitleg geven over welke methodes en databronnen zijn gebruikt om het effect van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van het omliggende vastgoed te bepalen. In paragraaf 3.3 worden de complicaties en beperkingen besproken van dit onderzoek. Er wordt aangegeven welke problemen er optreden bij de analyse van de data en er wordt besproken of de eventuele gevonden effecten zijn toe te wijzen aan de creatieve industrie.

Dit verkennende onderzoek heeft als doel inzicht te geven in de effecten van creatieve industrie op omliggend vastgoed. Dit onderzoek kan geen honderd procent zekerheid garanderen met betrekking tot een uitspraak over effecten van creatieve industrie op vastgoed. Door middel van dit onderzoek kan er wel duidelijkheid gecreëerd worden of er positieve of negatieve effecten van creatieve industrie op vastgoed bestaan.

3.1 Kenmerken impact evaluatie

Impact evaluaties zijn analyses die erop gericht zijn antwoord te geven op oorzaak-en-effect vragen. In tegenstelling tot algemene analyses, zijn analyses van effecten gestructureerd rond een bepaald type vraag: Wat is het causale effect van een interventie?

In dit onderzoek worden niet alleen directe effecten onderzocht veroorzaakt door de interventie, maar voornamelijk de indirecte effecten die veroorzaakt worden door de interventie, de komst van de creatieve industrie. De volgende eigenschappen zijn kenmerkend voor een impact evaluatie:

- De impact van een interventie heeft altijd een temporeel en geografische karakter. Het principe distant-decay is van toepassing bij de impact van een interventie. Hoe groter de afstand tot de interventie hoe meer de effecten komen te vervallen.
- De gevolgen van de ingevoerde verandering werken verschillend door in de onderdelen van het ruimtelijke systeem. Er is sprake van effecten en neveneffecten en beoogde en niet beoogde effecten.
- Er is sprake van een tijdslijn in de effecten. Als gevolg van de interventie verandert eerst onderdeel A, wat resulteert in het veranderen van onderdeel B. Door het veranderen van onderdeel B verandert ook het daarmee verbonden onderdeel C.
- De vele jaren doorwerkende gevolgen (en het wijzigen ervan) in combinatie met de ingewikkeldheid van het systeem zorgt ervoor dat van een volledige impactkennis zelden sprake is.
- De gevolgen van een interventie zijn artefactueel. Het heeft betrekking op het ingerichte landschap, in dit geval het vastgoed.
- Een interventie kan zorgen voor een objectieve verandering, maar ook voor een verandering in de subjectieve belevenis van mensen wat invloed heeft op een eventuele reactie of aanpassing (Buit, 1989).

Michiel van Pelt beschrijft in zijn doctoraal scriptie het stedelijke-effect-analyse als: *‘het inzicht krijgen in de effecten welke overheidsmaatregelen in het stedelijke systeem teweeg kunnen brengen’*. Waarbij de overheid de ‘stimulus’ is. Door de maatregelen die geïmplementeerd worden door de overheid zullen elementen in het stedelijke systeem veranderen. Het verschil tussen de toestand van het stedelijke systeem die na een aantal perioden optreedt nadat de overheidsingrijpen hebben plaatsgevonden, en de toestand van het stedelijke systeem die na hetzelfde aantal perioden ontstaat zonder ingrijpen van de overheid, wordt ‘response’ genoemd (van Pelt, 1983).



Figuur 3.1 Verandering in het stedelijke systeem (van Pelt, 1983)

De stedelijke-effect-analyse gericht op overheidsingrijpen zoals beschreven door van Pelt heeft enige raaklijn met dit onderzoek, maar er zijn twee essentiële verschillen. In dit onderzoek gaat het namelijk niet om overheidsingrijpen maar over de vestiging van creatieve industrie op een bepaalde locatie. En er wordt bepaald wat de effecten zijn van de creatieve industrie nadat deze zich ergens vestigt en niet voordat deze zich ergens heeft gevestigd. In dit onderzoek worden de effecten van de creatieve industrie achteraf bepaald. De centrale vraag in dit onderzoek is dus: welke invloed heeft de creatieve industrie op de waardeontwikkeling van het vastgoed gehad?

3.2 Onderzoeksmethode en databronnen

Dit onderzoek richt zich op drie casussen. De Westergasfabriek in Amsterdam, de Schiecentrale in Rotterdam en de straat Klarendal in Arnhem. Per casestudy zal een uitspraak worden gedaan over het effect van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van het omliggende vastgoed. De onderzoeksuitkomsten zullen nauwelijks te generaliseren zijn naar andere cases laat staan dat er een algemene uitspraak over gemaakt kan worden. Om een meer betrouwbare uitspraak in het algemeen te kunnen doen is er voor gekozen om een meervoudige casestudy te doen. Immers wanneer resultaat ‘X’ bij casestudy A ook voor casestudy B geldt dan komt dit ten goede van de betrouwbaarheid van de uitspraak en de generaliseerbaarheid hiervan (Braster, 2000).

3.2.1 Kwantitatieve databronnen

Er zijn twee databronnen gebruikt om de waarde van vastgoed vast te stellen. De eerste databron is de gemeente waarin de onderzoeksbuurt ligt. De databestanden van de gemeente Amsterdam, Rotterdam en Arnhem liggen aan de basis van de selectie van de referentiebuurten.

Na de selectie van de referentiebuurten is door middel van deze databestanden de gemiddelde WOZ-waarden en de procentuele stijging van de gemiddelde WOZ-waarden per onderzoeksbuurt en referentiebuurt berekend.

De tweede databron is de Nederlands Vereniging van Makelaars. De Nederlandse Vereniging van Makelaars heeft dit onderzoek voorzien van informatie over elke verkochte woning in de laatste 15 jaar gesitueerd in de onderzoeksbuurten en de referentiebuurten. Door middel van de transactiegegevens is de gemiddelde transactieprijs per jaar berekend. Hierdoor is de procentuele stijging of daling van de gemiddelde transactiepreizen berekend waardoor er een trend zichtbaar wordt in zowel de onderzoeksbuurten als de referentiebuurten. In paragraaf 3.3.2 wordt de methode toegelicht die is gebruikt bij het selecteren van de onderzoek- en referentiebuurten.

Het onderzoeken van de transactiepreizen heeft als doel te bepalen welke trend zich voor heeft gedaan in de particuliere markt. Wanneer er wordt uitgegaan van een positief effect van creatieve industrie op vastgoed dan is het een logisch denkbeeld dat particulieren er meer geld voor over hebben om in een buurt te wonen waar de creatieve industrie erg aanwezig is. De ontwikkeling van de transactiepreizen in de onderzoek- en referentiebuurten zullen door middel van de tabellen in kaart gebracht worden.

3.2.2 Selectie onderzoek- en referentiebuurten

Bij de selectie van de onderzoeksbuurten is allereerst gezocht naar een creatief cluster. De eerste case is de Westergasfabriek. De Westergasfabriek is een bekend creatief cluster in Amsterdam die van invloed zou kunnen zijn op de waardeontwikkeling van woningen in de aangrenzende buurt de Staatsliedenbuurt. Hetzelfde geldt voor de Schiecentrale in Rotterdam en de waardeontwikkeling van woningen in de buurt Schiedmond. De wijk Klarendal is als laatste geselecteerd. Hierbij gaat het niet om een verzamelgebouw maar om een wijk waar in een korte tijd veel creatieve ondernemers een vestiging hebben geopend. Na de selectie van de onderzoeksbuurten zijn de referentiebuurten geselecteerd.

Om de gevolgen van een interventie te schatten is het nodig om een counterfactual te selecteren, in dit geval de referentiebuurten. Om het effect van een interventie te kunnen schatten is een referentiegroep nodig. Deze referentiegroep is niet blootgesteld aan het effect veroorzaakt door de interventie, in dit geval de komst van de creatieve industrie in het onderzoeksgebied. Door het onderzoeksgebied wat is blootgesteld aan de interventie, te vergelijken met de referentiebuurten die niet zijn blootgesteld aan de interventie, kan men vaststellen wat het effect is van deze interventie (Swanborn, 2007).

Bij een impact evaluatie is het vereist dat er een referentiegroep wordt meegenomen om zo in te schatten wat er zou zijn gebeurd zonder de interventie. Het meenemen van een referentiegroep is cruciaal bij de analyse van de kwantitatieve data omdat op deze manier de waardeontwikkeling van het vastgoed in de onderzoeksbuurt vergeleken kan worden met de waardeontwikkeling van het vastgoed in de referentiebuurten.

Het gebruik van een referentiegroep en het onder controle houden van variabelen die een versturende invloed kunnen hebben op de onderzochte oorzaak-gevolg relatie zullen bijdragen aan de betrouwbaarheid.

Bij de selectie van de referentie groep is er allereerst gekeken naar het percentage vestigingen en werkzame personen in de creatieve industrie in vergelijking met de onderzoeksbuurt. Het doel van het selecteren van deze variabele is het duidelijk maken dat in de onderzoeksbuurten het percentage aantal vestigingen en werkzame personen in de creatieve industrie hoger ligt dan in de referentiebuurten. Doordat de gemeentes dezelfde definitie over creatieve industrie hanteren als in dit onderzoek was het niet nodig de opgevraagde data van de gemeentes aan te passen. Vervolgens is er gekeken naar vergelijkbaarheid met betrekking tot:

1. Woningvoorraad naar bouwperiode
2. Woningvoorraad naar eigendom
3. Aantal kamers per woning
4. Bevolking naar voorkomende nationaliteiten

De variabelen die een versturende invloed kunnen hebben op de onderzochte oorzaak-gevolg relatie staan bij de punten 1 tot en met 4. De waarden van deze vier variabelen van de onderzoeksbuurt zijn bij elke case vergeleken met de buurten in de desbetreffende stad die een lager percentage aantal vestigingen en werkzame personen hebben in de creatieve industrie. Het doel van deze selectie van variabelen is dat een eventueel effect op de waardeontwikkeling in de onderzoeksbuurt niet valt te wijten aan deze variabelen. Wanneer een buurt op de genoemde criteria min of meer overeenkomt met de onderzoeksbuurt en het percentage vestigingen en werkzame personen in de creatieve industrie op een lager niveau ligt dan alleen wordt een buurt als referentiebuurt geselecteerd.

Naarmate de te vergelijken groepen beter vergelijkbaar zijn wordt het effect van de interventie gemakkelijker ontdekt. De waargenomen waardeontwikkeling van het vastgoed kan dan met meer zekerheid worden toegeschreven aan de vestiging van de creatieve industrie en niet aan de vier andere geselecteerde variabelen. Alle gegevens van de vijf variabelen zijn opgevraagd bij de gemeentes Amsterdam, Rotterdam en Arnhem en dateren van 1 januari 2010. De gegevens van de variabelen staan vermeld in de bijlagen twee, drie en vier. Na een zorgvuldige analyse van de variabelen is gebleken dat deze buurten het meeste overeenkomen met de onderzoeksbuurt. In deze bijlagen is te zien hoe sterk de onderzoeksbuurt overeenkomt met de geselecteerde referentiebuurten.

Na de selectie van de referentiebuurten zijn bij de drie gemeentes de WOZ-waarden opgevraagd. Van elke onderzoek- en referentiebuurt zijn de gemiddelden berekend en de procentuele stijgingen van de gemiddelde WOZ-waarde. De procentuele stijgingen van de gemiddelde WOZ-waarden en de transactieprizen zijn door middel van grafieken en tabellen in kaart gebracht. De gemiddelde WOZ-waarden, de procentuele groei en de procentuele groei van de WOZ-waarde in de onderzoeksbuurt t.o.v. de WOZ-waarde in de referentiebuurten staan vermeld in de bijlagen 2.1, 3.1 en 4.1.

Bij de Nederlandse Vereniging van Makelaars zijn alle transacties van de afgelopen vijftien jaar opgevraagd van zowel de onderzoeksbuurten als de referentiebuurten.

Door middel van deze gegevens is de gemiddelde transactieprijs per buurt berekend en de procentuele stijging van de gemiddelde transactieprijs. Een minimum van tien transacties per jaar is als limiet genomen. De transactiepreizen die zijn opgevraagd bij de NVM zijn een graadmeter voor de ontwikkeling van de woningprijzen in de particuliere markt.

3.2.3 Kwalitatieve databron

Alleen kwantitatieve databronnen zijn niet voldoende om een uitspraak te doen over het effect van creatieve industrie op het omliggende vastgoed. In dit onderzoek is er voor gekozen om ook door middel van interviews meer inzicht te krijgen in het effect van creatieve industrie op vastgoed. Interviewen is een goede methode om inzicht te krijgen in ideeën, visies, ervaringen en kennis. De informatie die uit de interviews verkregen wordt geeft aanleiding tot nieuwe inzichten en mogelijke relaties tussen de creatieve industrie en het vastgoed. Dit kan uiteindelijk resulteren in een beter beeld van het effect van creatieve industrie op vastgoed.

Het houden van interviews heeft ook mogelijke nadelen. De verkregen informatie is niet per definitie betrouwbaar. De verkregen informatie kan namelijk veel raken aan (persoonlijke) meningen en belevingen wat kan resulteren in minder betrouwbare informatie. Ook bestaat het risico dat de wenselijkheid van gestelde vragen tot minder betrouwbare informatie leidt. Ondanks de mogelijke nadelen is interviewen in het kader van dit onderzoek een goede onderzoekstechniek om informatie boven tafel te krijgen.

De gehouden interviews hebben allemaal een open structuur. Aan de hand van een paar hoofdvragen, zie bijlage zes, is geprobeerd een open gesprek te creëren wat de geïnterviewde de mogelijkheid geeft alle factoren te benoemen die de afgelopen tien à vijftien jaar van invloed zijn geweest op de ontwikkeling van de wijk. Dit heeft als doel dat zowel de maatschappelijke, economische als de ruimtelijke ontwikkelingen aan bod komen om zo de ontwikkeling van de wijk beter te begrijpen. Wat als uiteindelijke doel heeft de positie, de rol en het effect van de creatieve industrie in kaart te brengen.

Bij het afnemen van interviews is het van belang om de methode van verslaglegging van het onderzoek goed te definiëren. Bij kwalitatief onderzoek waar de kwalitatieve data in de vorm van interviews wordt verkregen, kan die verslaglegging op diverse manieren worden uitgevoerd.

Een veel gekozen methode is het uitwerken van interviews tot volwaardige transcripties en van daaruit vervolgens tot conclusies komen. Omdat de interviews een open structuur hebben is dit echter tijdrovend en heeft het voor wat betreft de feitelijke informatie en uitkomsten geen direct toegevoegde waarde. Een andere manier van verslaglegging van interviews is het samenvattend verwoorden van de uitkomst van de gehouden interviews, zonder dat er letterlijke verslaglegging van de interviews aan te pas komt.

Door de lengte en structuur van de interviews is daarom gekozen om de laatste manier te gebruiken bij de verslaglegging van de interviews. In hoofdstuk vier worden per onderzoeksgebied de interviews behandeld en aan de hand van enkele topics zullen de uitkomsten van de interviews worden besproken.

3.3 Beperkingen

De beperking van deze wijze van onderzoek doen heeft in dit geval te maken met de waarneembare effecten. Zijn de waargenomen effecten op het vastgoed een gevolg van de creatieve industrie of zijn andere processen hier verantwoordelijk voor, of is het een combinatie van beide. Dit wordt ook wel aangeduid met de term ‘interne validiteit van een onderzoek’. Het gaat er om of er een causaal verband is tussen de waarneembare effecten en de vestiging van de creatieve industrie. Wat van belang is om een juiste schatting te maken wat het feitelijke aandeel van de creatieve industrie is in de waarneembare effecten op het omliggende vastgoed. Er zijn namelijk ook andere versturende factoren die van invloed kunnen zijn op vastgoed waaronder economische omstandigheden zoals:

- Waardeveranderingen in de nationale en lokale vastgoedmarkt
De vastgoedmarkt kent een sterke dynamiek. De woningwensen van mensen, consumentenvertrouwen, rentestand en wetgeving zijn factoren die hier aan ten grondslag liggen. Deze factoren hebben op hun beurt uitwerking op de waardeontwikkeling van vastgoed. Doordat er gewerkt wordt met referentiebuurten worden deze factoren uitgefilterd. De referentiebuurten worden door dezelfde hierboven genoemde factoren beïnvloed en de waardeveranderingen bewegen op (grotendeels) dezelfde wijze mee.
- Renovatie en onderhoud
In de loop van de jaren treedt er verval op en is grootschalig onderhoud of renovatie onvermijdelijk wat resulteert in een stijging van de waarde van het vastgoed.
- Lokale gebeurtenissen die van invloed zijn op waardeveranderingen
Er kunnen lokale gebeurtenissen optreden die van invloed kunnen zijn op de waarde van het vastgoed. Dit kunnen zowel positieve als negatieve effecten zijn.

Verder zijn er ook maatschappelijke factoren die van invloed kunnen zijn op vastgoed zoals:

1. Maatschappelijke ontwikkeling in de stad
De maatschappelijke waardeontwikkeling van de gehele stad is er eenvoudig uit te filteren doordat er gewerkt wordt met een referentiegroep. Hierbij wordt de aanname gemaakt dat dergelijke ontwikkelingen een soortgelijk effect in de onderzoeksbuurt als in de referentiebuurt hebben.
Hetzelfde geldt voor eventuele regionale dan wel landelijke gebeurtenissen. Een voorbeeld is het onderwerp leefbaarheid.

Wanneer er zich in het land respectievelijk in een regio enkele incidenten voordoen, dan kan dit doorwerken naar de leefbaarheid in een wijk, zonder dat hiervoor oorzaken in de wijk zelf aan te wijzen zijn. Een dergelijk effect is zowel waarneembaar in het onderzoeksgebied als in andere delen van de stad, de referentiebuurten.

2. Initiatieven van de gemeente

Naast de creatieve industrie is het ook mogelijk dat initiatieven van de gemeente invloed kunnen hebben op de waardeontwikkeling van de wijk waarin het onderzoeksgebied ligt. In hoeverre dit in cijfers aan te geven is, valt niet te zeggen.

3. Particuliere initiatieven

Particuliere initiatieven kunnen net als gemeentelijke initiatieven invloed hebben op de waardeontwikkeling van de wijk waarin het onderzoeksgebied ligt. Hierbij geldt hetzelfde principe als bij de initiatieven van de gemeente. Dergelijke initiatieven zullen onder andere te achterhalen zijn doormiddel van het houden van interviews.

Externe validiteit heeft betrekking op generalisatie, het redeneren van het bijzondere naar het algemene. De externe validiteit die betrekking heeft op dit onderzoek is of de gevonden effecten op het omliggende vastgoed ook te constateren zijn op andere objecten, andere plaatsen en in andere omstandigheden. Hier valt over te zeggen dat wederom niet met zekerheid uitspraken kunnen worden gedaan over andere objecten.

CASESTUDY'S
DATA - HOOFDSTUK 4





4 Casestudy's

De onderzochte cases zijn de Westergasfabriek & Staatsliedenbuurt in Amsterdam, de Schiecentrale & Schiemond in Rotterdam en de wijk Klarendal in Arnhem. Dit hoofdstuk zal duidelijk maken wat de redenen waren om de keuze te laten vallen op deze drie cases. Wat de waardeontwikkeling is geweest van de WOZ-waarden en hoe de transactiepreizen zich hebben ontwikkeld in de onderzoeksbuurten en de referentiebuurten. Per casestudy zal er worden aangegeven hoe de gevonden kwantitatieve data geïnterpreteerd wordt. Tenslotte zullen de resultaten van de interviews behandeld worden. Deze stappen zijn genomen om een totaal beeld te krijgen van het effect van creatieve industrie op vastgoed.

4.1 De Westergasfabriek & de Staatsliedenbuurt

De Westergasfabriek in Amsterdam is inmiddels bekend als een culturele hotspot in Amsterdam. Dit is onder andere ook te zien aan het hoge percentage vestigingen (24%) en werkzame personen (22%) in de creatieve industrie in de aangrenzende Staatsliedenbuurt waartoe het terrein van de Westergasfabriek door de gemeente Amsterdam gerekend wordt. De Westergasfabriek heeft zich, tijdens de jaren waarin de bestemming voor het terrein een "tijdelijke invulling" voor cultuur en creatieve industrie was, ontwikkeld tot een plek waar cultuur en creatieve industrie samen komen. Na het tijdperk van de "tijdelijke invulling" besloot de gemeente verder te gaan met deze invulling waardoor het terrein nog verder werd ontwikkeld.

De keuze voor de Westergasfabriek wordt verantwoord in paragraaf 4.1.1. Vervolgens wordt de ontwikkeling van de Westergasfabriek beschreven in paragraaf 4.1.2. In paragraaf 4.1.3 wordt de ontwikkeling van de gemiddelde WOZ-waarde door middel van tabellen beschreven en hoe deze ontwikkeling verklaard kan worden. In paragraaf 4.1.4 wordt de waardeontwikkeling van de koopwoningen beschreven en worden de transactiepreizen van woningen die dicht bij de Westergasfabriek gelegen zijn vergeleken met de rest van de woningen in de Staatsliedenbuurt. Tenslotte zal in paragraaf 4.1.5 de resultaten van de afgenomen interviews worden besproken.

4.1.1 Verantwoording

Tabel 4.1 laat zien dat in de afgelopen tien jaar in stadsdeel West de creatieve industrie een sterke groei heeft doorgemaakt. Op basis hiervan is er gezocht naar plekken in stadsdeel West waar creatieve industrie zich heeft verzameld. De Westergasfabriek is het grootste creatieve cluster in dit stadsdeel en bestaat al minstens tien jaar. Het voordeel van de Westergasfabriek is dus dat 'interventie', de komst van de creatieve industrie, een langere tijd heeft gehad om effect te hebben op het omliggend vastgoed.

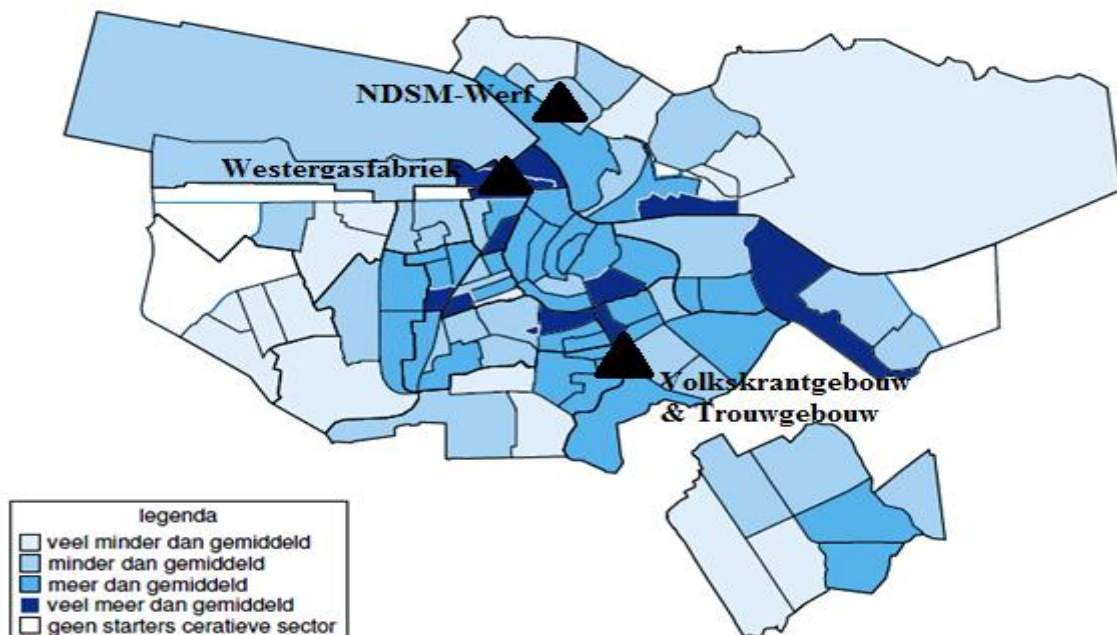
Tabel 4.1 Banen en groei in de creatieve industrie in Amsterdam per stadsdeel, 2009 - 2010

| | 2010 | Groei 2000-2010 | Groei (incl. wetswijziging) 2009-2010 | Groei (excl. wetswijziging) 2009-2010 | % c.i. totaal 2010 |
|---------------|---------------|-----------------|---------------------------------------|---------------------------------------|--------------------|
| Centrum | 15.410 | 4,0 | 11,50 | -2,60 | 14 |
| Westpoort | 3.111 | 3,8 | 2,30 | 0,10 | 6 |
| West | 6.602 | 5,1 | 48,70 | 2,60 | 14 |
| Nieuw-West | 2.057 | -0,5 | -3,00 | -14,90 | 4 |
| Zuid | 10.004 | 3,3 | 13,70 | -3,80 | 10 |
| Oost | 6.506 | 10 | 40,40 | 6,70 | 11 |
| Noord | 2.681 | 35,8 | 23,80 | 3,00 | 8 |
| Zuidoost | 1.884 | 2,6 | -4,10 | -10,40 | 3 |
| Totaal | 48.255 | 4,8 | 17,70 | -1,80 | 9 |

Bron: Dienst Onderzoek en Statistiek Amsterdam, 2010

Er zijn andere locaties die nog in overweging zijn genomen om als onderzoeksgebied te dienen, zie figuur 4.1 en figuur 4.2. Het oude Volkskrantgebouw en Trouwgebouw, ten zuiden van het centrum, zijn in 2009 getransformeerd tot een creatieve broedplaats. De creatieve industrie heeft zich gevestigd in de beide gebouwen als een tijdelijke oplossing. In de buurt Weesperzijde waar de beide gebouwen liggen is het percentage creatieve bedrijven 21 procent. In de Staatsliedenbuurt is dit percentage hoger, namelijk 24 procent. Het percentage werkzame personen in de creatieve industrie is tien procent in Weesperzijde t.o.v. 22 procent in de Staatsliedenbuurt. De keuze is in de eerste plaats niet gevallen op deze twee gebouwen omdat deze gebouwen recentelijk tot creatieve clusters zijn getransformeerd en het effect daardoor nog niet goed meetbaar is. Ten tweede is het percentage vestigingen en werkzame personen in de creatieve industrie in dit gebied niet dermate hoog dat het als afwijkend beschouwd kan worden.

De NDSM-Werf is een groot creatief cluster ten noordwesten van het centrum. Deze locatie is niet geschikt bevonden voor dit onderzoek vanwege het geringe aantal huizen in de omgeving waardoor het effect op vastgoed minder goed kan worden onderzocht.



figuur 4.1 Aandeel starters in de creatieve industrie t.o.v. totaal aantal starters Amsterdam, 2009. Bron: Onderzoek en Statistiek Amsterdam

4.1.2 Ontwikkeling van de Westergasfabriek

In Amsterdam West, aan de Haarlemmertrekvaart, werd in 1885 de bouw van de Westergasfabriek voltooid. Het geproduceerde gas werd aanvankelijk gebruikt voor stadsverlichting.

Nadat de gemeente de exploitatie overnam van de Imperial Continental Gas Association steeg de productie en vonden er uitbreidingen plaats. In 1904 werd een watergasfabriek gebouwd. Uiteindelijk nam de gasproductie af, omdat de gemeente geleidelijk overging op gas van de Hoogovens in IJmuiden, en vanaf 1963 op aardgas uit Slochteren. In 1967 werd de gasproductie van de Westergasfabriek definitief gestaakt. Tot het jaar 1992 werd het Westergasfabriekterrein voornamelijk gebruikt door het Gemeentelijk Energiebedrijf voor onderhoud en opslag.

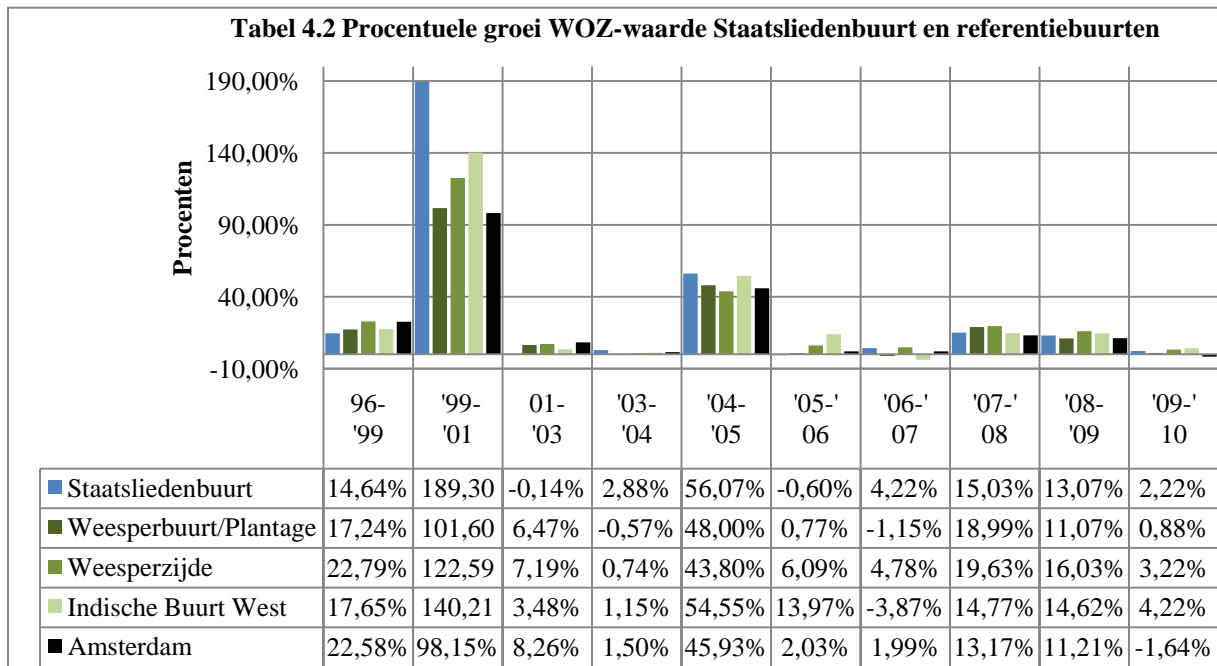
In de jaren tachtig werd het bestemmingsplan, waar het Westerpark en de Westergasfabriek bij hoort, vastgesteld. Het terrein kreeg een groene en recreatieve bestemming. De groene bestemming kwam er op uitdrukkelijk verzoek van buurtbewoners. De twee dichtbevolkte buurten die het meeste nabij liggen, de Staatsliedenbuurt en de Spaarndammerbuurt, zijn namelijk nauwelijks voorzien van groene recreatiemogelijkheden. Na het bodemonderzoek duurde het een aantal jaren voordat de gemeente Amsterdam en het Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieu het eens werden over een saneringsplan. Tien jaar later, toen er met de sanering werd begonnen, werd pas duidelijk hoe erg de grond daadwerkelijk vervuild was. De mate van vervuiling was een onaangename verrassing, het saneringsproces duurde langer en was kostbaarder dan vooraf was voorzien (Koekebakker, 2003).

De Westergasfabriek heeft zich inmiddels ontwikkeld tot een belangrijke cultureel cluster in Amsterdam. Het succes van het cultuurpark is voor een belangrijk deel te danken aan de periode van de zogeheten ‘Tijdelijke Invulling’. De uit nood geboren oplossing na het vertrek van het Gemeentelijke Energiebedrijf bleek een goede invulling te zijn. Deze ‘Tijdelijke Invulling’ van het terrein van de Westergasfabriek heeft uiteindelijk ruim zeven jaar geduurd. Tussen 1993 en 2001 vonden er op het terrein honderden evenementen plaats en waren er meer dan honderd tijdelijke huurders. Van repetitieruimte tot atelier, van opera tot housefeest en van circus tot congres. Deze succesvolle tijdelijke invulling werd uiteindelijk ook de definitieve bestemming. In het jaar 2003 konden de inmiddels gerenoveerde gebouwen weer verhuurd worden. De combinatie van vaste huurders in de vorm van culturele bedrijven, tijdelijke verhuur voor festivals en evenementen, en de combinatie van commerciële en culturele verhuur is een goede basis voor een gezonde exploitatie (Koekebakker, 2003).

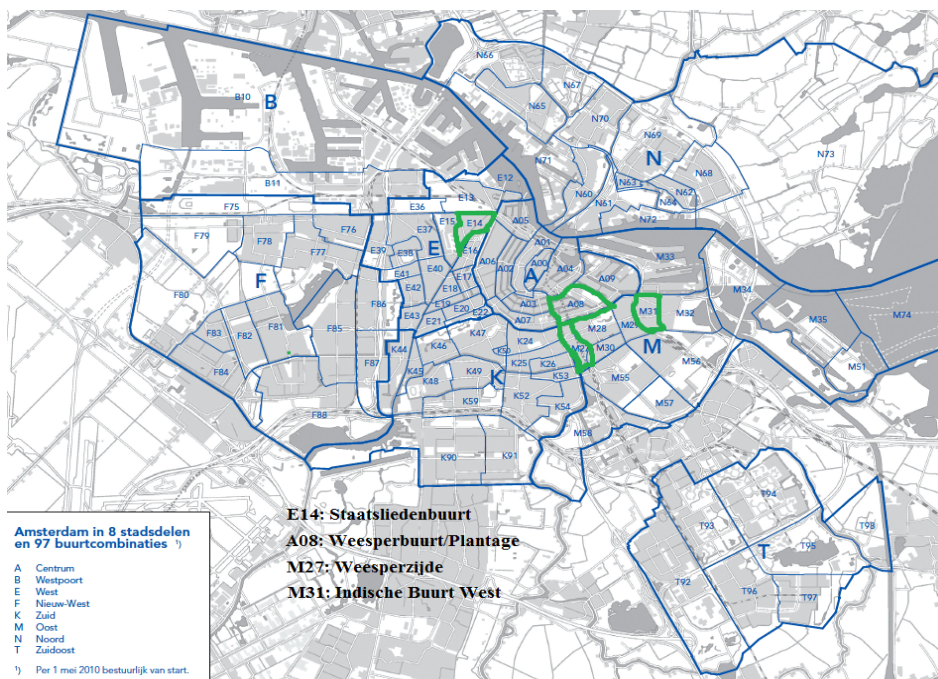
4.1.3 Ontwikkeling van de gemiddelde WOZ-waarden

In tabel 4.2 staat de procentuele groei van de WOZ-waarde per buurt afgebeeld. Er is een periode die zou kunnen wijzen op enig effect van creatieve industrie op de WOZ-waarde. Dit is de periode 1999 tot en met 2005.

In de Staatsliedenbuurt is in deze periode een flinke stijging van de gemiddelde WOZ-waarde te zien t.o.v. de referentiebuurten



Voornamelijk in de jaren 1999 en 2000 is de gemiddelde WOZ-waarde aanzienlijk gegroeid. De referentiebuurten laten ook een flinke stijging zien maar de Staatsliedenbuurt groeit het hardst. Na het jaar 2005 is er weinig verschil tussen de onderzoeksbuurt en de referentiebuurten.



In de periode 1993 tot en met 2003 is de Westergasfabriek getransformeerd tot een creatief cluster met creatieve industrie en een plek waar evenementen worden gehouden in combinatie met een stadspark. Zoals eerder vermeld in hoofdstuk drie is

het *Figuur 4.2: Geografische ligging Staatsliedenbuurt en referentiebuurten*

niet mogelijk om met honderd procent zekerheid vast te stellen of de interventie ten grondslag ligt aan de stijgingen van de WOZ-waarden.

Uit tabel 4.2 en 4.3 valt op te maken dat de waardeontwikkeling van de Staatsliedenbuurt sterker is gestegen dan de geselecteerde referentiebuurten. Uit deze tabellen valt niet af te leiden of de creatieve industrie invloed heeft gehad op de ontwikkeling van de WOZ-waarde. Dit zal moeten blijken uit de interviews met de specialisten.

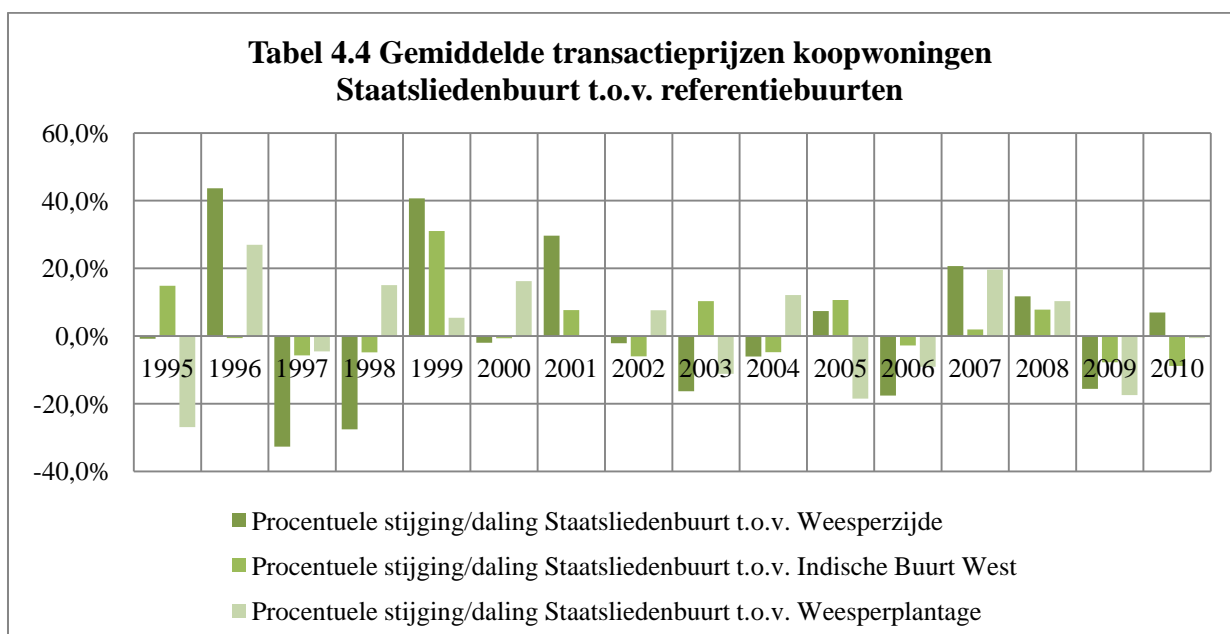
Tabel 4.3: Procentuele groei WOZ-waarde per buurt in de periode 1999 tot 2006

| Buurt/stadsdeel | 1999-2006 | 2001-2006 |
|-----------------------|-----------|-----------|
| Staatsliedenbuurt | 363,89% | 60,35% |
| Weesperbuurt/Plantage | 215,85% | 56,68% |
| Weesperzijde | 245,61% | 55,27% |
| Indische Buurt West | 288,57% | 61,76% |
| Amsterdam | 217,74% | 60,35% |

Tabel 4.3 laat zien dat in de Indische Buurt West in de periode 2001-2006 een vergelijkbare procentuele groei is gerealiseerd als in de Staatsliedenbuurt. De renovatie van de Indische Buurt West is gestart in het jaar 2003. Er zijn sinds dat jaar 1700 woningen gerenoveerd, waarbij een gedeelte van de veelal kleine woningen samengevoegd zijn. Het is veilig om aan te nemen dat zonder deze renovatie de procentuele groei van de gemiddelde WOZ-waarde in de Indische Buurt West in deze periode lager zou zijn uitgevallen t.o.v. van de Staatsliedenbuurt.

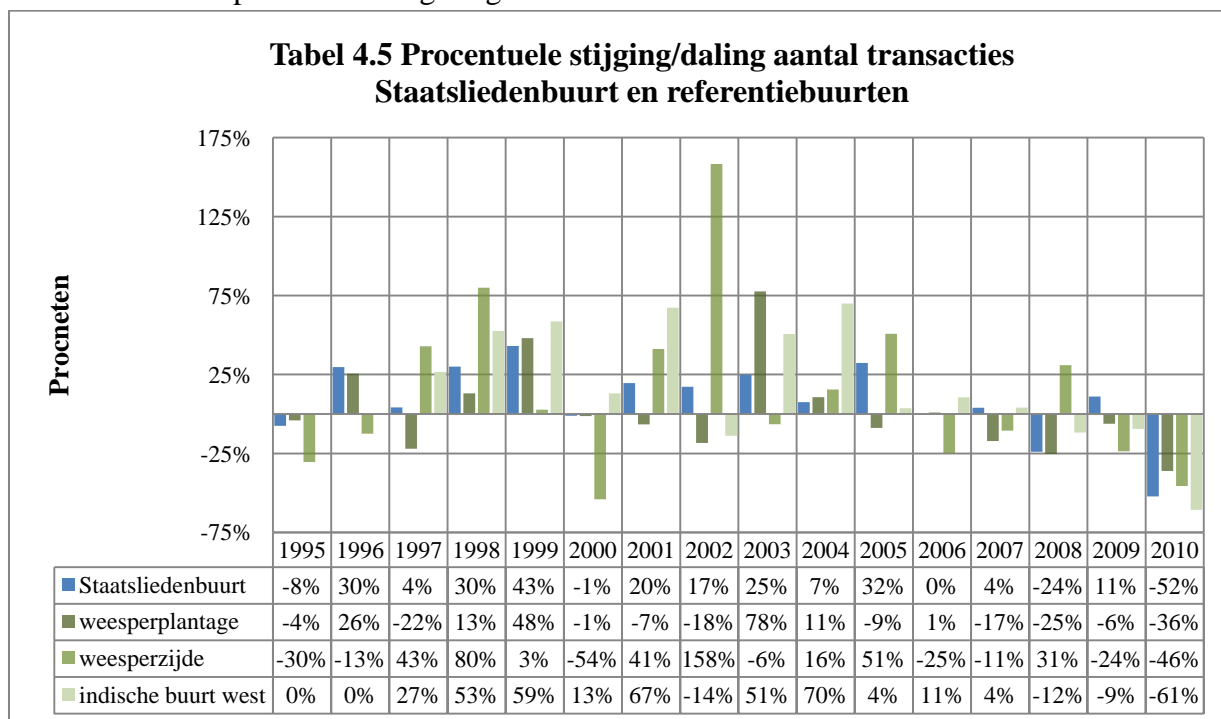
4.1.4 Ontwikkeling transactiepreizen

Een gelijksoortige trend als de trend te zien bij de gemiddelde WOZ-waarden, valt te ontdekken voor de gemiddelde transactiepreizen van koopwoningen in de jaren 1999 tot 2001. Tabel 4.4 geeft aan dat in deze periode de gemiddelde transactiepreizen t.o.v. de referentiebuurten flink stegen. Het is nogmaals niet mogelijk om met zekerheid te zeggen of de komst van de Westergasfabriek hier aan ten grondslag ligt.



Het aantal transacties per jaar in de Staatsliedenbuurt is vervolgens vergeleken met het aantal transacties per jaar in de referentiebuurten.

Het absolute aantal transacties zijn vervolgens omgezet naar de procentuele stijging van het aantal transacties. In tabel 4.5 is te zien hoe het aantal transacties in de onderzoeksbuurt en de referentiebuurten procentueel is gestegen.



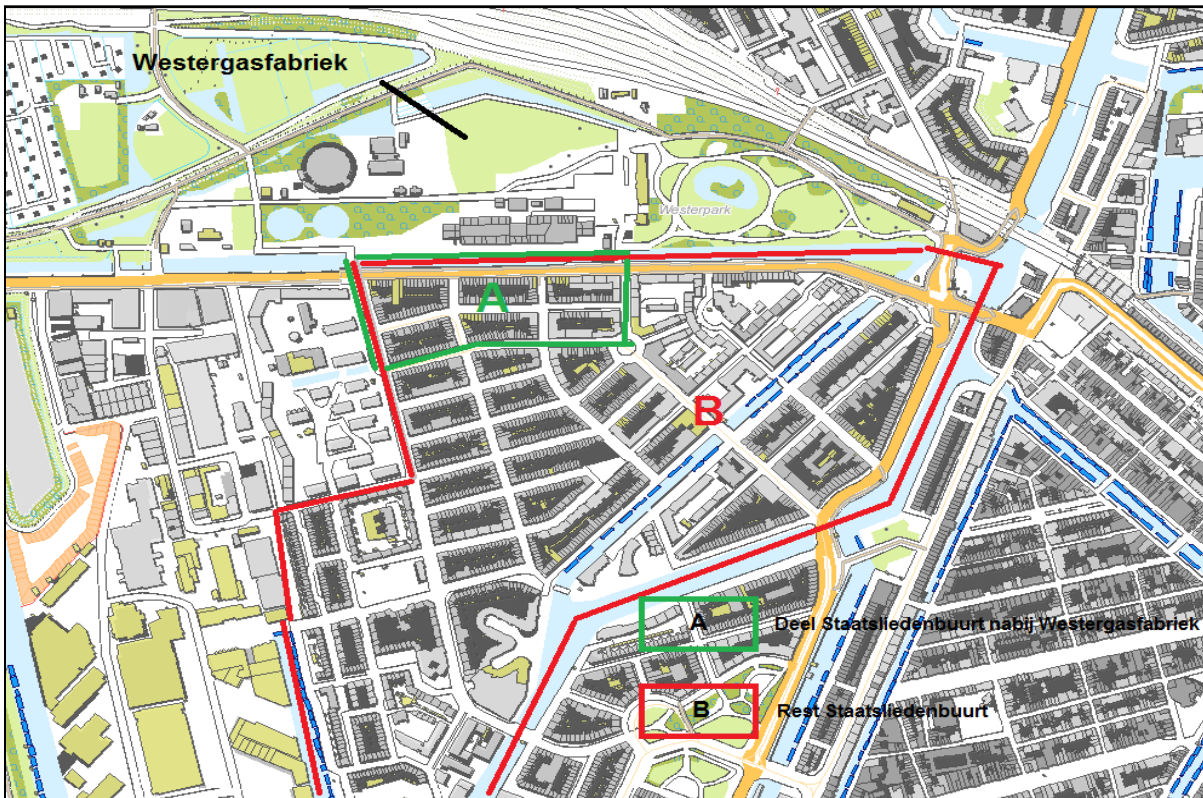
Uit deze tabel valt af te leiden dat het aantal transacties in de Staatsliedenbuurt de afgelopen vijftien jaar t.o.v. de referentiebuurten stabiel groeit. Sinds het jaar 2008 daalt het aantal transacties in alle buurten wat duidelijk het effect van de economische crisis aantoont. De groei van het aantal transacties in de Staatsliedenbuurt t.o.v. de referentiebuurten is niet dusdanig hoger of lager dat dit als opmerkelijk beschouwd kan worden. Het absolute aantal transacties ligt in de Staatsliedenbuurt wel het hoogst maar zoals te zien in tabel 4.6 heeft dit te maken met de totale woningvoorraad in de buurt.

Tabel 4.6 Woningvoorraad per 1 januari 2010

| | |
|-----------------------|------|
| Staatsliedenbuurt | 7516 |
| Weesperbuurt/Plantage | 3741 |
| Weesperzijde | 2554 |
| Indische Buurt West | 6338 |

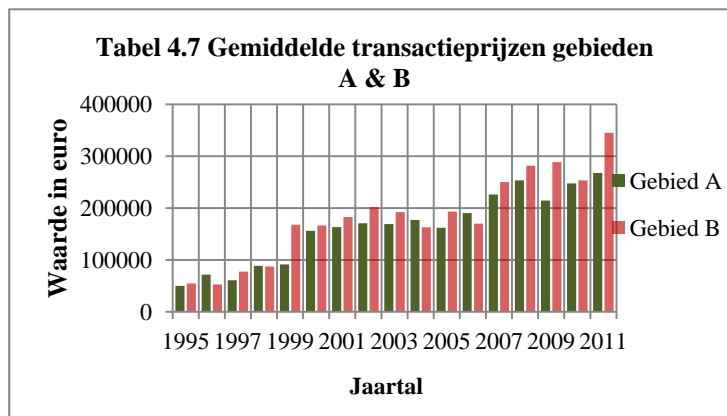
bron: Onderzoek en statistiek Amsterdam, 2010

Als laatste is er gekeken naar de procentuele stijging of daling van de gemiddelde transactiepreizen in de Staatsliedenbuurt. Het onderzoeksgebied is allereerst opgedeeld in twee gebieden op basis van een postcodeselectie. Gebied A is het gebied dat het meest in de nabijheid ligt van de Westergasfabriek en gebied B heeft betrekking op het overige deel van de Staatsliedenbuurt. Het doel van deze opsplitsing is te achterhalen of er een aantoonbaar verschil is in de procentuele stijging of daling van de gemiddelde transactiepreizen in deze beide gebieden. Zowel de gebieden als de resultaten zijn te zien op de volgende pagina.



Figuur 4.3: Gebieden A & B in de Staatsliedenbuurt

De gemiddelde transactiepreisen liggen in gebied A structureel lager dan in gebied B. De laatste vijftien jaar ligt de gemiddelde transactieprijs van gebied B gemiddeld vijftien procent hoger dan gebied A dat dichterbij de Westergasfabriek ligt. Men dient rekening te houden met de ligging van gebied A t.o.v. het centrum. Doordat gebied A verder uit het centrum ligt is het aannemelijk dat de transactiepreisen van dit gebied lager liggen. Uit tabel 4.7 kan men concluderen dat zo dicht mogelijk bij de Westergasfabriek wonen, het effect van de ligging t.o.v. het centrum niet compenseert. Het resultaat zou dan namelijk hogere gemiddelde transactiepreisen in gebied A betekenen. De woningwaarde van een woning dichtgelegen bij de Westergasfabriek kan ook dalen i.v.m. geluidsoverlast veroorzaakt door de vele festivals en feesten die op het terrein worden gehouden.



Uit de resultaten van de interviews zal moeten blijken wat de achtergronden zijn van de stijging van de WOZ-waarde en de transactiepreisen in de periode 1999 tot en met 2001, en in hoeverre de creatieve industrie hier een rol in heeft gespeeld.

De randvoorwaarden van de vestiging van de creatieve industrie zullen besproken worden en de factoren die van invloed zijn geweest op de vastgoedwaarde in de wijk.

4.1.5 Visie en resultaten van interviews met specialisten

Van een achterstandsbuurt in de jaren '80 tot een hippe creatieve buurt is een proces wat minstens vijftientig jaar geduurd heeft. Een simpel antwoord op de vraag 'wat is het effect van creatieve industrie op vastgoed?' bestaat er niet. De resultaten van de interviews geven inzicht in welke randvoorwaarden er doorgaans nodig zijn wil de creatieve industrie zich vestigen in een buurt en welke factoren er van invloed zijn geweest op de vastgoedwaarde in de Staatsliedenbuurt en wat de rol van de creatieve industrie is geweest.

“Van onderaf voeden” en het gentrificationproces.

Een van de geïnterviewden geeft specifiek aan dat het proces in de Staatsliedenbuurt van onderaf is gevoed. De Staatsliedenbuurt stond in de jaren '80 bekend als een krakersbolwerk. Het hoogtepunt van dit tijdperk is 20 december in 1984, de dag waarop de toenmalige burgemeester van Thijn werd weggejaagd uit de Staatsliedenbuurt. Na de suburbanisatie waarin mensen weggetrokken uit de stad, wilden de mensen weer in de stad wonen waardoor na enige tijd ook de Staatsliedenbuurt weer in beeld kwam.

Allereerst kwamen de wijken die het dichtst bij het centrum en net buiten de grachtengordel lagen weer in trek. Buurten als De Pijp en De Jordaan zijn hier goede voorbeelden van. Wanneer de buurten net buiten de grachtengordel van Amsterdam vol raakten, en als gevolg daarvan de vastgoedprijzen stegen, week men uit naar andere locaties. Deze locaties lieten vervolgens dezelfde trend zien en ook hier stegen de vastgoedprijzen, de Staatsliedenbuurt ontkwam niet aan deze trend.



Figuur 4.4: oprukkende grens gentrification proces

Volgens één van de geïnterviewden is de sterke groei van de populariteit in de Staatsliedenbuurt terug te zien in tabel 4.1 waarin wordt aangeduid dat de procentuele groei van de gemiddelde WOZ-waarde in de wijk de Staatsliedenbuurt de grootste stijging laat zien. De grotere stijging van de WOZ-waarden van 1999 tot en met 2001 in de Staatsliedenbuurt ten opzichte van de referentiebuurten is volgens hem een gevolg van de populariteit van de buurt op dat moment.

Een andere geïnterviewde gaf aan dat de oprukkende grens van het gentrificationproces in Amsterdam invloed heeft op de ontwikkeling van de vastgoedwaarde in bepaalde delen van de stad Amsterdam, zie figuur 4.4. Delen in de stad Amsterdam werden weer populair om in te wonen en zo ook de Staatsliedenbuurt.

Grofweg gezegd doet de op de voorgaande pagina beschreven trend ‘het in trek raken van de Staatsliedenbuurt’ erg denken aan het gentrificationproces. Beide geïnterviewden gaven dus de impact van het gentrificationproces aan tijdens het interview.

Er werden ook andere factoren aangewezen die van invloed zijn op de vastgoedwaarde in de Staatsliedenbuurt.

De ligging van de Staatsliedenbuurt t.o.v. het centrum is van invloed op de vastgoedwaarde. Verder zijn de nabijheid van groen en water factoren die steeds meer van belang zijn bij de keuze van een woning. Het groen en water van het Westerpark heeft een positieve invloed op de woningwaarde van huizen in de Staatsliedenbuurt. Tenslotte werd het culturele en creatieve cluster op het Westergasfabriekterrein benoemd als een positieve invloed op de woningwaarde. De nabijheid van dit creatieve cluster zorgt voor allerlei mogelijkheden waar de creatieve klasse naar op zoek is. Wat als gevolg heeft dat woningen in de Staatsliedenbuurt gewild zijn en dit heeft effect op de woningwaarde.

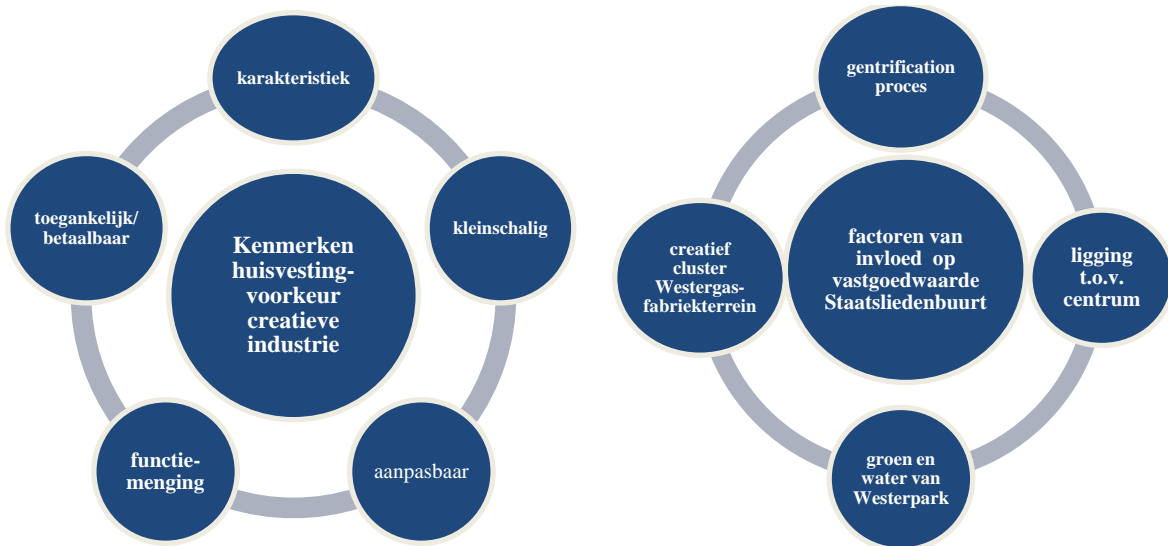
Stedelijke structuur, functiescheiding & toegankelijkheid.

De creatieve mensen werkzaam in de creatieve industrie zijn op zoek naar woningen in een stedelijke structuur. Deze stedelijke structuur moet aan een aantal voorwaarden voldoen. Het heeft karakter nodig en moet kleinschalig zijn. Makkelijk aanpasbaar zodat wonen en werken gemakkelijker gecombineerd kunnen worden. Doorgaans geldt dat hoe ouder het gebouwde, hoe kleinschaliger, gevarieerder en gefragmenteerder. In delen in Amsterdam waar stadsvernieuwing heeft plaatsgevonden is volgens de geïnterviewden nauwelijks sprake van het gentrificationproces in combinatie met de opkomst van de creatieve industrie. De geïnterviewden geven aan dat de creatieve industrie specifiek op zoek gaat naar een woning met de kenmerken uitgebeeld in figuur 4.5.

Het wonen in deze stedelijke structuur heeft naast de uiterlijke en materiële kenmerken ook een sociaal kenmerk. Dit sociale kenmerk is het ontmoeten van andere creatieve ondernemers. Als gevolg van deze ontmoetingen wordt inspiratie opgedaan. Inspiratie die men in andere plekken in de stad, waar de creatieve industrie minder aanwezig is, minder snel kan opdoen. De creatieve industrie ontwikkelt zich juist op de schaarse plekken die er toe doen. Dit betekent echter niet dat de creatieve industrie alleen in de binnenstad wil wonen, dit is namelijk ook niet betaalbaar. Zolang de nabijheid van de binnenstad maar voelbaar is (van Zanen et al., 2006). Dit is ook het geval in de Staatsliedenbuurt.

Een buurt met een grote functiescheiding is volgens één van de geïnterviewden een reden waarom de creatieve industrie zich niet gaat vestigen in een buurt. Een gebied dat voornamelijk alleen een woon- of werkfunctie heeft is te monotoon. Juist dit monotone wordt door de creatieve industrie vermeden, de creatieve industrie gedijt het beste bij een sterke functiemenging. Naast een goede functiemenging is de toegankelijkheid van een buurt ook belangrijk. Met toegankelijkheid wordt bedoeld dat de woningprijzen in een buurt niet te hoog moeten zijn zodat startende ondernemers in de creatieve sector het financieel kunnen opbrengen om in de buurt te wonen.

Figuur 4.5 geeft aan welke elementen belangrijk zijn bij de huisvestingvoorkeur van de creatieve industrie en figuur 4.6 verduidelijkt welke factoren volgens de geïnterviewden van invloed zijn en waren op de ontwikkeling van de vastgoedwaarde in de Staatsliedenbuurt.



Figuur 4.5: Kenmerken huisvestingvoorkeur Creatieve industrie Figuur 4.6: factoren van invloed op vastgoedwaarde

De creatieve industrie die een voorkeur heeft voor de karakteristieke panden in combinatie met het overlappende gentrificationproces heeft er mede voor gezorgd dat de woningen in de Staatsliedenbuurt steeds meer in trek raakten wat resulteerde in een stijgende vastgoedwaarde. In de Staatsliedenbuurt is 64 procent van de totale woningvoorraad gebouwd voor 1930. Van het aantal transacties die de afgelopen vijftien jaar hebben plaatsgevonden in de wijk behoort 79 procent tot deze categorie gebouwd voor 1930. Dit geeft aan dat in de particuliere markt deze categorie woningen, over het algemeen voorzien van karakteristieke eigenschappen, in trek zijn.

In beide interviews wordt duidelijk aangegeven dat de creatieve industrie op zich geen wondermiddel is om de vastgoedwaarde in een wijk omhoog te krikken. Zoals er bij een renovatie sprake is van een direct effect op de vastgoedwaarde is dit bij de creatieve industrie niet het geval. Hier kan men spreken van indirecte effecten. De specifieke huisvestingsvoorkeur van de creatieve industrie heeft als gevolg dat in bepaalde plekken van de stad vastgoedobjecten meer gewild raken wat vervolgens resulteert in een stijging van de vastgoedwaarde. Naast deze ontwikkeling wordt in beide interviews benadrukt dat de creatieve industrie voor meer levendigheid in de buurt zorgt waardoor het aantrekkelijker wordt voor de ‘gewone burger’ om in de wijk te wonen.

4.2 Schiecentrale & Schiemond/Lloydkwartier

In 1998 kwam de gemeente Rotterdam met het ambitieuze plan om de Schiehaven en Müllerpier om te vormen tot het ‘Lloydkwartier’. De Schiecentrale ligt in het Lloydkwartier en is een voormalige elektriciteitscentrale die is getransformeerd tot huisvesting voor film- en televisieproducenten, ICT'ers en kunstenaars. Het Lloydkwartier is gesitueerd tussen de wijken Delfshaven en Schiemond. In paragraaf 4.2.1 wordt de ontwikkeling van de Schiecentrale beschreven. In paragraaf 4.2.2 wordt door middel van tabellen en grafieken de ontwikkeling van de WOZ-waarden en de waardeontwikkeling van koopwoningen in de onderzoeksbuurt en de referentiebuurten weergegeven. Tenslotte wordt in paragraaf 4.2.3 de visie en resultaten van de interviews met specialisten behandeld.

4.2.1 Ontwikkeling Schiecentrale en omgeving

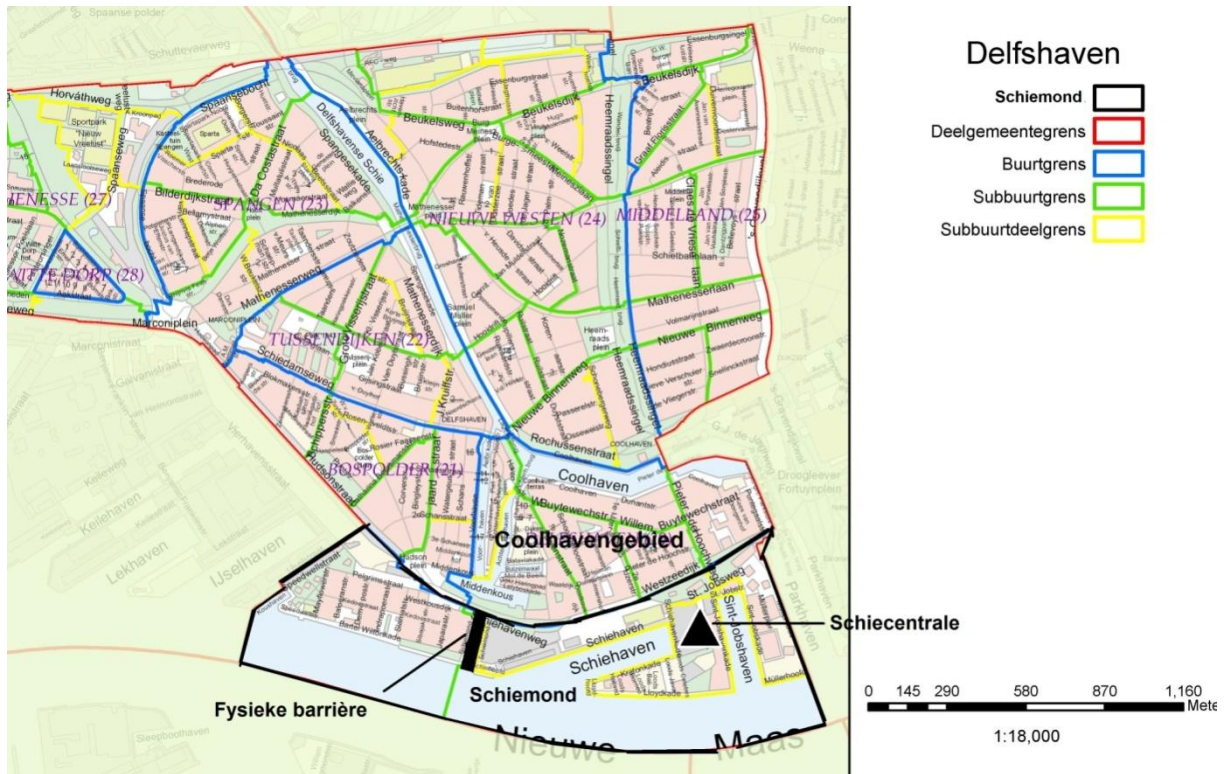
De voormalige elektriciteitscentrale is in 1904 gebouwd. Het pand is een rijksmonument en is in de jaren '90 gerenoveerd en omgebouwd tot filmstudiocomplex. In 1998 is de voormalige turbinehal herontwikkeld tot enkele kantoren en twee grote film- en tv-studio's. In 2000 is het voormalig accuhuis opgeleverd. Een bedrijfsverzamelgebouw met voor een deel sterk gesubsidieerde, laagdrempelige werkunits voor kunstenaars. Er zitten inmiddels 46 ict-, reclame-, audio/video- en filmbedrijven. Het bedrijfskantingebouw kreeg niet veel later in het jaar 2002 dezelfde bestemming. Anno 2008 is het complex van de Schiecentrale aangevuld met een aantal nieuwbouwprojecten. Er is een hotel-restaurantcafé gevestigd op de voorste hoek en achter het pand is een toren gebouwd waar plaats is voor meer audio- en videobedrijven. Het percentage vestigingen in de sector creatieve industrie in de wijk Schiemond waarin de Schiecentrale ligt, bedroeg 38 procent in het jaar 2010. Het percentage werkzame personen in de creatieve industrie bedroeg negentien procent in 2010. In Schiemond is het percentage vestigingen in de sector creatieve industrie het hoogste van de gemeente Rotterdam, het percentage werkzame personen is na de buurt Noordereiland het hoogst. Dit bekrachtigt de keuze voor de Schiecentrale als casestudy.

4.2.2 Ontwikkeling van de gemiddelde WOZ-waarden en de gemiddelde transactiepreizen

Na het jaar 2002 is te zien in tabel 4.10 dat de gemiddelde WOZ-waarde in Schiemond procentueel gezien sneller stijgt t.o.v. de referentiebuurt de Esch en de stad Rotterdam als geheel. In bijlage zes is de ligging van de onderzoeksbuurt Schiemond en de referentiebuurt De Esch terug te vinden.

Tabel 4.9 Procentuele groei aantal woningen Schiemond

| 2000-2001 | 2001-2002 | 2002-2003 | 2003-2004 | 2004-2005 | 2005-2006 | 2006-2007 | 2007-2008 | 2008-2009 | 2009-2010 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 0,00% | 0,30% | 7,30% | 5,60% | 2,50% | 4,70% | 12,90% | 6,20% | 7,30% | 2,50% |



Figuur 4.7 Locatie Schiecentrale, fysieke barrière en het Coolhavengebied.

De ontwikkeling van nieuwbouw aangegeven in tabel 4.9 en de indeling van de buurt Schiemond door de fysieke barrière, aangegeven in figuur 4.7, zijn twee factoren die van invloed zijn op de interpretatie van de dataset verkregen bij de Gemeente Rotterdam. De buurt Schiemond is namelijk opgedeeld in twee delen door de waterweg die voorheen leidde naar de Delfshaven in het Coolhavengebied. Het oude Schiemond ligt ten westen van de barrière en staat bekend als een achterstandswijk. In dit deel liggen de huizenprijzen erg laag. Het Lloydkwartier is het deel van de wijk dat ten oosten ligt van de barrière en dit deel wordt gekenmerkt door nieuwbouw. De huizenprijzen in het Lloydkwartier liggen flink hoger dan het oudere westelijke deel.

Tabel 4.10 Verschil in procentuele groei gemiddelde WOZ-waarde Schiemond t.o.v. referentiebuurten

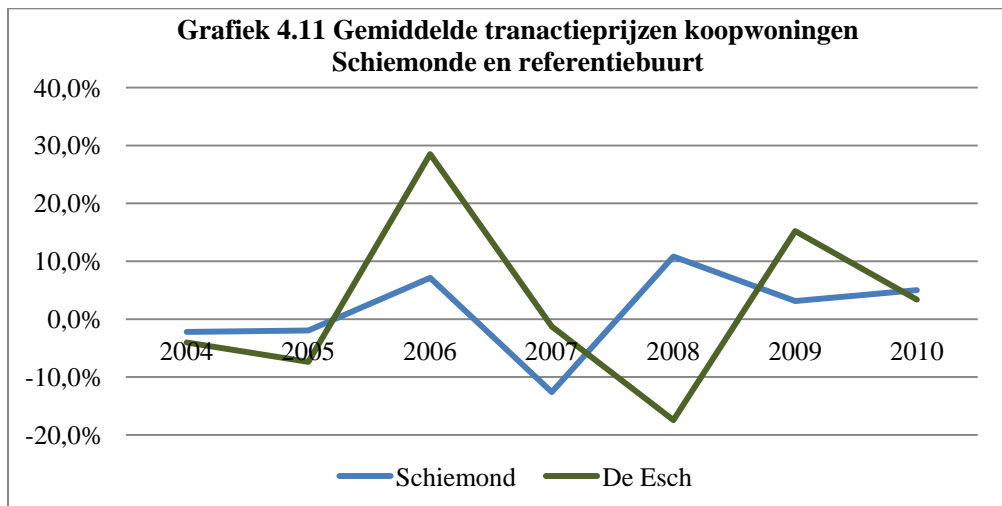


De gegevens waarmee de gemiddelde WOZ-waarden zijn berekend zijn verkregen van de gemeente Rotterdam. Zowel het oude deel als het nieuwe deel van Schiedmond worden meegenomen in deze dataset. Dit heeft als resultaat dat na de start van de dure nieuwbouw in het Lloydkwartier in het jaar 2002, zie tabel 4.9, de WOZ-waarden flink omhoog zijn gegaan.

Deze procentuele stijging van de WOZ-waarden is voor een groot deel toe te schrijven aan deze gerealiseerde nieuwbouwwoningen. In het jaar 2002 is men begonnen met de transformatie van de Schiecentrale tot creatief cluster. In hetzelfde jaar is ook de bouw van de nieuwbouwwoningen van start gegaan. Zoals te zien in tabel 4.10 is de gemiddelde WOZ-waarde rondom het jaar 2002 meer gestegen ten opzichte van de referentiebuurt, en Rotterdam in zijn geheel. Pas in het jaar 2008 zijn de WOZ-waarden van Schiedmond procentueel minder gestegen. Een indicatie geven over een effect van de creatieve industrie op de gemiddelde WOZ-waarden op basis van deze gegevens is niet mogelijk door de versturende invloed van de nieuwbouwwoningen op de gemiddelde WOZ-waarde.

In de wijk Schiedmond hebben alleen transacties plaatsgevonden in het nieuwe oostelijke gedeelte, het Lloydkwartier, en geen enkele in het oude westelijke deel. Vanaf het jaar 2004 hebben er 100 transacties plaatsgevonden in het Lloydkwartier. Het gaat voornamelijk om dure appartementen. Doordat er per jaar soms niet meer dan tien transacties plaatsvonden in de wijk Schiedmond is het niet reëel om de procentuele stijging/daling van het aantal transacties te vergelijken met de referentiebuurten.

Het is niet mogelijk om uit alle kwantitatieve gegevens een indicatie te geven over het effect van de creatieve industrie op het omliggende vastgoed. Uit de resultaten van interviews zal blijken of er wel of geen effect heeft opgetreden in het Lloydkwartier.



4.2.3 Visie en resultaten van interviews met specialisten

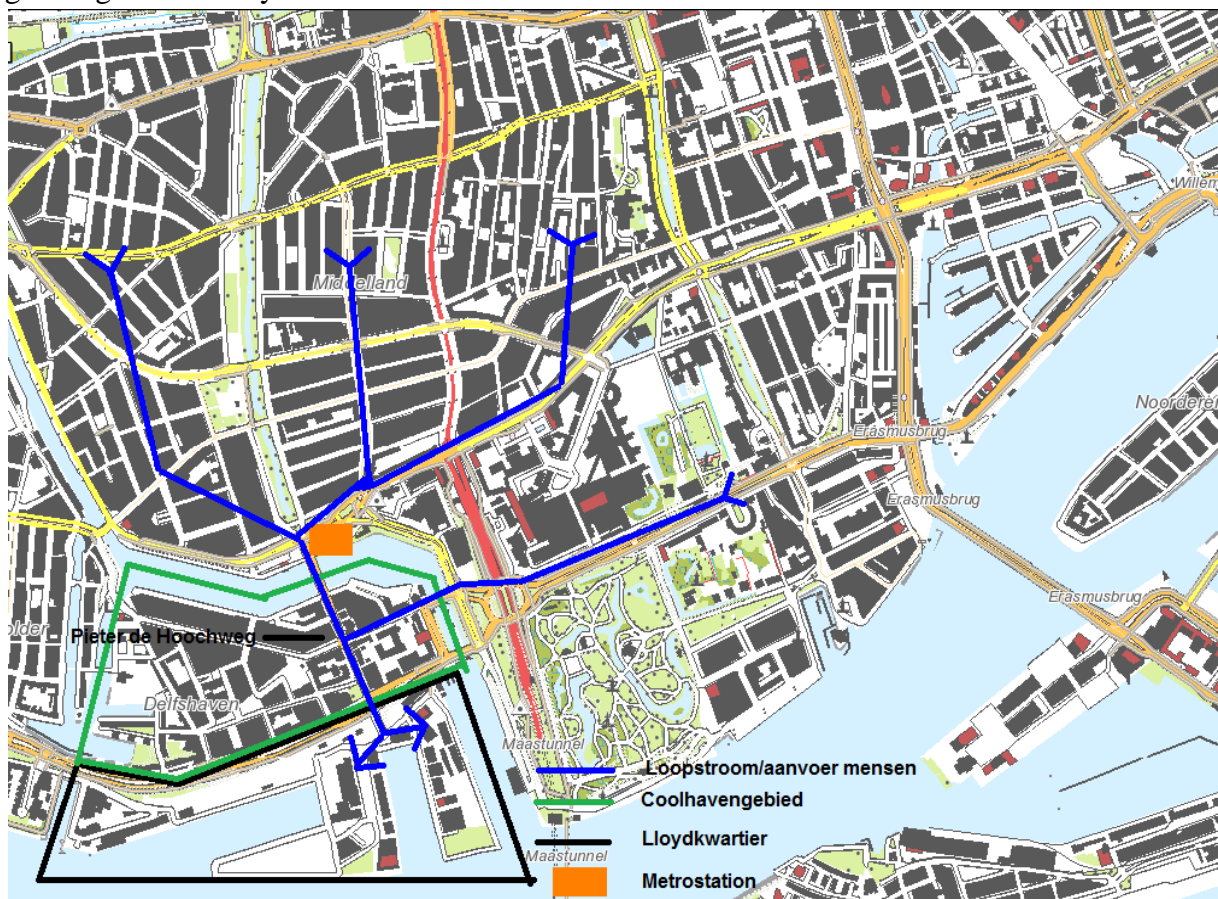
Uit de afgenomen interviews wordt duidelijk dat de casestudy Schiecentrale in de buurt Schiedmond afwijkt van de cases in Amsterdam en Arnhem. Het pand ligt in een nieuwbouw wijk en is door de barrière afgescheiden van het westelijke deel van de wijk Schiedmond.

In de wijk Schiemond is geen sprake van een langdurig proces waarbij de buurt een positieve ontwikkeling door maakt zoals dat wel het geval was in de Staatsliedenbuurt.

Ook heeft het Lloydkwartier een andere sociale samenstelling dan de Staatsliedenbuurt en Klarendal. Uit de interviews wordt duidelijk wat de invloed van de Schiecentrale is geweest op het gebied en of er een effect is geweest van de creatieve industrie op het omliggende vastgoed.

Pioniersfunctie van de Schiecentrale en het opleven van het Coolhavengebied.

Het plan voor de Schiecentrale was audio/visuele bedrijven trekken naar het Lloydkwartier. Dit is tot op zekere hoogte gelukt. In het Lloydkwartier zijn verder hoogwaardige appartementen gebouwd die eerst bedoeld waren voor de werknemers en ondernemers in de creatieve industrie. Deze categorie mensen hebben over het algemeen niet het kapitaal dat nodig is om een dergelijk appartement te kopen. Dit resulteerde in het opheffen van de restrictie dat deze appartementen alleen voor deze categorie mensen bestemd was. Oudere mensen, met name de categorie 55-plus, met meer vermogen hebben zich voornamelijk gevestigd in het Lloydkwartier.



Figuur 4.8: Opleving Coolhavengebied doormiddel van aanlooproutes van mensen

Naast de vestiging van de Schiecentrale heeft ook het Scheeps- en Transport College zich gevestigd in het Lloydkwartier. Zowel de Schiecentrale als het Scheeps- en Transport College hebben er voor gezorgd dat er meer mensen door het aangrenzende Coolhavengebied trekken. Het metrostation Coolhaven heeft de bereikbaarheid van het gebied nog verder vergroot.

Na aanleiding van de interviews zijn in figuur 4.8 de aanlooproutes van mensen aangegeven die er mede voor hebben gezorgd dat het Coolhavengebied levendiger is geworden, mede mogelijk gemaakt door het ander type mensen wat nu door de buurt loopt. De effecten zijn voornamelijk merkbaar in de Pieter de Hoochweg waar de aanlooproutes samen komen, zie figuur 4.8. Hier hebben zich al meerdere ondernemers gevestigd en zijn er een aantal panden aangekocht en getransformeerd door deze ondernemers.

De kenmerken van het vastgoed, en met name de authentieke fabriekspanden in het Coolhavengebied voldoen aan de in paragraaf 4.1.5 eerder beschreven specifieke huisvestingsvoorkeuren van de creatieve industrie. In het interview wordt aangegeven dat er voornamelijk langs de Pieter de Hoochweg, de grootste aanvoerweg naar het Lloydkwartier, veel creatieve bedrijven zich hebben gevestigd.

De authentieke bedrijfspanden waren misschien zonder de aanvoer van mensen naar het Lloydkwartier ook ontdekt. In het interview wordt benadrukt dat dit proces door de pioniersfunctie van de Schiecentrale, het opentrekken van het gebied en de loopstromen alleen maar is versneld. In beide interviews komt duidelijk naar voren dat het Coolhavengebied meer potentie heeft om zich te ontwikkelen tot een creatief gebied dan de nieuwbouwwijk het Lloydkwartier.

Na het afnemen van de beide interviews wordt het duidelijk dat het effect van de creatieve industrie op de vastgoedwaarde in het Lloydkwartier niet waarneembaar is. Een verrassende uitkomst van de interviews is het opleven van het Coolhavengebied wat mede mogelijk is gemaakt door de ligging van de Schiecentrale ten op zichte van het Coolhavengebied en de aanlooproutes naar de Schiecentrale toe.

4.3 Klarendal

Klarendal en de Klarendalseweg liggen in Arnhem. Ten noorden van het spoor en ongeveer tien minuten lopen van het centrum ligt de arbeiderswijk die vroeger bekend stond om zijn levendigheid en vele ondernemingen. Belangrijke ruimtelijke kenmerken van de buurt zijn de korte afstand tot het centrum, de spoorzone als barrière, het hoogteverschil in de buurt en de centrale positie van de Klarendalseweg.

Na een moeilijke periode in de jaren '80 en '90 is in het jaar 2000 het roer om gegaan. Er is een nieuwe koers uitgezet en de creatieve industrie speelt hier ook een rol in. Deze paragraaf heeft dezelfde opzet als de vorige paragrafen. De keuze voor Klarendal wordt verantwoord in paragraaf 4.3.1. In paragraaf 4.3.2 wordt vervolgens de ontwikkeling van de wijk Klarendal beschreven. In paragraaf 4.3.3 is door middel van tabellen en grafieken de ontwikkeling van de WOZ-waarden en de waardeontwikkeling van koopwoningen in de onderzoeksbuurt en de referentiebuurten weergegeven. Tenslotte wordt in paragraaf 4.3.4 de visie en resultaten van de interviews met specialisten uitgewerkt.

4.3.1 Verantwoording

Na een gesprek te hebben gehad met Dhr. van Dommelen van de Stad BV, een van de schrijvers van *'Nieuwe ideeën voor oude gebouwen: creatieve economie en stedelijke herontwikkeling'*, is besloten om Klarendal te kiezen als derde en laatste case. In het gesprek is aangegeven dat de derde en laatste case gesitueerd moest zijn in een woonwijk en de creatieve industrie op zijn minst vijf jaar van invloed heeft kunnen zijn. Na aangeven te hebben aan de Dhr. van Dommelen dat in dit onderzoek de waardeontwikkeling wordt onderzocht, raadde hij de straat Klarendal aan. Hij gaf aan dat in de afgelopen jaren de woningprijzen omhoog zijn gegaan in deze buurt en dat de buurt goede mogelijkheden biedt om het effect van de creatieve industrie te achterhalen.

4.3.2 Ontwikkeling van de buurt Klarendal

Eind jaren negentig was voor een deel van de bewoners van Klarendal de maat vol. Door de lokale PvdA-fractie werd het initiatief genomen voor het plan 'Klarendal kom op'(2000-2004). De ambitie van dit plan van aanpak was 'het bewerkstelligen van een mentaliteitsverandering die ertoe zal leiden dat wijkbewoners de verantwoordelijkheid voor hun leefomgeving zelf weer willen en kunnen dragen'. In 2004 was het overheersende gevoel van de gemeente, corporatie en bewoners dat de goede weg was ingeslagen, maar het eindstation van de vernieuwing in Klarendal nog niet was bereikt. De gemeenteraad besloot, mede op initiatief van de bewoners, om de aanpak voort te zetten met het programma 'Klarendal Gaat Door'(www.keicentrum.nl).

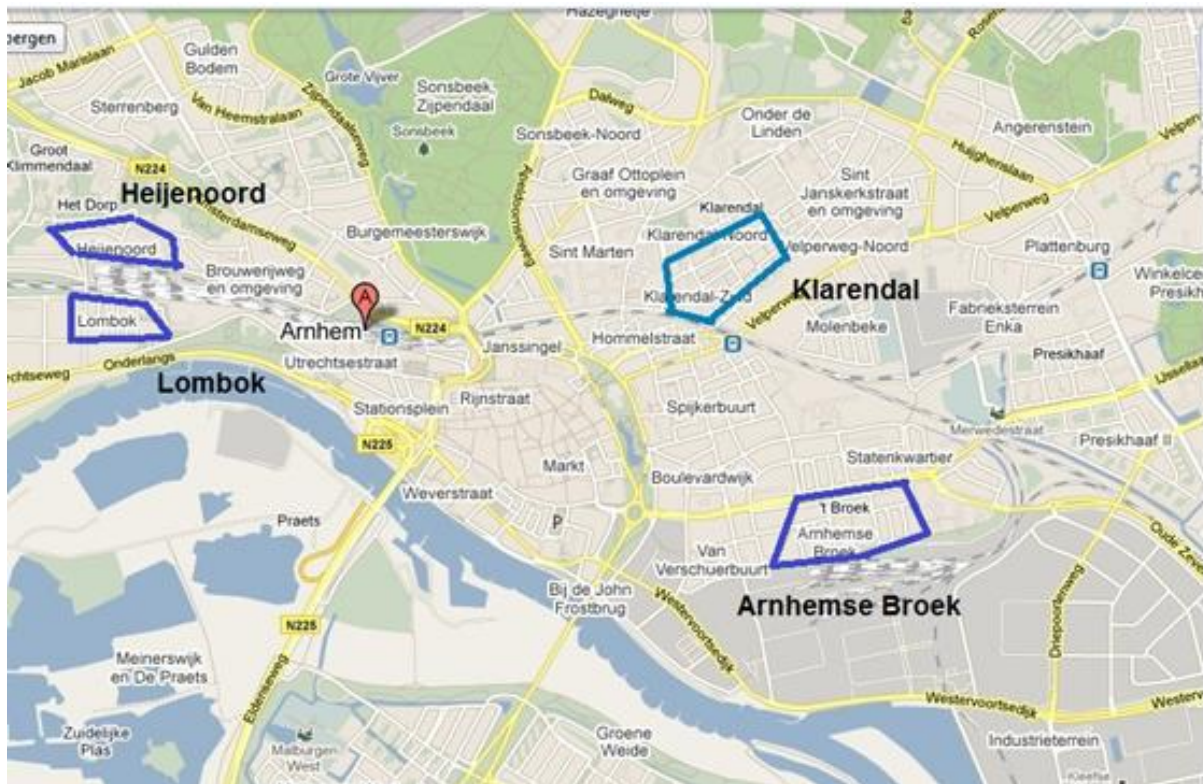


made in [Arnhem]

De bewoners van de wijk Klarendal wilden de hoofdassen van de wijk weer net zo zien bruisen als vroeger. De kleinschalige winkels zouden, gezien de economische veranderingen, niet terugkeren in de wijk, dus werd er een andere invulling gezocht. Deze invulling werd gevonden in de mode. Het doel van het plan 100% Mode, dat startte in 2006, is ondernemende ontwerpers en nieuw talent de gelegenheid geven wonen te combineren met een atelier of winkel. De gemeente Arnhem en de woningcorporatie Volkshuisvesting zetten het project op nadat buurtbewoners de wens hadden uitgesproken dat zij de bedrijvigheid van vroeger terug wilden in hun oude arbeiderswijk. De woningcorporatie Volkshuisvesting kocht winkel- of woon/werkpanden aan en knapte deze op. Vervolgens zijn deze panden tegen relatief lage huren aan creatieve bedrijven verhuurd. De corporatie pleegde voor een flink deel van hun woningbezit groot onderhoud. Ook werden achterpaden verbeterd en werd er op het schoonhouden van tuinen en vastgoed ingezet. De gemeente zorgde er voor dat de straten en stoepen er opnieuw werden ingelegd

In maart 2007 werd Klarendal door voormalig minister Vogelaar aangewezen als een van de veertien aandachtswijken. In september lag er een conceptvoorstel, opgesteld door alle lokale samenwerkingspartners, voor een 'Wijkactieplan Klarendal'.

Dit plan werd in maart 2008 door de gemeenteraad goedgekeurd. In grote lijnen waren de voorgestelde maatregelen in het plan een voortzetting van de initiatieven die al in de jaren vanaf 2000 gestart waren.



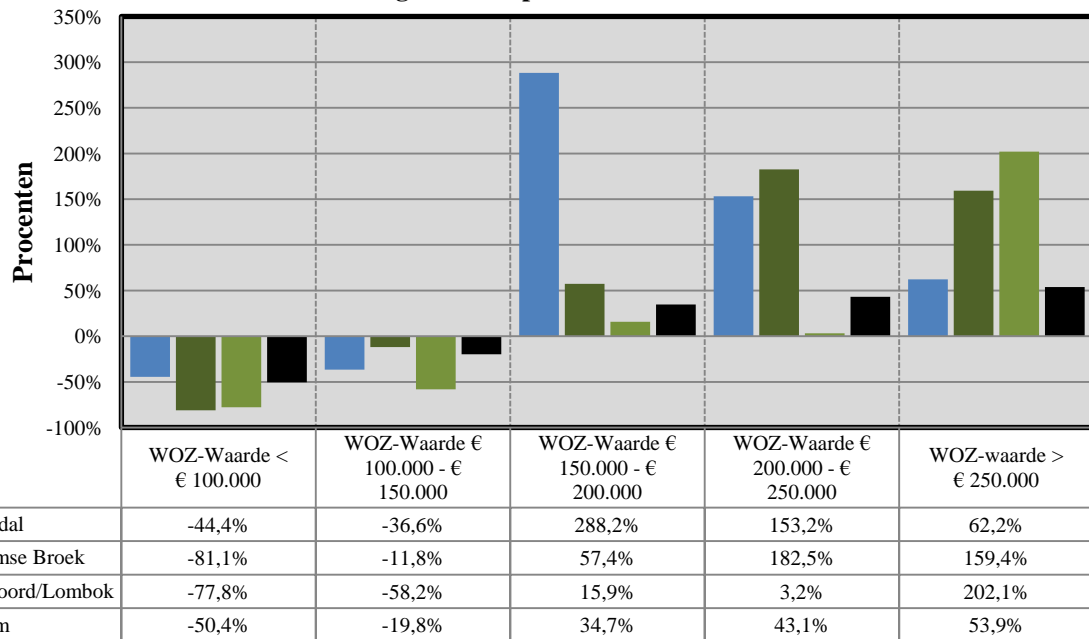
Figuur 4.9: Ligging onderzoeksbuurt Klarendal en referentiebuurten

4.3.3 Ontwikkeling van de gemiddelde WOZ-waarden en gemiddelde transactieprizen

Zoals eerder beschreven in paragraaf 3.3.2 zijn er ook voor de case Klarendal referentiebuurten geselecteerd. Voor de ligging van de onderzoeksbuurt en de referentiebuurten (zie bijlage 7). Via de gemeente Arnhem zijn gegevens verkregen om de waardeontwikkeling van de WOZ-waarde te bepalen. De gemeente Arnhem heeft in tegenstelling tot de gemeente Amsterdam en Rotterdam niet de ontwikkeling van de gemiddelde WOZ-waarde per buurt vastgelegd maar het aantal huizen in Arnhem opgedeeld in categorieën, WOZ-waarde categorieën. De categorieën bestaan uit minder dan € 100.000, €100.000-150.000, €150.000-€200.000, €200.000-€250.000 en meer dan €250.000 en betreffen de periode 2005 tot en met 2011. Om de ontwikkeling van de WOZ-waarden in Klarendal en de referentiebuurten te bepalen is de procentuele stijging van het aantal huizen in elke categorie berekend.

In tabel 4.12 is te zien dat in de periode 2005 tot en met 2011 voor zowel de onderzoeksbuurt als de referentiebuurten in de categorieën €150.000-€200.000, €200.000-€250.000 en meer dan €250.000, het aantal woningen is gestegen. Woningen zijn over het algemeen duurder geworden wat dus één van de redenen is waarom er in de duurdere categorieën het aantal woningen is gestegen.

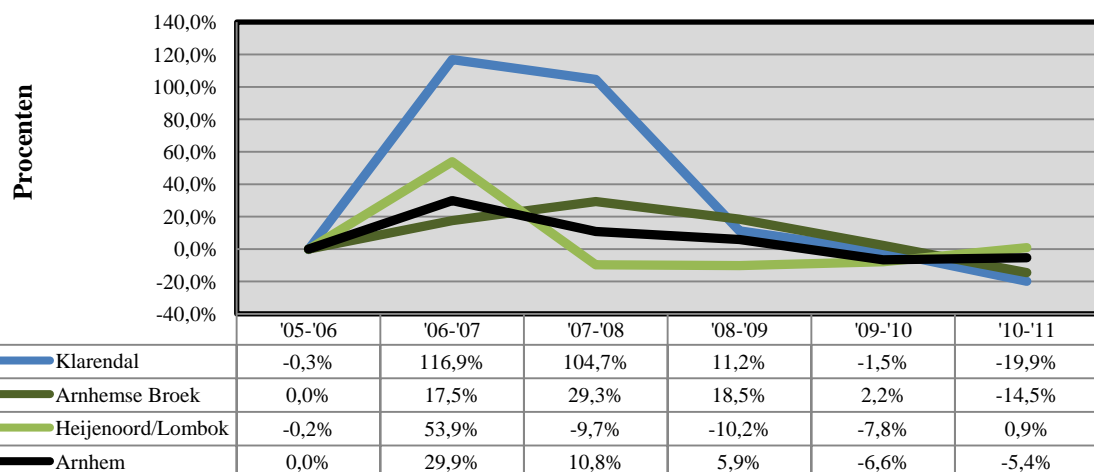
Tabel 4.12 Procentuele groei WOZ-waarden in Klarendal en referentirbuurten per categorie in de periode 2005 t/m 2011



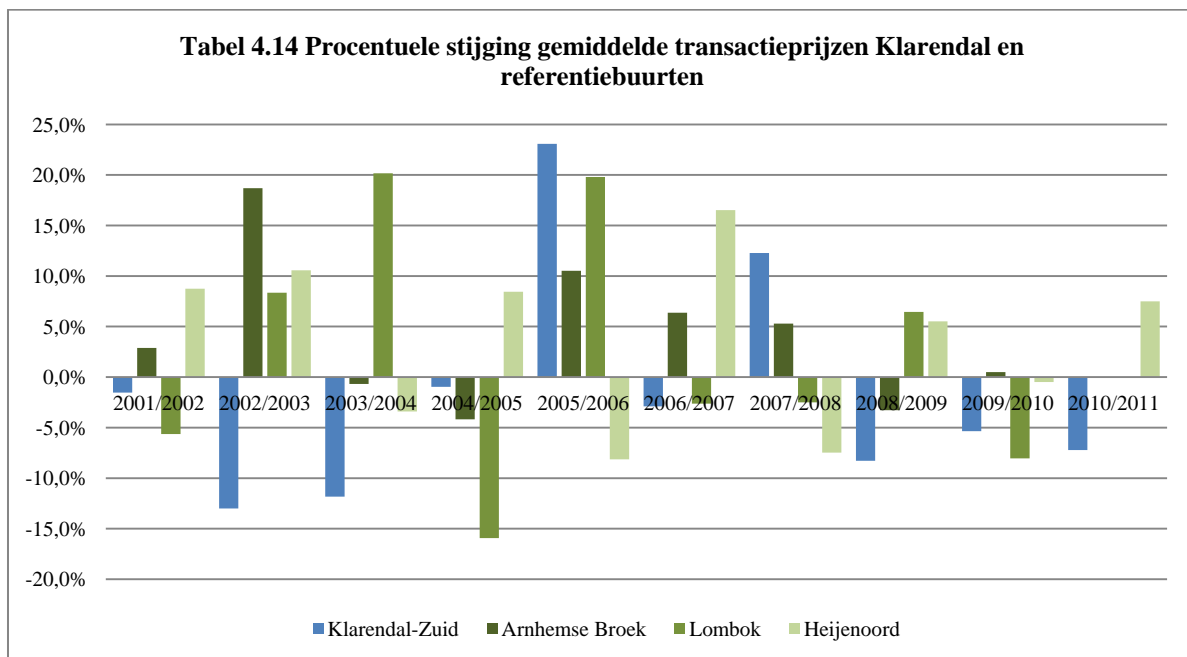
Dit heeft invloed op de onderzoeksbuurt, maar ook op de referentiebuurten. Tabel 4.12 laat duidelijk zien dat in Klarendal de procentuele stijging veruit het grootste is. Zoals te zien in tabel 4.13 is er in Klarendal met name in de categorie €150.000-€200.000 een uitzonderlijke groei van het aantal woningen te zien. De grootste stijging is gemeten in het jaar 2006, het jaar dat het initiatief 100% Mode van start ging in de buurt. In het jaar 2007 zet deze stijging zich door.

In de referentiebuurt Arnhemse Broek is in het jaar 2005 een wijkplan van start gegaan met als doel een duurzame verbetering van het samenleven. In het jaar 2006 werd duidelijk dat het plan niet tot een blijvende verbetering leidde. Dit resultaat veranderde ook niet na aanpassing van het plan in het jaar 2007. Het plan in de wijk Arnhemse Broek heeft niet veel zoden aan de dijk gezet en dit is terug te zien in de ontwikkeling van de WOZ-waarden.

Tabel 4.13 Procentuele groei aantal woningen Klarendal en referentiebuurten met WOZ-waarde €150.000 - €200.000



Het is erg aannemelijk dat de wijkplannen en de benoeming tot ‘Vogelaarwijk’ invloed heeft gehad op de WOZ-waarden in de wijk Klarendal. De renovatie, investeringen in de ruimtelijke ordeningen, de komst van de creatieve industrie door het initiatief 100% Mode en de dusdanig grote stijging in de categorie €150.000-€200.000 valt niet meer als toevalligheid te bestempelen. In het jaar 2008 is de stijging ten opzichte van de referentiebuurten een stuk minder, en in het jaar 2010 is de dalende trend voornamelijk toe te schrijven aan de economische recessie.



Pas in het jaar 2004 werden de eerste resultaten zichtbaar bedacht door de visie “Klarendal Kom Op” van 2000 die de wijk Klarendal uit het figuurlijke dal moest halen. Dit is terug te zien in tabel 4.14 waar de trend van de gemiddelde transactieprizen in de onderzoeksbuurt en de referentiebuurten in beeld is gebracht. Na de slechte periode, van eind jaren '90 tot en met het begin van de eerste jaren in 2000, is in tabel 4.14 te zien dat de transactieprizen in de buurt stijgen. Met name de jaren 2005 en 2007 laat Klarendal een sterke stijging zien ten opzichte van de rest van de referentiebuurten. Waar het aantal transacties in 2004 nog twaalf bedroeg is dit in 2006 en 2007 gestegen naar 41 respectievelijk 36. De gemiddelde transactieprijs in Klarendal is van €129.583,- in 2004 gestegen naar €172.222,- in 2008, een stijging van 33 procent. De ontwikkeling van de procentuele stijging van de gemiddelde transactieprizen in de periode 2004 tot en met 2008 in de referentiebuurten Heijenoord(7.4%), Lombok(-4.3%) en Arnhemse Broek(18.6%) kunnen niet tippen aan de stijging in Klarendal.

Deze trend is vergelijkbaar met de trend die zich bij de ontwikkeling van de gemiddelde WOZ-waarden voordoet.

In en rondom de Klarendalseweg hebben er te weinig transacties plaats gevonden waardoor het niet mogelijk is om het gebied rondom de Klarendalseweg te vergelijken met de rest van de wijk Klarendal.

4.3.4 Visie en resultaten van interviews met specialisten

Aanpak wijkeconomie

De aanpak van de wijkeconomie werd in de interviews aangewezen als de interventie die er voor heeft gezorgd dat Klarendal een positieve ontwikkeling heeft doorgemaakt. De bewoners van de wijk Klarendal wilden namelijk het aantal ondernemingen vergroten in de wijk en het liefst zagen ze de bakker en de slager terugkeren. Dit bleek niet haalbaar en daardoor is er gezocht naar een andere invulling om de wijkeconomie te stimuleren. Uit een proefproject gehouden onder startende ondernemers in Klarendal bleek dat het overgrote deel van de deelnemers hoog opgeleide vrouwen waren, met name afgestudeerde vrouwen van de modeacademie Artez. Zodoende is het idee ontstaan om de branchering mode als invulling te kiezen. Op dit moment speelde ook de discussie rondom de ideeën van Richard Florida en in Arnhem was men net als andere steden bezig met het aantrekken van de creatieve industrie. Het plan om de wijkeconomie te stimuleren door mode als invulling te kiezen opende alle deuren bij de gemeente waardoor een brede bestemming mogelijk was voor de panden aan de Klarendalseweg. Ook de woningcorporatie Volkshuisvesting die veel woningen in het bezit heeft in het gebied stond achter dit plan.

Uit ervaring met eerdere projecten ‘de Witte de With straat’ in Rotterdam en de wijk Lombok in Utrecht, bleek dat er circa vijftig bedrijven nodig zijn wil een buurt met een thema geassocieerd worden, in Klarendal dus mode. Als het thema mode het straatbeeld zal moeten gaan bepalen dan zullen van deze vijftig bedrijven er een behoorlijk aantal zichtbaar moeten zijn door middel van een etalage. Inmiddels zijn er bijna vijftig ondernemers die mode als thema hebben waarvan de eerste in 2004 zich vestigde in de wijk. Uit het project ‘de Witte de With straat’ bleek ook dat er een plek moest komen waar mensen elkaar kunnen ontmoeten. Deze ontmoetingsplek, het restaurant ‘Goed Proeven’ is gecreëerd op het scharnierpunt tussen de Sonsbeeksingel en de Klarendalseweg.

Het oude postdistributiecentrum is van de oude locatie bij het centraal station verplaatst naar dit scharnierpunt. Een karakteristiek pand wat door middel van een horecafunctie een ontmoetingsplek is geworden.

In 2004 is de woningcorporatie Volkshuisvesting ook begonnen met het aankopen en het renoveren van de meest afgetakelde panden. In totaal zijn er vijftig panden aangekocht, waarvan er enkele in het bezit waren van drugshandelaren. Voornamelijk waren dit panden met karakteristieke eigenschappen in het begin van de Klarendalseweg. De specifieke huisvestingsvoorkeuren beschreven in figuur 4.5 in paragraaf 4.1.5 werden wederom tijdens de interviews benoemd.

In Klarendal is 28 procent van de totale woningvoorraad gebouwd voor 1930. Van het aantal transacties die de afgelopen vijftien jaar hebben plaatsgevonden in de wijk behoort 45 procent tot deze categorie gebouwd voor 1930. Net als in de Staatsliedenbuurt is deze categorie woningen ook in Klarendal meer in trek dan woningen die in een later stadium zijn gebouwd.

Invloed van de creatieve industrie

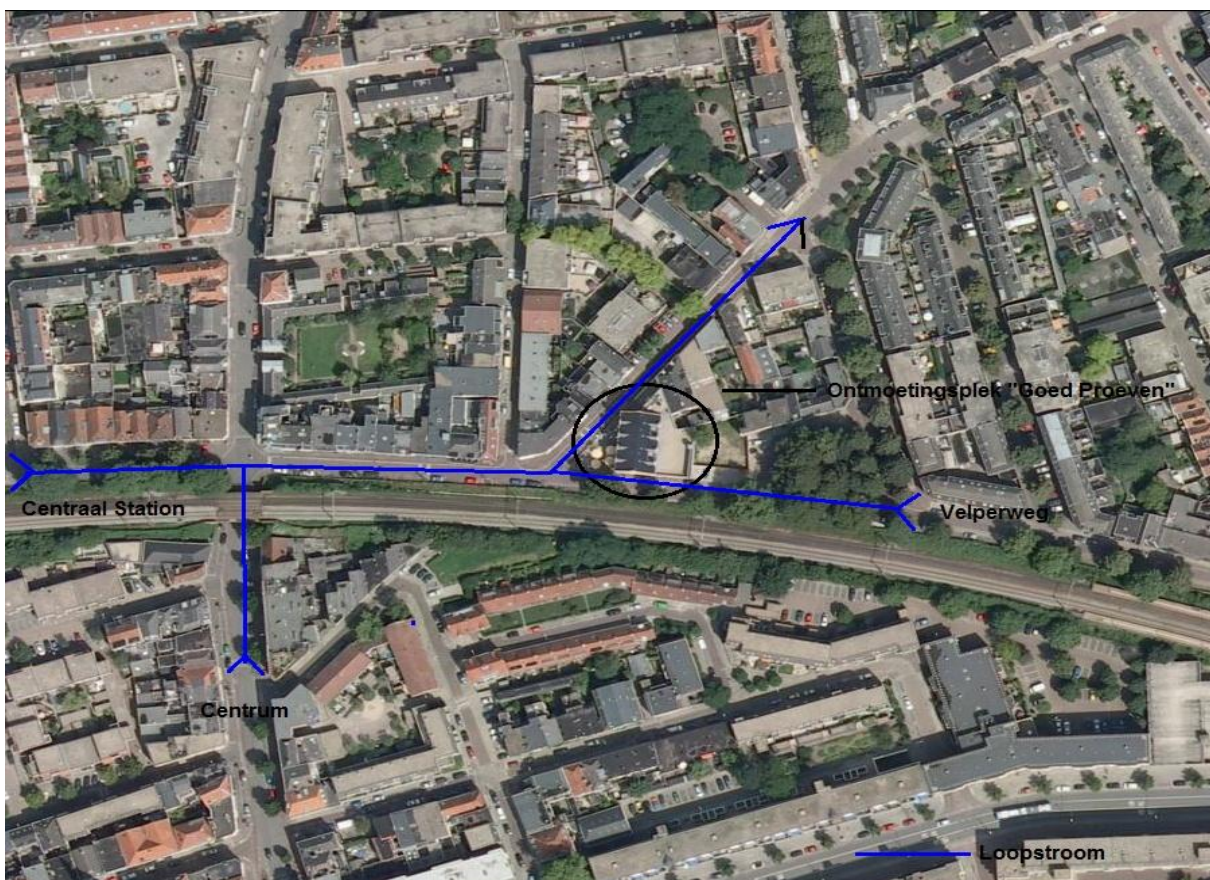
Uit beide interviews blijkt dat alleen het plaatsten van creatieve industrie in een wijk niet heeft geleid tot een verandering in de vastgoedwaarde.

Het is een complexe combinatie van factoren die er voor hebben gezorgd dat de wijk Klarendal in een korte tijd aanzienlijk is veranderd. Er werd aangegeven dat de snelle ontwikkeling van Klarendal een gevolg is van de korte communicatie lijnen met de gemeente, woningcorporatie Volkshuisvesting en de modeacademie Artez.

Het directe effect dat van invloed is geweest op de vastgoedwaarde is de investering (25 miljoen euro) van de woningcorporatie Volkshuisvesting. De indirecte effecten op de vastgoedwaarde in de wijk Klarendal zijn de investering van enkele miljoenen door de Gemeente Arnhem in de ruimtelijke ordening en de verandering in de bevolkingsamenstelling door de komst van de creatieve industrie.

Volkshuisvesting heeft onder andere d.m.v. een selectie er voor gezorgd dat in de vijftig aangekochte panden creatieve mensen zijn gaan wonen. Deze creatieve mensen hoefden niet per se werkzaam te zijn in de branche mode. Voornamelijk de selectie in de huursector was goed te sturen. Een deel van de vijftig opgeknapte panden is weer verkocht wat de stijging in het aantal transacties van twaalf in 2004 naar 41 in 2006 en 36 in 2007 deels verklaart.

In een interview werd aangegeven dat de stijging van het aantal creatieve ondernemers een positieve invloed heeft op de buurt. Het zorgt voor levendigheid in de buurt. Levendigheid mede veroorzaakt door deze nieuwe inwoners en veroorzaakt door nieuwe mensen die door de buurt lopen op zoek naar unieke modeartikelen. In figuur 4.10 staan de loopstromen aangegeven vanaf het centraal station, het centrum en vanaf de kantorenlocatie Velperweg.



Figuur 4.10: loopstromen naar de Klarendalseweg

De resultaten van de kwantitatieve gegevens in de tabellen 4.12 t/m 4.14 waren bij beide geïnterviewden onbekend. Wel werd er aangegeven dat de periode van stijging overeenkomt met verhalen van mensen uit de buurt die aangaven dat de huizenprijzen positief ontwikkeld waren. Uit zowel de kwantitatieve data als de kwalitatieve data kan men concluderen dat het aanpakken van de wijkeconomie in combinatie met de invulling mode en de directe investeringen in de wijk een positieve invloed heeft gehad op de wijk en de ontwikkeling van de woningwaarde in de wijk Klarendal. Hierbij moet wel in ogenschouw worden genomen dat naast het feit dat de wijk Klarendal letterlijk in een dal ligt, de wijk ook figuurlijk uit een dal is gekomen. Hiermee wordt bedoeld dat elke positieve invloed sterk merkbaar is omdat de vastgoedwaarde laag lag in de wijk.

CONCLUSIE

CONCLUSIE & AANBEVELING - HOOFDSTUK 5





5 Conclusies en aanbevelingen

De conclusies en aanbevelingen vormen de afronding van dit onderzoek. De doelstelling van dit onderzoek werd in hoofdstuk 1 als volgt geformuleerd: “*Inzicht geven in het effect van creatieve industrie op omliggend vastgoed*”. Na het literatuuronderzoek waarin de creatieve industrie is afgebakend en waarin is onderzocht wat impact evaluatie betekent, zal er uit de kwantitatieve en kwalitatieve data een aantal conclusies worden getrokken. De uitkomsten van de drie cases liggen aan de basis van deze conclusies beschreven in dit hoofdstuk. In paragraaf 5.1 wordt door middel van figuur 5.1 de directe en indirecte effecten op de vastgoedwaarde uitgebeeld. Vervolgens wordt in paragraaf 5.2 aangegeven wat het indirecte effect van de komst van de creatieve industrie is op de waardeontwikkeling van vastgoed en hoe dit proces in zijn werk gaat. Alle casestudy’s worden daarna behandeld in paragraaf 5.3. In paragraaf 5.4 worden de algemene conclusies van dit onderzoek uiteengezet. Tenslotte worden er in paragraaf 5.5 enkele aanbevelingen gedaan.

5.1 Conclusie m.b.t. effecten op waardeontwikkeling van vastgoed op wijkniveau

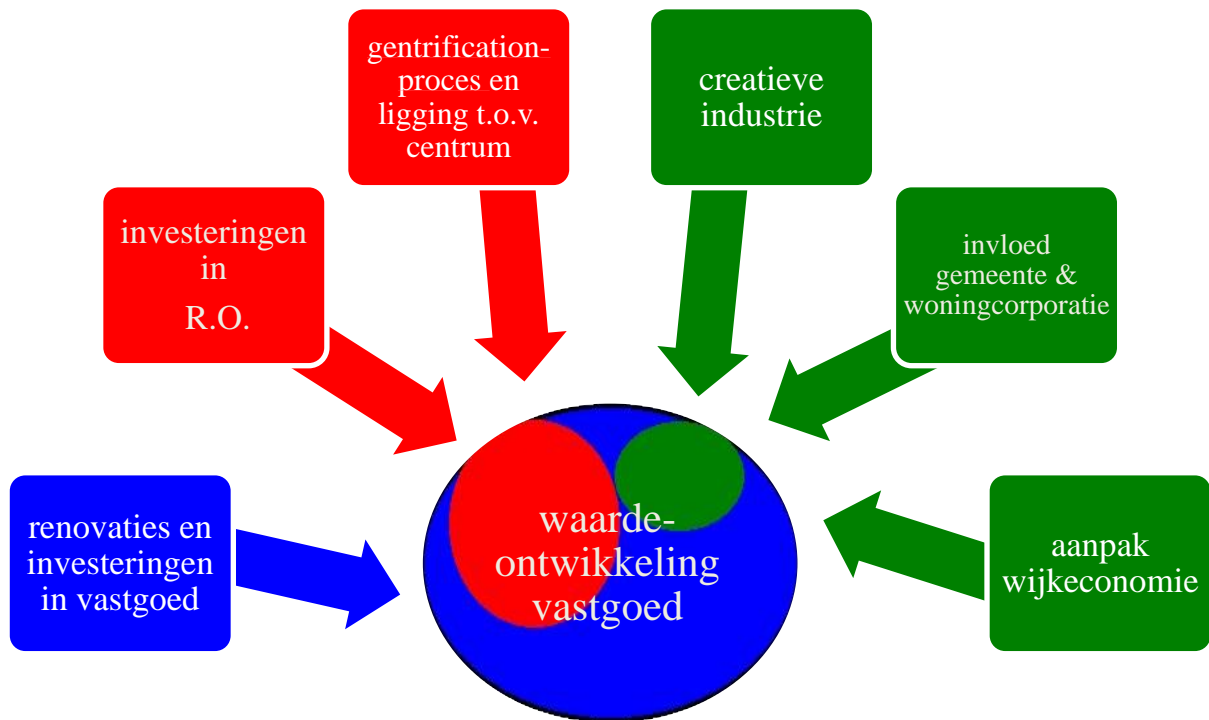
Vooraf na het houden van de interviews is het nog duidelijker dat de vastgoedwaarde beïnvloed wordt door vele factoren. Figuur 5.1 laat zien welke directe en indirecte effecten op de ontwikkeling van de vastgoedwaarde op wijkniveau er in de drie cases naar voren zijn gekomen. De resultaten van de afgenomen interviews zijn gebruikt om deze figuur te maken.

Het directe effecten op vastgoed is aangegeven in het blauw, namelijk de renovaties en investeringen in het vastgoed. Met een direct effect wordt een effect bedoeld dat rechtstreeks invloed uitoefent op de waardeontwikkeling van vastgoed. Met indirecte effecten worden effecten bedoeld die niet rechtstreeks invloed uitoefenen op de waardeontwikkeling van vastgoed. Er wordt in figuur 5.1 onderscheid gemaakt tussen ‘eerste orde’ indirecte effecten en ‘hogere orde’ indirecte effecten. De ‘eerste orde’ indirecte effecten hebben meer effect dan de indirecte effecten van ‘hogere orde’ (Bossche et. al, 2004).

De ‘eerste orde’ indirecte effecten zijn: investeringen in de ruimtelijke ordening en het gentrificationproces in combinatie met de ligging t.o.v. het centrum. Deze type indirecte effecten zijn in figuur 5.1 met de kleur rood aangegeven. De ‘hogere orde’ indirecte effecten zijn: de aanpak van de wijkeconomie, invloed van gemeente en woningcorporaties op de wijk en tenslotte de creatieve industrie. Deze type indirecte effecten zijn met de kleur groen aangegeven.

Aan de kleurenverdeling van het object ‘waardeontwikkeling vastgoed’ is te zien welk effect het meest bepalend is voor de waardeontwikkeling van vastgoed.

Zoals te zien heeft het directe effect (blauw) de meeste invloed op de waardeontwikkeling van vastgoed. Daarna de indirecte effecten van de ‘eerste orde’ (rood) en daarna de indirecte effecten van een ‘hogere orde’ (groen) . Deze indeling is gemaakt op basis van een schatting.



Figuur 5.1: direct en indirecte effecten op de waardeontwikkeling van vastgoed op wijkniveau

De creatieve industrie heeft geen direct effect op het omliggende vastgoed maar een indirect effect. Verder blijkt uit de afgenomen interviews van de cases Klarendal en de Schiecentrale dat de vestiging van creatieve industrie in een wijk op zich geen manier is om op wijkniveau de vastgoedwaarde te laten stijgen.

5.2 Conclusie over het indirecte effect van creatieve industrie op de waardeontwikkeling van het omliggende vastgoed op buurtniveau

De creatieve industrie wordt na het afnemen van de interviews getypeerd als een indirect effect van de hogere orde op de waardeontwikkeling van het vastgoed op buurtniveau, zie Figuur 5.1. Na het afnemen van de interviews komen er enkele eigenschappen van creatieve industrie naar voren die door de meeste geïnterviewden genoemd worden. Deze eigenschappen van de creatieve industrie en de mensen werkzaam in deze sector hebben invloed op een buurt en indirect ook op de waardeontwikkeling van vastgoed. Deze eigenschappen, beschreven bij de punten een, twee en drie maken deel uit van een chronologisch proces. Dit proces zorgt voor het indirecte effect wat creatieve industrie heeft op de waardeontwikkeling van vastgoed.

1. Huisvestingvoorkeur creatieve industrie.

De specifieke huisvestingvoorkeuren van mensen werkzaam in de creatieve industrie zorgen ervoor dat bepaalde buurten in een stad meer gewild zijn. Een schaars goed leidt tot een verhoging van de huizenprijzen. Met name in de Staatsliedenbuurt is dit het geval geweest. Men heeft niet zoals in Klarendal beleid gevoerd om de creatieve industrie aan te trekken naar de wijk. In de Staatsliedenbuurt heeft men het proces de gelegenheid gegeven zich te ontplooien. De specifieke huisvestingvoorkeuren van de creatieve industrie en hun werknemers passen daarentegen niet bij de woningen in het Lloydkwartier, maar wel bij de aangrenzende buurt het Coolhavengebied.

2. De komst van de creatieve industrie in een wijk zorgt voor een verandering in de bevolkingssamenstelling.

In zowel de Staatsliedenbuurt als in Klarendal heeft de komst van de creatieve industrie er voor gezorgd dat er een verandering is opgetreden in de bevolkingssamenstelling. Uit de interviews blijkt dat met name in deze twee wijken veel creatieve mensen en mensen werkzaam in de creatieve industrie op zoek zijn gegaan naar een woning in beide wijken. De procentuele groei van het aantal creatieve mensen heeft effect op de wijk. Deze mensen zijn creatief, ondernemend, de economie gaat meer bruisen en de producten en activiteiten zijn zichtbaar voor andere mensen waardoor er meer bezoekers van buitenaf de wijk bezoeken.

3. De levendigheid in de wijk verbeterd.

Punt drie is een gevolg van punt twee. Volgens de geïnterviewden is met name in Klarendal de levendigheid in de wijk verbeterd. Waar men in de eerste jaren van 2000 niet zou willen wonen in Klarendal staat men er nu geheel anders tegenover, de wijk is een stuk gewilder. De Staatsliedenbuurt is vergelijkbaar met Klarendal alleen het in trek raken van de Staatsliedenbuurt heeft langer geduurd. Wijken als Klarendal en de Staatsliedenbuurt zijn niet alleen populair bij creatieve ondernemers maar naar verloop van tijd ook bij de gewone burger en met name bij de Young Urban Professionals die zich aangetrokken voelen tot deze levendigheid. In het Lloydkwartier heeft de creatieve industrie echter weinig effect op de buurt. Mensen werken wel in het Lloydkwartier maar ze wonen er niet waardoor de levendigheid niet sterk is veranderd.

5.3 Conclusies per case

De Westergasfabriek en de Staatsliedenbuurt:

De kwantitatieve data van deze casestudy laten enkele ontwikkeling zien waardoor er een aanname gemaakt kan worden over het effect van de creatieve industrie op het omliggende vastgoed.

Ten eerste is er in de Staatsliedenbuurt een aanzienlijke stijging te zien van de gemiddelde WOZ-waarde en de gemiddelde transactieprizen in de periode 1999 tot en met 2001 (tabel 4.1 en tabel 4.4). Na het afnemen van de interviews blijkt dat deze pieken mede worden veroorzaakt door het oprukkende gentrificatieproces, zie paragraaf 4.1.5, en door het in trek raken van de Staatsliedenbuurt bij de creatieve industrie. De creatieve industrie zoekt bepaalde plekken op in de stad waarin het vastgoed aan een aantal voorwaarden voldoet, zie figuur 4.5 op pagina 60. Het merendeel van de woningen in de Staatsliedenbuurt voldoet aan deze specifieke huisvestingskenmerken. In de Staatsliedenbuurt is 64 procent van de totale woningvoorraad gebouwd voor het jaar 1930. Het aantal transacties van woningen in deze categorie bedraagt 79 procent. Uit de data blijkt dat in de particuliere markt deze categorie woningen, over het algemeen voorzien van karakteristieke eigenschappen, meer verkocht worden.

Vervolgens treed het proces in werking beschreven op de vorige pagina bij de punten een, twee en drie. Door dit chronologische proces is er sprake van een indirect effect op de vastgoedwaarde.

Paragraaf 4.1.4 laat zien dat transactieprizen van woningen dicht gelegen bij de Westergasfabriek lager liggen dan in de rest van de Staatsliedenbuurt. Het effect van de Westergasfabriek is kennelijk niet zo groot dat er een aanzienlijk positief effect is te zien in de transactieprizen van deze woningen. Een negatief effect op de woningwaarde van deze woningen kan optreden door het geluidsoverlast veroorzaakt door de vele festivals en feesten die op het terrein worden gehouden.

Wat de grootte of kleinschaligheid is van het proces van het indirecte effect beschreven bij de punten een, twee en drie is erg lastig te achterhalen, laat staan dit uit te drukken in cijfers. Dat er door de komst van de creatieve industrie een indirect effect op de waardeontwikkeling van het omliggende vastgoed ontstaat is zeer aannemelijk.

De Schiecentrale en Schiemond/Lloydkwartier:

Na aanleiding van de kwantitatieve data is het niet mogelijk om een indicatie te geven over het effect van de Schiecentrale op het omliggende vastgoed. De WOZ-waarden in de wijk Schiemond (Lloydkwartier) stegen t.o.v. de referentiebuurt en de stad Rotterdam in het geheel. De stijging van de WOZ-waarde valt echter samen met de bouw van de nieuwe appartementen in de onderzoeksbuurt. Een effect van de creatieve industrie op het omliggende vastgoed afleiden n.a.v. de ontwikkeling van de gemiddelde WOZ-waarde in de onderzoeken referentiebuurten is niet mogelijk. De gemiddelde transactieprizen in het Lloydkwartier lieten ook geen significante stijging zien t.o.v. de referentiebuurt. Uit de interviews moest blijken wat precies het effect van de Schiecentrale is geweest op de wijk en op het omliggende vastgoed.

Na het afnemen van de interviews komt er een duidelijke beeld naar voren. De Schiecentrale heeft er voor gezorgd dat er meer creatieve mensen door de wijk ‘het Coolhavengebied’ lopen. Zie figuur 4.8 voor de ligging van deze wijk en de loopstromen van mensen.

Het vastgoed in deze wijk voldoet aan de kenmerken van de huisvestingkeuze van de creatieve industrie.

Uit de interviews blijkt dat de loopstromen gegenereerd door de Schiecentrale, in combinatie met de kenmerken van het vastgoed in de buurt, er voor hebben gezorgd dat in het Coolhavengebied meer creatieve industrie en mensen werkzaam in deze sector zich in deze wijk hebben gevestigd. De ligging t.o.v. het centrum is vergelijkbaar met de Staatsliedenbuurt net als de woningvoorraad naar bouwjaar. Het Coolhavengebied zou door deze factoren nog meer in trek kunnen raken bij de creatieve industrie en haar werknemers.

Uit de kwantitatieve en kwalitatieve data van de casestudy de Schiecentrale valt niet af te leiden of de Schiecentrale en de creatieve industrie een effect heeft gehad op de vastgoedwaarde in de buurt Schiemond/Lloydkwartier.

Uit de interviews blijkt wel dat de Schiecentrale invloed heeft gehad op ontwikkelingen die zich hebben voorgedaan in de nabijgelegen buurt het Coolhavengebied. Er is sprake van een indirect effect op deze nabijgelegen wijk. Net als in de wijk de Staatsliedenbuurt is het niet mogelijk om dit effect uit te drukken in cijfers.

Klarendal:

Na de analyse van de kwantitatieve data van de case Klarendal valt direct de sterke stijging op van het aantal woningen in de WOZ-waarde categorie €150.000,- tot €200.000,-. In Klarendal is het aantal woningen in deze categorie gestegen t.o.v. van het aantal woningen in deze categorie in de geselecteerde referentiebuurten. Deze ontwikkeling wordt nog eens geaccentueerd door de transactiegegevens van de Nederlandse Vereniging van Makelaars. De gemiddelde transactieprijs is tussen 2004 en 2008 gestegen met 33 procent en het aantal transacties in 2008 is verdubbeld in vergelijking met 2004. De kwantitatieve data geeft aan dat er iets bijzonders aan de hand is in de buurt. Uit de interviews blijkt dat er een aantal oorzaken zijn die geleid hebben tot deze stijging van de vastgoedwaarde in de wijk Klarendal.

Aan de basis van de stijging staat de grootschalige investering van 25 miljoen van de woningcorporatie Volkshuisvesting bedoeld voor renovatie. Daarnaast is de ruimtelijk ordening door de gemeente verbeterd dat ook enkele miljoenen heeft gekost. Figuur 5.1 geeft aan welke directe en indirecte effecten op de vastgoedwaarde op wijkniveau er uit de drie cases naar voren komen. Behalve het gentrificationproces zijn de overige effecten allemaal aan bod gekomen bij de interviews afgenomen voor de case Klarendal. Het proces beschreven op pagina 61 is ook in Klarendal van toepassing. Met name de levendigheid in de buurt is door de zichtbare komst van de creatieve industrie veranderd wat indirect een positief effect heeft op de vastgoedwaarde.

5.4 Algemene Conclusies:

“Creatieve industrie op zich is geen wondermiddel om de vastgoedwaarde te verhogen.”

“Creatieve industrie heeft een indirect effect op de waardeontwikkeling van het omliggende vastgoed”

“Weinig plekken in stad voldoen aan de specifieke huisvestingvoorkeur van creatieve industrie, een schaars goed leidt tot een hogere prijs”

“De komst van creatieve industrie in een wijk zorgt voor meer levendigheid in de buurt wat een indirect effect heeft op de vastgoedwaarde”

Uit dit onderzoek blijkt dat er verschillende factoren en processen in combinatie met de creatieve industrie nodig zijn om voor een stijging van de vastgoedwaarde in een wijk te zorgen. Met name de cases Westergasfabriek & De Staatsliedenbuurt en Klarendal tonen een paar overeenkomsten. Uit beide cases blijkt dat de creatieve industrie en haar werknemers bepaalde huisvestingvoorkeuren hebben. Deze twee cases zijn achterstandsbuurtten geweest, en liggen allebei redelijk dichtbij het centrum. In beide cases is de vastgoedwaarde van de woningen gestegen. In Klarendal is door middel van beleid, wijkaanpak, subsidies en investeringen het de stijging van de vastgoedwaarde versneld. Een proces wat in de Staatsliedenbuurt een proces van ongeveer 25 jaar is geweest.

Door dit versnelde proces en de grootschalige investeringen gedaan in Klarendal zijn de vastgoedwaarden zo opmerkelijk gestegen. In verhouding tot Klarendal heeft in de Staatsliedenbuurt de oprukkende grens van het gentrification proces een evidentere rol gespeeld.

Het meenemen van de case Schiecentrale zorgt voor de juiste balans. Het laat zien dat het plaatsen van creatieve industrie in een wijk niet de effecten heeft wat het in Klarendal wel heeft. Een kanttekening hierbij is dat in de wijk Schiemond minder is geïnvesteerd op zoals dat in Klarendal wel het geval was.

Wanneer in een achterstandswijk of minder ontwikkelde wijk de juiste kenmerken van het vastgoed aanwezig zijn, wanneer de overheid en woningcorporaties bereid zijn te investeren in de buurt en wanneer de creatieve industrie door de woningkenmerken zich aangetrokken voelt tot de buurt dan kan dit uiteindelijk leiden tot een positieve waardeontwikkeling van vastgoed.

De creatieve industrie heeft in dit proces geen direct effect op de vastgoedwaarde. Het indirecte effect van de creatieve industrie op het omliggende vastgoed wordt beschreven op pagina 60. Dit indirecte effect uit drukken in cijfers is na het uitvoeren van dit onderzoek niet mogelijk.

5.5 Aanbevelingen

Zoals al het onderzoek, geeft dit onderzoek ook aanleiding voor verder onderzoek. Een paar aanbevelingen zullen worden gedaan. Enkele aanbevelingen en verbeter punten zullen als aanvulling aangedragen worden voor een eventueel vervolgonderzoek .

Aanbeveling Gemeente Rotterdam:

Zoals eerder vermeld in dit onderzoek heeft het Coolhavengebied meer potentie om creatieve industrie aan te trekken dan het Lloydkwartier. Bijna 50 procent van de woningvoorraad in het Coolhavengebied is gebouwd in de periode voor 1930. De ligging van het Coolhavengebied ten aanzien van het centrum is ook vergelijkbaar met de Staatsliedenbuurt en de wijk Klarendal.

Het Coolhavengebied heeft verder met het vele water ook een troef in handen. Het gebied begint op te leven, maar afgezien van een paar getransformeerde industriële panden is er nog weinig sprake van directe investeringen in het vastgoed en met name investeringen in de visuele kwaliteit van de woningen. Investerings in de visuele kwaliteit van woningen zal ten goede komen van de karakteristieke eigenschappen die oudere woningen vaak hebben. Dit zou er toe kunnen leiden dat het gebied nog meer in trek raakt bij de creatieve industrie en de mensen werkzaam in deze sector. De indirecte effecten van de komst van de creatieve industrie zullen op lange termijn er voor zorgen dat de gemiddelde woningwaarde in de wijk zal stijgen. Deze aanbeveling is gericht aan de gemeente Rotterdam die er voor kan zorgen dat meerdere partijen, zowel publiek als particulier, in gesprek komen met elkaar en dit onderwerp kunnen bespreken. Met als doel om gezamenlijk te investeren in de wijk zodat op de lange termijn de wijk op sociaal, ruimtelijk, en economisch vlak vooruit kan gaan. Een woningcorporatie zal de gedane investering op lange termijn terug kunnen verdienen door een toekomstige stijging van de woningwaarde in wijk. Zoals dit ook het geval is voor de woningcorporatie Volkshuisvesting in Klarendal.

Aanbeveling Gemeente Arnhem:

Uit dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat de missie in Klarendal is geslaagd. Het is interessant hoe dit gebied zich verder zal ontwikkelen zonder de investeringen die de afgelopen jaren zijn gedaan in de wijk. Zal Klarendal de stijgende lijn doorzetten of zal de wijk stagneren of terugvallen.

De aanbeveling aan de gemeente Arnhem is om samen met de woningcorporatie het gebied regelmatig te onderzoeken. Dit zou kunnen door het houden van enquêtes onder de bewoners van de wijk. De ontwikkeling van de woningwaarde en de samenstelling van de bevolking zou ook in de gaten moeten worden gehouden. Oftewel een stuk nazorg voor dit gebied wat minstens zo belangrijk kan zijn als de eerste fase waarin de meeste investeringen worden gedaan in de wijk.

Aanbeveling vervolgonderzoek:

Er zijn enkele verbeteringen die kunnen worden doorgevoerd naar aanleiding van dit onderzoek.

- In plaats van op buurtniveau het effect van creatieve industrie op omliggend vastgoed te onderzoeken zou men er voor kunnen kiezen per postcode gebied de onderzoeksbuurt en referentiebuurten te selecteren. Het onderzoeksgebied wordt hierdoor nog meer afgebakend en de uitspraak zal daardoor sterker zijn.
- Een selectie van een groter aantal variabelen zou leiden tot een strengere en nauwkeurigere selectie van de referentiebuurten.
- Om nog meer informatie te krijgen over wat de invloed is van de creatieve industrie op wijkniveau is het aan te raden om de bewoners van de onderzoeksbuurt te enquêteren. Hierdoor zou het nog inzichtelijker worden wat precies de rol van creatieve industrie is in de buurt. Men zou kunnen achterhalen of mensen verhuisd zijn naar de buurt vanwege de creatieve industrie of juist niet zijn verhuist of het tegenovergestelde.

LITERATUURLIJST, FIGUUR-EN
BIJLAGENLIJST EN BIJLAGEN





Literatuurlijst

Baarda, D.B; Goede, M.P.M. de; Kalmijn, M. (2004), *Enquêteuren en gestructureerd interviewen: praktische handleiding voor het maken van een vragenlijst en het voorbereiden en afnemen van gestructureerde interviews*, Educatieve Partners Nederland, Groningen

Bianchini, F. & Landry, C. (1994), *The Creative City – Working Paper 3: Indicators of a Creative City, A Methodology for Assessing Urban Viability and Vitality*, Bournes Green, Comedia.

Bossche, M.A. van den; Teule, O; Oosterhaven, J; Strum, J.E; Zwaneveld, P.J. (2004), *Fundamenteel voorwaarts, Onderzoeksprogramma Economische Effecten Infrastructuur*, Ministerie van Verkeer & Waterstraat, Den Haag

Braams, N; Urlings, N. (2010), *Creatieve industrie in Nederland, creatieve bedrijven*. Centraal Bureau voor Statistiek, Den Haag

Braams, N. (2011), *Onderzoeksrapportage creatieve industrie*, Centraal Bureau voor Statistiek, Den Haag

Braster, F.A.J. (2000), *De kern van casestudy's*, Van Gorum & Comp. B.V., Assen

Buit, J. (1971), *Over ruimtelijke impact-analyse*, Amsterdam

Buit, J. (1989), *Ruimtelijke impact van grootschalige herstructurering*, Universiteit Amsterdam, Amsterdam

Caves, R.E. (2000), *Creative industries: contracts between art and commerce*. Harvard University Press, Cambridge

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

Glaeser, E. L. (2004), *Review of Richard Florida's The rise of the creative class*, Cambridge, Massachusetts: Harvard Bureau of Economic Research

Hart, H. t', Dijk, J. van, Goede, M. de, Jansen, W; Teunissen, J. (1996), *Onderzoeksmethoden*, Boom, Amsterdam

Hartley, J. (2005), *Creative industries*, Blackwell, Malden

Koekebakker, O. (2003), *Cultuurpark Westergasfabriek: transformatie van een industrieterrein*, NAI Uitgevers, Rotterdam

Landry, C. (2008), *Creative City : A Toolkit for Urban Innovators*, Earthscan, London

Leeuw, F; Vaessen, J. (2009), *Impact Evaluations and Development, NONIE Guidance on Impact Evaluation*. Worldbank, Washington D.C.

Marlet, G; Poort, J. (2005), *Cultuur en creativiteit naar waarde geschat*. Stichting Atlas voor gemeenten, Amsterdam

Onderzoek en Statistiek http://www.os.amsterdam.nl/pdf/2005_jaarboek_hoofdstuk_12.pdf

Pelt, van M. (1983), *Stedelijke-effect-analyse in de derde wereld: Een theoretisch kader en een toepassing in India*, Erasmus Universiteit, Rotterdam

Pine II, J; Gilmore, J. H. (1998), *Welcome to the experience economy*, Harvard Business review vol. 76, Harvard University, Boston

Remøy (2010), *Out of Office: A Study on the Cause of Office Vacancy and Transformation as a Means to Cope and Prevent*, Technische Universiteit Delft, Delft

Rutten, P; Bockxmeer, van H. (2003), *Cultuurpolitiek, auteursrecht en digitalisering*, TNO, Delft

Rutten, P. (2004), *De creatieve industrie in Amsterdam en regio*. TNO, Delft

Rutten, P; Koops, O; Roso, M.C.M. (2010), *Nieuwe operationele definitie van creatieve industrie*, TNO, Delft

Saris, J; Dommelen, S. van, Bekenkamp, R; Brinkman, E. (2008), *Nieuwe ideeën voor oude gebouwen: creatieve economie en stedelijke herontwikkeling*, NAI Uitgevers, Rotterdam

Scott A. J. (2000) *The Cultural Economy of Cities*, Sage Publications, London

Shahidur R.K.; Gayatri B.K.; Hussain A.S. (2010), *Handbook on impact evaluation: quantitative methods and practices*, World Bank, Washington D.C.

Stam, E; Jong, J.P.J. de. (2005), *De creatieve klasse op de pijnbank*, ESB

Swanborn, P.G. (2007), *Evalueren*, Boom Onderwijs, Amsterdam

Verschuren, P.; Doorewaard, H. (1995), *Het ontwerpen van een onderzoek*, LEMMA BV, Utrecht

Voordt, van der T. (2007), *Transformatie van kantoorgebouwen: Thema's, actoren, instrumenten en projecten*, Uitgeverij 010, Rotterdam

VROM (2009), *Advies van de Taskforce (her)ontwikkeling bedrijventerreinen: Kansen voor kwaliteit, een ontwikkelingstrategie voor bedrijventerreinen*, Den Haag

Zanen, van K.; Bakkum, F.; Vreeswijk, Elvira.; Wolters, F. (2006), *Productmilieus van de creatieve industrie in Amsterdam*, Dienst Ruimtelijk Ordening, Gemeente Amsterdam

Websites

www.project-westergasfabriek.nl bezocht op 7-6-2011

www.keicentrum.nl bezocht op 10-08-2011

Figuurlijst

| | |
|--|---------------|
| <i>Figuur 2.1: Ontwikkeling van de kenniseconomie</i> | <i>blz.17</i> |
| <i>Figuur 2.2: Talent, Tolerantie, Technologie</i> | <i>blz.17</i> |
| <i>Figuur 2.3: Bedrijfskolom creatieve industrie</i> | <i>blz.20</i> |
| <i>Figuur 2.4: Cultuurwaarde keten, Rutten (2003)</i> | <i>blz.21</i> |
| <i>Figuur 3.1: Verandering in het stedelijke systeem (Pelt, 1983)</i> | <i>blz.27</i> |
| <i>Figuur 4.1: Aandeel starters in de creatieve industrie t.o.v. totaal aantal starters Amsterdam 2009</i> | <i>blz.36</i> |
| <i>Figuur 4.2: Geografische ligging Staatsliedenbuurt en referentiebuurten</i> | <i>blz.38</i> |
| <i>Figuur 4.3: Gebieden A & B in de Staatsliedenbuurt</i> | <i>blz.41</i> |
| <i>Figuur 4.4: Oprukkende grens gentrification proces</i> | <i>blz.42</i> |
| <i>Figuur 4.5: Kenmerken huisvestingkeuze Creatieve industrie</i> | <i>blz.44</i> |
| <i>Figuur 4.6: Factoren van invloed op vastgoedwaarde</i> | <i>blz.44</i> |
| <i>Figuur 4.7: Locatie Schiecentrale, fysieke barrière en het Coolhavengebied</i> | <i>blz.46</i> |
| <i>Figuur 4.8: Opleving Coolhavengebied doormiddel van loopstromen van mensen</i> | <i>blz.48</i> |
| <i>Figuur 4.9: Ligging onderzoeksbuurt Klarendal en referentiebuurten</i> | <i>blz.51</i> |
| <i>Figuur 4.10: Loopstromen naar de Klarendalseweg</i> | <i>blz.56</i> |
| <i>Figuur 5.1: Direct en indirect effect op de waardeontwikkeling van vastgoed op wijkniveau</i> | <i>blz.60</i> |

Tabellijst

| | |
|--|---------------|
| <i>Tabel 2.1: Afbakening creatieve industrie door SBI-indeling</i> | <i>blz.22</i> |
| <i>Tabel 4.1: Banen en groei in de creatieve industrie in Amsterdam per stadsdeel</i> | <i>blz.36</i> |
| <i>Tabel 4.2: Procentuele groei WOZ-waarde Staatsliedenbuurt en referentiebuurten</i> | <i>blz.38</i> |
| <i>Tabel 4.3: Procentuele groei WOZ-waarde per buurt in de periode 1999 tot 2006</i> | <i>blz.39</i> |
| <i>Tabel 4.4: Gemiddelde transactiepreizen koopwoningen Staatsliedenbuurt t.o.v. referentiebuurten</i> | <i>blz.39</i> |
| <i>Tabel 4.5: Procentuele stijging/daling aantal transacties Staatsliedenbuurt en referentiebuurten</i> | <i>blz.40</i> |
| <i>Tabel 4.6: Woningvoorraad per 1 januari 2010</i> | <i>blz.40</i> |
| <i>Tabel 4.7: Gemiddelde transactiepreizen gebieden A & B</i> | <i>blz.41</i> |
| <i>Tabel 4.9: Procentuele groei aantal woningen Schiemonnd</i> | <i>blz.45</i> |
| <i>Tabel 4.10: Verschil in procentuele groei gemiddelde WOZ-waarde Schiemonnd t.o.v. referentiebuurten</i> | <i>blz.46</i> |
| <i>Tabel 4.11: Gemiddelde transactiepreizen koopwoningen Schiemonnd en referentiebuurt</i> | <i>blz.47</i> |
| <i>Tabel 4.12: Procentuele groei WOZ-waarden in Klarendal en referentiebuurten per categorie in de periode 2005 t/m 2011</i> | <i>blz.52</i> |
| <i>Tabel 4.13: Procentuele groei aantal woningen Klarendal en referentiebuurten met WOZ-waarde €150.000 - €200.000</i> | <i>blz.52</i> |
| <i>Tabel 4.14: Procentuele stijging gemiddelde transactiepreizen Klarendal en referentiebuurten</i> | <i>blz.53</i> |

Overzicht Bijlagen

Bijlage 1: Afbakening op bedrijfstakniveau van de creatieve industrie naar kunsten en cultureel erfgoed, media- en entertainmentindustrie, en creatieve zakelijke dienstverlening, volgens de SBI 2008 standaard bedrijfsindeling.

Bijlage 2: Tabellen van de variabelen die gebruikt zijn om de referentiebuurten te selecteren in de case Westergasfabriek.

Bijlage 2.1: Gemiddelde WOZ-waarden en procentuele groei van de onderzoeksbuurt en referentiebuurten in de Case Westergasfabriek.

Bijlage 3: Tabellen van de variabelen die gebruikt zijn om de referentiebuurten te selecteren in de case Schiecentrale en gegevens van de aangrenzende buurt het Coolhavengebied.

Bijlage 3.1: Gemiddelde WOZ-waarden en procentuele groei van de onderzoeksbuurt en de referentiebuurt in de case Schiecentrale en de aangrenzende buurt het Coolhavengebied

Bijlage 4: Tabellen van de variabelen die gebruikt zijn om de referentiebuurten te selecteren in de case Klarendal.

Bijlage 4.1: Gemiddelde WOZ-waarden en procentuele groei van de onderzoeksbuurt en de referentiebuurten in de Case Klarendal

Bijlage 6: Ligging van de onderzoeksbuurt Schiemonnd en de referentiebuurt De Esch in de stad Rotterdam

''

''

''

''

Bijlagen

Bijlage 1: Afbakening op bedrijfstakkeniveau van de creatieve industrie naar kunsten en cultureel erfgoed, media- en entertainmentindustrie, en creatieve zakelijke dienstverlening, volgens de SBI 2008 standaard bedrijfsindeling.

Tabel 1: Creatieve industrie SBI 2008

| | Kunsten en cultureel erfgoed | Media en entertainmentindustrie | Creatieve zakelijke dienstverlening |
|-------|---|--|--|
| 7990 | Informatieverstrekking op het gebied van toerisme | 5811 Uitgeverijen van boeken | 7021 Public relations bureaus |
| 90011 | Beoefening van podiumkunst | 5813 Uitgeverijen van kranten | 7111 Architecten |
| 90012 | Producenten van podiumkunst | 5814 Uitgeverijen van tijdschriften | 7311 Reclamebureaus |
| 9002 | Dienstverlening voor uitvoerende kunst | 5819 Overige uitgeverijen (niet van software) | 7312 Handel in advertentieruimte en -tijd |
| 9003 | Schrijven en overige scheppende kunst | 5821 Uitgeverijen van computerspellen | 7410 Industrieel ontwerp en vormgeving |
| 90041 | Theaters en schouwburgen | 5829 Overige uitgeverijen van software | 8230 Organiseren van congressen en beurzen |
| 91011 | Openbare bibliotheken | 59111 Productie van films (geen televisiefilms) | |
| 91012 | Kunstuitleencentra | 59112 Productie van televisieprogramma's | |
| 91019 | Overige culturele uitleencentra en openbare archieven | 5912 Facilitaire activiteiten voor film- en televisieproductie | |
| 91021 | Musea | 5913 Distributie van films en televisieproducties | |
| 91022 | Kunstgalerieën en -expositieruimten | 5914 Bioskopen | |
| 9103 | Monumentenverzorging | 5920 Maken en uitgeven van geluidsopnamen | |
| 94993 | Steunfondsen (niet op het gebied van welzijnszorg) | 6010 Radio-omroepen | |
| 94994 | Vriendenkringen op het gebied van cultuur, fanclubs | 6020 Televisieomroepen | |
| | | 6321 Persagentschappen | |
| | | Overige dienstverlenende activiteiten op het gebied van info | |
| | | 6329 | |
| | | 74201 Fotografie | |
| | | 90013 Circus en variété | |
| | | 93211 Pret- en themaparken | |
| | | 93212 Kermisattracties | |

bron: Rutten, Koops en Roso (2010)

Bijlage 2: Tabellen van de variabelen die gebruikt zijn om de referentiebuurten te selecteren in de case Westergasfabriek.

Onderzoekgebied: De Staatsliedenbuurt



Referentiebuurt/stadsdeel vergelijkbaar met het onderzoeksgebied



Woningvoorraad naar bouwperiode, 1 januari 2010

| naam buurt/stadsdeel | % voor 1906-1930 | % 1931-1960 | % 1961-1980 | % 1981-2000 | % 2001-2009 |
|-----------------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Staatsliedenbuurt | 64% | 2% | 3% | 25% | 7% |
| Weesperbuurt/Plantage | 63% | 4% | 2% | 20% | 10% |
| Weesperzijde | 61% | 12% | 1% | 18% | 8% |
| Indische Buurt West | 53% | 0% | 3% | 33% | 11% |
| Amsterdam | 36% | 18% | 14% | 22% | 10% |

Vestigingen en werkzame personen in de creatieve industrie, 1 januari 2010

| naam buurt/stadsdeel | vestigingen creatieve industrie | % vestigingen Creatieve-Industrie | werkzame personen creatieve industrie | % werkzame personen creatieve industrie |
|-----------------------|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|---|
| Staatsliedenbuurt | 300 | 24% | 478 | 22% |
| Weesperbuurt/Plantage | 252 | 23% | 876 | 9% |
| Weesperzijde | 143 | 21% | 254 | 10% |
| Indische Buurt West | 136 | 16% | 266 | 13% |
| Amsterdam | 12663 | 16% | 40992 | 9% |

Woningvoorraad naar eigendom, 1 januari 2010

| naam buurt/stadsdeel | % eigenaar/bewoner | % sociale verhuur | % particuliere verhuur |
|-----------------------|--------------------|-------------------|------------------------|
| Staatsliedenbuurt | 26% | 54% | 20% |
| Weesperbuurt/Plantage | 32% | 30% | 38% |
| Weesperzijde | 33% | 35% | 32% |
| Indische Buurt West | 21% | 64% | 14% |
| Amsterdam | 27% | 49% | 25% |

Woningvoorraad naar aantal kamers per woning, 1 januari 2010

| naam buurt/stadsdeel | % 1 kamer | % 2 kamers | % 3 kamers | % 4 kamers |
|-----------------------|-----------|------------|------------|------------|
| Staatsliedenbuurt | 4% | 55% | 25% | 11% |
| Weesperbuurt/Plantage | 10% | 31% | 36% | 11% |
| Weesperzijde | 3% | 34% | 35% | 17% |
| Indische Buurt West | 4% | 39% | 39% | 13% |
| Amsterdam | 3% | 25% | 36% | 25% |

Bevolking naar de meest voorkomende nationaliteiten, 1 januari 2010

| naam buurt/stadsdeel | Nederland | Marokko | Turkije | Overig |
|-----------------------|-----------|---------|---------|--------|
| Staatsliedenbuurt | 73% | 2% | 1% | 20% |
| Weesperbuurt/Plantage | 79% | 0% | 0% | 13% |
| Weesperzijde | 79% | 1% | 0% | 15% |
| Indische Buurt West | 53% | 5% | 3% | 37% |
| Amsterdam | 70% | 2% | 1% | 23% |

Bijlage 2.1: Gemiddelde WOZ-waarden en procentuele groei van de onderzoeksbuurt en referentiebuurten in de Case Westergasfabriek.

De gemiddelde WOZ-waarde per buurt per jaar

| Buurt/stadsdeel | 1996 | 1999 | 2001 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|-----------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Staatsliedenbuurt | 31 | 36 | 104 | 104 | 107 | 167 | 166 | 173 | 199 | 225 | 230 |
| Weesperbuurt/Plantage | 70 | 82 | 165 | 176 | 175 | 259 | 261 | 258 | 307 | 341 | 344 |
| Weesperzijde | 46 | 57 | 127 | 136 | 137 | 197 | 209 | 219 | 262 | 304 | 299 |
| Indische Buurt West | 30 | 35 | 84 | 87 | 88 | 136 | 155 | 149 | 171 | 196 | 198 |
| Amsterdam | 51 | 62 | 123 | 133 | 135 | 197 | 201 | 205 | 232 | 258 | 263 |

Procentuele groei WOZ-waarde per buurt t.o.v. afgelopen jaar

| Buurt/stadsdeel | '96-'99 | '99-'01 | '01-'03 | '03-'04 | '04-'05 | '05-'06 | '06-'07 | '07-'08 | '08-'09 | '09-'10 |
|-----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Staatsliedenbuurt | 14,64% | 189,30% | -0,14% | 2,88% | 56,07% | -0,60% | 4,22% | 15,03% | 13,07% | 2,22% |
| Weesperbuurt/Plantage | 17,24% | 101,60% | 6,47% | 0,57% | 48,00% | 0,77% | 1,15% | 18,99% | 11,07% | 0,88% |
| Weesperzijde | 22,79% | 122,59% | 7,19% | 0,74% | 43,80% | 6,09% | 4,78% | 19,63% | 16,03% | 3,22% |
| Indische Buurt West | 17,65% | 140,21% | 3,48% | 1,15% | 54,55% | 13,97% | 3,87% | 14,77% | 14,62% | 4,22% |
| Amsterdam | 22,58% | 98,15% | 8,26% | 1,50% | 45,93% | 2,03% | 1,99% | 13,17% | 11,21% | 1,64% |

Procentuele groei gemiddelde WOZ-waarde onderzoeksbuurten t.o.v. referentie buurten

| Buurt/stadsdeel | '96-'99 | '99-'01 | '01-'03 | '03-'04 | '04-'05 | '05-'06 | '06-'07 | '07-'08 | '08-'09 | '09-'10 |
|-----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Weesperbuurt/Plantage | -2,60% | 87,70% | -6,61% | 3,45% | 8,07% | -1,37% | 5,37% | -3,96% | 1,99% | 1,34% |
| Weesperzijde | -8,15% | 66,71% | -7,33% | 2,14% | 12,28% | -6,69% | -0,57% | -4,61% | -2,97% | 3,87% |
| Indische Buurt West | -3,01% | 49,09% | -3,62% | 1,73% | 1,53% | -14,57% | 8,09% | 0,26% | -1,55% | 1,20% |
| Amsterdam | -7,94% | 91,14% | -8,40% | 1,38% | 10,15% | -2,63% | 2,23% | 1,86% | 1,86% | 0,28% |

Bijlage 3: Tabellen van de variabelen die gebruikt zijn om de referentiebuurten te selecteren in de case Schiecentrale en gegevens van de aangrenzende buurt het Coolhavengebied.

Onderzoekgebied: Schiecentrale en aangrenzende buurt Coolhavengebied

Referentiebuurt/stadsdeel vergelijkbaar met onderzoekgebied Schiecentrale

Woningvoorraad naar bouwperiode, 1 januari 2010

| naam buurt/stadsdeel | % Voor 1906-1930 | % 1931-1959 | % 1960-1980 | % 1981-1990 | % na 1990 |
|----------------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-----------|
| Coolhavengebied | 47 | 26 | 2 | 22 | 3 |
| Schiecentrale | 6 | 1 | 0 | 60 | 33 |
| De Esch | 0 | 5 | 0 | 50 | 45 |
| Rotterdam | 21 | 23 | 19 | 17 | 19 |

Vestigingen en werkzame personen in de creatieve industrie, 1 januari 2010

| naam buurt/stadsdeel | aantal vestigingen creatieve industrie | % vestigingen creatieve industrie | aantal werkzame personen creatieve industrie | % werkzame personen creatieve industrie |
|----------------------|--|-----------------------------------|--|---|
| Coolhavengebied | 70 | 24% | 209 | 9% |
| Schiecentrale | 81 | 38% | 471 | 19% |
| De Esch | 18 | 12% | 85 | 5% |
| Rotterdam | 2190 | 9% | 9237 | 3% |

Woningvoorraad naar eigendom, 1 januari 2010

| naam buurt/stadsdeel | totaal aantal huurwoningen | totaal aantal koopwoningen | % huurwoningen | % koopwoningen |
|----------------------|----------------------------|----------------------------|----------------|----------------|
| Coolhavengebied | 2.302 | 463 | 83 | 17 |
| Schiecentrale | 1.748 | 587 | 75 | 25 |
| De Esch | 2.094 | 478 | 81 | 19 |
| Rotterdam | 194.491 | 95.288 | 67 | 33 |

Woningvoorraad naar aantal kamers per woning, 1 januari 2010

| naam buurt/stadsdeel | % 1 kamer | % 2 kamers | % 3 kamers | % 4 kamers | % 5 kamers | % 6 + kamers |
|----------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| Coolhavengebied | 5 | 20 | 42 | 18 | 13 | 2 |
| Schiecentrale | 3 | 6 | 52 | 17 | 15 | 1 |
| De Esch | 5 | 8 | 54 | 18 | 8 | 0 |
| Rotterdam | 2 | 16 | 35 | 25 | 18 | 3 |

Bevolkingsamenstelling, 1 januari 2010

| naam buurt/stadsdeel | % autochtonen | % westerse allochtonen | % niet-westerse allochtonen |
|----------------------|---------------|------------------------|-----------------------------|
| Coolhavengebied | 36 | 13 | 51 |
| Schiecentrale | 31 | 9 | 60 |
| De Esch | 55 | 13 | 32 |
| Rotterdam | 52 | 11 | 37 |

Bijlage 3.1: Gemiddelde WOZ-waarden en procentuele groei van de onderzoeksbuurt en de referentiebuurt in de case Schiecentrale en de aangrenzende buurt het Coolhavengebied

Procentuele groei WOZ-waarde t.o.v. afgelopen jaar

| Buurt/stadsdeel | '95-'96 | '96-'97 | '97-'98 | '98-'99 | '99-'00 | '00-'01 | '01-'02 | '02-'03 | '03-'04 | '04-'05 | '05-'06 | '06-'07 | '07-'08 | '08-'09 | '09-'10 |
|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Coolhavengebied | -0,2% | 66,4% | 0,0% | 0,0% | 0,1% | 36,7% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 80,0% | 1,6% | 7,7% | -2,7% | -0,9% | 1,3% |
| Schiemonnd | -0,2% | 58,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 28,4% | 0,1% | 0,0% | 10,8% | 59,3% | 2,7% | 15,7% | 12,3% | -0,3% | -4,3% |
| De Esch | -0,2% | 62,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 23,2% | 0,0% | 0,0% | -0,7% | 43,2% | 0,1% | 16,4% | 1,0% | 4,4% | -1,4% |
| Rotterdam | 0,4% | 51,0% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 46,0% | 0,2% | 0,4% | 1,9% | 61,3% | 0,8% | 9,0% | 5,6% | 2,5% | -0,9% |

De gemiddelde WOZ-waarde per buurt

| Buurt/Stadsdeel | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Coolhavengebied | 27.103 | 27.059 | 45.034 | 45.036 | 45.044 | 45.085 | 61.624 | 61.621 | 61.604 | 62.222 | 112.259 | 114.096 | 122.913 | 119.648 | 118.562 | 120.051 |
| Schiemonnd | 37.020 | 36.957 | 58.606 | 58.606 | 58.606 | 58.606 | 75.224 | 75.289 | 75.312 | 83.480 | 133.013 | 136.558 | 157.954 | 177.401 | 176.929 | 169.352 |
| De Esch | 49.716 | 49.632 | 80.478 | 80.478 | 80.478 | 80.454 | 99.132 | 99.116 | 99.116 | 98.453 | 140.985 | 141.099 | 164.267 | 165.864 | 173.195 | 170.684 |
| Totaal Rotterdam | 37.296 | 37.432 | 56.531 | 56.757 | 56.992 | 57.238 | 83.548 | 83.712 | 84.031 | 85.642 | 138.152 | 139.245 | 151.804 | 160.247 | 164.229 | 162.812 |

Procentuele groei gemiddelde WOZ-waarde onderzoeksbuurt t.o.v. referentie buurten

| Buurt/stadsdeel | '95-'96 | '96-'97 | '97-'98 | '98-'99 | '99-'00 | '00-'01 | '01-'02 | '02-'03 | '03-'04 | '04-'05 | '05-'06 | '06-'07 | '07-'08 | '08-'09 | '09-'10 |
|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Schiemonnd t.o.v. De Esch | 1,9% | 5,6% | 0,0% | -0,1% | -0,7% | 11,9% | -0,2% | 0,0% | 2,4% | 3,1% | -1,4% | -12,1% | 13,2% | -1,8% | 0,1% |
| Schiemonnd t.o.v. Rotterdam | 0,0% | -18,9% | 0,7% | -0,2% | -0,6% | 27,2% | 1,8% | 1,1% | 5,2% | -9,2% | -1,1% | -4,5% | 3,8% | -4,3% | -1,5% |

Bijlage 4: Tabellen van de variabelen die gebruikt zijn om de referentiebuurten te selecteren in de case Klarendal.

Onderzoekgebied 

Referentie Buurt/stadsdeel vergelijkbaar met het onderzoeksgebied 

Woningvoorraad naar bouwperiode, 1 januari 2010

| naam buurt/stadsdeel | % Voor 1900-1930 | % 1931-1960 | % 1961-1990 | % na 1990 |
|----------------------|------------------|-------------|-------------|-----------|
| Klarendal | 28 | 13 | 51 | 8 |
| Arnhemse Broek | 6 | 51 | 25 | 18 |
| Heijenoord/Lombok | 35 | 39 | 15 | 11 |
| Arnhem | 15 | 24 | 48 | 13 |

Vestigingen en werkzame personen in de creatieve industrie , 1 januari 2010

| naam buurt/stadsdeel | aantal vestingen creatieve industrie | % vestigingen creatieve-Industrie | aantal werkzame personen creatieve industrie | % werkzame personen creatieve industrie |
|----------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|--|---|
| Klarendal | 153 | 31% | 179 | 12% |
| Arnhemse Broek | 116 | 14% | 301 | 2% |
| Heijenoord/Lombok | 70 | 21% | 127 | 8% |
| Totaal Arnhem | 1754 | 16% | 4133 | 4% |

Woningvoorraad naar eigendom, 1 januari 2010

| naam buurt/stadsdeel | woningvoorraad totaal | % nieuwbouw | % particulier huur | % koopwoningen | % corporatie bezit | % onbekend |
|----------------------|-----------------------|-------------|--------------------|----------------|--------------------|------------|
| Klarendal | 3.733 | 0% | 9% | 28% | 63% | 1% |
| Arnhemse Broek | 2.644 | 0% | 11% | 28% | 60% | 0% |
| Heijenoord/Lombok | 1.907 | 0% | 19% | 60% | 21% | 0% |
| Totaal Arnhem | 67.396 | 2% | 19% | 43% | 37% | 1% |

Bevolking naar de meest voorkomende nationaliteiten, 1 januari 2010

| naam buurt/stadsdeel | % Autochtonen | % overig-westerse allochtonen | % niet-westerse allochtonen |
|----------------------|---------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Klarendal | 64% | 11% | 26% |
| Arnhemse Broek | 56% | 12% | 32% |
| Heijenoord/Lombok | 83% | 10% | 7% |
| Totaal Arnhem | 71% | 11% | 18% |

Bijlage 4: Gemiddelde WOZ-waarden en procentuele groei van de onderzoeksbuurt en de referentiebuurten in de Case Klarendal

Aantal woningen per categorie WOZ-waarde

| Buurt/Stadsdeel | WOZ-waarde < € 100.000 | | | | | | | WOZ-waarde € 100.000 - € 150.000 | | | | | | |
|-------------------|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
| Klarendal | 511 | 511 | 253 | 211 | 193 | 170 | 284 | 2.539 | 2.536 | 2.390 | 1.516 | 1.248 | 1.167 | 1.610 |
| Arnhemse Broek | 403 | 403 | 127 | 78 | 17 | 56 | 76 | 1.460 | 1.459 | 1.538 | 1.340 | 1.214 | 1.101 | 1.287 |
| Heijenoord/Lombok | 108 | 108 | 57 | 26 | 6 | 8 | 24 | 687 | 688 | 326 | 373 | 306 | 244 | 287 |
| Arnhem | 5.584 | 5.563 | 2.999 | 2.701 | 1.690 | 1.817 | 2.768 | 29.178 | 29.153 | 25.338 | 21.924 | 19.659 | 20.364 | 23.402 |

| Buurt/Stadsdeel | WOZ-waarde € 150.000 - € 200.000 | | | | | | | WOZ-waarde € 200.000 - € 250.000 | | | | | | |
|-------------------|----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
| Klarendal | 357 | 356 | 772 | 1.580 | 1.757 | 1.730 | 1.386 | 111 | 110 | 122 | 254 | 342 | 428 | 281 |
| Arnhemse Broek | 570 | 570 | 670 | 866 | 1.026 | 1.049 | 897 | 103 | 103 | 188 | 274 | 280 | 304 | 291 |
| Heijenoord/Lombok | 504 | 503 | 774 | 699 | 628 | 579 | 584 | 373 | 373 | 423 | 420 | 400 | 412 | 385 |
| Arnhem | 15.869 | 15.864 | 20.601 | 22.836 | 24.186 | 22.587 | 21.374 | 4.914 | 4.913 | 5.673 | 7.086 | 8.189 | 8.398 | 7.032 |

| Buurt/Stadsdeel | WOZ-waarde > € 250.000 | | | | | | | onbekend | | | | | | |
|-------------------|------------------------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|----------|-------|-------|-------|------|-------|-------|
| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
| Klarendal | 82 | 82 | 77 | 129 | 169 | 165 | 133 | 48 | 72 | 85 | 22 | 14 | 73 | 52 |
| Arnhemse Broek | 32 | 32 | 56 | 66 | 100 | 101 | 83 | 12 | 55 | 49 | 3 | 3 | 33 | 7 |
| Heijenoord/Lombok | 191 | 191 | 308 | 345 | 557 | 604 | 577 | 38 | 40 | 13 | 6 | 5 | 60 | 70 |
| Arnhem | 7.264 | 7.262 | 9.067 | 10.384 | 12.277 | 12.388 | 11.177 | 1.588 | 2.177 | 1.633 | 1.607 | 833 | 1.842 | 2.156 |

Procentuele groei aantal woningen t.o.v. afgelopen jaar per categorie WOZ-waarde

| Buurt/Stadsdeel | WOZ-Waarde < € 100.000 | | | | | | | WOZ-Waarde € 100.000 - € 150.000 | | | | | | |
|-------------------|------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | '05-'06 | '06-'07 | '07-'08 | '08-'09 | '09-'10 | '10-'11 | '05-'11 | '05-'06 | '06-'07 | '07-'08 | '08-'09 | '09-'10 | '10-'11 | '05-'11 |
| Klarendal | 0,0% | 50,5% | 16,6% | -8,5% | -11,9% | 67,1% | 44,4% | 0,1% | -5,8% | 36,6% | 17,7% | -6,5% | 38,0% | 36,6% |
| Arnhemse Broek | 0,0% | 68,5% | 38,6% | 78,2% | 229,4% | 35,7% | 81,1% | 0,1% | 5,4% | 12,9% | -9,4% | -9,3% | 16,9% | 11,8% |
| Heijenoord/Lombok | 0,0% | 47,2% | 54,4% | 76,9% | 33,3% | 200,0% | 77,8% | 0,1% | 52,6% | 14,4% | 18,0% | 20,3% | 17,6% | 58,2% |
| Arnhem | 0,4% | 46,1% | -9,9% | 37,4% | 7,5% | 52,3% | 50,4% | 0,1% | 13,1% | 13,5% | 10,3% | 3,6% | 14,9% | 19,8% |

Bijlage 5: Vragenlijst en lijst van geïnterviewden

- 1): Wat zijn de kenmerken van het vastgoed in de wijk
- 2): Wat zijn in de afgelopen 15 jaar ontwikkelingen geweest die van invloed zijn geweest op de waardeontwikkeling van het vastgoed
- 3): Welk effecten heeft de creatieve industrie op de wijk

| Casestudy | Geïnterviewde | Functie | Duur |
|----------------------------|------------------|--|---------------------|
| Casestudy Westergasfabriek | Piet Koster | Senior Stedenbouwkundige bij Gemeente Amsterdam Stadsdeel west | 1 uur en 10 minuten |
| Casestudy Westergasfabriek | Koos van Zanen | Planoloog bij Dienst Ruimtelijke Ordening Amsterdam | 2 uur en 20 minuten |
| Casestudy Westergasfabriek | Julian Jansen | Planoloog bij Dienst Ruimtelijke Ordening Amsterdam | 2 uur en 20 minuten |
| Casestudy Schiecentrale | Ton de Vent | Projectmanager Coolhaveneiland bij woningcorporatie Woonbron | 1 uur en 15 minuten |
| Casestudy Schiecentrale | Jos de Groot | Projectmanager bij Dienst Stadsontwikkeling Rotterdam, coördinator van de Creatieve industrie | 1 uur en 5 minuten |
| Casestudy Schiecentrale | Jeannete Leete | Projectmanager Creatieve Economie bij Dienst Stadsontwikkeling Rotterdam | 1 uur en 5 minuten |
| Casestudy Klarendal | Christel Krebber | Projectleider Sociale Ontwikkeling voor de wijk Klarendal bij Woning Corporatie Volkshuisvesting | 1 uur en 15 minuten |

| | | | |
|---------------------|-----------------|--|--------------------|
| Casestudy Klarendal | Mathieu Vaessen | Senior Adviseur bij Seinpost Adviesbureau BV | 1uur en 30 minuten |
|---------------------|-----------------|--|--------------------|

Bijlage 6: Ligging van de onderzoeksbuurt Schiemond en de referentiebuurt De Esch in de stad Rotterdam

