Economische impactanalyse Springweggarage Utrecht

BRO
Ruimte | om in te leven

Colofon

Titel rapport
Economische Impactanalyse
Springweggarage Utrecht

Datum
22 januari 2020

Projectnummer
P02112

BRO
Projectleider
FW
Projectteam
BZe

Bron Kaft
BRO

BRO
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl
www.bro.nl

Inhoudsopgave

1 Samenvatting **3**
1.1 Aanleiding 3
1.2 Belang 3
1.3 Centrale vraag 3
1.4 Onderzoeksgebied 3
1.5 Methode 3
1.6 Conclusie 4
1.7 Aanbevelingen 4
1.8 Leeswijzer rapport 4

2 Onderzoeksgebied **5**
2.1 Aanbod deelgebied Noord (300m) 6
2.2 Aanbod deelgebied Zuid (500m) 7
2.3 Deelgebieden binnen onderzoeksgebied 8

3 Desk Research **9**
3.1 Algemeen 9
3.2 Conclusies en aanbevelingen desk research 9

4 Ondernemersenquête **10**
4.1 Belangrijkste bevindingen 10

5 Bezoekersenquête **11**
5.1 Belangrijkste bevindingen 11

6 Conclusie **12**

7 Aanbevelingen **13**

Bijlage A **14**
Ontwikkeling aanbod 14
Verzorgingsprofiel deelgebieden 15
Beleidsanalyse 19

Bijlage B **21**
Respons 21
Bereikbaarheid 22
Herkomst 24
Vestigingsplaats 25
Kwaliteiten & Knelpunten 25
Effecten & Aanbevelingen Springweggarage 26

Bijlage C **27**
Respons 27
Vervoersmiddel auto 29
Overig vervoer 30
Bezoekmotief 30
Frequentie bezoek 32

Bijlage D **33**

1 Samenvatting

1.1 Aanleiding

In de gemeente Utrecht speelt momenteel de discussie over de toekomst van parkeergarage Springweg. De parkeergarage is verouderd en de bereikbaarheid ervan is matig. Voor de toekomst overweegt de gemeente Utrecht drie scenario's. Hierbij wenst de gemeente van elk scenario de economische impact inzichtelijk te krijgen. In onderhavige analyse is de economische impact van het scenario 'Slopen' onderzocht. Tevens is onderhavige analyse uitgevoerd in het licht van de mogelijke optie om de Oudegracht autovrij te maken. De vraagstelling in deze analyse is gericht op het verdwijnen van de parkeergarage en de mogelijke impact daarvan op de bedrijven in de omgeving.

De eventuele sloop van de parkeergarage zorgt voor verschillende effecten op bedrijven in de directe omgeving. De behoefte aan parkeervoorzieningen is sterk afhankelijk van de aard van de bedrijvigheid. Sommige typen bedrijven hebben behoefte aan parkeren in de nabijheid vanwege gericht bezoek of halen/brengen van producten. Andere bedrijven hebben behoefte aan verblijfskwaliteit en beleving in de omgeving. Dit type bedrijvigheid heeft meer behoefte aan ruimte voor de voetganger. De acceptatie van loopafstanden verschilt dan ook sterk per type bedrijf.

1.2 Belang

Onderhavige analyse vormt een van de onderleggers voor de bestuurlijke afweging om wel of niet te kiezen voor scenario 'sloop'.

1.3 Centrale vraag

In deze analyse staat het scenario van een mogelijke sloop van de Springweggarage centraal. In onderhavige analyse wordt een antwoord ge Door een focus te leggen op de groep die van deze modaliteiten gebruik maakt, kunnen nieuwe consumenten naar het onderzoeksgebied worden getrokken. Een goede looproute vanaf Hoog Catharijne naar de Mariaplaats zou zo'n stimulans zijn. Een andere manier om meer consumenten te trekken die in mindere mate afhankelijk zijn van de auto is door beter aan te sluiten op het kernwinkelgebied. Dit kan door de Gaardbrug beter bij de routing te betrekken.
Het gebied maakt een transitie door waarbij het steeds meer aansluiting krijgt bij het kernwinkelgebied en de toevoer van bezoekersstromen vanuit Utrecht CS, parkeerlocaties Jaarbeurs (via Moreelsebrug) en parkeerlocaties Hoog Catharijne belangrijke voedingsbronnen zijn. Inzetten op routing (bijv. via Maartensbrug) en verbetering van de inrichting van de openbare ruimte, gericht op de voetganger kan (op termijn) het belang van de parkeergarage Springweg voor de ondernemers in het gebied verder doen afnemen. Voor de bezoeker zijn de alternatieven al in ruimte mate voorhanden (openbaar vervoer, fiets, te voet, parkeren elders).
geven op de volgende onderzoeksvraag:

Wat is de economische impact van het slopen van de Springweggarage op ondernemers?

1.4 Onderzoeksgebied

Het onderzoeksgebied is op basis van maximale loopafstand afgebakend. Voor het deel ten noorden is de maximale afstand bepaald op 300 meter, voor het zuidelijke deel is de afstand bepaald op 500 meter. Het aanbod aan parkeergarages is ten noorden van de Springweggarage een stuk groter, waardoor de mogelijke sloop van de parkeergarage voor een kleiner gebied effect zal hebben dan voor het gebied ten zuiden van de parkeergarage. De dichtstbijzijnde parkeergarage in het zuidelijke gebied is bij station Leidsche Vaart. In figuur 1 is het onderzoeksgebied weergeven.

Het onderzoeksgebied is vervolgens opgeknipt in 9 deelgebieden, aangezien het aannemelijk is dat de effecten bij een eventuele sloop van de Springweggarage verschillen per straat[1].

1.5 Methode

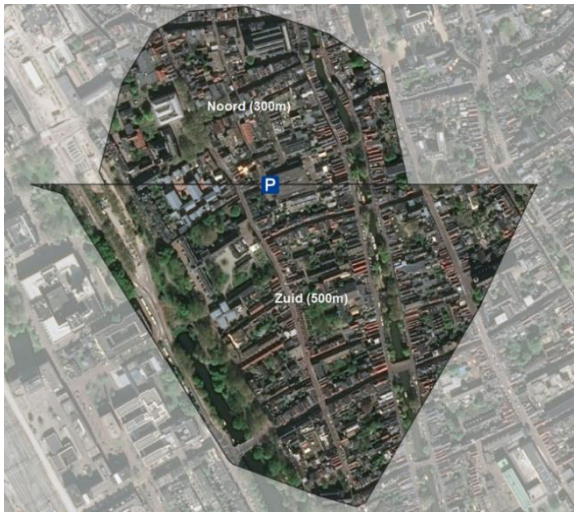
Dit onderzoek is voorzien van een drieledige aanpak. Het eerste deel betreft een desk research. Hierbij zijn het aanbod en de ontwikkelingen van alle publieksgerichte voorzieningen in kaart gebracht, zijn beoordelingen gemaakt van het verzorgingsprofiel van bedrijven per deelgebied en is een korte beleidsanalyse uitgevoerd. Op basis van het desk research zijn een aantal overwegingen opgesteld die betrekking hebben op het al dan niet slopen van de Springweggarage en de impact op de bedrijven.
Het tweede deel van de analyse is een ondernemersenquête, waarbij de belangrijkste bevindingen van ondernemers in relatie tot de parkeergarage inzichtelijk zijn gemaakt. De volgende thema's zijn in dit deel van de analyse aan bod gekomen:

- Betrokkenheid ondernemers;
- Type winkelstraten;
- Bereikbaarheid;
- Herkomst bezoekers;
- Kenmerken vestigingsplaats;
- Rol gemeente;

[1] De deelgebieden zijn: Zadelstraat, Springweg-Noord, Springweg-Zuid, Lijnmarkt, Oudegracht (links), Oudegracht (rechts), Lange Smeestraat, Mariaplaats/Mariastraat en overig. In figuur 6 zijn de deelgebieden op een kaart weergegeven.

- Belang Springweggarage;
- Aanbevelingen vanuit ondernemers.

Figuur 1. Onderzoeksgebied



Het derde deel van de analyse is een bezoekersenquête die in het onderzoeksgebied is verspreid. De vragen in deze enquête hebben betrekking op mobiliteit en bezoekgedrag van bezoekers aan de Utrechtse binnenstad. Het veldwerk heeft op donderdag 14 november en zaterdag 16 november.

1.6 Conclusie

Uit het drietal analyses kan worden geconcludeerd dat een mogelijke sloop van de Springweggarage wel negatieve financiële gevolgen heeft voor de ondernemers, maar dat de impact naar verwachting beperkt zal zijn. Het zijn voornamelijk consumenten die meer geld besteden die ervoor kiezen om uit gemak de auto in de nabijheid van de winkel te parkeren. Daarbij is geconcludeerd dat het grote merendeel van de publieksgerichte voorzieningen gericht zijn op de lokale bevolking of bedienen ze een nichedoelgroep. De laatste doelgroep is over het algemeen bereid om een langere afstand af te leggen. Dat ze in de toekomst iets langer moeten lopen om bij een specialistische winkel te komen, zal naar verwachting nauwelijks effect hebben op het aantal klanten.

Uit de bezoekersenquête blijkt dat veruit de meerderheid andere modaliteiten gebruiken (OV, fiets of te voet). Het openbaar vervoer en de fietsenstalling worden positief beoordeeld.

1.7 Aanbevelingen

Door een focus te leggen op de groep die van deze modaliteiten gebruik maakt, kunnen nieuwe consumenten naar het onderzoeksgebied worden getrokken. Een goede looproute vanaf Hoog Catharijne naar de Mariaplaats zou zo'n stimulans zijn. Een andere manier om meer consumenten te trekken die in mindere mate afhankelijk zijn van de auto is door beter aan te sluiten op het kernwinkelgebied. Dit kan door de Gaardbrug beter bij de routing te betrekken.
Het gebied maakt een transitie door waarbij het steeds meer aansluiting krijgt bij het kernwinkelgebied en de toevoer van bezoekersstromen vanuit Utrecht CS, parkeerlocaties Jaarbeurs (via Moreelsebrug) en parkeerlocaties Hoog Catharijne belangrijke voedingsbronnen zijn. Inzetten op routing (bijv. via Maartensbrug) en verbetering van de inrichting van de openbare ruimte, gericht op de voetganger kan (op termijn) het belang van de parkeergarage Springweg voor de ondernemers in het gebied verder doen afnemen. Voor de bezoeker zijn de alternatieven al in ruimte mate voorhanden (openbaar vervoer, fiets, te voet, parkeren elders).

Bij een mogelijke sloop van de parkeergarage is het van belang om ondernemers ruimschoots voor aanvang van de sloopactiviteiten te informeren, zodat de lokale bedrijvigheid hierop kan anticiperen en mogelijke negatieve effecten tot een minimum kan beperken. In het kader van het mogelijk weren van autoverkeer en parkeervoorzieningen, zoals de mogelijke optie om de Oudegracht autovrij te maken, is een uitstekende bewegwijzering naar belangrijke parkeergarages en OV-knooppunten essentieel om bezoekers die met de auto of het openbaar vervoer naar de binnenstad komen te bedienen. In het licht van het mogelijk autovrij maken van de Oudegracht zou de Springweggarage mogelijkerwijs kunnen dienen als opvanglocatie.

1.8 Leeswijzer rapport

De structuur van dit rapport is parallel aan de drieledige aanpak die bij de methode is beschreven. De opbouw van het rapport is als volgt:

- In hoofdstuk 2 is de Springweggarage kort beschreven, zijn de parkeervoorzieningen in de Utrechtse binnenstad weergegeven en is kort ingegaan het aanbod publieksgerichte voorzieningen in de deelgebieden Noord (300m) en Zuid (500m);
- In hoofdstuk 3 staan de belangrijkste bevindingen en conclusies van het desk research;
- In hoofdstuk 4 staan de belangrijkste bevindingen en conclusies van de ondernemersenquête;
- In hoofdstuk 5 staan de belangrijkste bevindingen en conclusies van de bezoekersenquête;
- In hoofdstuk 6 zijn de drie bovengenoemde analyseonderdelen samengebracht en wordt de onderzoeksvraag in een algemene conclusie beantwoord;
- In bijlage 1 staat de uitwerking van de analyses die in het desk research zijn uitgevoerd;
- In bijlage 2 staat de uitwerking van de ondernemersenquête, waarbij per thema de resultaten zijn beschreven;
- In bijlage 3 staat de uitwerking van de bezoekersenquête, waarbij de resultaten van alle vragen die in de enquête aan bod kwamen, zijn beschreven en geanalyseerd.

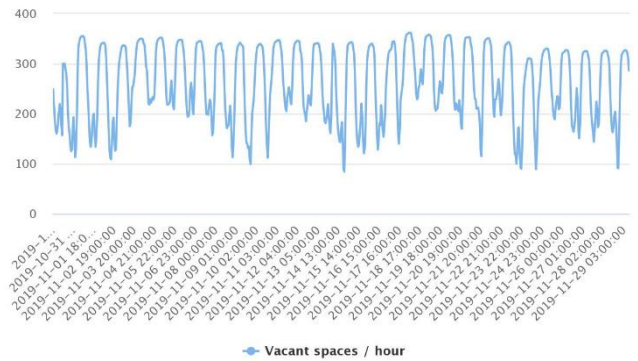
2 Onderzoeksgebied

De Springweggarage is gelegen in de binnenstad van Utrecht. De garage is te bereiken via de Mariaplaats en de eenrichtingsweg Springweg. Het ligt verscholen achter panden met een woon- en/of detailhandelsfunctie. De garage ziet er relatief gedateerd uit.

In de absolute nabijheid zijn er geen andere parkeervoorzieningen met een capaciteit die vergelijkbaar zijn met de Springweggarage. Ten noorden van de Springweg liggen in Hoog Catharijne de dichtstbijzijnde parkeergarages, ten zuiden van de Springweg is dit de parkeergarage bij station Vaartsche Rijn. In figuur 3 zijn alle grotere parkeervoorzieningen in of nabij de binnenstad weergegeven.

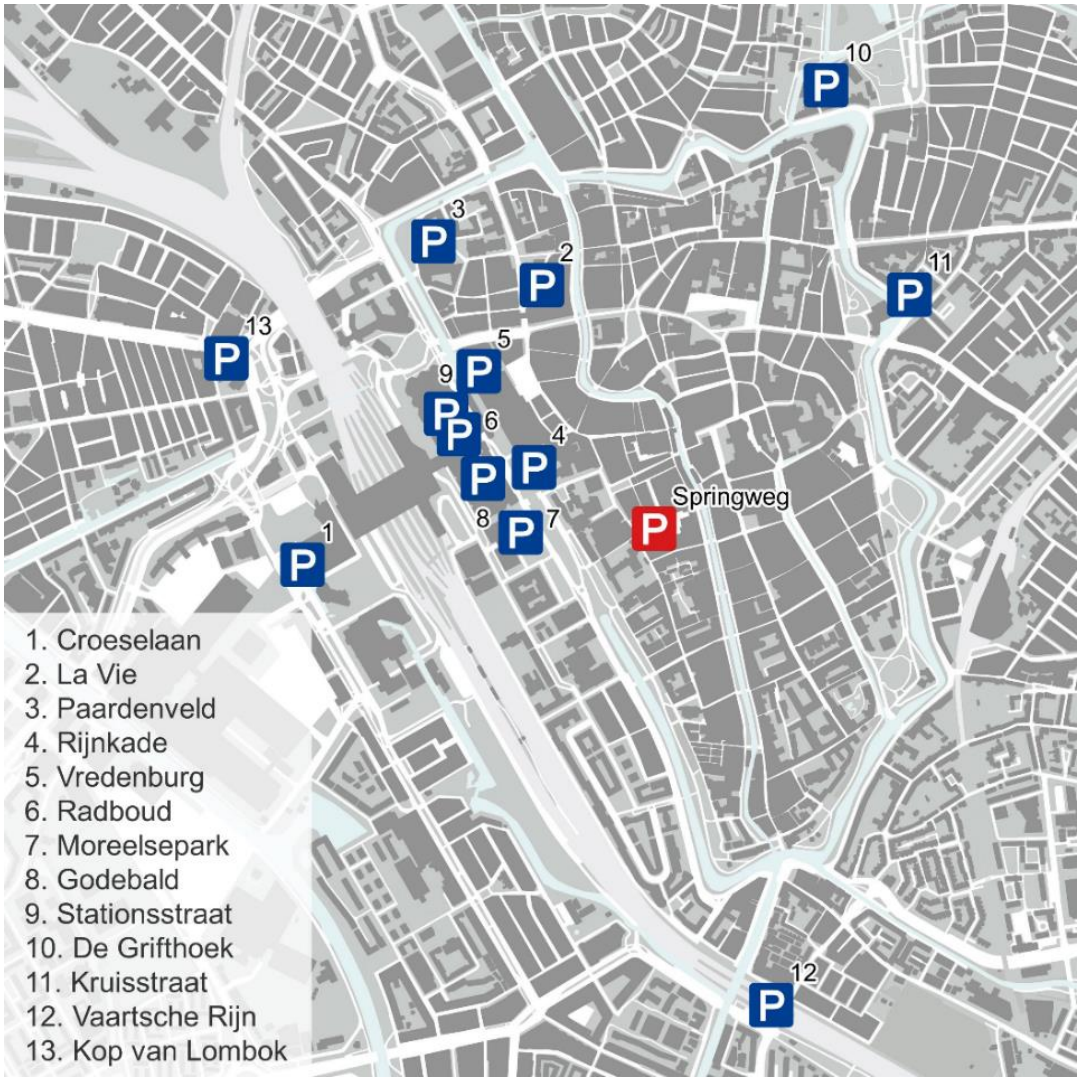
De Springweg heeft een capaciteit van 409 parkeerplaatsen. In de periode 29 oktober 2019 - 29 november 2019 staan er gemiddeld 147 auto's geparkeerd (inclusief nachten). De hoogste bezetting in deze periode is 332 (ca. 81%). In figuur 2 is de bezettingsgraad van de periode 29 oktober 2019 – 29 november 2019 weergegeven.

Figuur 2. Bezetting Springweggarage 29 oktober 2019 – 29 november 2019[2]



[2] Bron: Openparking.com

Figuur 3. Grotere parkeervoorzieningen in en nabij de binnenstad van Utrecht

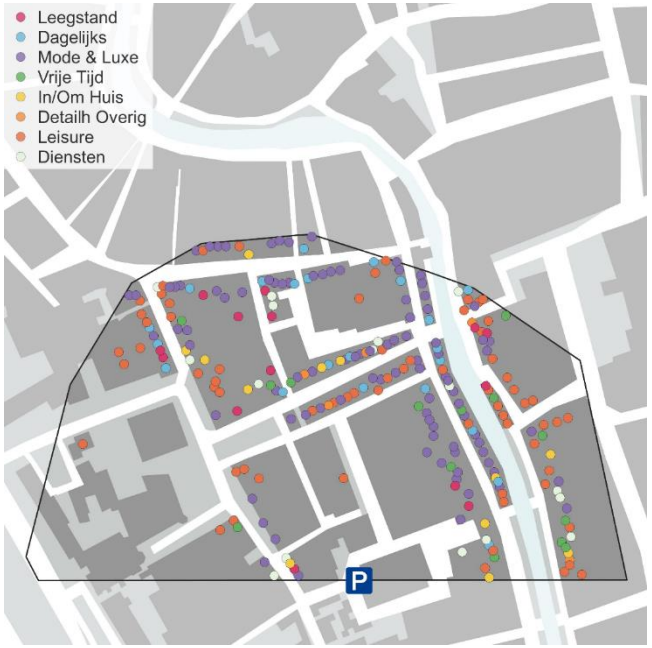


2.1 Aanbod deelgebied Noord (300m)

Het onderzoeksgebied ten noorden van de parkeergarage omvat in totaal 244 vestigingen met publieke bedrijvigheid. Hiervan staan 14 vestigingen leeg (circa 6%). 22 vestigingen behoren tot de groep Dagelijkse Artikelen (circa 9%), 125 vestigingen tot de groep Niet-dagelijkse Artikelen (circa 51%), 67 vestigingen behoren tot de groep Leisure (circa 27%) en 16 vestigingen horen bij de groep Diensten (7%). De groepen Mode & Luxe en Leisure vormen veruit de grootste groepen. Winkels in de groep Mode & Luxe zijn voornamelijk aan de Steenweg, Lijnmarkt en Zadelstraat gevestigd. Deze straten behoren tot het kernwinkelgebied van Utrecht. De belangrijkste Leisure-concentraties liggen rondom de Mariaplaats en Donkere Gaard.

De grootste groep is Mode & Luxe. Van de 94 voorzieningen in deze groep, behoren 53 voorzieningen tot de hoofdbranche Kleding & Mode. Dit is de grootste hoofdbranche in het onderzoeksgebied (noord) en vormt circa 22% van het totale winkelaanbod. Horeca is met 60 voorzieningen veruit de grootste hoofdbranche binnen de groep Leisure

Figuur 4. Publieksgerichte voorzieningen deelgebied Noord (300m)



Tabel 1: Publieksgerichte voorzieningen deelgebied Noord 300m (Locatus)

Groep	Aantal vestigingen	Totaal WVO (m²)	Gemiddeld WVO (m²)
Leegstand	14	1.215	87
Mode & Luxe	22	1.116	51
Vrije Tijd	94	8.941	95
In/Om Huis	14	1.082	77
Detailhandel Overig	12	2.136	178
Leisure	5	372	74
Diensten	67	6.475	97
Totaal	**16**	**992**	**62**

2.2 Aanbod deelgebied Zuid (500m)

Het onderzoeksgebied ten noorden van de parkeergarage omvat in totaal 244 vestigingen met publieke bedrijvigheid. Hiervan staan 14 vestigingen leeg (circa 6%). 22 vestigingen behoren tot de groep Dagelijkse Artikelen (circa 9%), 125 vestigingen tot de groep Niet-dagelijkse Artikelen (circa 51%), 67 vestigingen behoren tot de groep Leisure (circa 27%) en 16 vestigingen horen bij de groep Diensten (7%). De groepen Mode & Luxe en Leisure vormen veruit de grootste groepen. Winkels in de groep Mode & Luxe zijn voornamelijk aan de Steenweg, Lijnmarkt en Zadelstraat gevestigd. Deze straten behoren tot het kernwinkelgebied van Utrecht. De belangrijkste Leisure-concentraties liggen rondom de Mariaplaats en Donkere Gaard.

Leisure vormt de grootste groep in het zuidelijke onderzoeksgebied. Ruim 80% van deze groep bestaat uit de branche Horeca (22 vestigingen). Verder is de branche Ambacht goed vertegenwoordigd. Het betreft voornamelijk galerieën en boetiekjes. Het gebied kenmerkt zich door voorzieningen met een uniek karakter en weinig formuleketens. Tot de branche Detailhandel Overig behoren ook de tweedehands winkels die nadrukkelijk aanwezig zijn in het zuidelijke onderzoeksgebied.

Figuur 5. Publieksgerichte voorzieningen deelgebied Zuid (500m)

Tabel 2: Publieksgerichte voorzieningen deelgebied Zuid 500m (Locatus)

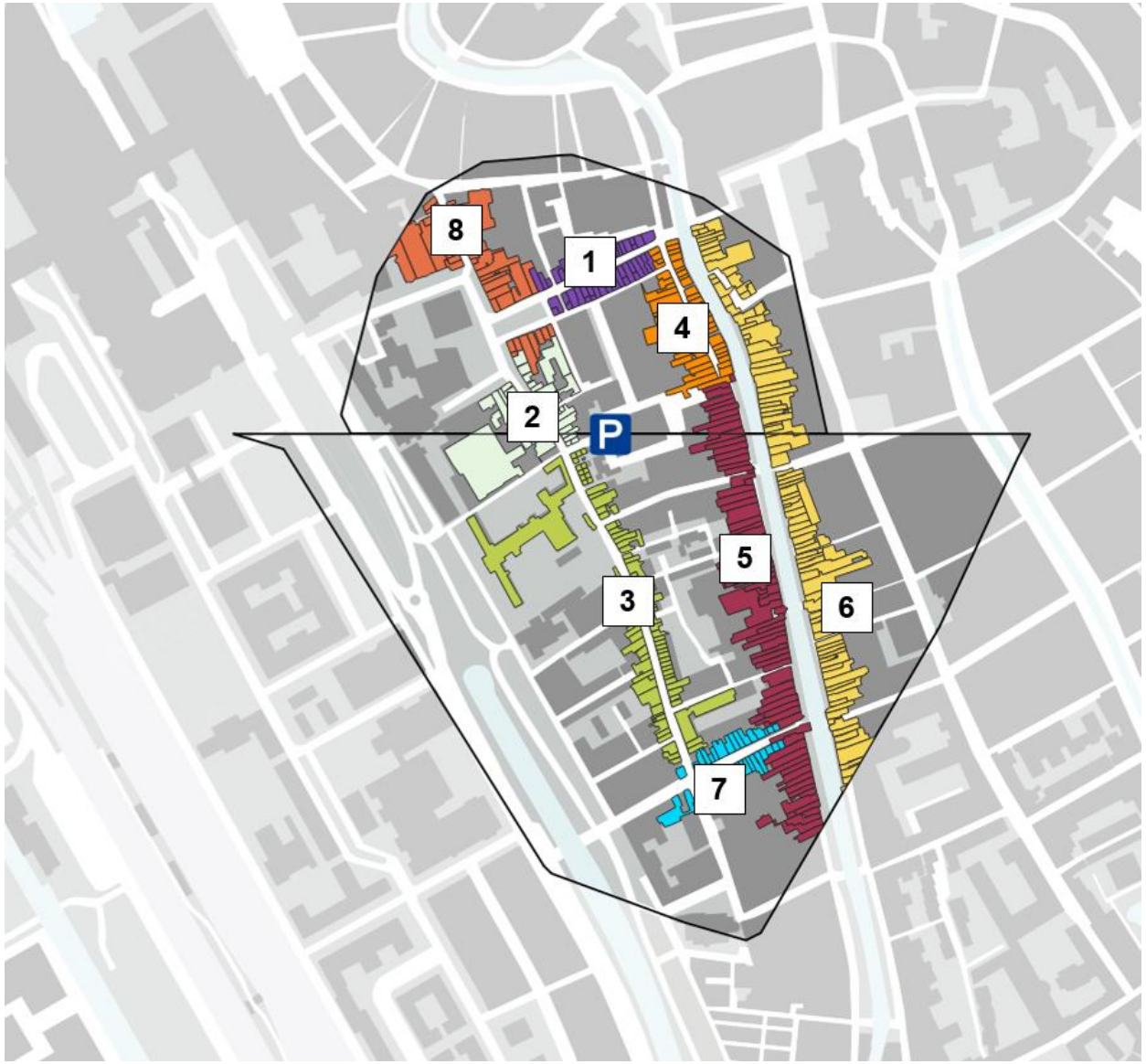
Groep	Aantal vestigingen	Totaal WVO (m²)	Gemiddeld WVO (m²)
Leegstand	1	36	36
Mode & Luxe	19	1.084	57
Vrije Tijd	8	1.529	191
In/Om Huis	3	169	56
Detailhandel Overig	12	1.570	131
Leisure	27	2.837	105
Diensten	18	897	50
Totaal	**88**	**8.122**	**92**

2.3 Deelgebieden binnen onderzoeksgebied

In het onderzoeksgebied (300 meter Noord en 500 meter Zuid) zijn deelgebieden opgesteld (zie figuur 6). Het is aannemelijk dat de economische impact voor ondernemers per deelgebied zal verschillen bij een mogelijke sloop van de parkeergarage. De deelgebieden hebben de volgende benamingen gekregen:

1. Zadelstraat
2. Springweg-Noord
3. Springweg-Zuid
4. Lijnmarkt
5. Oudegracht (links)
6. Oudegracht (rechts)
7. Lange Smeestraat
8. Mariaplaats/Mariastraat
9. Overig (niet genummerd in figuur 6)

Figuur 6. Deelgebieden in het onderzoeksgebied



3 Desk Research

In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste conclusies en bevindingen beschreven die in het eerste deel van de analyse, het desk research, naar boven zijn gekomen. In bijlage A zijn de achterliggende analyses van het desk research weergegeven die de onderleggers vormen voor onderstaande conclusies en bevindingen.

3.1 Algemeen

Parkeren en bereikbaarheid zijn altijd van belang geweest voor het functioneren van bedrijven. Afhankelijk van de aard van de bedrijvigheid is directe nabijheid van parkeren gewenst of kan parkeren op enige afstand oplossing bieden. Bepalend voor het vestigingsmilieu van bedrijven is de functie van het betreffende bedrijf, de kwaliteit van de omgeving en de aanwezigheid van andere voorzieningen. Maatschappelijke ontwikkelingen en de veelal daaruit voortkomende veranderingen van consumenten- en bezoekersgedrag bepalen de aanbodveranderingen in een vestigingsgebied en daarmee de wensen en eisen die aan de omgeving gesteld worden. Sommige bedrijven hebben behoefte aan parkeren voor de deur andere hebben behoefte aan ruimte voor de voetganger en een inrichting van de openbare ruimte die gericht is op beleving.

Vraag is of veranderingen in de samenstelling van het aanbod of het gebruik en de inrichting van de openbare ruimte, inclusief de parkeermogelijkheden, structuurverstorende effecten met zich mee brengen. In deze impact-analyse is met name naar dat verband gekeken vanuit de huidige situatie. Een besluit over de toekomst van de Springweggarage vraagt uiteindelijk een integrale afweging waarbij het ontwikkelperspectief van de verschillende deelgebieden binnen het invloedsgebied van de garage essentieel is. Zo is het goed voorstelbaar dat bij het verdwijnen van de parkeergarage bijvoorbeeld het gebied Mariaplaats/Mariastraat een ander perspectief krijgt door de reductie van de verkeersbewegingen. De route Moreelsebrug-Catharijnesingel-Mariaplaats-Zadelstraat kan daardoor en geheel ander perspectief krijgen, met bijvoorbeeld een verblijfsinrichting van de omgeving Mariaplaats/Springweg. Afhankelijk van de toekomstige invulling van de Springweggarage kan dat ook weer invloed hebben op de positie van de Lijnmarkt en de Oude Gracht.

3.2 Conclusies en aanbevelingen desk research

- Het onderzoeksgebied heeft unieke kwaliteiten en winkelaanbod met veel specialistische winkels.
- Het gebied maakt een verandering door, waarbij het noordelijke deel steeds maar aansluiting krijgt met het kernwinkelgebied.
- Het effect van een mogelijke sloop de Springweggarage zal voor het grote merendeel van de publieksgerichte voorzieningen beperkt zijn. Veel voorzieningen zijn gericht op de lokale bevolking, bedienen een nichedoelgroep of zijn/worden opgenomen in de looproutes vanuit het kernwinkelgebied. De nichedoelgroep is bereid om een langere afstand af te leggen. Dat ze in de toekomst iets langer moeten lopen om bij een specialistische winkel te komen, zal nauwelijks effect hebben op het aantal klanten.
- Voor de Lijnmarkt en in iets mindere mate de Oude Gracht (links en rechts) zal het verdwijnen van de parkeergarage de meeste negatieve impact kunnen hebben. Het aandeel doelgerichte aankopen zal naar verwachting dalen. Er zijn ook geen mogelijkheden om in de nabijheid van deze straten nieuwe parkeervoorzieningen te realiseren.
- Door de route Zadelstraat-Lijnmarkt-Maartensbrug-Vismarkt-Stadhuisbrug actiever bij het kernwinkelgebied te betrekken, ontstaan mogelijkheden om de Lijnmarkt en de Zadelstraat sterker te verbinden met het kernwinkelgebied. Dit zou tevens een van de mogelijke compensatiemaatregelen kunnen zijn van de sloop van de parkeergarage.

4 Ondernemersenquête

Door middel van een enquête is een analyse gemaakt van de belangrijkste bevindingen van ondernemers in relatie tot de parkeergarage. De enquêtes zijn verspreid aan ondernemers die een vestiging hebben in het onderzoeksgebied. De volgende onderdelen komen in de analyse aan bod:

- Betrokkenheid ondernemers;
- Type winkelstraten;
- Bereikbaarheid;
- Herkomst bezoekers;
- Kenmerken vestigingsplaats;
- Rol gemeente;
- Belang Springweggarage;
- Aanbevelingen vanuit ondernemers.

In de volgende paragraaf staan de belangrijkste conclusies van dit werkdocument opgesomd.

4.1 Belangrijkste bevindingen

- Voornamelijk ondernemers in de Zadelstraat en de oostzijde van de Oudegracht geven aan dat hun vestiging niet goed bereikbaar is.
- De meningen over de bereikbaarheid van de binnenstad van Utrecht zijn verdeeld. Hoofdzakelijk ondernemers die aan de Oudegracht zijn gevestigd, geven aan dat de bereikbaarheid met het openbaar vervoer matig tot onvoldoende is. In en nabij de Mariaplaats zijn de ondernemers over het algemeen positiever over de bereikbaarheid met het openbaar vervoer.
- Ondernemers benadrukken de noodzaak om in de nabijheid te parkeren, onder andere vanwege volumineuze en breekbare producten. Daarnaast besteden klanten die in de garage parkeren over het algemeen meer.
- De meerderheid geeft aan dat er goede fietsenstallingen zijn in de nabijheid van de onderneming. Het betreft voornamelijk ondernemers uit de Mariastraat/Mariaplaats, Zadelstraat en Lijnmarkt die aangeven dat er goede fietsenstallingen zijn.
- Een groot deel van de ondernemers die het eens zijn met de stelling dat de binnenstad autovrij moet zijn, is gevestigd in een gebied dat al kan worden gerekend tot een autovrije zone (Lijnmarkt en kruising Lijnmarkt-Zadelstraat). Verder bevinden de bezoekers die het eens zijn met de stelling zich grotendeels aan de Oudegracht en de Mariaplaats.
- Slechts 8% geeft aan dat er niet veel klanten zijn die gebruik maken van de Springweggarage. Het betreft hierbij voornamelijk horeca-vestigingen, verspreid over het onderzoeksgebied.
- Gemiddeld denken de ondernemers dat de meeste klanten uit de stad Utrecht komen, gevolgd door de provincie, Nederland en buiten Nederland. Er zijn echter verschillen waar te nemen tussen de verschillende groepen ondernemers. Zo heeft de groep ‘vrije tijd’ een relatief grote groep met een landelijke herkomst en heeft ‘zalenverhuur’ een relatief grote internationale herkomst aan klanten;
- Ondernemers beoordelen hun vestigingsplaats gemiddeld als ‘Goed tot Zeer Goed’. OV- en fietsbereikbaarheid worden goed beoordeeld, autobereikbaarheid wordt over het algemeen als matig/slecht beoordeeld als er parkeergarages verdwijnen.
- Relatief veel ondernemers vinden de centrale locatie van de stad (in de regio en in Nederland), het historische karakter, de architectuur, de bereikbaarheid, het winkelpubliek (en bijbehorende drukte) en de sfeer de belangrijkste kwaliteiten van de binnenstad van Utrecht.
- Bereikbaarheidsaspecten, zoals parkeergelegenheid, verkeerssituatie, laad- en losplekken (aanleveren), wegwerkzaamheden en parkeerkosten worden door ondernemers meermaals als knelpunten genoemd.
- De meeste ondernemers geven aan dat een mogelijke sloop van de Springweggarage vooral ten koste gaat van de bereikbaarheid van het zuidelijk gedeelte van de binnenstad. Een behoorlijk aantal winkels kent een doelgericht winkelpubliek die veelal de auto in de Springweggarage parkeren. De verwachting is dat de klandizie van voornamelijk klanten die veel besteden gaat afnemen.
- Verschillende bezoekers geven aan dat de gemeente moet voorkomen dat de parkeergarage wordt gesloopt. Het aanbieden van andere parkeergelegenheden en goede alternatieven zijn andere oplossingen die ondernemers meermaals aangeven.
- Bij mogelijke aanbevelingen van wenselijke ontwikkelingen op de locatie van de Springweggarage geven ondernemers wederom aan dat de parkeergarage van groot belang is. Niet slopen of het bouwen van een nieuwe parkeergarage zijn de meest genoemde aanbevelingen. Andere alternatieven die zijn genoemd, zijn het bouwen van (betaalbare/goedkope) woningen, het realiseren van een park/groenvoorzieningen, ruimte voor culturele activiteiten of het creëren van een evenementenlocatie.

5 Bezoekersenquête

Door middel van een enquête is een analyse gemaakt van de belangrijkste bevindingen van bezoekers in relatie tot mobiliteit en bezoekgedrag. De enquêtes zijn verspreid in de deelgebieden die behoren tot het onderzoeksgebied. In de volgende paragraaf staan de belangrijkste bevindingen en conclusies van de bezoekersenquête opgesomd.

5.1 Belangrijkste bevindingen

- De meeste bezoekers komen uit de stad Utrecht (ca. 44%), ca. 20% komt uit de provincie Utrecht (woonachtig buiten de stad Utrecht), ca. 31% is woonachtig in Nederland (buiten de provincie Utrecht) en ca. 5% van de bezoekers woont buiten Nederland;
- De modaliteit van bezoekers verschilt behoorlijk. De meeste bezoekers (ca. 27%) geven aan dat ze met de trein naar de binnenstad zijn gekomen, gevolgd door fiets/bromfiets/scooter (ca. 23%). Daarnaast zijn er relatief veel bezoekers (ca. 21%) die aangeven dat ze lopend naar de binnenstad zijn gekomen. Slechts 17% komt met de auto, waarvan 11% in de nabijheid van de binnenstad parkeert. Bezoekers uit Nederland (buiten de provincie Utrecht) reizen relatief of grote schaal met de trein (ca. 63% van deze groep). Het autogebruik ligt in deze groep ook iets hoger, maar valt met 18% relatief gezien mee. In het kader van het mogelijk weren van autoverkeer en parkeervoorzieningen is een uitstekende bewegwijzering naar belangrijke OV-knooppunten essentieel om de relatief grote groep die met het openbaar vervoer naar de binnenstad komen te bedienen;
- Veruit de meeste bezoekers die met de auto zijn gekomen, geven aan dat ze de auto in één van de parkeergarages in Hoog Catharijne hebben geparkeerd, gevolgd door de parkeerplaatsen aan de Jaarbeurszijde van Utrecht CS. Slechts 12% geeft aan de auto in de Springweggarage te hebben geparkeerd. Daarmee gebruikt slechts 1,3% van de bezoekers aan de binnenstad de Springweggarage.
- Bezoekers zijn gemiddeld zeer tevreden over de bereikbaarheid van de parkeergarages. Ca. 42% geeft aan tevreden te zijn en ca. 42% geeft aan er zeer tevreden over te zijn. Slechts een relatief klein deel (ca. 11%) is ontevreden of zeer ontevreden over de bereikbaarheid;
- De parkeergarages in Utrecht zijn gemiddeld met een 7,6 beoordeeld. Dit betekent dat ze kunnen worden omschreven als goed tot zeer goed. De Springweggarage heeft met gemiddeld een 7,4 de laagste score van alle parkeergarages in de binnenstad, maar is evengoed worden beoordeeld met een ruime voldoende;
- Van alle bezoekers die met de fiets de binnenstad bezoeken, stalt ca. 30% de fiets in een bewaakte fietsenstalling, ca. 30% in een onbewaakte fietsenstalling en ca. 34% stalt de fiets in de openbare ruimte. De meeste bezoekers parkeren de fiets in de omgeving Mariaplaats/Zadelstraat;
- In totaal geeft ca. 70% van alle bezoekers die met het openbaar vervoer reizen aan met de trein naar Utrecht te zijn gekomen en bij Utrecht CS te zijn uitgestapt. Ca. 20% is met de bus gereisd en bij Utrecht CS uitgestapt. Verder geven enkele bezoekers aan met de bus bij de Neude (ca. 2%) en bij Vredenburg (ca. 5%) te zijn uitgestapt;
- Bijna de helft van de bezoekers is in het onderzoeksgebied vanwege een doelgericht bezoek aan één of meerdere winkels (ca. 46%). Verder geeft ca. 18% aan dat de reden enerzijds het bezoek aan één of meerdere winkels is en anderzijds het bezoek aan één of meerdere horecavoorzieningen en geeft ca. 10% aan het gebied alleen dat ze in het gebied zijn voor zakelijk bezoek;
- Veruit de meest genoemde winkel die worden bezocht zijn Hema, Bijenkorf, Dille & Kamille en een bezoek aan de markt. Het zijn hoofdzakelijk winkels in de branche Mode & Luxe die worden genoemd. Hoogst genoteerde winkel in de groep Dagelijkse Voorzieningen is Spar aan de Mariaplaats. De meest bezochte horecavoorziening is Bagels & Beans;
- Het onderzoeksgebied is in vier gebieden opgedeeld:
    - Mariaplaats, Mariastraat, Zadelstraat (1);
    - Lijnmarkt en omgeving (2);
    - Oudegracht (links en rechts) (3);
    - Springweg, Lange Smeestraat (4).

  In gebied 1 worden de meeste bestedingen gedaan (ca. 51%). Ca. 32% heeft alleen in dit gebied bestedingen gedaan. Ca. 35% heeft in gebied 2 bestedingen gedaan. Voor gebied 3 geldt dat 26% bestedingen hebben gedaan. Ten slotte heeft 16% bestedingen hebben gedaan in gebied 4, waarvan ca. 2% alleen in dit gebied.
- Ca. 80% heeft naast het onderzoeksgebied ook Hoog Catharijne bezocht, waarbij 47% alleen het onderzoeksgebied en Hoog Catharijne heeft bezocht. Iets meer dan de helft van de bezoekers heeft naast het onderzoeksgebied ook het Hoofdwinkelgebied bezocht (ca. 53%) en ca. 22% heeft naast het onderzoeksgebied ook ‘Museumkwartier overig’ bezocht (58 bezoekers).
- Ca. 23% van de bezoekers geeft aan het onderzoeksgebied 3 keer of meer per week te bezoeken. Ca. 22% doet dit ongeveer 1 tot 2 keer per week. Eveneens 23% bezoekt het onderzoeksgebied maximaal 2 keer per jaar.

6 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn de voorgaande analyses samengevoegd en vertaald naar een algemene conclusie. Deze conclusie beantwoordt de volgende vraag die centraal staat in deze economische impactanalyse:

Wat is de economische impact van het slopen van de Springweggarage op ondernemers?

Op basis van de analyses kan worden geconcludeerd dat het onderzoeksgebied unieke (esthetische) kwaliteiten heeft met relatief veel winkelaanbod dat zich focust op een nichemarkt. Doordat het zich op een nichemarkt richt, zijn consumenten over het algemeen bereid om een langere afstand af te leggen om een winkel te bezoeken. Verschillende ondernemers geven in de enquête aan dat het van belang is om een parkeergarage in de nabijheid van de winkel te hebben. Het zijn voornamelijk consumenten die meer geld besteden die vanuit het oogpunt van gemak in de nabijheid van de winkel parkeren. Ondernemers geven aan dat ze het risico lopen (een deel) van deze groep consumenten te verliezen, indien de Springweggarage gesloopt zou worden. Uit de bezoekersenquête komt naar voren dat bijna de helft van de bezoekers in het onderzoeksgebied is voor een doelgericht bezoek aan één of meerdere winkels. Meest genoemde winkel in het onderzoeksgebied is Dille & Kamille.

Voor het merendeel van de publieksgericht voorzieningen zal het effect van een mogelijke sloop van de Springweggarage beperkt zijn. Op basis van de bezoekersenquête blijkt dat de meeste bezoekers uit de Utrecht komen. Ongeveer een derde van de bezoekers woont buiten de provincie Utrecht. Hiervan reizen relatief veel bezoekers met de trein (ca. 61% van de bezoekers die buiten de provincie Utrecht, maar binnen Nederland woonachtig zijn).

Een mogelijke sloop zal naar verwachting de meest negatieve effecten hebben op winkels aan de Lijnmarkt en in iets mindere mate de Oude Gracht (links en rechts). Het gaat dan voornamelijk om een afname van het aandeel doelgerichte aankopen. Om hier meer inzicht in te krijgen, is aan bezoekers die met de auto zijn gekomen, gevraagd waar ze de auto hebben geparkeerd. Veruit de meeste bezoekers geven aan dat ze de auto bij de Jaarbeurs of Hoog Catharijne hebben geparkeerd.

In het kader van het bezoeken van verschillende deelgebieden van de binnenstad geeft 80% aan dat ze ook in Hoog Catharijne komen. Dit gebied kenmerkt zich door het grote aantal parkeergarages en de aansluiting op Utrecht CS. Hier parkeren ook veruit de meeste bezoekers de auto. Een goede doorstroom vanuit Hoog Catharijne betekent naar verwachting meer publiek voor het onderzoeksgebied. Voor de lokale bevolking worden de fietsenstallingen, alsmede het openbaar vervoer als positief beoordeeld.

De parkeergarages worden door bezoekers over het algemeen goed beoordeeld, onder andere op het thema bereikbaarheid. Ook de Springweggarage scoort met een 7,6 ruim voldoende.

Een mogelijk alternatief dat in het desk research is genoemd, is het actiever betrekken van de route Zadelstraat-Maartensbrug-Vismarkt-Stadhuisbrug bij het kernwinkelgebied. Aan ondernemers is ook gevraagd wat zij als mogelijke alternatieven zien. Ze geven echter in groten getale aan dat de parkeergarage behouden moet blijven of dat er een nieuwe parkeergarage voor in de plaats moet komen. Verschillende ondernemers kwamen met alternatieve ideeën, zoals het bouwen van woningen, het realiseren van een park/groenvoorzieningen, ruimte voor culturele activiteiten of om er een evenementenlocatie van te maken.

Concluderend heeft een mogelijke sloop van de Springweggarage wel negatieve financiële gevolgen voor de ondernemers, maar dat de impact naar verwachting beperkt zal zijn. Het zijn voornamelijk consumenten die meer geld besteden die er voor kiezen om uit gemak de auto in de nabijheid van de winkel te parkeren. Uit de bezoekersenquête blijkt dat veruit de meerderheid andere modaliteiten gebruiken (OV, fiets of te voet). Het openbaar vervoer en de fietsenstalling worden positief beoordeeld. Door een focus te leggen op de groep die van deze modaliteiten gebruik maakt, kunnen nieuwe consumenten naar het onderzoeksgebied worden getrokken. Een goede looproute vanaf Hoog Catharijne naar de Mariaplaats zou zo’n stimulans zijn. Een andere manier om meer consumenten te trekken die in mindere mate afhankelijk zijn van de auto is door beter aan te sluiten op het kernwinkelgebied. Dit kan door de Gaardbrug beter bij de routing te betrekken.

7 Aanbevelingen

Door een focus te leggen op de groep die van deze modaliteiten gebruik maakt, kunnen nieuwe consumenten naar het onderzoeksgebied worden getrokken. Een goede looproute vanaf Hoog Catharijne naar de Mariaplaats zou zo'n stimulans zijn. Een andere manier om meer consumenten te trekken die in mindere mate afhankelijk zijn van de auto is door beter aan te sluiten op het kernwinkelgebied. Dit kan door de Gaardbrug beter bij de routing te betrekken.

Het gebied maakt een transitie door waarbij het steeds meer aansluiting krijgt bij het kernwinkelgebied en de toevoer van bezoekersstromen vanuit Utrecht CS, parkeerlocaties Jaarbeurs (via Moreelsebrug) en parkeerlocaties Hoog Catharijne belangrijke voedingsbronnen zijn. Inzetten op routing (bijvoorbeeld via de Gaardbrug) en verbetering van de inrichting van de openbare ruimte, gericht op de voetganger kan (op termijn) het belang van de parkeergarage Springweg voor de ondernemers in het gebied verder doen afnemen. Voor de bezoeker zijn de alternatieven al in ruimte mate voorhanden (openbaar vervoer, fiets, te voet, parkeren elders).

Bij een mogelijke sloop van de parkeergarage is het van belang om ondernemers ruimschoots voor aanvang van de sloopactiviteiten te informeren, zodat de lokale bedrijvigheid hierop kan anticiperen en mogelijke negatieve effecten tot een minimum kan beperken. In het kader van het mogelijk weren van autoverkeer en parkeervoorzieningen, zoals de mogelijke optie om de Oudegracht autovrij te maken, is een uitstekende bewegwijzering naar belangrijke parkeergarages en OV-knooppunten essentieel om bezoekers die met de auto of het openbaar vervoer naar de binnenstad komen te bedienen. In het licht van het mogelijk autovrij maken van de Oudegracht zou de Springweggarage mogelijkerwijs kunnen dienen als opvanglocatie.

Bijlage A
Analyse Desk Research

Dit gedeelte beslaat het desk research, waarin de ontwikkeling van het aanbod, een analyse van het aanbod per deelgebied en een korte beleidsanalyse zijn uitgewerkt.

Een beoordeling van het verzorgingsprofiel van bedrijven die binnen het onderzoeksgebied liggen. Per deelgebied zijn de belangrijkste kwalitatieve aspecten, met betrekking tot de economische impact van parkeergarage Springweg beschreven. De deelgebieden zijn bepaald op basis van ruimtelijke en functionele samenhang en bezoekdoelgroep. Het betreft: Zadelstraat, Springweg-Noord, Springweg-Zuid, Lijnmarkt, Oudegracht (links), Oudegracht (rechts), Lange Smeestraat, Mariaplaats/Mariastraat en overig.

Ontwikkeling aanbod

Om een beeld te kunnen schetsen hoe het aanbod aan verschillende functies zich in het onderzoeksgebied ontwikkelt, is het aanbod publieksgerichte functies in 2019 vergeleken met het aanbod publieksgerichte functies in 2014. Dit is voor het noordelijke en zuidelijke onderzoeksgebied afzonderlijk gedaan.

In het noordelijke onderzoeksgebied is het totale aanbod publieksgerichte voorzieningen de afgelopen 5 jaar met circa 2% gestegen van 240 naar 244 vestigingen. Deze groei heeft voornamelijk plaatsgevonden in de groepen Dagelijks (+7 vestigingen) en Leisure (+6 vestigingen). De afname heeft voornamelijk in de groepen Mode & Luxe (-12 vestigingen) en Vrije Tijd (-7 vestigingen) plaatsgevonden. Deze functie verschuiving is een trend dat landelijk zichtbaar is. De leegstand is in het noordelijke onderzoeksgebied bijna verdubbeld.

In het zuidelijke onderzoeksgebied is het aanbod publieksgerichte voorzieningen de afgelopen 5 jaar met 8 vestigingen afgenomen. Deze afname vond plaats in de groepen Dagelijks (geen enkele vestiging in deze groep in 2019) en Detailhandel Overig (-5 vestigingen). De groep Diensten is de

Tabel 3: Ontwikkeling groepen in onderzoeksgebied noord

Groep	Aantal vestigingen 2014	Aantal vestigingen 2019	Ontwikkeling absoluut	Ontwikkeling (%)
Leegstand	8	14	+6	+75%
Dagelijks	15	22	+7	+47%
Mode & Luxe	106	94	-12	-11%
Vrije Tijd	21	14	-7	-33%
In/Om Huis	12	12	0	0%
Detailhandel Overig	4	5	-1	+25%
Leisure	61	67	+6	+10%
Diensten	13	16	+3	+23%
Totaal	**240**	**244**	**+4**	**+2%**

Tabel 4: Ontwikkeling groepen in onderzoeksgebied zuid

Groep	Aantal vestigingen 2014	Aantal vestigingen 2019	Ontwikkeling absoluut	Ontwikkeling (%)
Leegstand	1	1	0	0%
Dagelijks	2	0	-2	-100%
Mode & Luxe	19	19	0	0%
Vrije Tijd	8	8	0	0%
In/Om Huis	4	3	-1	-25%
Detailhandel Overig	17	12	-5	-29%
Leisure	29	27	-2	-7%
Diensten	16	18	2	+13%
Totaal	**96**	**88**	**-8**	**-8%**

enige groep die is toegenomen (+2 vestigingen).

Verzorgingsprofiel deelgebieden

Zadelstraat

De meeste vestigingen behoren tot Mode & Luxe (16 vestigingen) en Leisure (8 vestigingen). In de periode 2014-2019 is het aantal vestigingen gedaald van 39 naar 36. Het aantal vestigingen daalde in de groepen Mode & Luxe (-2 vestigingen), Vrije Tijd (-2 vestigingen), In/Om Huis (-1 vestiging) en Diensten (-1 vestiging). Het aantal vestigingen nam toe in Detailhandel Overig (+2 vestigingen), Dagelijks (+1 vestiging) en Leisure (+1 vestiging). De leegstand is gedaald van 1 vestiging naar 0 vestigingen.

Kenmerken van het deelgebied in relatie tot de Springweggarage:

- Geen parkeermogelijkheden in en rondom de Zadelstraat (parkeerverbod). De Springweggarage is de dichtstbijzijnde parkeermogelijkheid.
- Kortste route naar de parkeergarage is via de Kuipersteeg, Boterstraat en Visscherplein. De parkeergarage staat niet aangegeven in de Zadelstraat. Met betrekking tot de routing zijn de parkeergarages in en rondom Hoog Catharijne meer voor de hand liggend.
- De afstand tot de parkeergarages in Hoog Catharijne is relatief beperkt.
- De Zadelstraat maakt deel uit van de kernwinkelgebiedrouting via Mariastraat aan de ene kant en aan de andere kant wordt de Choorstraat aangesloten op de Steenweg.
- De winkels in deze straat hebben vooral profijt van het ruime ketenaanbod in het kernwinkelgebied (Steenweg, Lange Elisabethstraat, Oude Gracht). Enerzijds bestaan de klanten uit dagjesmensen die ook het kernwinkelgebied bezoeken, anderzijds zijn het lokale bewoners die hoofdzakelijk met de fiets komen.
- De Ekoplaza is ingericht voor mandjesverkoop, waardoor parkeervoorzieningen niet noodzakelijk zijn.

Er zijn weinig bedrijven die in sterke mate afhankelijk zijn van de Springweggarage.

g & Locatus)

Springweg-Noord

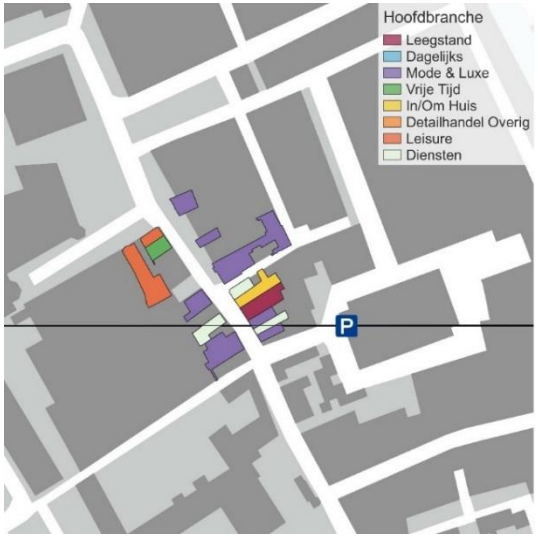
De meeste vestigingen behoren tot Mode & Luxe (7 vestigingen), Diensten (3 vestigingen) en Leisure (2 vestigingen). In de periode 2014-2019 is het aantal vestigingen gedaald van 16 naar 15. Het aantal vestigingen is licht afgenomen in de groepen Mode & Luxe (-1 vestiging) en Vrije Tijd (-1 vestiging). De leegstand is met 1 vestiging hetzelfde gebleven.

Kenmerken van het deelgebied in relatie tot de Springweggarage:

- Doorgaand autoverkeer naar de Springweggarage rijdt over de Springweg (eenrichtingsverkeer).
- Springweg-Noord omhelst de Springweg ten noorden van de kruising met de Strosteeg.
- De winkels ten noorden van de kruising Springweg-Strosteeg sluiten aan op de Mariaplaats.
- De aanwezige voorzieningen zijn veelal gericht op diensten (o.a. kappers) en specialismen (o.a. platenwinkel en naaiwinkel). Er zijn tevens winkels die maatwerk bieden (op maat gemaakte pakken).
- Esthetisch heeft de noordelijke zijde van de Springweg voldoende kwaliteit. Voor de meerderheid van de winkels en horeca zou een beperking van autoverkeer een voordeel opleveren. Hierdoor ontstaat de mogelijkheid om meer beleving te creëren en ontstaat er meer ruimte voor horeca. De levendigheid van de Mariaplaats kan worden doorgetrokken.
- Enkel leegstaand pand in deze straat.

Er zijn weinig voorzieningen in sterke mate afhankelijk van de parkeergarage. Autotoegankelijkheid van de straat is wel wenselijk.

Figuur 8: Publieksgerichte voorzieningen Springweg-Noord (Bag & Locatus)



Springweg-Zuid

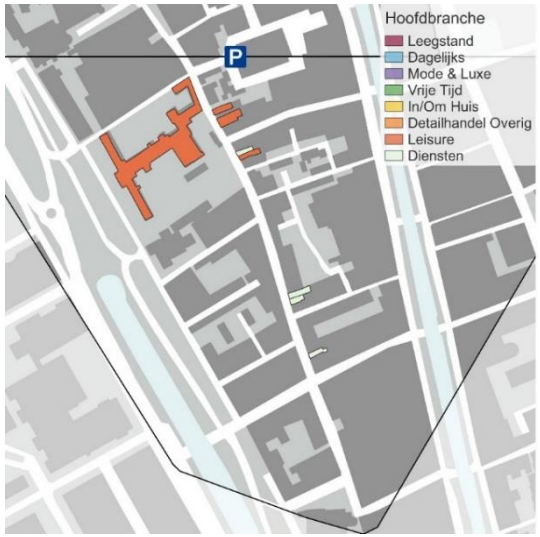
De vestigingen behoren tot de groepen Leisure (5 vestigingen) en Diensten (5 vestigingen). In de periode 2014-2019 is het aantal vestigingen gedaald van 11 naar 9. Het aantal vestigingen is licht afgenomen in de groep Diensten (-1 vestiging). De leegstand is afgenomen van 1 vestiging naar 0 vestigingen.

Kenmerken van het deelgebied in relatie tot de Springweggarage:

- Springweg-Zuid omhelst de Springweg ten zuiden van de kruising met de Strosteeg.
- Doorgaand autoverkeer van de Springweggarage naar de hoofdwegen rijdt over dit gedeelte van de Springweg.
- De enkele voorzieningen zijn veelal Leisure- en Dienstenvoorzieningen.
- Veel panden in deze straat hebben de enkelbestemming wonen.
- Met Karel V is er ook sprake van een grootschalig horeca/hotel aan de Springweg. Met parkeermogelijkheden aan de kant van de Catharijnesingel. Een andere belangrijke horecavoorziening is Springhaver.
- Er is een kledingreparatiewinkel dat een sterke behoefte heeft aan parkeren in de nabijheid. Dit is voornamelijk voor klanten die hun gemaakte/gestoomde kleding snel wil ophalen met de auto. De parkeerhaven voor de ingang van de winkel biedt hiervoor een oplossing (Hahné).
- Esthetisch heeft dit gedeelte van de Springweg ook voldoende kwaliteit.

Er zijn weinig voorzieningen in sterke mate afhankelijk van de parkeergarage. Autotoegankelijkheid van de straat is wel wenselijk.

Figuur 9: Publieksgerichte voorzieningen Springweg-Zuid (Bag & Locatus)



Lijnmarkt

De meeste vestigingen behoren tot Mode & Luxe (28 vestigingen), Dagelijks (5 vestigingen) en Leisure (5 vestigingen). In de periode 2014-2019 is het aantal vestingen hetzelfde gebleven (45 vestigingen). Het aantal vestigingen nam licht af bij de groepen Vrije Tijd (-2 vestigingen) en In/Om Huis (-2 vestigingen). Het aantal vestigingen in Leisure (+2 vestigingen) en Dagelijks (+1 vestiging) is licht toegenomen. De leegstand is toegenomen van 1 naar 2 vestigingen.
Kenmerken van het deelgebied in relatie tot de Springweggarage:

- De Lijnmarkt is een voetgangersgebied. Er zijn geen mogelijkheden om zowel de auto als de fiets in deze straat te parkeren.
- Vanuit de hoofdingang van de Springweggarage aan de Oudegracht is dit de meest nabij gelegen winkelstraat.
- De nabijheid van de parkeergarage maakt dat klanten vlakbij de winkelstraat kunnen parkeren.
- De Lijnmarkt vormt de aanlooproute van de parkeergarage naar het kernwinkelgebied.
- De winkels in deze straat hebben vooral profijt van het ruime ketenaanbod in het kernwinkelgebied. Enerzijds bestaan de klanten uit dagjesmensen, anderzijds zijn het lokale bewoners die hoofdzakelijk met de fiets komen.
- De Lijnmarkt biedt unieke esthetische kwaliteiten. De architectuur, straatmeubilair, type winkels en de aansluiting met de Oudegracht geven de Lijnmarkt een hoge belevingswaarde.
- Er zijn weinig alternatieven met betrekking tot parkeren in de absolute nabijheid van de Lijnmarkt.
- Het versterken van de Gaardbrug als onderdeel van de looproute van het kernwinkelgebied zou de Lijnmarkt kunnen versterken. Op dit moment maken relatief weinig bezoekers gebruik van deze brug. De Lijnmarkt is een aftakking van de route Zadelstraat-Choorstraat.

De negatieve impact van de sloop van de Springweggarage zal naar verwachting voor de Lijnmarkt het hoogst zijn.

Figuur 10: Publieksgerichte voorzieningen Lijnmarkt (Bag & Loca-

Oudegracht (links)

De meeste vestigingen behoren tot Leisure (12 vestigingen) en Mode & Luxe (7 vestigingen). In de periode 2014-2019 is het aantal vestigingen gegroeid van 30 naar 33. Het aantal vestigingen nam toe in Mode & Luxe (+2 vestigingen), Vrije Tijd (+2 vestigingen) en Leisure (+1 vestiging). Het aantal vestigingen in Detailhandel Overig (-2 vestigingen) is afgenomen.

Kenmerken van het deelgebied in relatie tot de Springweggarage:

- Ten zuiden van de kruising met de Hamburgerbrug zijn er mogelijkheden om de auto te parkeren. Ten noorden van de kruising is het een voetgangersgebied en zijn er alleen mogelijkheden om de fiets te parkeren. Het parkeren van de auto is hier niet mogelijk.
- De meeste vestigingen betreffen tweedehandswinkels, kleinschalige horeca, diensten en boetiekjes.
- Voor de winkels aan deze zijde van de Oudegracht geldt dat ze enerzijds zijn gericht op de lokale bevolking en anderzijds op specifieke nichegroepen. Voor beide doelgroepen is de nabijheid van parkeermogelijkheden minder van belang. De lokale bewoners zijn eerder geneigd om de fiets als vervoersmiddel te gebruiken. De nichedoelgroepen zijn vaak bereid om grotere afstanden af te leggen, waardoor een iets grotere loopafstand naar de winkel naar verwachting geen effect zal hebben.
- Het blijft wel noodzakelijk dat klanten voor een korte stop voor de ingangen van enkele winkels kunnen blijven parkeren. Enkele winkels verkopen breekbare producten met een relatief groot volume. Parkeren voor de ingang van de winkel maakt het mogelijk om deze producten snel in te kunnen laden. Het is niet wenselijk dat klanten met dit soort producten (vaak in het hogere prijssegment) door de drukke binnenstad gaan lopen.
- Kringloopwinkel de Arm verkoopt producten met een relatief groot volume. Deze winkel heeft echter al een parkeerplaats voor de ingang die specifiek is gericht op laden en lossen.

Voor een gedeelte van de Oudegracht (links) ligt de Springweggarage in de absolute nabijheid. Echter zal het effect van de parkeergarage voor het type vestigingen relatief beperkt zijn. Per individuele vestiging kan de situatie verschillen.

inks) (Bag

Oudegracht (rechts)

De meeste vestigingen behoren tot Leisure (23 vestigingen), gevolgd door Mode & Luxe (14 vestigingen) en Vrije Tijd (10 vestigingen). Ten opzichte van 2014 is het aantal vestigingen licht afgenomen (van 68 naar 66 vestigingen). Het aantal vestigingen in overige detailhandel (+3 vestigingen) en Mode & Luxe (+2 vestigingen) zijn licht gegroeid. Het aantal vestigingen in Diensten (-2 vestigingen) en In/Om Huis (-2 vestigingen) zijn licht gedaald. De leegstand is gegroeid van 0 naar 3 vestigingen).

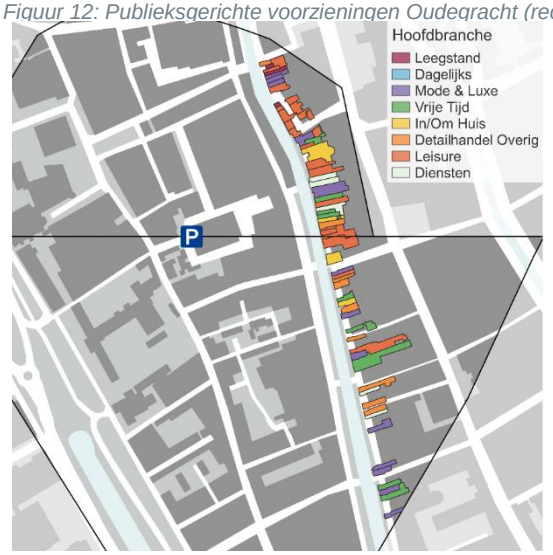
Kenmerken van het deelgebied in relatie tot de Springweggarage:

- Voor de Oudegracht (rechts) geldt eenzelfde soort beschrijving als voor Oudegracht (links) met betrekking tot het type vestigingen en parkeermogelijkheden.
- In het noordelijke gedeelte ligt de winkel Home Stock

Utrecht. Deze winkel verkoopt producten met een relatief groot volume. Deze winkel heeft geen parkeervoorziening voor de ingang. Voor Home Stock Utrecht zal de sloop van parkeergarage Springweg een negatieve impact hebben.
- De winkel Kathmandu is een grootschalige winkel, dat naar verwachting gerichte bezoekers trekt. In de winkel worden producten met een relatief groot volume verkocht. Voor deze winkel kan een mogelijk verdwijnen van de parkeergarage aan de Springweg negatieve effecten hebben.

Voor de Oudegracht (rechts) ligt de Springweggarage in de absolute nabijheid. Vergelijkbaar met de Oude Gracht (links) zal het effect van de parkeergarage voor het type vestigingen relatief beperkt zijn. Per individuele vestiging kan de situatie verschillen.

Figuur 12: Publieksgerichte voorzieningen Oudegracht (rechts) (Bag



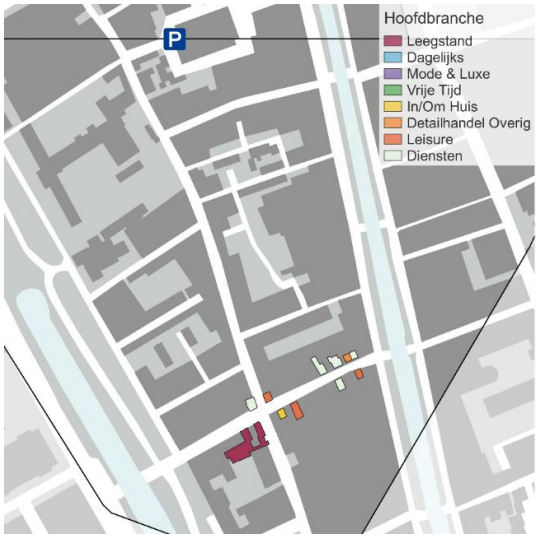
Lange Smeestraat

De meeste vestigingen behoren tot de groepen Diensten (5 vestigingen) en Leisure (3 vestigingen). In de periode 2014-2019 is het aantal vestigingen toegenomen van 9 naar 11 vestigingen. De groep Diensten zorgt voor de groei van 2 vestigingen.

Kenmerken van het deelgebied in relatie tot de Springweggarage:
- In de straat zijn horeca in het fastfoodsegment, enkele dienstenwinkels en boetiekjes gevestigd.
- Het is een belangrijke straat voor fietsverkeer.
- Autoverkeer is ook mogelijk in deze straat. Er is een beperkt aantal parkeervakken en ruimte voor laden en lossen.
- Loopafstand van parkeergarage Springweg naar Lange Smeestraat is circa 4 minuten. De vestigingen in de straat zijn niet afhankelijk van parkeergarage Springweg.
- Esthetisch heeft de straat een goede kwaliteit.
- Aan de gevels op plintniveau is zichtbaar dat hier vroeger meer publieksgerichte voorzieningen waren.

Voor de Lange Smeestraat zal de economische impact beperkt zijn. De vestigingen in de straat zijn hoofdzakelijk gericht op de lokale bezoeker. Er zijn geen vestigingen aanwezig die artikelen met een relatief groot volume verkopen.

Figuur 13: Publieksgerichte voorzieningen Lange Smeestraat (Bag & Locatus)



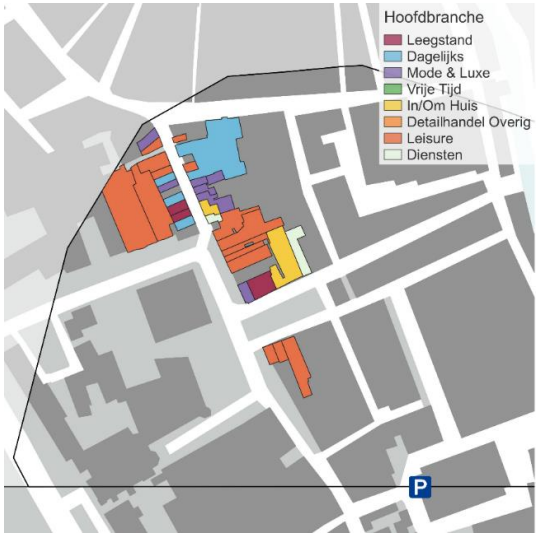
Mariaplaats/Mariastraat

De meeste vestigingen behoren tot de groepen Leisure (17 vestigingen) en Mode & Luxe (6 vestigingen). In de periode 2014-2019 is het aantal vestigingen gegroeid van 36 naar 37. Het aantal vestigingen nam toe in de groep Leisure (+2 vestigingen), Dagelijks (+1 vestiging) en Diensten (+1 vestiging). Het aantal vestiging nam af in de groepen Mode & Luxe (-2 vestigingen), Detailhandel Overig (-1 vestiging) en Vrije Tijd (-1 vestiging). De leegstand is toegenomen van 3 naar 4 vestigingen.

Kenmerken van het deelgebied in relatie tot de Springweggarage:
- Het deelgebied rondom het plein bestaat hoofdzakelijk uit een combinatie tussen horeca en andere vormen van Leisure (bowling, arcadehal).
- Het gebied is direct aangehaakt op het kernwinkelgebied (Steenweg) en maakt deel uit van de routing (Zadelstraat-Choorstraat-Steenweg).

- Er is een Spar City op hoek Mariastraat-Mariaplaats. Deze supermarkt is volledig ingericht als mandjeswinkel.
- In de Mariastraat is aan één zijde horeca aanwezig (met een goede bezetting), aan de andere zijde voornamelijk niet-dagelijkse detailhandel. De Mariastraat heeft een smal straatprofiel en er is geen ruimte voor de auto.
- Hifi Klubben is een vestiging die artikelen verkoopt met een relatief groot volume en kan mogelijk negatieve effecten ondervinden aan de sloop van de Springweggarage. De parkeergarages in Hoog Catharijne zijn echter in de nabijheid, waardoor de impact beperkt zal blijven.
- Er zijn zeer beperkte parkeermogelijkheden in dit deelgebied.
- Verkeer dat naar de parkeergarage rijdt, komt door dit deelgebied. Er is in dit deelgebied een verwijzing naar de Springweggarage.

Figuur 14: Publieksgerichte voorzieningen Mariaplaats/Mariastraat (Bag & Locatus)



Overig

- Veruit de meeste publieksgerichte voorzieningen liggen aan de Steenweg en de Choorstraat. Deze straten maken onderdeel uit van het kernwinkelgebied.
- De vestigingen buiten deze twee straten betreffen hoofdzakelijk Leisure (horeca). Deze vestigingen zijn minder afhankelijk van autobereikbaarheid en hechten meer waarde aan beleving. De locatie is bereikbaar vanaf de Lange-/korte Nieuwstraat

Er zijn weinig bedrijven die in sterke mate afhankelijk zijn van de Springweggarage.

Beleidsanalyse

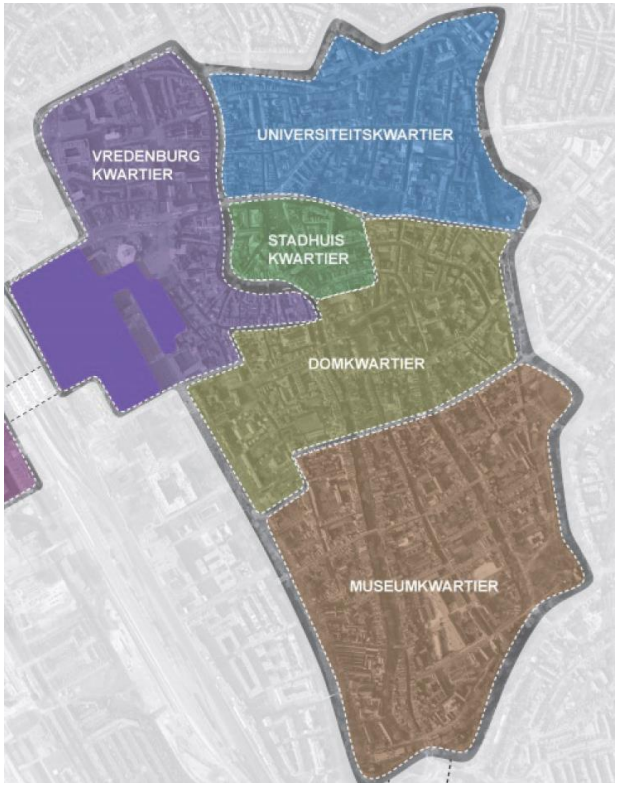
Strategische agenda ruimtelijk economische ontwikkeling centrum Utrecht 2015-2020

In de strategische agenda staat het ontwikkelingsperspectief van de verschillende Kwartieren in het centrum van Utrecht beschreven. Door verschillende Kwartieren te definiëren, kunnen afzonderlijke kwaliteiten worden versterkt, waardoor de onderlinge samenhang binnen de Kwartieren tot zijn recht komt.

Het onderzoeksgebied is onderdeel van het Domkwartier en het Museumkwartier. Grofweg zijn de deelgebieden in het onderhavige onderzoek als volgt in te delen in Kwartieren:

- Zadelstraat: Domkwartier
- Springweg: Domkwartier & Museumkwartier
- Lijnmarkt: Domkwartier
- Oudegracht (links): Museumkwartier
- Oudegracht (rechts): Museumkwartier
- Lange Smeestraat: Museumkwartier
- Mariaplaats/Mariastraat: Domkwartier

Figuur 15: Kwartieren in het centrum van Utrecht



Domkwartier

Het gewenste profiel van het Domkwartier is:

- De kernwaarden: historisch, persoonlijk, kleinschalig, bezieling, authentiek, gastvrijheid, verfrissend, samen.
- Focus op mode en luxe, onderscheidende winkels gericht op traditionele ambachten, duurzaamheid en creativiteit, sfeervol winkelen.
- Ondersteunende horeca, daghoreca, terrassen, avondhoreca restauratief.
- Verblijfsgebied met aandacht voor beleving met aangename mix van wonen.

Om de economische positionering van het Domkwartier te versterken, zijn in strategische agenda de volgende projecten benoemd (die relevant zijn voor het onderzoeksgebied):

- Opwaardering straatprofiel Mariastraat – Middellange termijn.
- Beleving centraal stellen – Korte termijn.
- Opwaardering straatprofiel Springweg (van Mariastraat tot Haverstraat). Geïsoleerde ligging. Springweg opheffen. Karel V als steppingstone ter realisatie aansluiting Museumkwartier – Middellange termijn.
- Herbestemming Springweggarage – Korte termijn.

Museumkwartier

Het gewenste profiel van het Museumkwartier is:

- De kernwaarden: historisch, ontspannen, ontdekken, authentieke historiciteit, groen
- Hoofdfuncties: cultuur, wonen, ontspanning en groen.
- Oostzijde Oudegracht: aaneengesloten functies met overwegend detailhandel (kunst, niche-winkels) en diensten.
- Zichtbaarheid en toegankelijkheid van het kwartier vergroten.

De volgende projecten zijn in de strategische agenda benoemd ter versterking van de economische positionering van het Museumkwartier (die relevant zijn voor het onderzoeksgebied):

- Aanhaken op bezoekersstromen.
- Functionele verdichting Oudegracht Oostzijde.
- De vestigingskwaliteit zal versterkt worden door de koppeling van Mariaplaats via Oudegracht en Springweg te maken.

Conclusie

Het herbestemmen van de Springweggarage past binnen de strategische agenda ruimtelijke economische ontwikkeling centrum Utrecht 2015-2020. Het wordt enerzijds expliciet benoemd in het beleidsdocument. Anderzijds is het de ambitie om meer sfeer en beleving te creëren en om de verbinding tussen de Springweg en Mariaplaats/Oudegracht te maken. Om dit gewenste effect te realiseren, zal autoverkeer in afnemende mate een rol van betekenis gaan spelen in de binnenstad. Daarnaast moeten bezoekers beter worden verleid om vanuit het kernwinkelgebied o.a. het Museumkwartier te bezoeken.

Ruimtelijke bouwstenen voor het centrum Utrecht 2030

In opdracht van Centrum Management Utrecht is een studie verricht, waarin de contouren van de belangrijkste vraagstukken voor het centrum zijn geschetst en vertaald in bouwstenen voor de toekomst. De belangrijkste perspectieven voor het centrum van Utrecht in 2030 zijn:

- Utrecht maakt een schaalsprong in stedelijkheid en een systeemsprong in mobiliteit.
- De auto wordt minder belangrijk in het verkeersnetwerk van Utrecht.
- Het historische centrum, het Beurskwartier en het USP zijn de belangrijke economische hotspots van de stad waar de gemeente kansen wil creëren en de openbare ruimte beter wil benutten.
- Het centrum van Utrecht zal uitgroeien tot dé ontmoetingsplek voor iedereen. Het centrum is het onderscheidende verblijfsgebied voor bewoners en bezoekers.

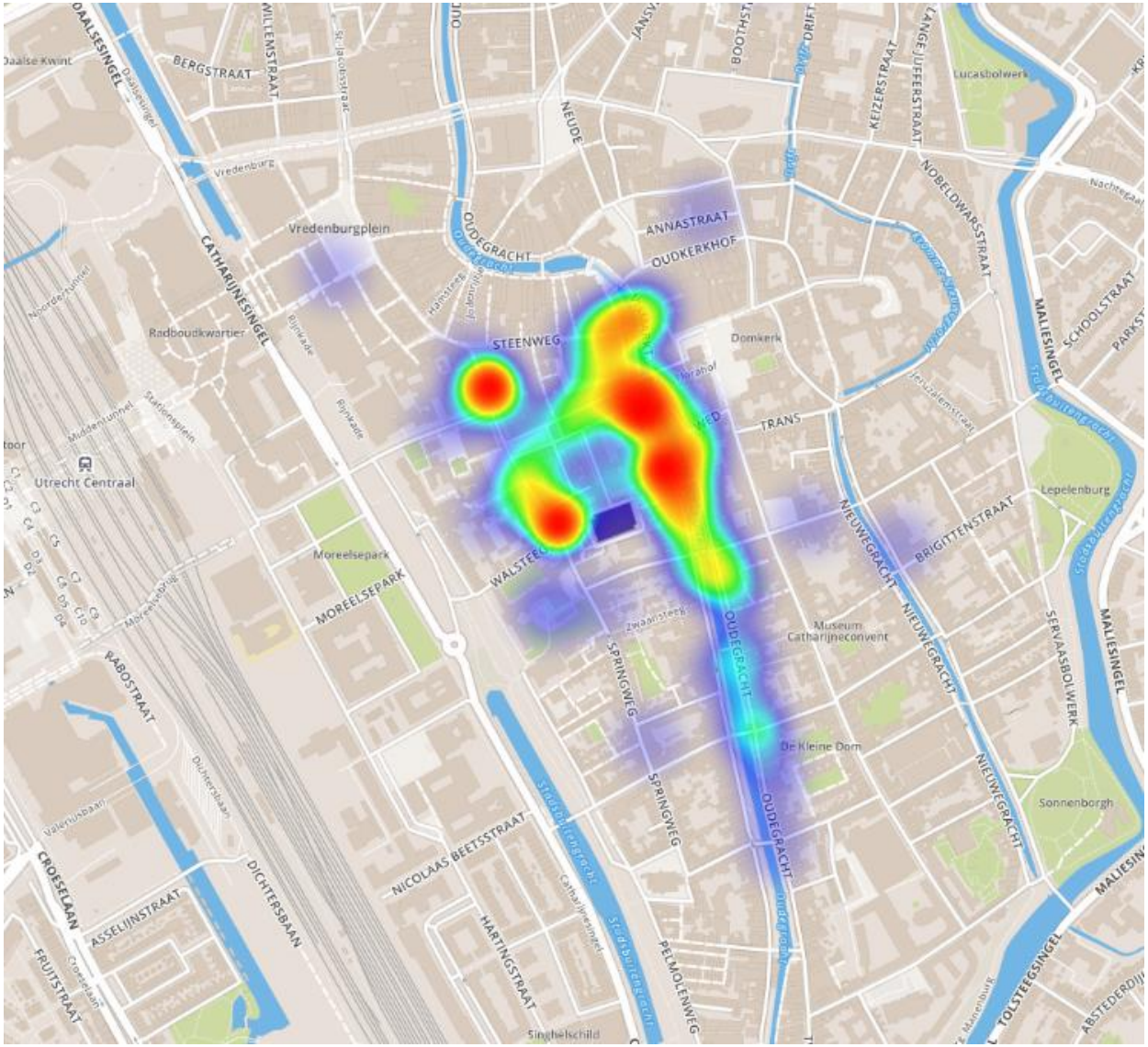
Ontmoeting en aantrekkelijke verblijfsplekken zijn belangrijke pijlers van de ruimtelijke bouwstenen. Om dit te realiseren is de ambitie om doorgaande vervoersstromen van auto- en fietsverkeer uit de historische binnenstad te halen en tangenten rondom de binnenstad te realiseren. Hierdoor is het mogelijk om de kwaliteit van verblijfsplekken te verhogen en ontmoeting te stimuleren. Het herbestemmen van de Springweggarage past binnen deze ruimtelijke bouwstenen.

Bijlage B
Analyse Ondernemersenquête

Respons

Als onderdeel van de analyse van effecten is aan ondernemers de mogelijkheid geboden om door middel van het invullen van een online enquête een mening te laten horen over de mogelijke sloop van de Springweggarage in de binnenstad van Utrecht. De enquête is op basis van verzamelde emailadressen gedaan. Enerzijds is een lijst door CMU aangeleverd, anderzijds heeft er een deskresearch plaatsgevonden om zoveel mogelijk overige adressen te verzamelen. Een belangrijke voorwaarde is dat de ondernemers in of nabij het onderzoeksgebied een vestiging hebben. Gedurende twee weken in de periode eind oktober is de enquête beschikbaar geweest. Uiteindelijk heeft dit geresulteerd in een respons van 89 valide enquêtes. Dit betekent een uiteindelijke *response rate* van circa 30%. In figuur 16 is een hittekaart met de herkomst van de enquêtes gevisualiseerd. De meeste respons komt van ondernemers aan de Oudegracht, Lijnmarkt, Zadelstraat, oftewel de schil ten noorden van de Springweggarage.

Figuur 16: Hittekaart input ondernemers

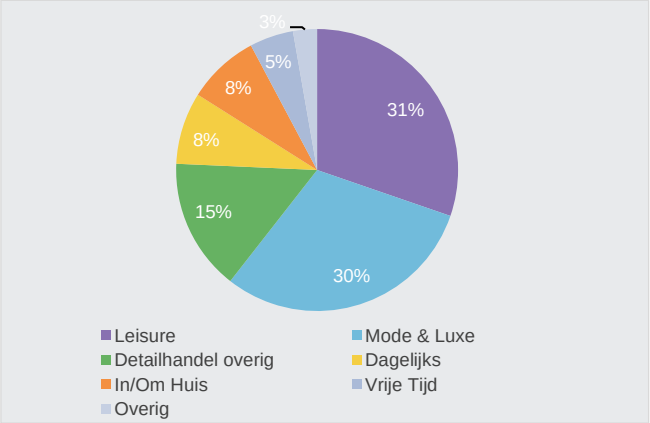


In figuur 17 is de verdeling van de respons naar verschillende groepen publieksgerichte voorzieningen weergegeven. Hierbij is de indeling van Locatus gehanteerd.

De groepen met de meeste ondernemers zijn Leisure (ca. 31%) en Mode & Luxe (ca. 30%). Gezamenlijk vormen deze twee groepen de meerderheid van het aantal ondernemers. De groep 'Overig' bestaat uit bedrijven die actief zijn in zalenverhuur. Deze branche behoort niet tot de indeling van publieksgerichte voorzieningen van Locatus, maar is in het kader van het belang van dit onderzoek wel meegenomen.

In vergelijking met het aantal vestigingen in het onderzoeksgebied is waar te nemen dat de grootste groep ondernemers, 'Leisure', niet de grootste groep is in het totaal aantal vestigingen. Met 67% van de respons vormt 'Leisure' 29% van het totaal aantal vestigingen in het onderzoeksgebied. De grootste groep in aantal vestigingen is 'Mode & Luxe', met in totaal 94 vestigingen (ca. 41%). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat een groot deel van de vestigingen in de groep 'Mode & Luxe' formuleketens betreft, waarvan het lastig was om het emailadres te achterhalen.

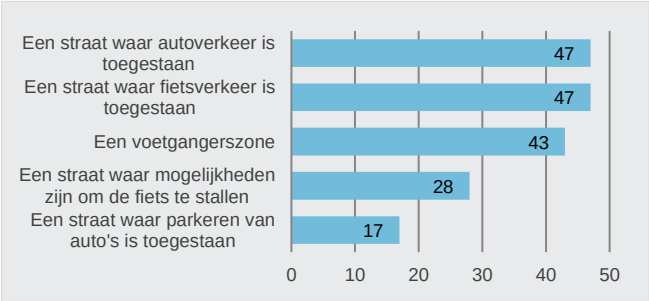
Figuur 17: Verdeling groepen publieksgerichte voorzieningen



Aan ondernemers is gevraagd in wat voor straat de vestiging is gelegen. Voor een straat waar het mogelijk is om auto's te parkeren, zullen de gevolgen voor de ondernemers anders zijn dan voor vestigingen die in een voetgangerszone liggen en in hogere mate afhankelijk zijn van parkeergarages. In totaal zijn er 182 antwoorden gegeven, aangezien het in sommige gevallen mogelijk is dat een straat meerdere kenmerken vertoont.

In totaal geven 47 ondernemers aan dat autoverkeer is toegestaan in de straat waar ze ondernemen (ca. 26% van alle antwoorden). Eveneens 47 ondernemers geven aan dat ze in een straat ondernemen waar fietsverkeer is toegestaan. 43 ondernemers hebben een vestiging in een voetgangerszone (ca. 24% van alle antwoorden). Met betrekking tot parkeren geven 28 ondernemers aan dat er mogelijkheden zijn om te fiets te stallen in de straat (ca. 15% van alle antwoorden). Met betrekking tot het parkeren van de auto geven 17 ondernemers aan dat dit mogelijk is (ca. 9% van alle antwoorden). Als naar de spreiding binnen het onderzoeksgebied wordt gekeken, valt op de het grootste gedeelte ten noorden van de Springweggarage als voetgangerszone kan worden beschreven (grofweg Lijnmarkt, Zadelstraat, Steenweg en Mariastraat). Dit gebied behoort deels tot het kernwinkelgebied of maakt deel uit van de aanloopstraten naar het kernwinkelgebied. De overige gebieden zijn ook toegankelijk voor auto- en fietsverkeer.

Figuur 18: Type winkelstraat



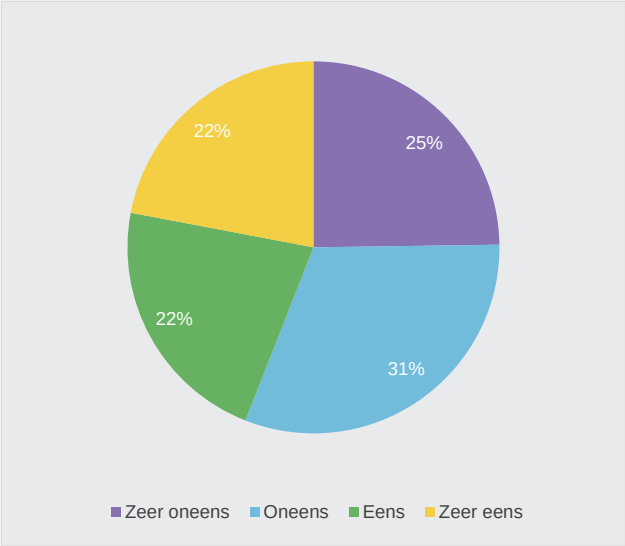
Bereikbaarheid

Er zijn een zestal stellingen voorgelegd bij de ondernemers, waarbij ze telkens konden kiezen uit 'Zeer oneens', 'Oneens', 'Eens' en 'Zeer eens'. In totaal hebben 87 ondernemers alle stellingen beoordeeld.

Bereikbaarheid Hoog Catharijne

De eerste stelling heeft betrekking op de bereikbaarheid van de parkeergarages in winkelcentrum Hoog Catharijne. In en nabij dit winkelcentrum (waaronder Utrecht CS en de Jaarbeurs zijn in totaal 7 parkeergarages, die gezamenlijk een groot aandeel parkeerplaatsen voor de binnenstad van Utrecht vertegenwoordigen. Uit de stelling blijkt dat meer dan de helft van de ondernemers (ca. 56%) vindt dat de onderneming niet goed bereikbaar is vanuit de parkeergarages in en nabij Hoog Catharijne. Het zijn voornamelijk ondernemers uit de Zadelstraat en de oostzijde van de Oudegracht die aangeven dat hun vestiging niet goed bereikbaar is.

Figuur 19: Stelling "De onderneming is goed bereikbaar vanuit de parkeergarages in Hoog Catharijne"



Bereikbaarheid openbaar vervoer

De tweede stelling gaat over de bereikbaarheid van de vestigingen met het openbaar vervoer. Openbaar vervoer zou een goed alternatief kunnen zijn voor de bereikbaarheid van de binnenstad van Utrecht, indien het aantal parkeergarages gaat afnemen. De meningen over de bereikbaarheid van de binnenstad van Utrecht zijn verdeeld. Circa 57% van de ondernemers geeft aan de bereikbaarheid van het onderzoeksgebied onvoldoende is. In totaal geeft circa 18% aan dat het gebied helemaal niet goed bereikbaar is. Hoofdzakelijk ondernemers die aan de Oudegracht zijn gevestigd, geven aan het oneens te zijn met de stelling. In en nabij de Mariaplaats zijn de ondernemers over het algemeen positiever over de bereikbaarheid met het openbaar vervoer. Dit valt te verklaren door de nabije aanwezigheid van Utrecht CS. In totaal geeft circa 43% aan dat de onderneming goed bereikbaar is.

Noodzaak parkeren nabijheid

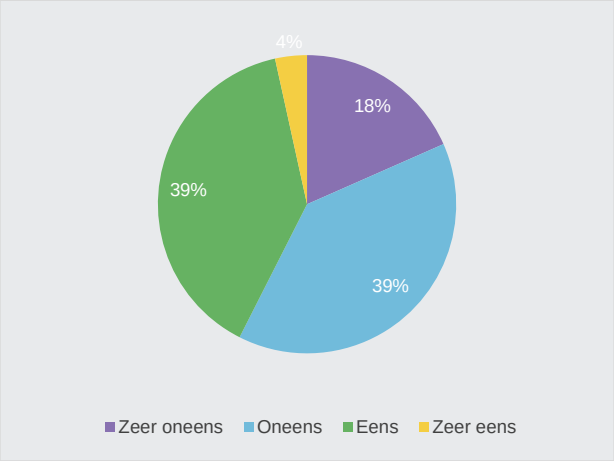
Aan ondernemers is gevraagd in hoeverre het van belang is om, vanwege het productassortiment, te kunnen parkeren in de nabijheid van de vestiging. Deze vraag is gesteld in het kader van grote, volumineuze en/of breekbare producten die worden aangeboden. Het is voor klanten niet wenselijk om met zulke producten lange afstanden te lopen in de relatief drukke binnenstad van Utrecht. De grote meerderheid van de ondernemers (ca. 70%) geeft aan dat parkeren in de nabijheid een noodzaak is in het kader van het productassortiment. Dit geeft enigszins een vertekend beeld, aangezien geen 70% van de ondernemers volumineuze en/of breekbare producten verkoopt. Het is aannemelijk dat ondernemers voornamelijk de noodzaak van parkeren in de nabijheid willen benadrukken. In het kader van de ruimtelijke spreiding van de ondernemers zijn geen patronen waarneembaar. In het hele onderzoeksgebied zijn de meningen verschillend. Een verklaring hiervoor is dat de stelling meer productafhankelijk is en in mindere mate locatie-afhankelijk.

Parkeervoorzieningen fietsen

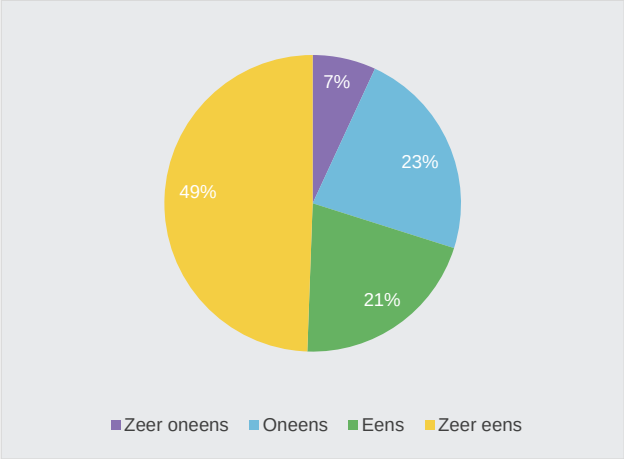
De vierde stelling heeft betrekking op de parkeervoorzieningen voor fietsen, waarbij specifiek is ingezoomd op fietsenstallingen. Kwalitatief goede mogelijkheden om de fiets te kunnen stallen, kunnen ertoe leiden dat er voor lokaal gebonden bewoners een volwaardig alternatief wordt geboden voor de auto. Hierbij moet ook worden gedacht aan voorzieningen voor de e-bike en toezicht aspecten.

De meerderheid geeft aan dat er goede fietsenstallingen zijn in de nabijheid van de onderneming. Circa 53% geeft aan het eens te zijn met de stelling. Het betreft voornamelijk ondernemers uit de Mariastraat/Mariaplaats, Zadelstraat en Lijnmarkt die aangeven dat er goede fietsenstallingen zijn in de nabijheid van de onderneming. Ondernemers aan de Oudegracht en Donkeregaard geven aan dat ze het oneens zijn met de stelling. Circa 24% geeft aan het oneens te zijn en circa 23% is het zeer oneens met de stelling.

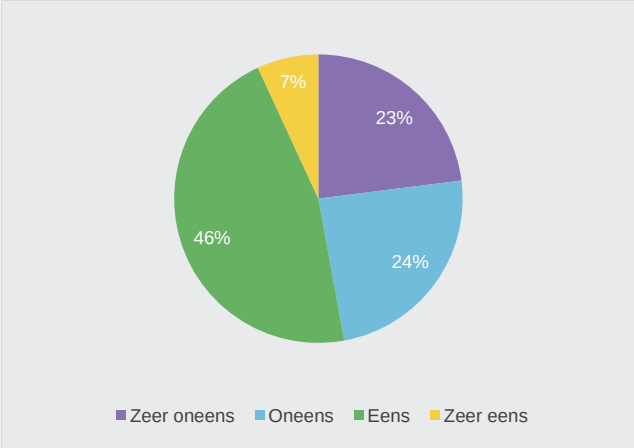
Figuur 20: Stelling "De onderneming is goed bereikbaar met het openbaar vervoer"



Figuur 21: Stelling "Vanwege mijn productassortiment is parkeren in de nabijheid een noodzaak"



Figuur 22: Stelling "Er zijn goede fietsenstallingen in de nabijheid van de onderneming"

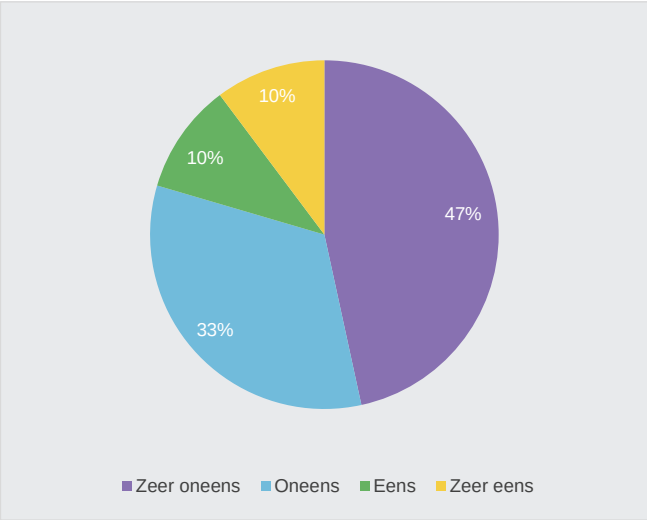


Autovrije binnenstad

De vijfde stelling heeft betrekking op het autovrij maken van de binnenstad. Een grote meerderheid van de ondernemers geeft aan dat de binnenstad niet volledig autovrij moet worden. In totaal geven 70 ondernemers (ca. 80%) aan het oneens te zijn met de stelling. Hieruit kan worden geconcludeerd dat autobereikbaarheid voor ondernemers een belangrijk criterium blijft om goed te kunnen ondernemen.

Een groot deel van de ondernemers die het eens zijn met de stelling is gevestigd in een gebied dat al kan worden gerekend tot een autovrije zone (Lijnmarkt en kruising Lijnmarkt-Zadelstraat). Verder bevinden de ondernemers die het eens zijn met de stelling zich grotendeels aan de Oudegracht en de Mariaplaats. Met betrekking tot de branches zijn er geen specifieke groepen te herleiden die een sterker belang hebben bij een autovrije stad.

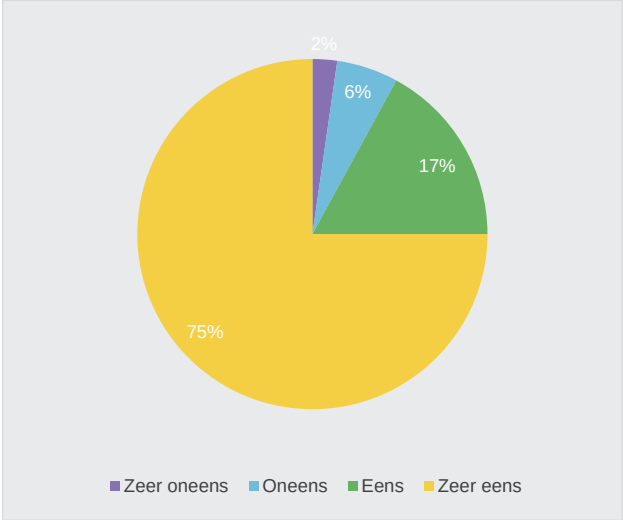
Figuur 23: Stelling "De binnenstad moet volledig autovrij worden"



Gebruik Springweggarage

De laatste stelling gaat over het gebruik van de Springweggarage door klanten van hun vestiging. De overgrote meerderheid (ca. 92%) geeft aan dat veel van hun klanten gebruik maken van de Springweggarage. Driekwart van de ondernemers (66 ondernemers) geeft aan het zeer eens te zijn met de stelling. In totaal geven 7 ondernemers (ca. 8%) aan dat er niet veel klanten zijn die gebruik maken van de Springweggarage. Het betreft hierbij voornamelijk horeca-vestigingen, verspreid over het onderzoeksgebied.

Figuur 24: Stelling "Veel klanten maken gebruik van de Springweggarage"



Herkomst

Aan ondernemers is gevraagd om een inschatting te maken van de herkomst van de klanten. Hierbij ondernemers 100 punten verdeeld over 4 geografische schaalniveaus (zie tabel 4.1). Hieruit blijkt dat de herkomst in totaal gemiddeld het meest bestaat uit klanten die uit de stad Utrecht komen (gemiddeld 36 punten), gevolgd door de provincie (29 punten). Per groep zijn wel verschillen aan te merken. Zo is bij de groep 'overig' (zalenverhuur) gemiddeld een veel hogere herkomst buiten Nederland waar te nemen en is de groep 'diensten' meer provinciaal georiënteerd (45 punten). De groep 'Vrije tijd' heeft met 38 punten gemiddeld een relatief hoge landelijke oriëntatie.

Tabel 5: Verdeling herkomst klanten naar groep

Groep	Stad Utrecht	Provincie Utrecht	Nederland	Buiten Nederland
Dagelijks	41	28	29	2
Detailhandel overig	33	28	24	15
Diensten	20	45	20	15
In/Om Huis	39	35	19	7
Leisure	39	28	22	11
Mode & Luxe	33	33	27	6
Overig	30	20	15	35
Vrije Tijd	38	18	38	7
Totaal	**36**	**29**	**24**	**10**

Vestigingsplaats

Aan ondernemers is gevraagd in hoeverre ze tevreden zijn met de huidige vestigingsplaats. Hierbij konden de ondernemers een plek op een schaalbalk aangeven die loopt van ‘Zeer ontevreden’ tot ‘Zeer tevreden’. In de analyse is deze input vertaald naar scores, waarbij een score van 0 ‘Zeer ontevreden’ is en een score van 100 ‘Zeer tevreden’. In totaal hebben 76 ondernemers deze vraag ingevuld. De ondernemers geven de huidige vestigingsplaats een gemiddelde score van 82. Vertaald naar de schaalbalk kan deze gemiddelde score worden omschreven als ‘Goed tot Zeer Goed’.

Vervolgens is gevraagd naar een korte toelichting van de beoordeling. Bereikbaarheidsaspecten worden veelvuldig genoemd, waarbij OV- en fietsbereikbaarheid goed worden beoordeeld en dat de autobereikbaarheid nu veelal matig/slecht is of slecht gaat worden als er parkeergarages (zoals de Springweg) verdwijnen. Verder worden het historische karakter en bijbehorende schoonheid, het onderscheidende winkelaanbod, de levendigheid en het gezellige karakter van de binnenstad meermaals als toelichting op de beoordeling gegeven. De reacties zijn in onderstaande woordenwolk weergegeven.

Figuur 25: Woordenspin toelichting vestigingsplaats

Kwaliteiten & Knelpunten

Kwaliteiten vestigingsplaats

Aan ondernemers is gevraagd wat zij de belangrijkste kwaliteiten van de vestigingsplaats in de binnenstad van Utrecht vinden. Het betrof een open vraag. In totaal hebben 77 ondernemers aangegeven wat zij als belangrijkste kwaliteiten ervaren.

Relatief veel ondernemers vinden de centrale locatie van de stad (in de regio en in Nederland), het historische karakter, de architectuur, de bereikbaarheid, het winkelpubliek (en bijbehorende drukte) en de sfeer de belangrijkste kwaliteiten van de binnenstad van Utrecht. De stad is op zowel lokale, regionale als nationale schaal goed bereikbaar. Met betrekking tot bereikbaarheid wordt enerzijds aangegeven dat de ov- en fietsbereikbaarheid als kwaliteit wordt gezien en dat de autobereikbaarheid, indien de bestaande parkeergarages worden behouden, ook met regelmaat als kwaliteit wordt beschouwd.

Figuur 26: Woordenspin kwaliteiten vestigingsplaats

Knelpunten vestigingsplaats

Naast het in kaart brengen van de kwaliteiten is het ook van belang om inzichtelijk te maken wat de ondernemers als knelpunten ervaren. Ook dit betrof een open vraag, waarbij tevens 77 ondernemers hebben aangegeven wat zij als knelpunten zien.

Bereikbaarheidsaspecten, zoals parkeergelegenheid, verkeerssituatie, laad- en losplekken (aanleveren), wegwerkzaamheden en parkeerkosten worden meermaals als knelpunten genoemd. Aangezien de vragenlijst voornamelijk betrekking heeft op de impact van een mogelijke sloop van de parkeergarage, is het aannemelijk dat ondernemers zich voornamelijk op bereikbaarheidsaspecten hebben gefocust. Overige benoemde aspecten zijn het winkelaanbod (te weinig diversiteit), leegstand (te hoog) en de doorloop (slecht) in de binnenstad.

Figuur 27: Woordenspin knelpunten vestigingsplaats

Effecten & Aanbevelingen Springweggarage

Effecten mogelijke sloop Springweggarage

Aan ondernemers is gevraagd om een inschatting te maken van het effect van een mogelijke sloop van de Springweggarage. Hierbij konden de ondernemers een plek op een schaalbalk aangeven die loopt van 'Zeer negatieve effecten' (score 0) tot 'Zeer positieve effecten' (score 100). In totaal hebben 70 ondernemers deze vraag ingevuld. De ondernemers geven een gemiddelde score van 11. Vertaald naar de schaalbalk verwachten ondernemers dat een mogelijke sloop van de Springweggarage 'Zeer negatieve effecten' zal hebben op hun onderneming. De meeste ondernemers geven aan dat een mogelijke sloop van de Springweggarage vooral ten koste gaat van de bereikbaarheid van het zuidelijke gedeelte van de binnenstad. Een behoorlijk aantal winkels kent een doelgericht winkelpubliek die veelal de auto in de Springweggarage parkeren. De verwachting is dat de klandizie van voornamelijk klanten die veel besteden gaat afnemen. Verschillende ondernemers geven aan dat de garage van groot belang is voor de onderneming.

Figuur 28: Woordenspin toelichting vestigingsplaats

Rol gemeente

In totaal hebben 77 ondernemers aangegeven wat de rol van de gemeente zou kunnen zijn, indien de Springweggarage wordt gesloopt. Hierbij geven 11 ondernemers nadrukkelijk aan dat de gemeente moet voorkomen dat de parkeergarage wordt gesloopt. Het aanbieden van andere parkeergelegenheden en het aanbieden goede alternatieven zijn andere oplossingen die ondernemers meermaals aangeven. Sommige ondernemers geven aan dat de gemeente meer ruimte te bieden voor voetgangers en fietsers. Enkele andere rollen die de overheid zou kunnen nemen, hebben betrekking op aspecten die niet rechtstreeks aan parkeren zijn gekoppeld. Hierbij wordt gedacht aan: het verbeteren van de doorloop/routing, het verruimen van terrassen en het realiseren van meer terrassen.

Figuur 29: Woordenspin toelichting vestigingsplaats

Wenselijke ontwikkeling Springweggarage

Ten slotte is aan ondernemers gevraagd wat een wenselijke ontwikkeling zou zijn, indien de Springweggarage zou worden gesloopt. In totaal hebben 78 ondernemers hun ideeën verwoord.

Wederom benadrukken relatief veel ondernemers aan de parkeergarage niet gesloopt moet worden (18 keer genoemd) of dat er een nieuwe parkeergarage voor in de plaats moet komen (11 keer genoemd). Andere alternatieven die zijn genoemd is het bouwen van (betaalbare/goedkope) woningen, het realiseren van een park/groenvoorzieningen, ruimte voor culturele activiteiten of voor om er een evenementenlocatie van te maken.

Figuur 30: Woordenspin toelichting vestigingsplaats

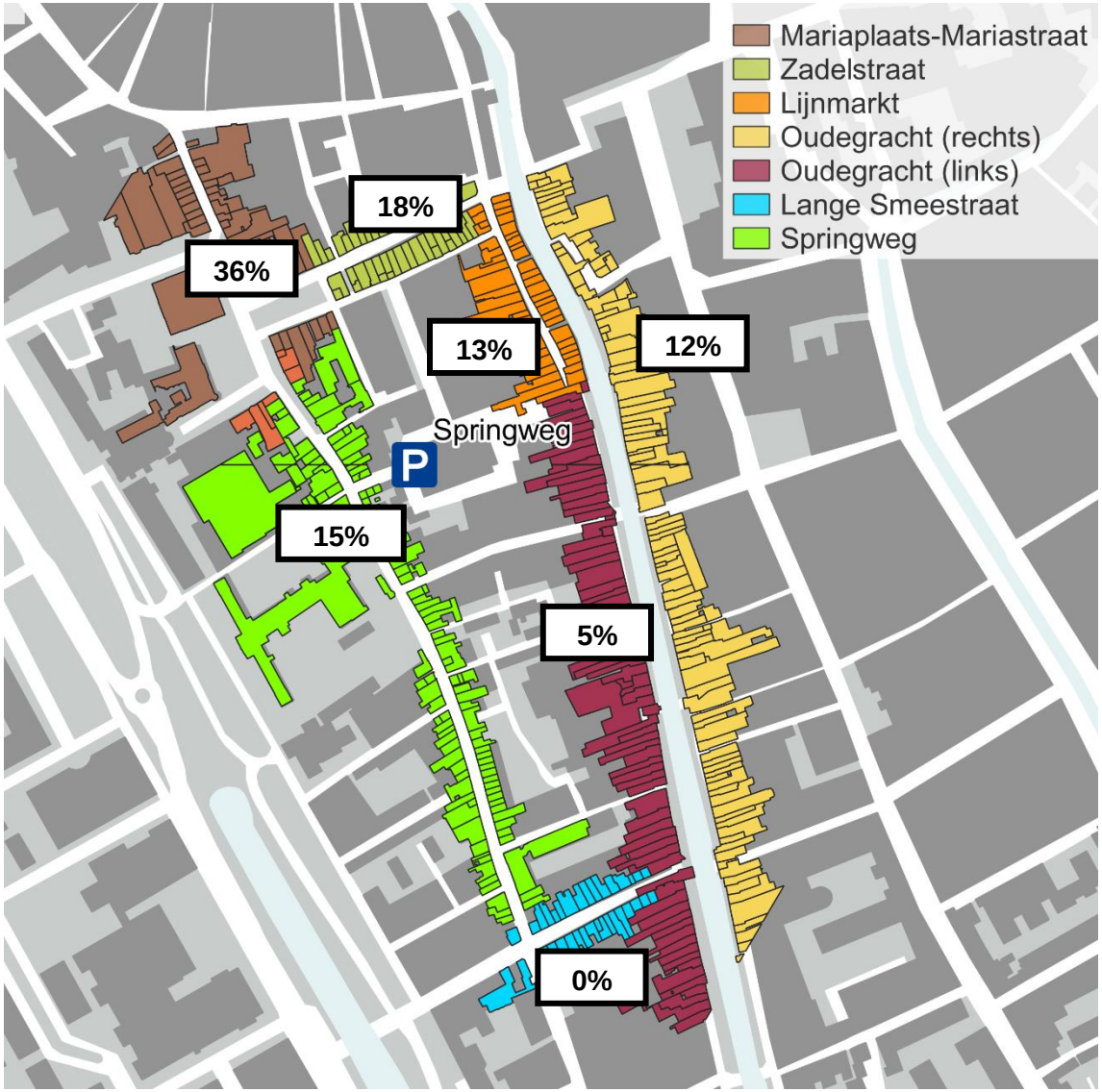
Bijlage C
Analyse Bezoekersenquête

Respons

Als onderdeel van de analyse van effecten is aan bezoekers de mogelijkheid geboden om door middel van het invullen van een enquête een mening te laten horen over de bereikbaarheidsaspecten en bezoekredenen van de binnenstad van Utrecht. De enquête is op basis van verspreiding in de binnenstad gedaan. Hiervoor heeft Zicht op Data op donderdag 14 november en zaterdag 16 november enquêtes verspreid in het onderzoeksgebied. Enerzijds is voor de donderdag gekozen, omdat het dan koopavond is. Anderzijds is voor de zaterdag gekozen, omdat deze dag gewoonlijk veel bezoekers trekt. Een belangrijke voorwaarde is dat de steekproef aselect is gedaan. Uiteindelijk heeft het veldwerk geresulteerd in een respons van 368 ingevulde enquêtes. In figuur 31 is een kaart weergegeven met de verdeling van de bezoekers per deelgebied.

Om ervoor te zorgen dat de steekproef aselect is, zijn een tweetal persoonskenmerken gevraagd. Het eerste kernmerk gaat over de leeftijd. Ca. 35% van de bezoekers is tussen de 15 en 29 jaar oud, ca. 23% tussen de 30 en 44 jaar, ca. 28% tussen de 45 en 64 jaar en ca. 14% is ouder dan 65 jaar. Als wordt gekeken naar de samenstelling van het huidhouden, dan is 32% alleenstaand, 25% meerpersoonshuishoudens met kinderen en 43% meerpersoonshuishoudens zonder kinderen. Op basis van de spreiding kan worden geconcludeerd dat willekeurig bezoekers boven de 15 jaar zijn bevraagd met een verschillende samenstelling van huishouden. Het onderzoek kan dus in voldoende mate als aselect worden beschouwd.

Figuur 31: Percentages input bezoekers per deelgebied



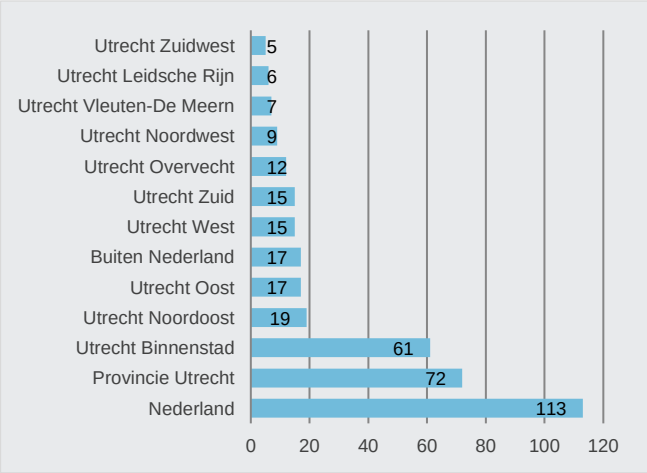
Herkomst bezoekers

In figuur 32 is de verdeling van de respons naar herkomst weergegeven. Grofweg bestaat de indeling uit 'stad Utrecht', provincie Utrecht (buiten stad Utrecht)' 'Nederland (buiten provincie Utrecht' en 'buiten Nederland'.

De meeste bezoekers komen uit de stad Utrecht. In totaal zijn er 166 bezoekers (ca. 44%) die in de stad Utrecht wonen. Van deze 166 bezoekers wonen er 61 in de binnenstad. Verder komen 19 bezoekers uit Utrecht Noordoost en 17 in Utrecht Oost. De overige bezoekers die in de stad wonen, komen uit overige stadsdelen. Hierbij valt op dat er relatief weinig bezoekers zijn die in de wijken Vleuten-De Meern, Leidsche Rijn en Zuidwest wonen.

In totaal komen 72 bezoekers uit de provincie Utrecht (woonachtig buiten de stad Utrecht), Deze groep vormt ca. 20% van alle bezoekers. Er zijn 113 bezoekers (ca. 31%) die woonachtig zijn in Nederland (buiten de provincie Utrecht). Ten slotte zijn er 17 bezoekers (ca. 5%) die buiten Nederland wonen. In figuur 32 is de afkomst van alle bezoekers weergegeven.

Figuur 32: Verdeling herkomst bezoekers



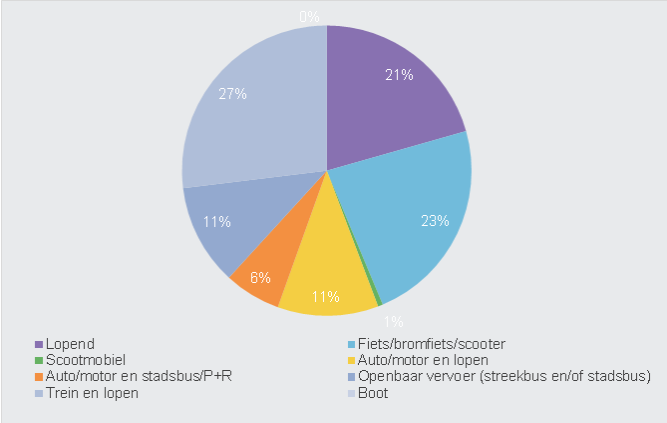
Vervoersmiddel

Aan bezoekers is gevraagd met welk vervoersmiddel ze naar de stad zijn gekomen. Uit de resultaten blijkt dat de modaliteit van bezoekers behoorlijk verschilt. De meeste bezoekers (ca. 27%) geven aan dat ze met de trein naar de binnenstad zijn gekomen, gevolgd door fiets/bromfiets/scooter (ca. 23%). Daarnaast zijn er relatief veel bezoekers (ca. 21%) die aangeven dat ze lopend naar de binnenstad zijn gekomen. Dit zijn grotendeels bezoekers die ook in de binnenstad wonen. In totaal geeft 17% aan dat ze met de auto naar de binnenstad zijn gekomen. Hiervan geeft 11% aan dat ze de auto in de nabijheid van de binnenstad hebben geparkeerd en 6% geeft aan dat ze gebruik hebben gemaakt van een P+R aan de rand van de stad. In het kader van het mogelijk weren van autoverkeer en parkeervoorzieningen is het van belang om kwalitatief goede P+R-voorzieningen te hebben en dito OV-voorzieningen van en naar deze parkeervoorzieningen.

Als de vervoersmiddelen worden afgezet tegen de herkomst van de bezoekers, valt op dat veruit de meeste bezoekers uit de stad Utrecht de fiets, bromfiets of scooter als vervoersmiddel gebruiken. Alleen voor de wijk Vleuten-De Meern geldt dat een meerderheid gebruik maakt van de auto of het openbaar vervoer. Ook de tram wordt soms genoemd. Bezoekers uit de provincie komen hoofdzakelijk met het openbaar vervoer (28% reist met de trein en 26% reist met stads- en streekbussen). In totaal geeft ca. 29% aan met de auto te reizen. Van deze 29% maakt 45% gebruik van een P+R aan de rand van de stad. De bezoekers uit Nederland (buiten de provincie Utrecht) reizen relatief of grote schaal met de trein. Ca. 63% van deze groep bezoekers reist met de trein. Het autogebruik ligt in deze groep ook hoger, maar valt met 18% relatief wel mee. De overige bezoekers uit Nederland maken gebruik van andere vervoersmiddelen, zoals de streekbus (zoals de Brabantliner).

Ten slotte is gekeken naar de vervoersmiddelen van bezoekers die buiten Nederland woonachtig zijn. Hiervan geeft bijna de helft aan dat ze met de auto reizen, waarvan de helft gebruik maakt van een P+R aan de rand van de stad. Ca. 29% is met de trein naar Utrecht gereisd. In figuur 33 staan de verhoudingen weergegeven.

Figuur 33: Type vervoer



Bij de volgende vragen is er sprake van een vertakking. Indien bezoekers hebben ingevuld dat ze de auto als vervoersmiddel hebben gebruikt, hebben ze de vragen gekregen die in hoofdstuk 3 zijn geanalyseerd. De vragen voor bezoekers die met het openbaar vervoer naar de binnenstad zijn gereisd, zijn in hoofdstuk 4 geanalyseerd.

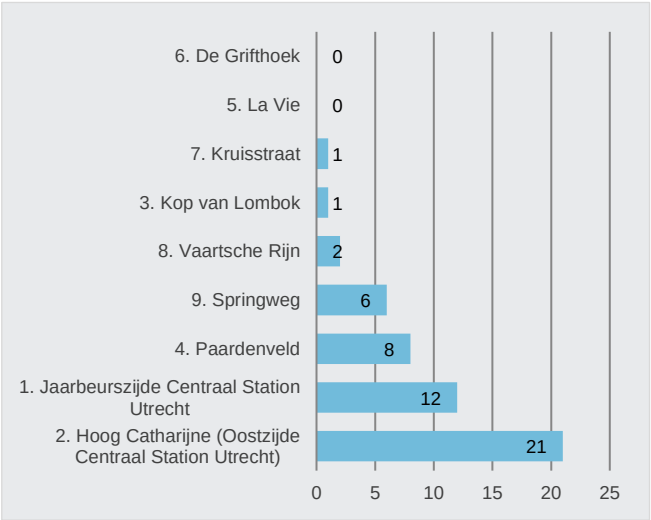
Vervoersmiddel auto

Er zijn een drie stellingen die betrekking hebben op de auto als vervoersmiddel. Hierbij gaat het voornamelijk om de parkeervoorzieningen in de binnenstad van Utrecht en de bereikbaarheid van de garages.

Parkeren parkeergarages binnenstad

Aan bezoekers, die met de auto naar de binnenstad van Utrecht zijn gekomen, is gevraagd waar ze de auto hebben geparkeerd. De bezoekers konden kiezen uit een negental gebieden (zie figuur 34). Om het bezoekers makkelijk te maken, zijn de parkeergarages in Hoog Catharijne samengevoegd. Dit geldt ook voor de parkeerplaatsen bij de Jaarbeurs. Veruit de meeste bezoekers geven aan dat ze de auto in één van de parkeergarages in Hoog Catharijne hebben geparkeerd, gevolgd door de parkeerplaatsen aan de Jaarbeurszijde van Utrecht CS (zie figuur 35). Slechts 12% geeft aan de auto in de Springweggarage te hebben geparkeerd. Dat is 1,3% van de bezoekers aan de binnenstad.

Figuur 34: Gebruik parkeergarages gebruikers van de auto (aantal)



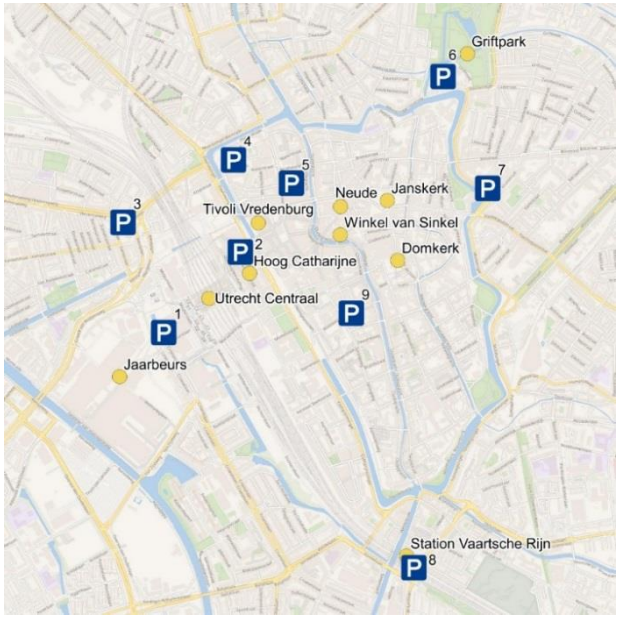
Bereikbaarheid parkeergarages

In het algemeen geven bezoekers aan dat ze tevreden zijn met de bereikbaarheid van de parkeergarages. Ca. 42% geeft aan tevreden te zijn en ca. 42% geeft aan er zeer tevreden over te zijn. Slechts 11% is ontevreden of zeer ontevreden over de bereikbaarheid.

Er zijn weinig verschillen waarneembaar als de parkeergarages afzonderlijk worden geanalyseerd. Slechts één respondent (van de 5) geeft aan ontevreden te zijn over de bereikbaarheid van de Springweggarage. Over de garages aan de Jaarbeurszijde CS en Hoog Catharijne zijn bezoekers over het algemeen zeer tevreden over de bereikbaarheid.

In het kader van het mogelijk weren van autoverkeer en parkeervoorzieningen is het essentieel dat er uitstekende bewegwijzering van en naar de parkeergarages zijn.

Figuur 35: Parkeergarages binnenstad Utrecht



Oordeel parkeergarages

Aan bezoekers is gevraagd om een waardeoordeel te geven aan de parkeergarages. Bezoekers konden de garages een cijfer geven van 1 tot 10, waarbij 1 'zeer slecht' is en 10 'zeer goed'.

De parkeergarages in Utrecht zijn gemiddeld met een 7,6 beoordeeld. Dit betekent dat ze kunnen worden omschreven als goed tot zeer goed. Van alle garages waar meer dan 5 bezoekers hebben geparkeerd, zijn de parkeerplaatsen aan de Jaarbeurszijde van Utrecht CS het hoogst beoordeeld. Gemiddeld hebben deze parkeerplaatsen een 8 gescoord. De Springweggarage heeft met gemiddeld een 7,4 de laagste score, maar kan evengoed worden beoordeeld als een ruime voldoende.

Overig vervoer

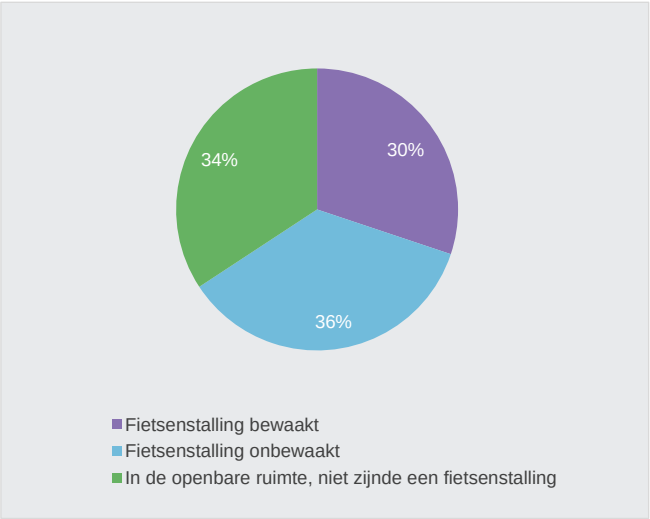
In hoofdstuk 2 is aangegeven dat 27% met de trein naar Utrecht is gereisd, 23% met de fiets/bromfiets/scooter, 21% lopend en 11% met de streek- en/of stadsbus. In dit hoofdstuk zijn de modaliteiten fiets en openbaar vervoer kort uiteengezet.

Parkeervoorzieningen fietsen

In totaal hebben 73 bezoekers aangegeven dat ze hun fiets hebben gestald in de binnenstad van Utrecht. Hiervan geven 26 bezoekers aan dat de fiets in een onbewaakte fietsenstalling hebben geplaatst, 25 in de openbare ruimte, niet zijnde een fietsenstalling en geven 22 bezoekers aan dat ze de fiets in een bewaakte fietsenstalling hebben gestald.

Vervolgens is aan bezoekers gevraagd waar ze de fiets hebben geparkeerd. Veruit de meeste bezoekers geven aan dat de fiets in de omgeving Mariaplaats/Zadelstraat hebben geparkeerd.

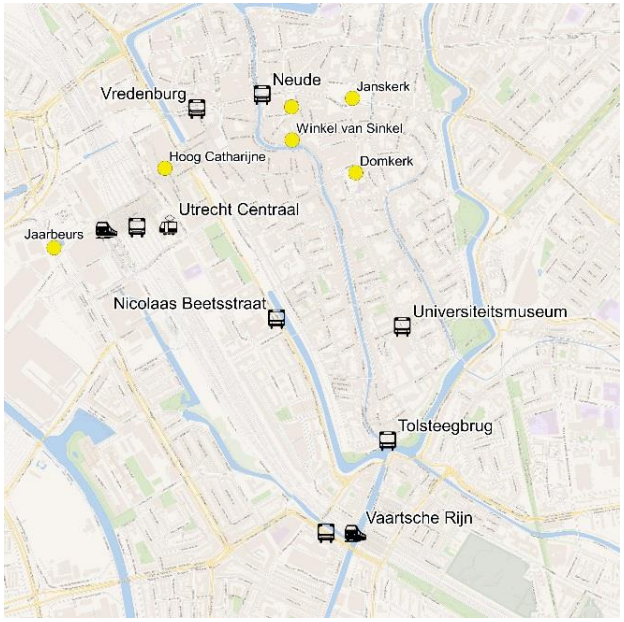
Figuur 36: locaties parkeren fiets



Openbaar vervoer

Een grote meerderheid geeft aan dat ze op Utrecht CS zijn uitgestapt. Dit betreft voornamelijk treinreizigers uit de provincie en de rest van Nederland. In totaal geeft ca. 70% van alle reizigers in het openbaar vervoer aan met de trein naar Utrecht te zijn gekomen en op Utrecht CS te zijn uitgestapt. Ca. 20% is met de bus gereisd en op Utrecht CS uitgestapt. Verder geven enkele bezoekers aan met de bus bij de Neude (ca. 2%) en bij Vredenburg (ca. 5%) te zijn uitgestapt. Daarnaast geeft ca. 3% aan met de tram naar de binnenstad van Utrecht te zijn gereisd en op Utrecht CS is uitgestapt. In onderstaande kaart zijn alle belangrijke haltes en stations in de binnenstad van Utrecht weergegeven. Naast de genoemde haltes in onderstaande figuur geven 2 bezoekers aan bij halte Janskerkhof te zijn uitgestapt.

Figuur 37: ov-haltes en stations in de binnenstad



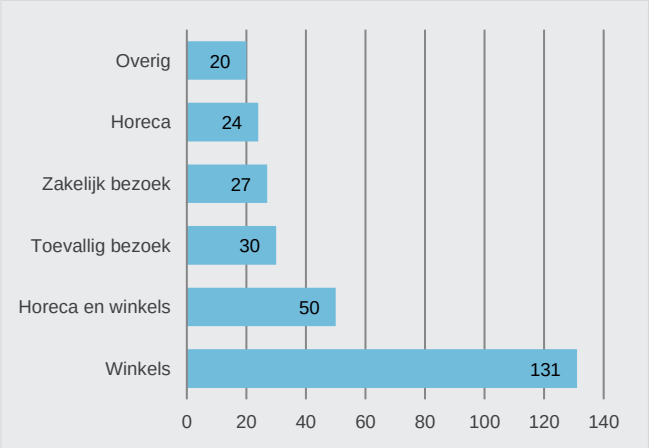
Bezoekmotief

In het kader van de mogelijke sloop van de Springweggarage is het van belang om te achterhalen wat het motief is voor het bezoek aan de binnenstad van Utrecht. Hieruit kan worden herleid of er in het kader van specifieke winkelbezoeken een noodzaak bestaat om in de nabijheid te parkeren of dat andere alternatieven ook geschikt zouden zijn.

Reden bezoek

Op de vraag wat de reden is om het deel van de binnenstad te bezoeken waar bezoekers op dat moment zijn geënquêteerd, geeft bijna de helft aan dat ze dit doen vanwege een doelgericht bezoek aan één of meerdere winkels (ca. 46%). Ca. 18% geeft aan dat de reden enerzijds het bezoek aan één of meerdere winkels is en anderzijds het bezoek aan één of meerdere horecavoorzieningen. 10% geeft aan dat ze alleen voor zakelijk bezoek in het gebied zijn. Ca. 11% geeft aan dat ze toevallig in het gebied zijn. Verder zijn er nog enkele bezoekers die aangeven in het gebied te zijn voor een bijeenkomst, bedrijfsactiviteiten en/of alleen horecabezoek. In totaal zijn er 282 antwoorden gegeven.

Figuur 38: Bezoekmotief



Er zijn verschillende bezoekers die aangeven dat ze een andere reden hebben dan de voorgaand benoemde redenen om de binnenstad van Utrecht te bezoeken. De meest genoemde redenen zijn dat ze in de binnenstad wonen, werken of vrienden/familie hebben die ze bezoeken. Daarnaast zijn er verschillende bezoekers die aangeven dat ze voor culturele activiteiten (muziek, theater of bioscoop) of voor de gezelligheid en sfeer in de binnenstad zijn. Ook school/studie is verschillende keren benoemd als reden voor het bezoek.
Een opvallende reden die regelmatig wordt genoemd is het bezoeken van de open dag van Utrecht University. Deze activiteit is tijdsgebonden en zal over de rest van het jaar niet zichtbaar zijn in de resultaten. Een andere opvallende reden is het spelen van Pokémon Go in de binnenstad. In onderstaande figuur is een woordenwolk weergegeven met de open antwoorden die bezoekers hebben gegeven.

Figuur 39: Woordenwolk bezoekmotief

Winkel-/horecabezoek

Aan bezoekers is gevraagd welke specifieke publieksgerichte voorzieningen ze hebben bezocht. Het gaat hierbij om winkel- en horecavoorzieningen in de hele binnenstad. Veruit de meest genoemde winkel die ze hebben bezocht is Hema (24 bezoekers), gevolgd door Bijenkorf (14 bezoekers), Dille & Kamille (11 bezoekers) en een bezoek aan de markt (11 bezoekers). Verder worden hoofdzakelijk winkels in de branche Mode & Luxe genoemd. Hoogst genoteerde winkel in de groep 'dagelijkse voorzieningen' is Spar aan de Mariaplaats (7 bezoekers). De meest bezochte horecavoorziening is Bagels & Beans (6 bezoekers). In onderstaande woordenwolk zijn alle voorzieningen genoemd die meer dan één keer zijn genoemd.

Figuur 40: Woordenwolk bezoek voorzieningen

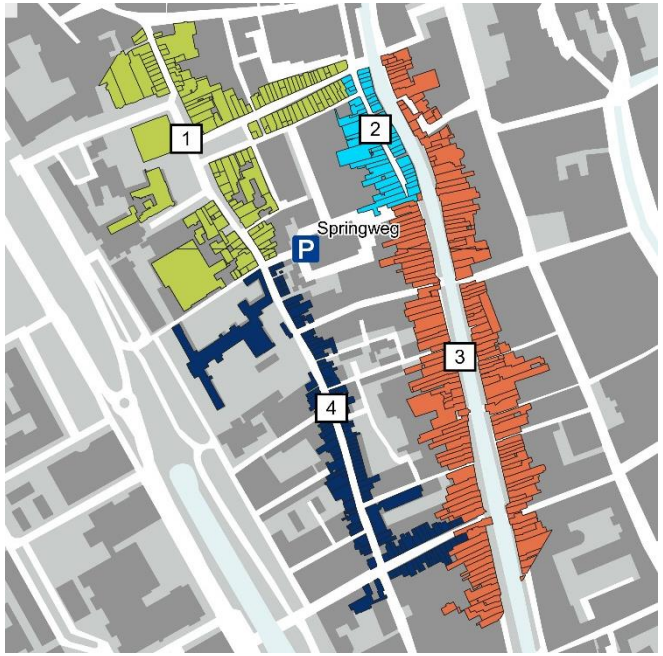
Deelgebieden onderzoeksgebied

Aan bezoekers is gevraagd om aan te geven in welke gebieden binnen het onderzoeksgebied ze bestedingen hebben gedaan. De gebieden zijn in figuur 41 weergegeven. Om het voor bezoekers eenvoudig te maken om een deelgebied te kiezen, zijn de volgende gebieden gemaakt:

1. Mariaplaats, Mariastraat, Zadelstraat;
2. Lijnmarkt en omgeving;
3. Oudegracht (links en rechts);
4. Springweg, Lange Smeestraat.

In totaal hebben 247 bezoekers deze vraag ingevuld. Circa een derde geeft aan dat ze in geen van de vier gebieden een besteding heeft gedaan. In gebied 1 worden de meeste bestedingen gedaan. In totaal heeft 51% een of meerdere bestedingen gedaan in dit gebied. Ca. 32% heeft alleen in dit gebied bestedingen gedaan. Ca. 35% heeft in gebied 2 bestedingen gedaan, waarvan ca. 6% alleen in dit gebied. Voor gebied 3 geldt dat 26% bestedingen hebben gedaan, waarvan ca. 4 % alleen in dit gebied. Ten slotte heeft 16% bestedingen hebben gedaan in gebied 4, waarvan ca. 2% alleen in dit gebied. De Mariaplaats, Mariastraat en Zadelstraat zijn op basis hiervan de straten waar de meeste bestedingen (in aantal) worden gedaan.

Figuur 41: Deelgebieden onderzoeksgebied



Deelgebieden binnenstad

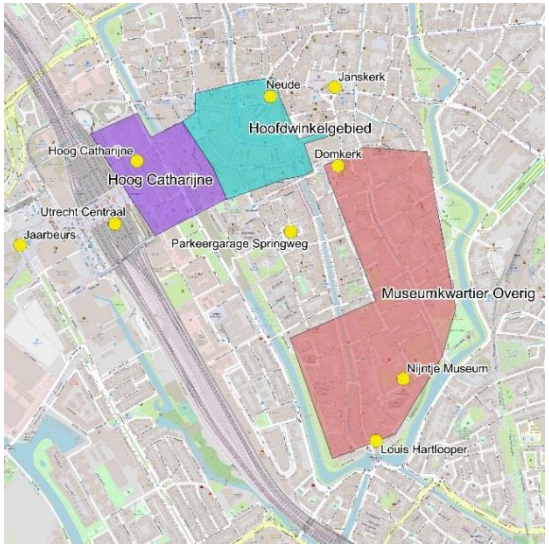
Naast het onderzoeksgebied zijn er in de binnenstad van Utrecht drie andere gebieden opgesteld:

1. Hoog Catharijne
2. Hoofdwinkelgebied
3. Museumkwartier overig

Aan bezoekers is gevraagd welke andere gebieden in de binnenstad ze ook hebben bezocht. In totaal hebben 266 bezoekers aangegeven dat ze ook een of meerdere andere gebieden hebben bezocht.

Ca. 80% heeft naast het onderzoeksgebied ook Hoog Catharijne bezocht (212 bezoekers), waarbij 99 bezoekers alleen het onderzoeksgebied en Hoog Catharijne hebben bezocht. Iets meer dan de helft van de bezoekers hebben naast het onderzoeksgebied ook het Hoofdwinkelgebied bezocht (ca. 53%) en ca. 22% heeft naast het onderzoeksgebied ook Museumkwartier overig bezocht (58 bezoekers). In onderstaande figuur staan de aantallen weergegeven.

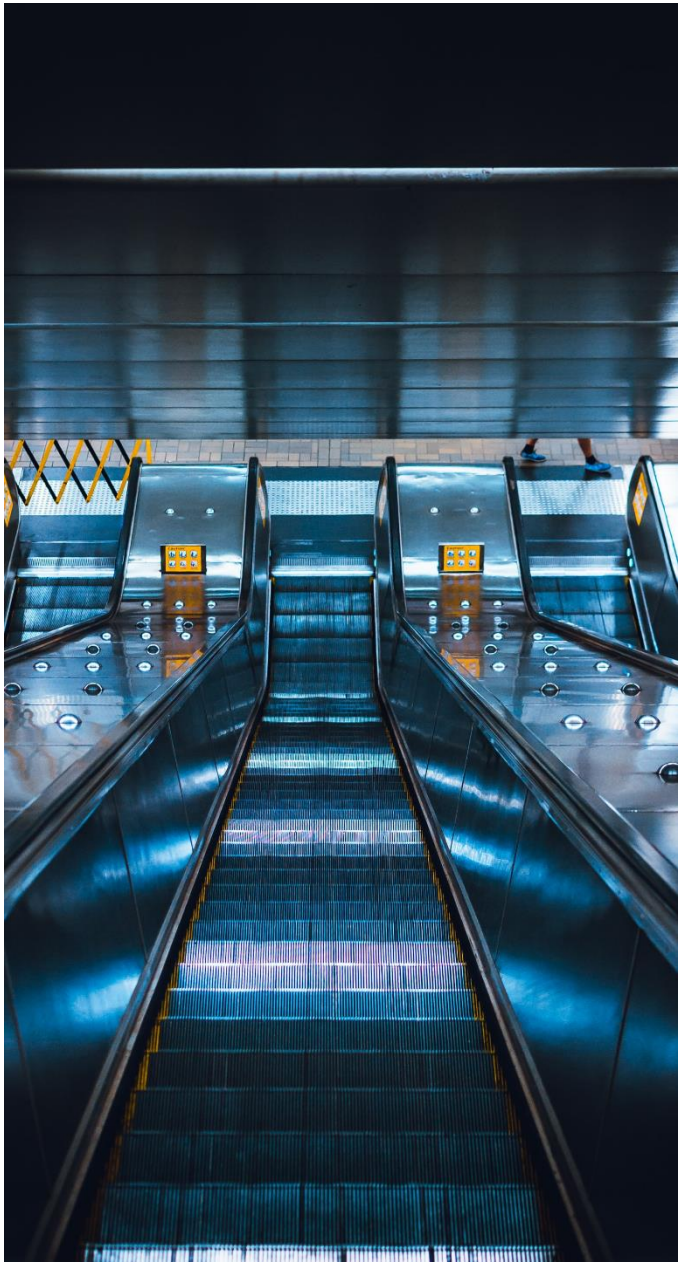
Figuur 42: Deelgebieden binnenstad



Frequentie bezoek

Ten slotte is aan bezoekers gevraagd hoe vaak ze het onderzoeksgebied bezoeken. In totaal hebben 360 bezoekers deze vraag beantwoord. Ca. 23% van de bezoekers geeft aan het onderzoeksgebied 3 keer of meer per week te bezoeken. Ca. 22% doet dit ongeveer 1 tot 2 keer per week. Eveneens 23% bezoekt het onderzoeksgebied maximaal 2 keer per jaar. Een derde van de bezoekers geeft aan zelden of nooit het onderzoeksgebied in de binnenstad van Utrecht te bezoeken.

Als de frequentie wordt gespiegeld aan de herkomst van bezoekers, dan kan in het algemeen worden geconcludeerd dat hoe groter de afstand naar de binnenstad is, des te lager de bezoekfrequentie is. Vanuit de provincie Utrecht (buiten de stad Utrecht) geeft ca. 30% minimaal 1 keer per week het onderzoeksgebied te bezoeken. Vanuit Nederland (buiten de provincie Utrecht) bezoekt ca. 15% van alle bezoekers het onderzoeksgebied minimaal 1 keer per week. Op stadsniveau is de frequentie relatief gezien is de frequentie het hoogst bij bezoeker uit de wijken Binnenstad (92% minimaal 1 keer of meer per week), Noordoost (79% minimaal 1 keer of meer per week) en Noordwest (78% minimaal 1 keer of meer per week).



Bijlage D
Aanbod hoofdbranches deelgebieden

Tabel 6: Aanbod hoofdbranches deelgebied Noord 300m (Locatus)

Hoofdbranche	Aantal vestigingen	Totaal WVO (m²)	Gemiddeld WVO (m²)
Leegstand	14	1.215	87
Levensmiddelen	15	826	55
Persoonlijke Ver-zorging	7	290	41
Kleding & Mode	53	5.679	107
Schoenen & Leder-waren	20	1.568	78
Juwelier & Optiek	13	704	54
Huishoudelijke- & Luxe Artikelen	6	900	150
Antiek & Kunst	2	90	45
Sport & Spel	4	334	84
Hobby	4	205	51
Media	6	543	91
Plant & Dier	1	40	40
Bruin & Witgoed	3	240	80
Auto & Fiets	1	85	85
Wonen	7	1.771	253
Detailhandel Overig	5	372	74
Horeca	60	5.162	86
Cultuur	4	251	63
Ontspanning	3	1.062	354
Ambacht	13	688	53
Particuliere Dienst-verlening	3	304	101
Totaal	**244**	**22.329**	**92**

Tabel 7: Aanbod hoofdbranches deelgebied Zuid 500m (Locatus)

Hoofdbranche	Aantal vestigingen	Totaal WVO (m²)	Gemiddeld WVO (m²)
Leegstand	1	36	36
Kleding & Mode	9	544	60
Huishoudelijke- & Luxe Artikelen	3	140	47
Antiek & Kunst	7	400	57
Sport & Spel	4	955	239
Hobby	2	422	211
Media	2	152	76
Auto & Fiets	1	35	35
Wonen	2	134	67
Detailhandel Overig	12	1.570	131
Horeca	22	2.117	96
Cultuur	3	645	215
Ontspanning	2	75	38
Verhuur	1	10	10
Ambacht	14	662	47
Particuliere Dienst-verlening	3	225	75
Totaal	**88**	**8.122**	**92**